

Presencia y Representación de Candidatos en la Prensa Escrita

10 de Abril a 15 de Mayo de 2017

Investigación Realizada por
Escuela de Publicidad de la Universidad Diego Portales

Investigador: Gabriel Argel A.

Ayudantes de Investigación: Ana Carolina Morales Osorio, Natalia Cecilia Garat Cadi, Valeria Leticia Reyes Olivares, María José Ninoska San Martín Ibarra, Maura Antonella Diomedí Navarro, Tania Karina Salinas García.

Mayo de 2017

Objetivos y Metodología

3

Cobertura. Presencia de Candidatos en Prensa Escrita

6

Emisores. Quiénes Hablan de los Candidatos

12

Contenidos. Temas Asociados a los Candidatos

16

Posicionamiento. Orientación de los Contenidos y Framing

19

Conclusiones

24

OBJETIVOS

Objetivo General. Describir la presencia y la manera en que las candidaturas presidenciales son representadas en la prensa escrita nacional, tanto en formato papel como digital.

Objetivos Específicos:

- 1.- Describir la presencia de las candidaturas en medios de prensa escrito en formato papel y digital.
- 2.- Identificar cuales son los emisores de contenidos asociados a cada candidatura.
- 3.- Describir cuales son los principales temas asociados a cada candidatura.
- 4.- Describir la manera en que cada candidatura es tratada por el medio, considerando la orientación del contenido asociado y el framing.

METODOLOGÍA

Metodología. Investigación descriptiva mediante análisis de contenidos.

Unidad de Análisis. Notas de prensa presentes en los siguientes medios:

En Papel

LATERCERA

La Cuarta

EL MERCURIO

La Segunda

Las Últimas Noticias

En Digital

latercera.com

emol.

elmostrador

biobiochile.cl

El levantamiento de la información fue diario y censal para los medios ya descritos entre el 10 de abril y el 15 de mayo de 2017.

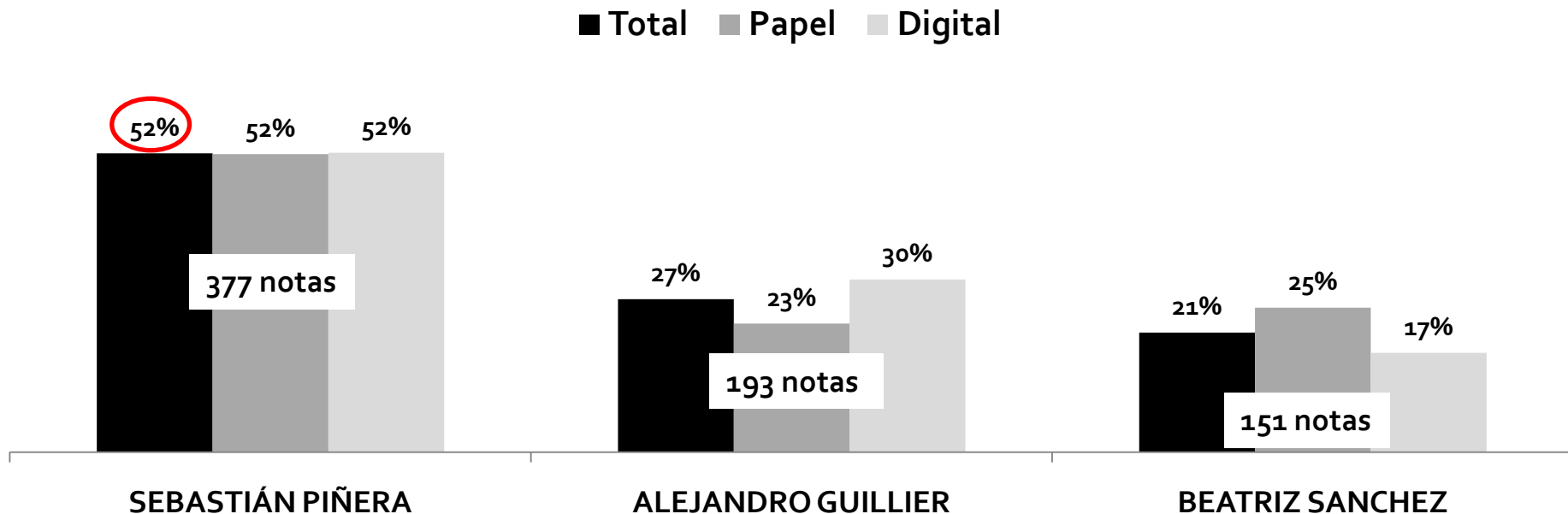
METODOLOGÍA

En el periodo analizado fueron pesquisadas 721 notas de prensa en total, éstas estaban distribuidas según candidato y medio del modo en que se aprecia en la siguiente tabla:

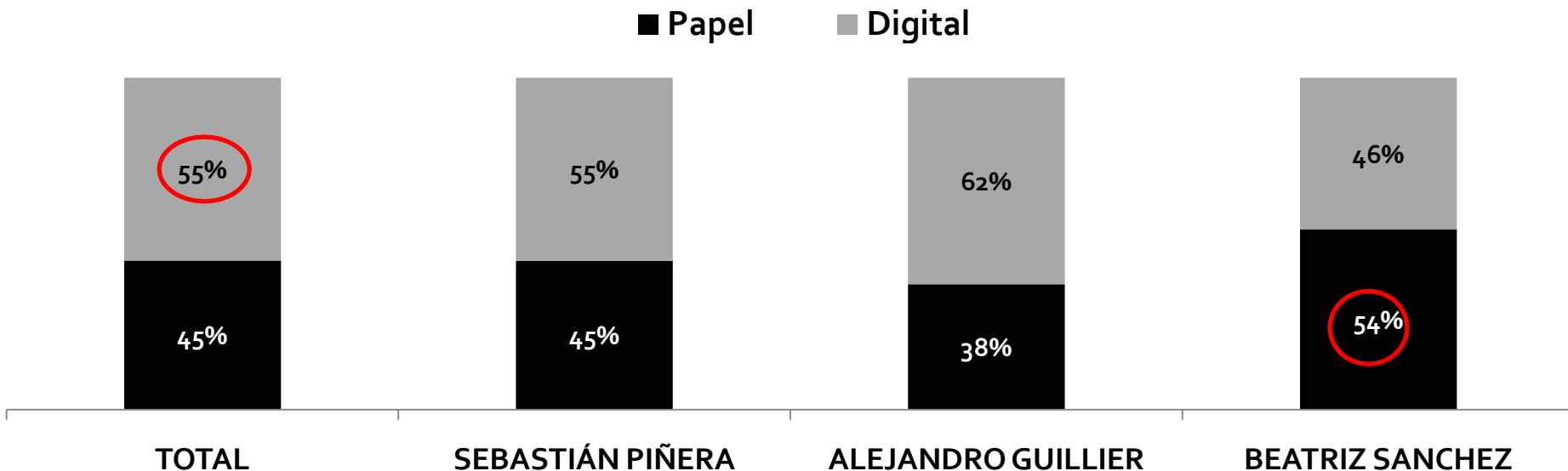
	TOTAL	SEBASTIÁN PIÑERA	ALEJANDRO GUILLIER	BEATRIZ SÁNCHEZ
El Mostrador.cl	133	80	32	21
La Tercera	111	59	22	30
El Mercurio	100	43	27	30
Emol.com	100	50	31	19
La tercera.cl	93	44	36	13
La Segunda	78	52	11	15
Biobio.cl	73	36	21	16
LUN	28	9	13	6
La Cuarta	5	4	0	1
TOTAL	721	377	193	151

Objetivos y Metodología	3
Cobertura. Presencia de Candidatos en Prensa Escrita	6
Emisores. Quienes Hablan de los Candidatos	12
Contenidos. Temas Asociados a los Candidatos	16
Posicionamiento. Orientación de los Contenidos y Framing	19
Conclusiones	24

EL CANDIDATO CON MAYOR COBERTURA ES SEBASTIÁN PIÑERA, CON UN 52% DE LAS NOTAS DE PRENSA. ESTO ES SEMEJANTE EN MEDIOS DIGITALES COMO EN FORMATO PAPEL.

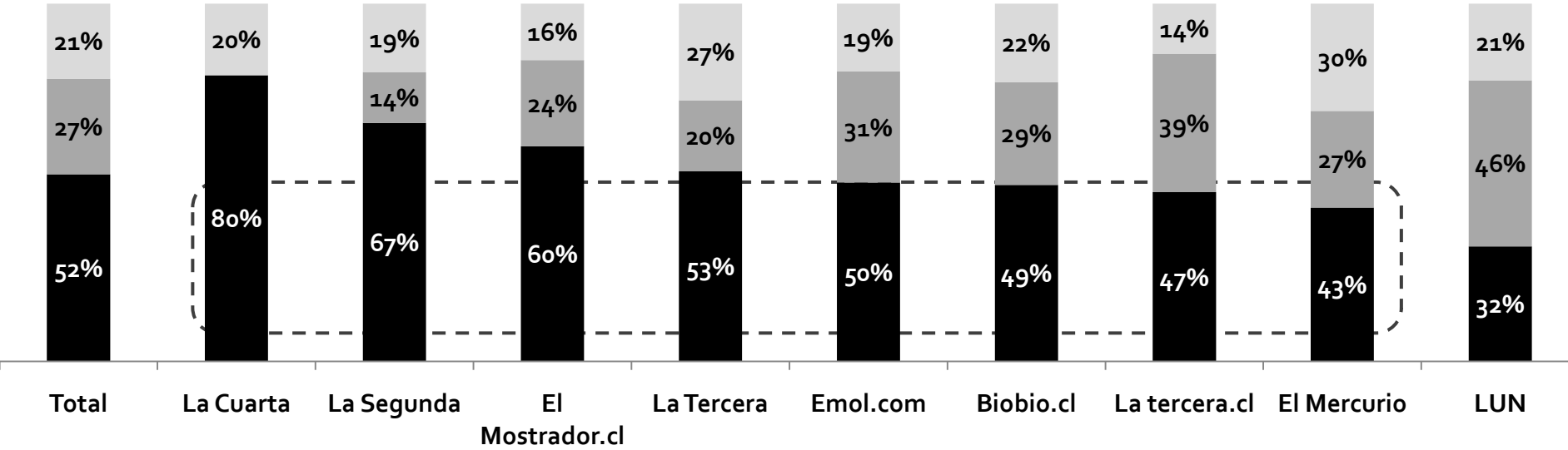


EN GENERAL LA MAYOR COBERTURA SE REALIZA EN MEDIOS DIGITALES. ES EN ELLOS DONDE SE ENCUENTRA LA MAYORÍA DE LAS NOTAS RELATIVAS A SEBASTIÁN PIÑERA Y ALEJANDRO GUILLIER. EN CAMBIO LA MAYOR COBERTURA DE BEATRIZ SÁNCHEZ SE REALIZA EN MEDIOS EN FORMATO PAPEL.



EN LA GRAN MAYORÍA DE LOS MEDIOS EL CANDIDATO CON MAYOR PRESENCIA ES SEBASTIÁN PIÑERA.

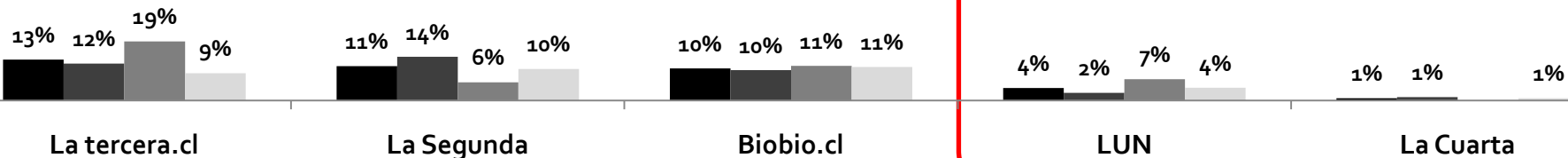
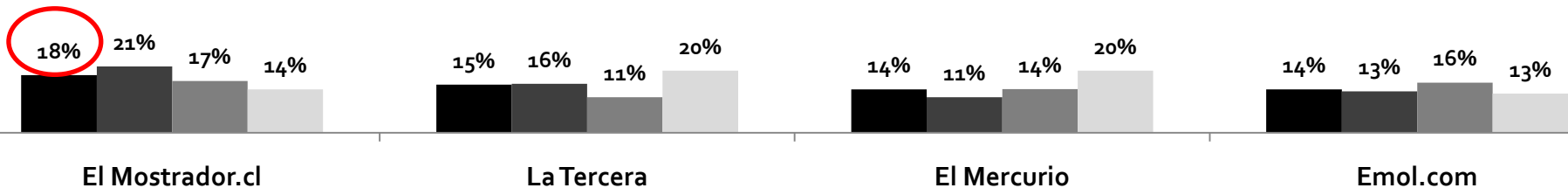
■ SEBASTIÁN PIÑERA ■ ALEJANDRO GUILLIER ■ BEATRIZ SANCHEZ



EL MEDIO CON MAYOR PRESENCIA DE NOTAS SOBRE LOS CANDIDATOS ES EL MOSTRADOR, SEGUIDO POR LA TERCERA Y EL MERCURIO. LA PRESENCIA SE ENCUENTRA FOCALIZADA EN MEDIOS DE NICHU O BIEN MASIVOS ORIENTADOS A SEGMENTOS ABC₁/C₂.

SE OBSERVA UNA MUY BAJA PRESENCIA DE LOS CANDIDATOS EN MEDIOS MASIVOS QUE APUNTEN A SEGMENTOS C₃D.

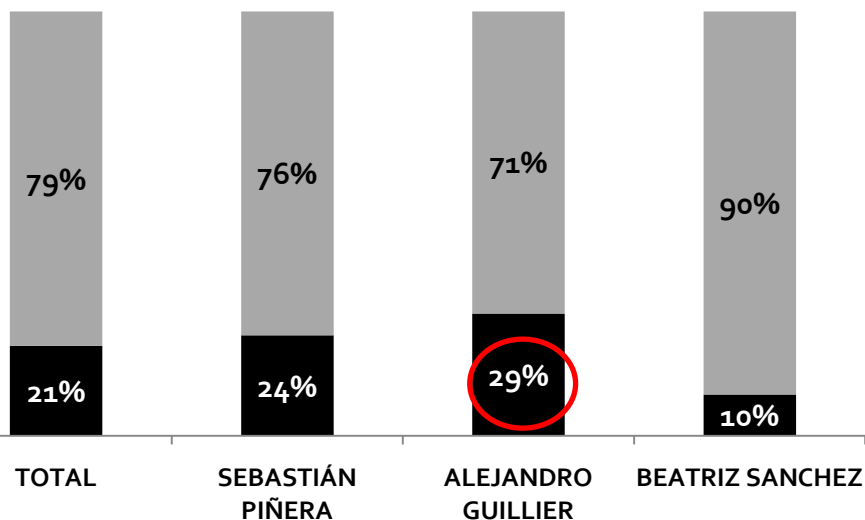
■ TOTAL ■ SEBASTIÁN PIÑERA ■ ALEJANDRO GUILLIER ■ BEATRIZ SANCHEZ



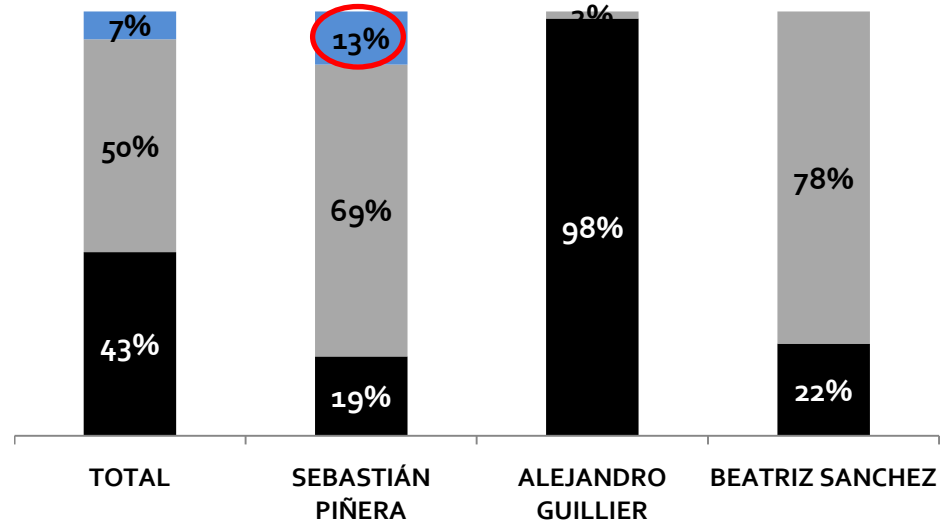
EN FORMATO PAPEL EL 21% DE LAS NOTAS TUVO PRESENCIA EN LA PORTADA DE LOS MEDIOS. CUANDO SE HABLA DE ALEJANDRO GUILLIER ESTO SUBE A 29%. BEATRIZ SÁNCHEZ HA TENIDO UNA BAJA PRESENCIA EN PORTADAS.

EN FORMATO DIGITAL EL 43% DE LAS NOTAS TUVO PRESENCIA EN LA HOME, ESTO SUBE A UN 98% EN EL CASO DE ALEJANDRO GUILLIER. SEBASTIÁN PIÑERA Y BEATRIZ SÁNCHEZ TIENDEN A SER TRATADOS EN SITIOS INTERIORES.

■ Portada ■ Interior



■ Home ■ Interior ■ Banner



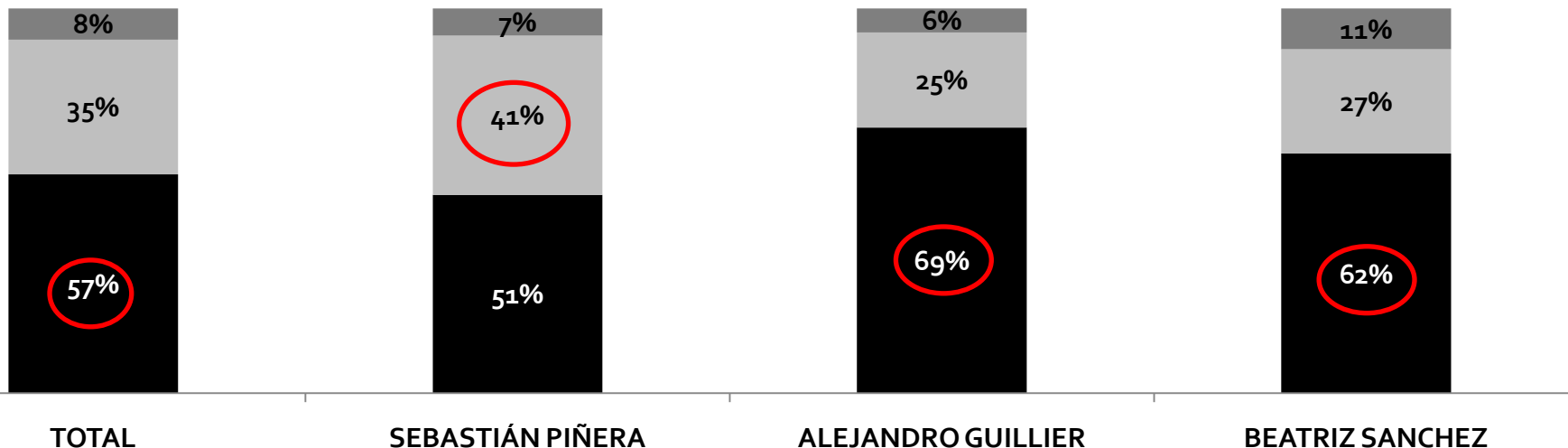
Objetivos y Metodología	3
Cobertura. Presencia de Candidatos en Prensa Escrita	6
Emisores. Quienes Hablan de los Candidatos	12
Contenidos. Temas Asociados a los Candidatos	16
Posicionamiento. Orientación de los Contenidos y Framing	19
Conclusiones	24

EN GENERAL EL PRINCIPAL PRODUCTOR DE CONTENIDOS ES EL MISMO CANDIDATO O ALGUNO DE SUS ADHERENTES.

CUANDO LA NOTA ES SOBRE BEATRIZ SÁNCHEZ O ALEJANDRO GUILLIER PREFERENTEMENTE HABLA EL MISMO CANDIDATO O ALGÚN ADHERENTE.

EN SEBASTIAN PIÑERA SE OBSERVA MAYOR PRESENCIA DE UN HABLA DE OPOSITORES.

■ EL CANDIDATO Y/O ADHERENTES ■ OPOSITORES ■ NEUTRALES



LOS PRINCIPALES PRODUCTORES DE CONTENIDO SON LOS CANDIDATOS, LOS PERIODISTAS Y LOS PARTIDOS POLITICOS.

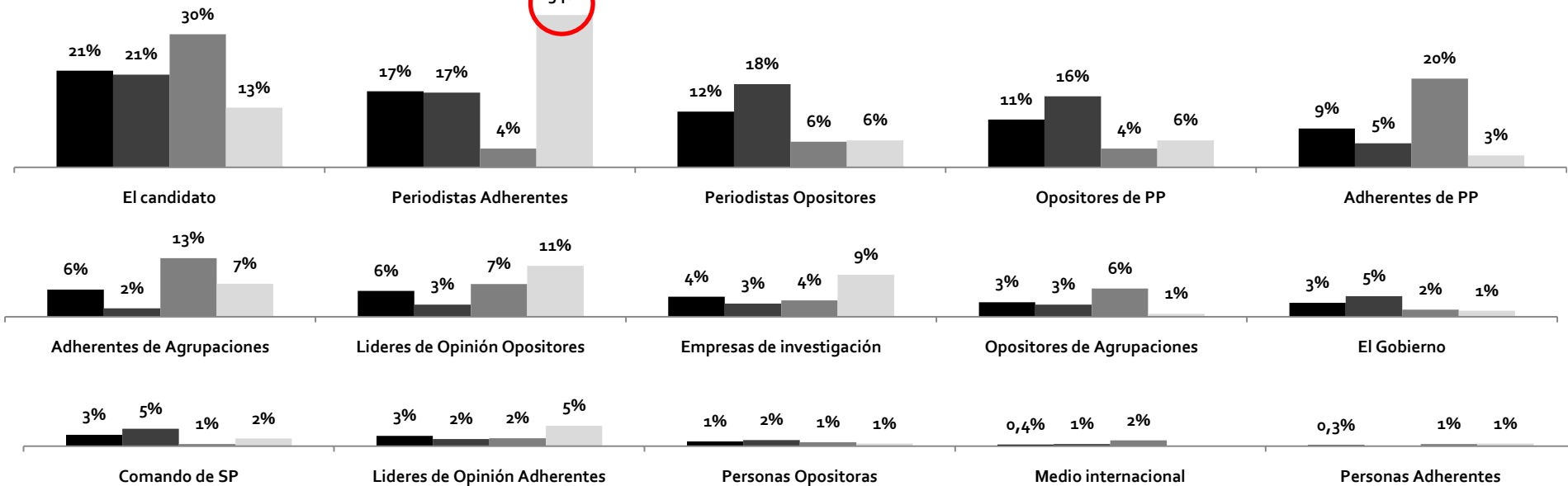
DE PIÑERA HABLA: ÉL MISMO, PERIODISTAS OPOSITORES, PERIODISTAS ADHERENTES Y OPOSITORES DE PARTIDOS POLITICOS.

DE GUILLIER HABLA: ÉL MISMO, ADHERENTES DE PARTIDOS POLITICOS, ADHERENTES DE AGRUPACIONES Y LIDERES OPOSITORES.

DE BEATRIZ SANCHEZ HABLA: PERIODISTAS ADHERENTES, ELLA MISMA, LÍDERES OPOSITORES, EMPRESAS DE INVESTIGACIÓN.

■ TOTAL ■ SEBASTIÁN PIÑERA ■ ALEJANDRO GUILLIER ■ BEATRIZ SANCHEZ

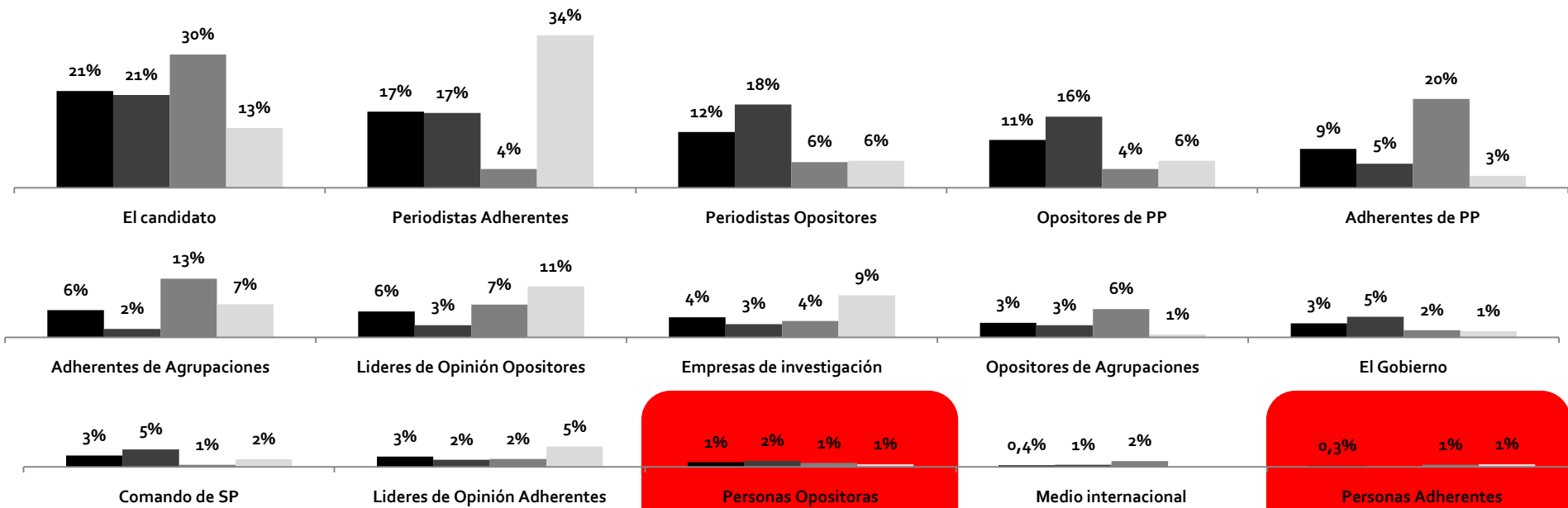
34%



ES UN HABLA INSTITUCIONALIZADA QUE SE PRODUCE PREFERENTEMENTE DESDE EL CANDIDATO, LOS MEDIOS Y LOS PARTIDOS.

SE OBSERVA AUSENCIA DE UN HABLA DESDE LAS PERSONAS. DESDE UN OTRO IGUAL A UNO.

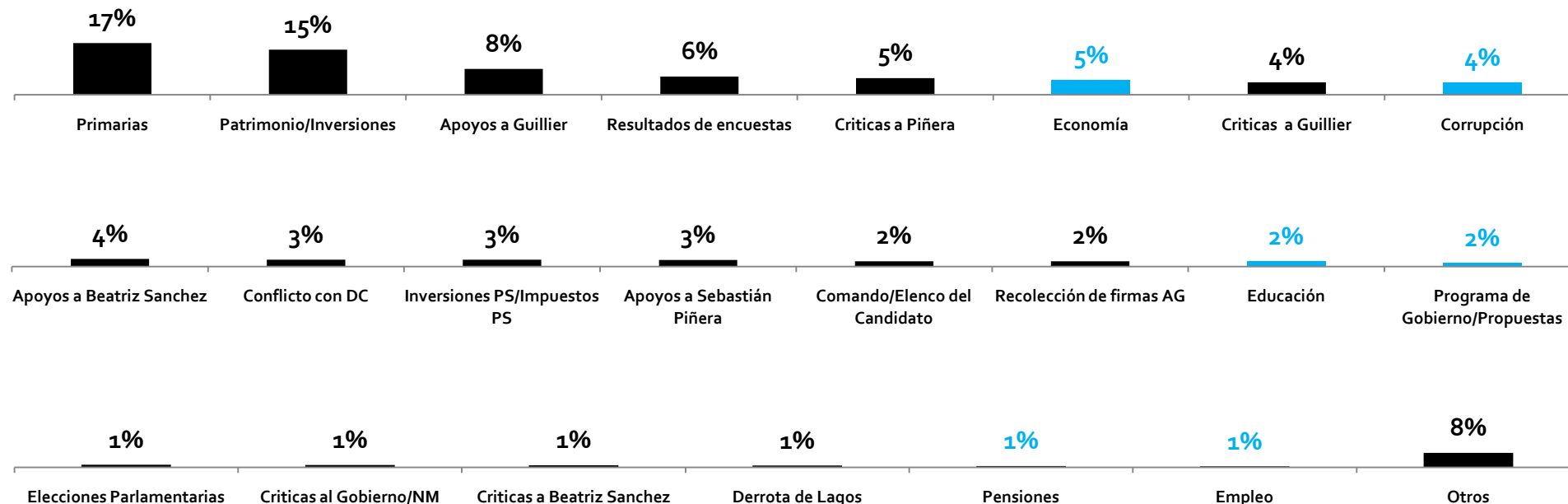
■ TOTAL ■ SEBASTIÁN PIÑERA ■ ALEJANDRO GUILLIER ■ BEATRIZ SANCHEZ



Objetivos y Metodología	3
Cobertura. Presencia de Candidatos en Prensa Escrita	6
Emisores. Quienes Hablan de los Candidatos	12
Contenidos. Temas Asociados a los Candidatos	16
Posicionamiento. Orientación de los Contenidos y Framing	19
Conclusiones	24

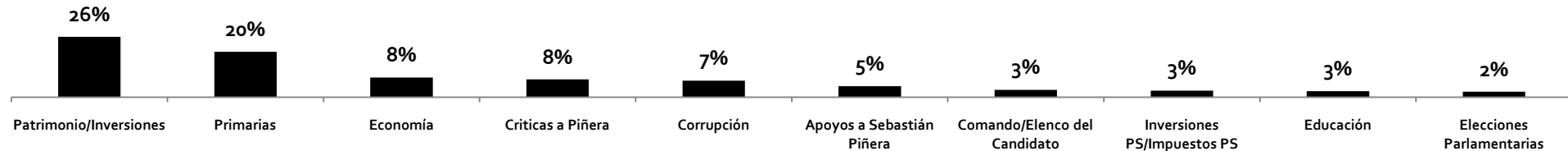
EN EL PERIODO ANALIZADO LOS PRINCIPALES TEMAS DE LA AGENDA MEDIAL ASOCIADA A LOS CANDIDATOS FUERON LAS PRIMARIAS, EL PATRIMONIO DE LOS CANDIDATOS, LAS MUESTRAS DE APOYO A LA CANDIDATURA DE GUILLIER Y LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS.

SE OBSERVA UNA MUY BAJA PRESENCIA DE TEMAS DE INTERÉS DE LA CLASE MEDIA.

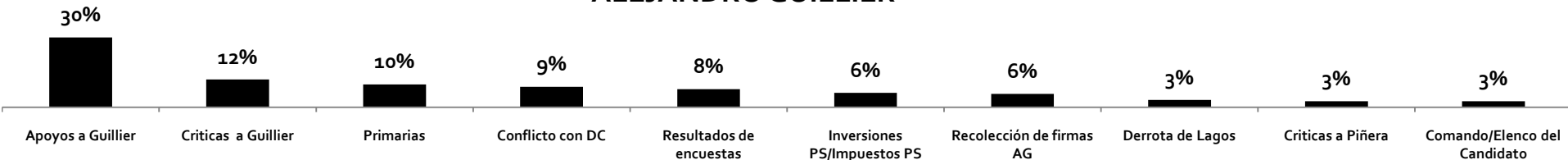


LAS CANDIDATURAS TIENDEN A HABLA DE SI MISMAS Y SUS TEMAS, SE OBSERVA UNA BAJA PRESENCIA DE TEMAS DE INTERÉS PÚBLICO O CLASE MEDIEROS EN TODAS LAS CANDIDATURAS.

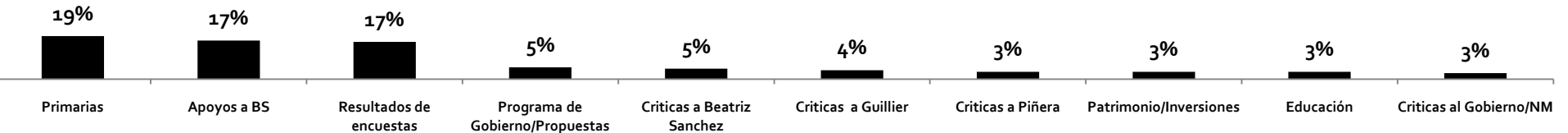
SEBASTIÁN PIÑERA



ALEJANDRO GUILLIER



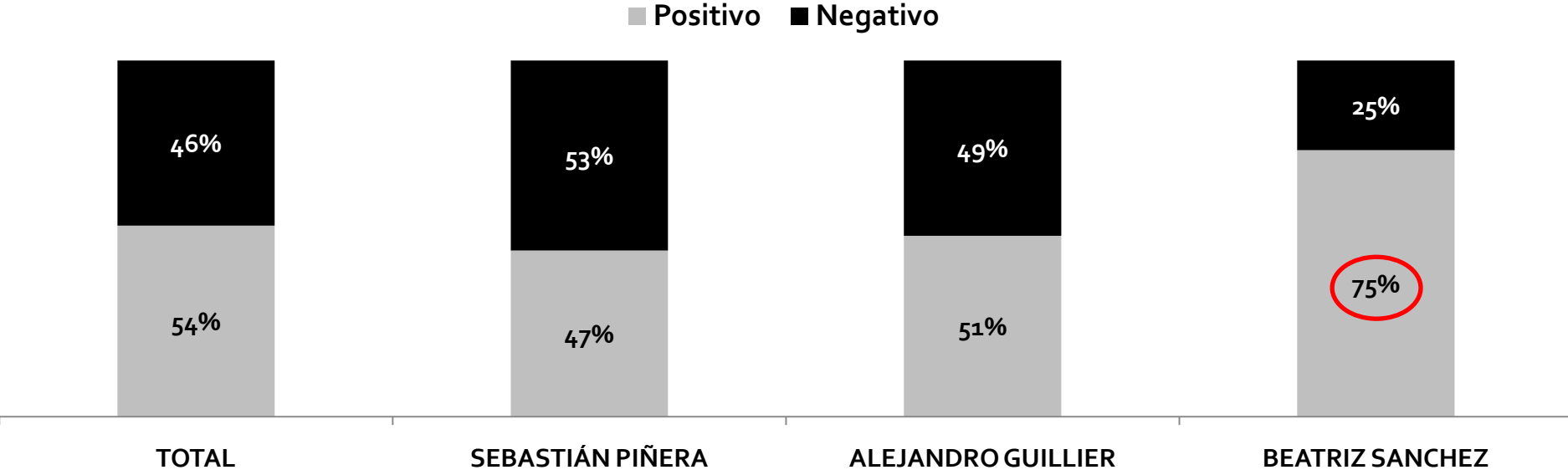
BEATRIZ SANCHEZ



Objetivos y Metodología	3
Cobertura. Presencia de Candidatos en Prensa Escrita	6
Emisores. Quienes Hablan de los Candidatos	12
Contenidos. Temas Asociados a los Candidatos	16
Posicionamiento. Orientación de los Contenidos y Framing	19
Conclusiones	24

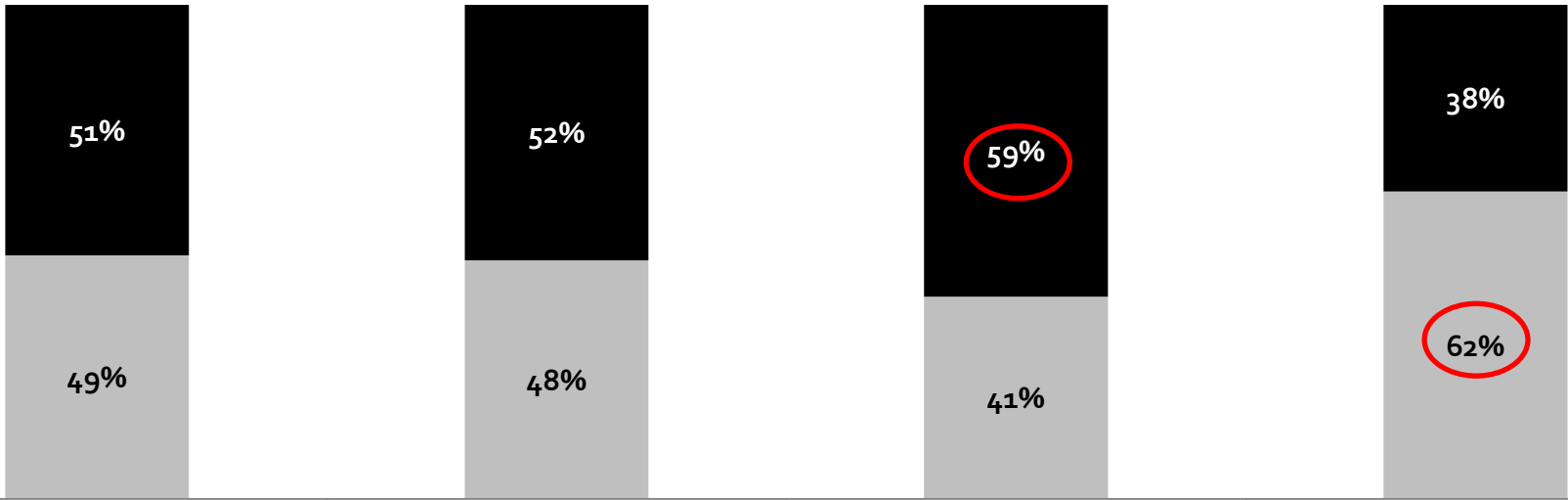
LA ORIENTACIÓN, CARGA INTERPRETATIVA DE LOS CONTENIDOS ASOCIADOS A LOS CANDIDATOS, ES SEMEJANTE ENTRE SEBASTIÁN PIÑERA Y ALEJANDRO GUILLIER.

EN CAMBIO LA CARGA INTERPRETATIVA ASOCIADA A LA CANDIDATA BEATRIZ SÁNCHEZ ES EN LA GRAN MAYORÍA DE LOS CASOS POSITIVA.



EL FRAMING, ENCUADRE/CONTEXTO DENTRO DEL CUAL SE ENCUENTRA LA NOTA QUE HABLA DE LOS CANDIDATOS ES EQUILIBRADO PARA SEBASTIÁN PIÑERA. MAYORITARIAMENTE POSITIVO CUANDO SE HABLA DE BEATRIZ SÁNCHEZ Y MAYORITARIAMENTE NEGATIVO PARA ALEJANDRO GUILLIER.

■ Positivo ■ Negativo



TOTAL

SEBASTIÁN PIÑERA

ALEJANDRO GUILLIER

BEATRIZ SANCHEZ

EJEMPLOS DE FRAMING BEATRIZ SÁNCHEZ

Beatriz Sánchez: "Esto en serio. Tenemos ideas concretas para cambiar el estado"

por EL MOSTRADOR | 10 abril, 2017



postgrado MAYOR

A thumbnail for an article titled 'postgrado MAYOR' showing two men in suits talking. Below it is a 'MAS INFORMACION' button.

MÁS INFORMACIÓN

Videos

Diputados del Frente Amplio desmarcan candidatura de Beatriz Sánchez del movimiento estudiantil

Giorgio Jackson y Gabriel Boric aseguraron que la movilización tiene "absoluta autonomía" respecto de la postulación de la periodista. Además, llamaron a rechazar la reforma a la educación superior, que se vota hoy.

11 de Abril de 2017 | 07:14 | Emol



33

RECOMENDADOS DEL EDITOR

A thumbnail for an article titled 'CÓNDOR' featuring a condor.

CÓNDOR: Todo lo que debes saber sobre el emperador de los Andes

A thumbnail for an article titled 'ELECCIONES' showing a group of people.

ELECCIONES. Cronograma de primarias donde no estará la N

Nacional

Lunes 10 abril de 2017 | Publicado a las 08:56

Cadem: Beatriz Sánchez aumenta apoyo y se ubica tercera detrás de Piñera y Guillier



ARCHIVO | Francisco Flores | Agencia UNO

Beatriz Sánchez apunta a conquistar a los desencantados: "Nuestro interés está puesto en la gente que no vota"

por EL MOSTRADOR | 23 abril, 2017



postgrado MAYOR

A thumbnail for an article titled 'postgrado MAYOR' showing two men in suits talking. Below it is a 'MAS INFORMACION' button.

MÁS INFORMACIÓN

Gracias a Visa, v en Uber te lleva a

EJEMPLOS DE FRAMING ALEJANDRO GUILLIER

Guillier y favoritismo de Piñera: "Es un castigo a las dificultades en la gestión de Bachelet"

Autor: [La Tercera](#)

El candidato presidencial conversó con el diario español El País, y aseguró que lo que la gente ve en él es que no está "contaminado con la corrupción política".



Comando de Goic califica de "desafortunados" los dichos de Guillier y lo llama a la "prudencia"

Autor: [El Álvarez](#)

El abanderado presidencial del PR y el PS asegura que "hay que ponerse en el lugar de la DC" y a "darles señales de cariño".



PC se acerca a Guillier tras bajada de Lagos y asegura que "ya es muy difícil" que se hagan primarias

El presidente del partido, Guillermo Teillier, explicó que el abanderado radical "es la persona con la cual nosotros tenemos más cercanía".

18 de Abril de 2017 | 14:10 | Por Felipe Vergara, Emol



Guillermo Teillier, presidente del PC.

Guillier por renuncia de Lagos: "Valoro su aporte a la historia del progresismo chileno"

El ex Presidente se bajó de la carrera a La Moneda luego de que el Partido Socialista optara por respaldar la candidatura del senador independiente.

18 de Abril de 2017 | 13:10 | CNN



La Segunda (archivos)



RECOMENDADOS DEL EDITOR



CONDOR: Todo lo que debes saber sobre el emperador de los Andes



ELECCIONES: Cronograma de las primarias donde no estará la NM

NOTICIAS MÁS COMENTADAS



CONDOR: Todo lo que debes saber sobre el emperador de los Andes



NOTICIAS MÁS COMENTADAS

Objetivos y Metodología	3
Cobertura. Presencia de Candidatos en Prensa Escrita	6
Emisores. Quienes Hablan de los Candidatos	12
Contenidos. Temas Asociados a los Candidatos	16
Posicionamiento. Orientación de los Contenidos y Framing	19
Conclusiones	24

CONCLUSIONES. PRESENCIA DE LOS CANDIDATOS EN LA PRENSA ESCRITA

1.- En general se observa una mayor cobertura de las candidaturas en formatos digitales, en medios de nicho o bien masivos orientados a segmentos ABC₁C₂. Es notoria la baja presencia de los candidatos en medios masivos escritos orientados a segmentos C₃/D, clase media popular. Por los medios utilizados es posible constatar que las candidaturas analizadas le están hablando preferentemente a las elites, dejando en segundo plano la comunicación con los segmentos poblacionales que aportan el mayor caudal de electores. Esto constituye un problema y también una oportunidad para el rediseño de las estrategias de comunicación de las candidaturas.

CONCLUSIONES. EMISORES.

2.- Los principales productores de contenidos, para las diversas candidaturas analizadas son los mismos candidatos, los periodistas que escriben a favor o en contra y los miembros de partidos políticos. Estos tres actores congregan alrededor del 70% de lo que se dice de los candidatos. Es notoria la ausencia de personas. Se dice representar a los ciudadanos, a las audiencias y electores; sin embargo, los ciudadanos, las audiencias y los electores no se encuentran presentes en la cobertura medial de los candidatos. Lo que opinan las personas, sus motivaciones de adhesión o rechazo a una candidatura solo constituyen el 1,3% de la cobertura. Esto también constituye una oportunidad para el rediseño de las estrategias de comunicación, ya que en un contexto de baja credibilidad de la política, las personas son una fuente confiable para los electores.

CONCLUSIONES. TEMAS Y CONTENIDOS.

3.- Los principales temas que fueron abordados por las candidaturas en el periodo analizado fueron las elecciones primarias de cada sector, el patrimonio e inversiones de los candidatos, las diversas muestras de apoyo que recibieron y los resultados de las encuestas. Estos cuatro temas congregaron poco más del 50% de las notas de prensa. Lo llamativo es la baja presencia de temas de interés “clase mediero”, los temas que son de interés para los electores y que permiten que los ciudadanos tomen una decisión política con mayor información tienen una muy baja cobertura. Las diversas candidaturas no se están preocupando de hablar de aquello que a la población le importa, ausencia de temas ligados al empleo, pensiones, salud, educación, programas de gobierno, corrupción, de todo esto se habla de un modo menor.

udp Escuela de Publicidad

FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LETRAS

Contacto:

Gabriel.argel@udp.cl