

C E R C - D I A G N O S

EL PAPEL DE LA TV

EN LA CAMPAÑA OFICIALISTA

- MAYO 1988 -

Santiago de Chile - Bandera 537, oficina 45 - fonos: 6967103
6989745

251 01

PRESENTACION

Entregamos aquí el primer informe del estudio que estamos realizando sobre el papel de la televisión en la campaña del Plebiscito y como ésta beneficia al Gobierno. El análisis se ha centrado en los noticieros de los Canales 7 - 11 y 13.

La investigación forma parte de un proyecto conjunto CERC-DIAGNOS y ha estado a cargo de un equipo multidisciplinario, bajo la coordinación de DIAGNOS.

Estimamos que los antecedentes aquí entregados son ilustrativos de cómo está siendo usada la TV en beneficio del Gobierno, y más específicamente de la campaña presidencial del General Pinochet.

Incluimos algunas recomendaciones para contrarrestar los efectos de la campaña oficialista.

Para el presente trabajo se ha estudiado minuciosamente tres tipos de programas directamente vinculados con la contingencia política y en donde el régimen manifiestamente ha optado por influir en ellos en su propio beneficio para la campaña del Plebiscito. Este examen muestra un claro beneficio en favor del Gobierno de los programas noticiosos de los tres grandes canales más importantes: 7, 11 y 13. El estudio se ha limitado al mes de Abril del presente año (*).

Para tener una visión más amplia del papel de la TV en la campaña del plebiscito, será necesario analizar otros programas, por ejemplo, los foros televisivos, pues en ellos se ponen de manifiesto las diferentes opciones políticas del oficialismo ante el Plebiscito.

Es notorio que estas opciones políticas también se encuentran presentes en los noticieros que acá son estudiados.

(*). Esta investigación también incluye un examen de los spots propagandísticos inscritos en la Campaña conocida como "Somos Millopes". El presente informe no abarca este estudio.

DESCRIPCION METODOLOGICA

El corpus analizado ha requerido una serie de procedimientos que posibiliten su estudio posterior. Todo el material ha sido grabado en cintas de media pulgada VHS (imagen y sonido): también se ha grabado el sonido de estos programas en cassette de sonido para su posterior transcripción.

Dado que el volumen de la información es extraordinariamente grande, ha sido necesario seleccionar una muestra que corresponde al 30% del total grabado; ella es una muestra aleatoria, aunque privilegia los días de la semana con mayor carga noticiosa (segunda mitad de la semana).

El material grabado es examinado detenidamente para tener un cronometraje preciso, que permita hacer un análisis cuantitativo expresado en porcentajes, sobre la base del tiempo total del noticiero, el cual está expresado en segundos.

Para realizar el análisis del noticiero hemos diseñado una tipología de contenidos con el fin de determinar la presencia de la propaganda directa, la propaganda indirecta, tipos de noticias, la presencia oficialista versus la presencia de la oposición, un seguimiento a los personajes claves, etc.

El análisis cualitativo, por su parte, se ha concentrado en una observación de los recursos técnicos y formales utilizado en los discursos periodístico-televisivos y en un análisis semántico-ideológico, tanto de los textos literarios, como de la relación de éstos con la imagen.

El estudio permite cruzar los datos para comparar los Canales entre sí y con respecto a las distintas categorías establecidas. De esta manera se pueden obtener inferencias significativas respecto a las características de la estratégica propagandística del régimen.

Como supuesto teórico básico, conviene explicitar que se está trabajando con categorías propias de la propaganda política. Partimos de la base que se utiliza un discurso televisivo relativamente planificado, orientado a fines preestablecidos de captación de audiencia en favor de una posición política muy precisa, y que se propone permanentemente, por lo tanto, destacar las virtudes de los intereses políticos y económicos que representa y en descalificar a sus adversarios y/o enemigos utilizando diferentes recursos retóricos e imágenes.

Hay una propaganda directa caracterizada porque los contenidos están explícitamente orientados en favor de la campaña del SI. En este caso hablamos de un discurso denotado.

La propaganda indirecta, por el contrario, es aquella en que el discurso es indirecto, connotado, de manera que los contenidos se den de una manera tal que se haga una asociación automática con la campaña del SI. Un ejemplo concreto de este tipo de propaganda es la noticia internacional, que es trabajada sistemáticamente en los tres canales para que el televidente asocie las imágenes recibidas produciendo un contraste entre un Chile en orden, paz y progreso, por un lado, y una situación generalizada de caos, inseguridad y crisis económica y política de los países democráticos, especialmente, los vecinos, como Argentina y Perú.

PRINCIPALES RESULTADOS

Según los cuadros adjuntos, tenemos:

1. Canal 7 tiene un porcentaje de un 24,83% de propaganda directa diaria en el noticiero; el Canal 11 un 18,76% y el Canal 13 un 15,54%.
2. La propaganda indirecta en porcentajes diarios, dentro del noticiero es: Canal 7 = 27,36%; Canal 11 = 34,96% y Canal 13 = 34,69%.
3. Por lo tanto, la propaganda favorable al régimen en cada uno de los noticieros es diariamente superior al 50% (Canal 7 = 52,19%; Canal 11 = 53,72% y Canal 13 = 50,23%).
4. La oposición en cambio tiene una presencia mínima en los noticieros estudiados, bajo las mismas condiciones: Canal 7 = 0,4%; Canal 11 = 1,24% y Canal 13 = 3,09%.
5. La noticia internacional, que también es utilizada como recurso propagandístico indirecto en favor del régimen, posee una presencia significativa diariamente:

Canal 7 =	19,81%
Canal 11 =	15,61%
Canal 13 =	19,32%
6. Las noticias propiamente tales que se refieren a crónica, y a crónica policial en especial, poseen un índice irrelevante en los noticieros aludidos en relación con la propaganda:

Canal 7 =	4,71%
Canal 11 =	7,97%
Canal 13 =	5,76%

7. La Iglesia como frente noticioso posee también una presencia poco significativa en los noticieros diariamente:

Canal 7 = 2,22%

Canal 11= 1,93%

Canal 13= 7,14%

8. Las noticias vinculadas con eventos culturales, como exposiciones, presentaciones de libros, ópera y ballet, etc., prácticamente existen en niveles mínimos: 1,3% en el Canal 7 y 0,28% en el Canal 11.

9. Las noticias relativas al mundo del espectáculo, concretamente cine y teatro, aparecen con un porcentaje mayor al de los eventos culturales, sin que adquieran, sin embargo, un carácter significativo:

Canal 7 = 4,36%

Canal 11= 6,62%

Canal 13= 2,41%

10. Las noticias deportivas sí poseen un índice importante de presencia cotidiana en los noticieros. De hecho, constituyen el cuarto ítem de importancia considerando el porcentaje de tiempo asignado a él:

Canal 7 = 14,94%

Canal 11= 12,57%

Canal 13= 11,97%

11. Los personajes claves con mayor presencia en los noticieros también evidencian la notable hegemonía de la propaganda oficialista. Por de pronto, el personaje con mayor presencia en los canales es Pinochet:

Canal 7 = 7,2%

Canal 11= 4,12%

Canal 13= 3,4%

12. El segundo personaje en importancia "noticiosa", considerando el promedio diario de presencia, es Orlando Poblete, aún cuando está bastante distante de Pinochet:

Canal 7 = 2,96%

Canal 11= 1,3%

Canal 13= 0,75%

13. En el Canal 7, que según los antecedentes de este estudio aparece como el medio de comunicación más adscrito a la propaganda oficialista, Lucía Hiriart posee un porcentaje muy similar de presencia cotidiana que el de Orlando Poblete (2,63%).
14. Llama la atención, sin embargo, que los miembros de la Junta, especialmente Merino y Stange, poseen una presencia levemente superior en el Canal 13 que en el Canal 7 (Canal 7 0,91% y Canal 13 1,16%).
15. Los Ministros Poduje, Guzmán, Siebert y Márquez de la Plata son los que poseen mayor presencia cotidiana en los noticieros (ver cuadro 4)
16. Otro personaje que posee una presencia cotidiana bastante regular y relativamente significativa es el Fiscal Fernando Torres (ver cuadro 4).
17. La oposición, a nivel de personajes posee una presencia irrelevante en el Canal 7 (0,21%) y en el Canal 11 (0,22%); Sin embargo, en el Canal 13 el índice de presencia cotidiana es mucho mayor (3,05%).
18. En total, los personajes oficialistas poseen una presencia muy importante diariamente en el Canal 7 (20,7%), y una menor presencia en el Canal 11 (12,27%) y en el Canal 13 (9,62%).

El análisis de la propaganda televisiva del régimen a nivel cualitativo evidencia las siguientes características:

1. Por antecedentes provenientes de los estudios de "rating" siempre se ha considerado que el noticiero de mayor sintonía y de mayor calidad es el de Canal 13 (una conjetura importante al respecto y que circula en el ámbito de los medios de comunicación y también a nivel político, es que este noticiero poseería una mayor autonomía respecto del régimen y además un mayor equipo de profesionales que lo realizan).

Para el inicio de este año 88, el Canal 7 ha desplegado toda una inversión y un esfuerzo por elevar su nivel de competitividad respecto del Canal 13 y tener una mayor sintonía.

Por una parte, ha incorporado una mayor tecnología en la producción del noticiero utilizando sistemas de microondas, con corresponsales en distintos sectores noticiosos locales e internacionales, de manera de proporcionar informaciones "en vivo y en directo" desde las propias fuentes noticiosas. Esto aumenta la credibilidad y agilidad de los programas. Además, en el propio estudio donde se presenta el noticiero se hace un uso ostentoso de recursos técnicos, connotando con ello una imagen de profesionalismo y eficiencia técnica. Lo anterior se ha visto enriquecido de manera significativa por la presencia de conductores de programas que poseen un reconocimiento popular y credibilidad (César Antonio Santis y Guillermo Vivado).

El tratamiento formal de las noticias por parte de estos personajes conlleva la táctica de asimilarlos a la Campaña del SI. También hay que consignar la presencia de comentaristas en las áreas de economía, política internacional, espectáculo, fútbol y política nacional. Esto, en los Canales 7 y 11, que no poseían esta modalidad de periodismo.

2. En los tres canales, pero con mayor acento en el Canal 7, el noticiero se ha organizado de manera tal que cotidianamente la Campaña de Pinochet constituye una noticia privilegiada.

La presencia pública de Pinochet-Candidato es normalmente de civil. El uniforme lo usa sólo para eventos con los militares.

Normalmente, inaugura o celebra algo (lo que liga esta campaña con la idea de que éste es un gobierno de obras).

La presencia de Pinochet siempre implica toda una puesta en escena: Siempre él aparece rodeado de gente que lo aplaude, con gestos triunfalistas y con anécdotas mostradas manifiestamente en el programa, en que aparece Pinochet saludando a niños o madres de escasos recursos, etc.

El discurso que pronuncia es difundido directamente, en forma extensa, considerando que se trata de un formato periodístico televisivo. Se mezcla con párrafos del texto "en off", con imágenes en que Pinochet aparece planteando los puntos más relevantes de su discurso.

También se constituye como "noticia" un discurso panegirista de alguna pobladora o "dirigente" poblacional, etc. Se pone en especial relieve en las alabanzas a Pinochet y en el apoyo al "SI".

Normalmente, el programa se edita sobre la base del uso de 3 cámaras de televisión (un verdadero estudio de televisión acompaña al Candidato), de manera de registrar simultáneamente distintas informaciones que posibiliten una edición más completa de la jornada.

Existe normalmente también otro discurso pronunciado por un funcionario de Gobierno (ministro o autoridad de la región, intendente, alcalde, etc.)

Durante el mes de abril, prácticamente se desarrolló un evento de esta naturaleza cada semana, con todo el despliegue referido; sin embargo, es necesario señalar también que Pinochet aparece en pantalla con un promedio diario significativo.

3. La propaganda del régimen es manifiesta a nivel de los noticieros de televisión. El recurso básico es el de hacer propaganda bajo el formato periodístico, como una manera de ocultarla, apelando a la "objetividad" periodística: Bajo la apariencia de querer informar sobre lo que está ocurriendo en el país, se desarrolla toda una estrategia propagandística en favor del régimen de apoyo a Pinochet - Candidato.
4. Otra modalidad más específica que se utiliza sobre todo en el Canal 7 es la de tratar la noticia internacional como una forma de propaganda para el régimen. El mecanismo consiste en oponer una imagen de orden, de seguridad, de estabilidad y de progreso para nuestro país, al caos y a la crisis económica de los demás países, especialmente Argentina, Colombia y Perú. Se explota también el terrorismo internacional y el clima de violencia y de conflicto que hay en varias naciones : Panamá, Colombia, por ejemplo.

La idea es evidenciar que Chile está bien en relación con lo mal que están los demás países (Juego de oposición).

En el caso de Argentina, especialmente, se envía un corresponsal para que informe de las huelgas, los conflictos socioeconómicos de manera de asociar la imagen de la democracia argentina con inseguridad, violencia, crisis económica y crisis de poder, etc.

5. El discurso propagandístico oficialista se asienta en un juego maniqueo de dicotomías, según las cuales la imagen del régimen se asimila a cierta terminología.

LENGUAJE DE AUTORREFERENCIA POSITIVA

Gran obra	histórica	trascendental
acto soberano	senda	libertad
progreso	pueblo	proyectar
Macisa obra	consolidar	vanguardia
auténtico	marcha	democracia
plena	nuestra patria	presente
futuro	luchar	progresar
crecer	mejorar	vital
realizaciones	avasalladora	inclaudicable
participar	garantes	orden institucional
nacionalidad	identidad	valores
civilidad	exitosa	inaugurar
desocupación	satisfacción	propia
standard	decentemente	terrenos
patria	vamos	hemos
familias	terminar	beneficios
sistema	vigencia	opción SI
senda	oportunidad	inmenso
subsidios	optimizando	igualdad
vivienda	solución	logros
confianza	cívico	soberano
incrementes	vigoroso	robustecimiento

Estos términos se repiten en relación directa con la frecuencia de aparición de personajes claves adictos al gobierno.

Como contraparte de esta imagen, a la oposición en su conjunto se la trata de reducir en lo fundamental a la imagen de los regímenes políticos del pasado, que se vincula con una serie de ideas relativas al caos, inseguridad, etc.

socavar	recordemos	camaleones
pelearán	partidos	volver
intervención	enemigos	gente
caos	descaro	dirigentes
demagógica	vacío	promesas
desmerecimiento	delincuencia	incitar
negación	destruir	saturarse
violencia	desorden	antidemocrático
proselitismo	senda	indefiniciones
omisiones	totalitarismo	pobreza
maleantes	aquellos	triste pasado
incertidumbre	politiquería	amenazas
totalitarismo	marxista	mentir
revertir	fraude	oposición
volver	silencio	soledad
problemas	promesas	imposibles
demagogos	engañar	desvirtuar
irresponsables	demo-marxista	descalificar
empeñados	rupturistas	desafiante
maniobra	desconfianza	menoscabar
desconocimiento	confundir	falaz
atacar	ideológicos	revancha
odiosidad		

Pero además, esta propaganda cualifica a la opinión pública a quién se dirige esta campaña. Para el régimen, ellos constituyen:

Mayoría	gobernados	mis amigos
abandonados	señores	ustedes
pobreza	trabajadores	todos
mundo	daremos	conciudadanos

6. Las fuentes noticiosas son mayoritariamente oficialistas en contrapartida a la cobertura que se le da a la oposición.

En general, en los tres canales las fuentes noticiosas de oposición (líderes de oposición) aparecen muy poco tiempo en pantalla, aún cuando sean entrevistados; y su discurso normalmente es expuesto "en off" por el periodista, como una manera de ocultar y relativizar sus planteamientos. En cambio, los representantes del oficialismo no sólo aparecen mucho más tiempo en pantalla, sino que además aparecen enunciando directamente sus planteamientos, especialmente los más importantes. En este caso, el periodista no regula ni controla el discurso del entrevistado, más bien facilita su despliegue.

7. La estrategia propagandística a nivel televisivo se articula en torno de dos ejes: La imagen de un gobierno de obras y la imagen de un gobierno que da seguridad y estabilidad

El primero es tematizado en varias formas.

- a) La inauguración de un puente, un camino, una población y en la cual aparece directamente Pinochet. Los discursos pronunciados refuerzan esta imagen a través de la presentación de cifras y estadísticas.
- b) La transformación de una noticia típicamente vinculada a una idea de destrucción y de problema social. El contenido periodístico se manifiesta con la presentación de informes técnicos oficiales que ponen de relieve las "obras" de este gobierno. Ejemplo: Incendios forestales en el Sur y en donde aparecen posibles inculpados oficialistas, por negligencia funcionaria. Este hecho se utiliza como recurso para difundir datos estadísticos que hablan del incremento de las exportaciones en esta área.
- c) Permanentemente los ministros de Economía, Minería, Hacienda, etc., convocan a conferencias de prensa para informar de diferentes políticas y programas que están desarrollando, para lo cual utilizan cifras y cuadros estadísticos que evidencien una imagen de progreso y desarrollo. En este caso, se podría decir que se inventan noticias.

El otro eje, referido a la imagen de seguridad y estabilidad es tratado básicamente, a través de los siguientes mecanismos:

- a) A través de los discursos de los personeros del régimen, en donde se cualifica de manera discriminatoria a los líderes de la oposición y a los partidos políticos con nociones vinculadas con caos, violencia, atentados, muertes de carabineros, etc.
- b) Se utilizan permanentemente como pretexto de descalificación de la oposición. En este caso, siempre la víctima se transforma en 'héroe nacional' y el sepelio se constituye en un evento noticioso importante dentro del noticiero.
- c) En los actos de inauguración, como la entrega de casas, en una población, por ejemplo, se utilizan recursos dramáticos, como la música de fondo que acompaña a la noticia, el despliegue de pañuelos y banderas por los pobladores, etc., para producir una imagen de alegría y tranquilidad.

Los pobladores que agradecen oponen el bien recibido en el presente a lo mal que han estado en el pasado: "Este Gobierno me dio casa, los anteriores no".

- 1.- La línea de acción del régimen de Pinochet en materia de comunicación social se basa en el criterio de que los ciudadanos son manipulables y que, por tanto, el problema es emplear la técnica apropiada para conseguirlo. Su estilo de utilización de la televisión lo confirma plenamente.
- 2.- Su punto de partida es la desconfianza hacia la gente, el temor a que llegue a saber más de la cuenta, por lo cual estima vital poner cortapisas a la libre circulación de la información y las ideas.
- 3.- Al régimen militar no le preocupa que la población esté debidamente informada, para que actúe con suficientes elementos de juicio. No le interesa que los chilenos conozcan verdaderamente lo que ocurre en el país. La faena de ocultamiento de la realidad nacional es un elemento clave de su estrategia informativa.
- 4.- La manipulación de los noticieros de la televisión está orientada a divulgar una especie de parodia de Chile, una representación artificial, con ceremonias oficiales todos los días, actividad ininterrumpida de ministros y funcionarios, omnipotencia del líder, imágenes que den la sensación de un gobierno que hace muchas cosas.
- 5.- La pauta que sigue en particular el noticiero de Televisión Nacional se dirige a poner de relieve la figura de Augusto Pinochet y a resaltar las obras del gobierno (actos con Poduje, Siebert, Márquez de la Plata, Guzmán, etc.)
- 6.- La imagen de Pinochet que se trata de proyectar es la de un 'líder nacional' por encima de grupos o partidos, y que se expresa en:
 - a) Pinochet-Militar: cuando participa en reuniones con militares viste de uniforme, habla como Comandante en Jefe y se encarga de mostrarle al país que él cuenta con la fuerza.
 - b) Pinochet-Civil: viste de terno, habla de los problemas del país en reuniones con gente diversa, y pone en evidencia que él se preocupa de buscar soluciones concretas a los problemas

- c) Pinochet-Gobierno: se busca la identificación absoluta del Presidente y el Gobierno. Sus viajes a diversos lugares tratan de crear la impresión de que Pinochet domina todo el escenario, conoce todo lo que el país necesita. Es la imagen del líder que "vá a terreno y toma las decisiones".
- 7.- La manipulación informativa se orienta sobre todo a crear incertidumbre respecto de lo que representaría un cambio político en el país, tratando de transmitir la idea de que el orden y la paz sólo están garantizados con este gobierno.
- 8.- El registro del vocabulario empleado por el régimen merece ser estudiado en particular. Las dictaduras poseen, por así decirlo, su propio sistema semántico, es decir, un tipo de lenguaje adaptado a sus fines. Podría decirse que para terminar con ellas, la primera tarea es desmontar ese sistema de falsos significados, restablecer el verdadero sentido de las palabras. La propaganda del SI intenta incluso apropiarse de la palabra 'democracia' para confundir a los sectores menos politizados, o acusa de 'demagogia' a los opositores. Bastaría explicar bien qué es la democracia y qué es la demagogia para desbaratar el juego.

SUGERENCIAS A LA OPOSICION

- 1.- Denunciar sistemáticamente la política de manipulación informativa del Gobierno. Las cifras del presente estudio debieran ser dadas a conocer a la opinión pública.
- 2.- Emplazar a los canales 13 y 11, y a las autoridades de la U. Católica y la U. de Chile, para que los informativos televisivos se pongan a tono con la realidad del país y amplíen la cobertura sobre todo aquello que se ha ocultado en estos años: problemas sociales, marginalidad, injusticias flagrantes, abusos de autoridades, represión, etc. Exigir una mayor pluralismo en la información política, particularmente la referida al Plebiscito.
- 3.- Llamar la atención en especial sobre lo que ocurre con Canal 13, de la U. Católica, en cuanto a la línea de su noticiero.

No obstante que la Conferencia Episcopal de la Iglesia Católica ha demandado condiciones mínimas para la realización del Plebiscito, que incluyen por cierto una mayor transparencia informativa, este canal sigue, en general, subordinado a las pautas del Gobierno, y lo más grave, a la campaña de propaganda que éste lleva a cabo.

La Iglesia debería velar para que este importante medio de comunicación cumpla con las orientaciones del Episcopado, y asuma, frente al evento electoral próximo, una actitud de independencia política y objetividad informativa.
- 4.- Preparar materiales periodísticos sobre:
 - a) El 'Candidato-Comandante en Jefe'.
 - b) El 'Gobierno de obras'.
 - c) La supuesta 'seguridad' que ofrece el régimen.
- 5.- Preparar material sobre el lenguaje del régimen, con participación de especialistas, que permita desnudar su esencia manipuladora.

A N E X O

ABRIL 1998		TIEMPO	PROPAGANDA	PROPAGANDA	PROPAGANDA				NOTICIAS		
		TOTAL	DIRECTA	INDIR. NACIONAL	INDIR. INTERNAC	NOTICIAS	OPOSICION	IGLESIA	CULTURAL	ESPECTACULOS	DEPORTES
FECHA	CANAL	(SEC.)	\$	\$	\$	%	%	%	%	\$	\$
	7	2.744	35.89	25.53	27.0	4.7	-	3.2	-	-	2.26
MARTES 5	11	2.989	54.05	18.4	11.8	2.54	-	-	-	11.04	2.14
	13	3.378	33.06	25.37	14.06	3.28	3.43	8.55	-	11.22	-
	7	2.645	14.55	38.07	15.57	3.78	1.32	-	2.45	8.84	15.38
JUEVES 7	11	2.916	9.56	34.46	15.43	8.16	-	-	-	13.2	19.17
	13	2.878	15.01	34.5	15.8	5.8	4.62	6.7	-	-	17.54
	7	3.135	17.22	19.68	11.89	2.55	-	6.22	9.25	-	33.17
SABADO 9	11	2.589	16.99	31.32	28.19	1.12	-	-	-	-	22.36
	13	2.614	10.02	14.38	38.4	12.24	-	-	-	-	24.94
	7	2.401	3.99	40.09	22.48	4.62	1.62	3.87	-	2.41	20.89
LUNES 11	11	2.767	12.57	39.6	15.54	5.27	2.05	-	-	4.15	20.78
	13	2.648	7.89	30.02	17.56	6.75	3.66	10.68	-	-	23.41
	7	3.022	42.25	17.17	21.47	5.59	-	-	-	11.78	1.72
MARTES 12	11	3.163	29.65	35.03	8.4	4.96	-	-	-	13.78	8.15
	13	2.975	24.9	14.72	14.72	5.17	3.32	5.78	-	10.55	5.78
	7	2.885	9.22	23.46	27.27	8.9	-	-	-	-	31.12
LUNES 18	11	2.705	5.13	24.91	21.77	14.55	4.17	6.5	-	-	22.92
	13	2.561	4.13	41.03	25.3	6.13	2.73	9.83	-	-	10.81
	7	3.013	33.22	25.72	17.72	2.15	-	4.58	-	8.62	7.96
VIERNES 22	11	2.685	15.94	30.87	20.14	7.63	3.42	8.49	2.56	6.7	4.2
	13	2.608	16.56	35.23	17.82	6.71	4.02	11.8	-	-	6.82
	7	2.751	42.38	25.24	16.35	6.47	0.69	2.18	-	-	5.67
JUEVES 28	11	3.022	15.77	45.69	6.94	12.48	1.52	2.38	-	10.72	4.46
	13	2.776	18.69	32.56	14.84	4.61	6.05	8.24	-	-	14.98
	7	3.067	24.81	29.34	18.55	3.71	-	-	-	7.66	15.91
VIERNES 29	11	2.954	8.25	54.36	12.32	16.07	-	-	-	-	8.97
	13	2.543	9.63	67.44	15.45	1.17	-	2.75	-	-	3.53
PROMEDIOS	7		24.83	27.36	19.81	4.71	0.4	2.22	1.3	4.36	14.94
POR CANAL	11		18.76	34.96	15.61	7.97	1.24	1.93	0.28	6.62	12.57
	13		15.54	34.59	19.32	5.76	3.09	7.14	-	2.41	11.97

ABRIL 1988		TIEMPO	PROPAGANDA	PROPAGANDA	PROPAGANDA				NOTICIAS		
-----		TOTAL	DIRECTA	INDIR. NACIONAL	INDIR. INTERNAC	NOTICIAS	OPOSICION	IGLESIA	CULTURAL.	ESPECTACULOS	DEPORTES
FECHA	CANAL	(SEG.)	%	%	%	%	%	%	%	%	%

MARTES 5	7	2.744	35.89	26.53	27.0	4.7	-	3.2	-	-	2.26
	11	2.989	54.06	18.4	11.8	2.54	-	-	-	11.04	2.14
	13	3.378	33.06	26.37	14.06	3.28	3.43	8.55	-	11.22	-
JUEVES 7	7	2.645	14.55	38.07	15.57	3.78	1.32	-	2.45	8.84	15.38
	11	2.916	9.56	34.46	15.43	8.16	-	-	-	13.2	19.17
	13	2.878	15.01	34.5	15.8	5.8	4.62	6.7	-	-	17.54
SABADO 9	7	3.135	17.22	19.68	11.89	2.55	-	6.22	9.25	-	33.17
	11	2.589	16.99	31.32	28.19	1.12	-	-	-	-	22.36
	13	2.614	10.02	14.38	38.4	12.24	-	-	-	-	24.94
LUNES 11	7	2.401	3.99	40.09	22.48	4.62	1.62	3.87	-	2.41	20.89
	11	2.767	12.57	39.6	15.54	5.27	2.05	-	-	4.15	20.78
	13	2.648	7.89	30.02	17.56	6.75	3.66	10.68	-	-	23.41
MARTES 12	7	3.022	42.25	17.17	21.47	5.59	-	-	-	11.78	1.72
	11	3.163	29.65	35.03	8.4	4.96	-	-	-	13.78	8.15
	13	2.975	24.9	14.72	14.72	5.17	3.32	5.78	-	10.55	5.78
LUNES 18	7	2.885	9.22	23.46	27.27	8.9	-	-	-	-	31.12
	11	2.705	5.13	24.91	21.77	14.56	4.17	6.5	-	-	22.92
	13	2.561	4.13	41.03	25.3	6.13	2.73	9.83	-	-	10.81
VIERNES 22	7	3.013	33.22	25.72	17.72	2.15	-	4.58	-	8.62	7.96
	11	2.685	15.94	30.87	20.14	7.63	3.42	8.49	2.56	6.7	4.2
	13	2.608	16.56	36.23	17.82	6.71	4.02	11.8	-	-	6.32
JUEVES 28	7	2.751	42.38	26.24	16.35	6.47	0.69	2.18	-	-	5.67
	11	3.022	16.77	45.69	6.94	12.48	1.52	2.38	-	10.72	4.46
	13	2.776	18.69	32.56	14.84	4.61	6.05	8.24	-	-	14.98
VIERNES 29	7	3.067	24.81	29.34	18.55	3.71	-	-	-	7.66	15.91
	11	2.954	8.25	54.36	12.32	16.07	-	-	-	-	8.97
	13	2.543	9.63	67.44	15.45	1.17	-	2.75	-	-	3.53

PROMEDIOS	7		24.83	27.36	19.81	4.71	0.4	2.22	1.3	4.36	14.94
POR CANAL	11		18.76	34.36	15.61	7.97	1.24	1.93	0.28	6.62	12.57
	13		15.54	34.69	19.32	5.76	3.09	7.14	-	2.41	11.97

CUADRO N° 2

PROMEDIOS POR CANAL: SUMADAS PROPAGANDA DIRECTA Y PROPAGANDA
INDIRECTA NACIONAL.

CANAL 7 : 52,19%
11 : 53,72%
13 : 50,23%

CUADRO N° 3

<u>PROMEDIO TOTAL PROPAGANDA GOBIERNO</u>	<u>VERSUS</u>	<u>OPOSICION</u>	<u>POR CANAL</u> <u>DIFERENCIA</u> <u>A FAVOR GOB.</u>
CANAL 7 : 52,19%		0,4%	51,79%
11 : 53,72%		1,24%	52,48%
13 : 50,23%		3,09%	47,14%

CUADRO N° 4

PROMEDIO APARICION PERSONAJES POR CANAL: GOBIERNO Y OPOSICION

<u>PERSONAJE</u>	<u>CANAL 7</u>	<u>CANAL 11</u>	<u>CANAL 13</u>
PINOCHET	7,2 %	4,32 %	3,4 %
L. FIRIART	2,63 %	--	--
O. POBLETE	2,96 %	1,3 %	0,75 %
MATTHEI	0,15 %	--	--
MERINO	0,89 %	20,7%	1,04 %
STANGE	0,91 %	0,68 %	1,16 %
A: PODOUJE	1,17 %	0,35 %	0,17 %
GUZMAN	0,88 %	0,65 %	0,43 %
SIEBERT	0,93 %	0,71 %	0,52 %
MARQUEZ DE LA PLATA	0,53 %	0,68 %	0,14 %
ALCALDES	1,47 %	1,12 %	--
F: TORRES	0,98 %	1,42 %	0,67 %
MONS. FRESNO	0,61 %	0,61%	--
			1,25 %
P: AYLWIN, A. ZALDIVAR,			1,25%
G. MARTINEZ, C. DUPRE,	0,21 %	0,22 %	3,05 %
E. BOENINGER, A. RODRIGUEZ			
SILVA CIMMA			

PERSONAJES ABRIL 1988

FECHA: MARTES 5

CANAL 7	%	CANAL 11	%	CANAL 13	%
PINOCHET [CIVIL]	7	PINOCHET [CIVIL]	6,69	PINOCHET [CIVIL]	4,47
PINOCHET [UNIF:]	1,53	MERINO	5,72	MERINO	6,03
MERINO	5,1	R. GARCIA	4,11	R. GARCIA	4,41
R. GARCIA	4,48	O. POBLETE	5,32	O. POBLETE	3,04
O. POBLETE	10,49	P. CARVAJAL	3,24	P. CARVAJAL	1,15
L. HIRIART	5,53	AMBR. RODRIGUEZ	2,3	A. ZALDIVAR	3,43
MONS. FRESNO	3,2	HARRY BARNES	2,61	MONS. FRESNO	8,55
TOTAL PERS. GOB.	34,14	T. PERS. GOB.	27,4	T. PERS. GOB.	19,12
TOTAL PERS. IGL.	3,2	T. EMB. USA	2,6	T. PERS. OPOS.	3,43
				T. PERS. IGL.	8,55

FECHA: JUEVES 7

CANAL 7	%	CANAL 11	%	CANAL 13	%
S. FERNANDEZ	2,83	S. FERNANDEZ	5,14	S. FERNANDEZ	5,62
B. SIEBERT	3,7	F. TORRES	2,29	B. siebert	4,69
A. FONTAINE	3,36	G. BRUNA	2,7	R. GARCIA	3,19
L. HIRIART	2,07	ALC. PEÑALOEN	3,7	PINOCHET [CIVIL]	1,49
G. MARTINEZ [OC]	1,32			G. MARTINEZ [OC]	4,62
				HARRY BARNES	1,14
TOTAL PERS. GOB.	11,98	T. PERS. GOB.	13,85	T. PERS. GOB.	15,01
TOTAL PERS. OPOS	1,32			T. PERS. OPOS.	4,62
				EMB. USA	1,14

PERSONAJES ABRIL 1988

FECHA: SABADO 9

CANAL 7	%	CANAL 11	%	CANAL 13	%
PINOCHET (CIVIL)	5,74%	PINOCHET (CIVIL)	6,41	PINOCHET (CIVIL)	8,45
MATTHEI	1,43	O:POBLETE	6,41	O:POBLETE	1,56
O.POBLETE	4,3	INTEND.VALPSO.	4,17		
		ALC. EST.CENTRAL	1,73		
TOTAL PERS.GOB.	11,48	T. PERS.GOB.	18,73	T.PERS. GOB.	10,02

FECHA: LUNES 11

CANAL 7	%	CANAL 11	%	CANAL 13	%
F.TORRES	4,37	MARQUEZ DE LA PLATA	2,05	B. SIEBERT	7,89
L.HIRIART	2,45	B. SIEBERT	6,43	A.ZALDIVAR	3,51
J.GUZMAN (UDI)	3,03	RECTOR UC	3,72	SILVA CIMMA	
RECTOR VIAL (U)	0,29	ALCALOE STGO.	1,66		
TOTAL PERS.GOB.	10,15	T.PERS. GOB.	13,87	T.PERS. GOB.	7,89
				T.PERS: OPOSC.	3,51

PERSONAJES ABRIL 1988

FECHA: MARTES 12

CANAL 7	%	CANAL 11	%	CANAL 13	%
PINOCHET	23,32	PINOCHET	15,58	PINOCHET	7,49
MERINO	2,97	MERINO	3,69	MERINO	4,16
MARQUEZ DE LA PLATA	2,87	MARQUEZ DE LA PLATA	4,11	MARQUEZ DE LA PLATA	1,27
CARDEMIL (SUBS.GG)	3,8	J. MASSA (TRANS)	3,47	J. MASSA (TRANSP)	3,63
J. PRADO (AGRIC)	3,83	CARDEMIL	2,78	CARDEMIL	4,2
L. HIRIART	5,42	F. TORRES	4,04	J. PRADO (AGRIC)	4,13
				E. BOENINGER	3,32
TOTAL PERS.GOB.	42,25	T.PERS. GOB.	33,7	TOTAL PERS.GOB.	24,9
				TOTAL PERS.GOB.	3,32

FECHA: LUNES 18

CANAL 7	%	CANAL 11	%	CANAL 13	%
O. POBLETE	3,18	PINOCHET	2,92	O. POBLETE	2,18
GUZMAN (EDUC)	2,63	GUZMAN (EDUC)	2,21	GUZMAN (EDUC)	1,95
OJEDA (DIGEDER)	1,28	F. TORRES	6,5	F. TORRES	6,05
F. TORRES	3,57	H. CHADWICK	2,25	C. DUPRE	2,73
L. HIRIART	2,84	HUBER MATOS	4,87	MONS. VALECH	2,53
		CARLOS DUPRE	2,03		
TOTAL PERS.GOB.	13,51	T.PERS. GOB.	18,78	T.PERS.GOB.	10,19
		T.PERS. OPOSC.	2,03	T.PERS. OPOSC.	2,73
				T.PERS. IGL.	2,53

FECHA: JUEVES 28

CANAL 7	%	CANAL 11	%	CANAL 13	%
ALC. ÑUÑOJA/SAN JOAQ.	2,24				
G. GOÑI	3,63				
P. AYLWIN	0,69				
TOTAL PERS. GOB.	42,27				
TOTAL PERS. OPOS.	0,69				

FECHA: VIERNES 29

CANAL 7	%	CANAL 11	%	CANAL 13	%
PINOCHET (UNIF)	2,67	STANGE	2,77	STANGE	5,58
PINOCHET (CIVIL)	1,07	BADIOLA	2,43	J. MASSA	4,05
STANGE	3,88	J. MASSA	3,04	MONS. FRESNO	2,75
MARQUEZ DE LA PLATA	1,92	RECTOR U CHILE	2,03		
SIEBERT	4,72	ALCALDE STGO	3,04		
A. PODUJE	4,53	CONTRERAS	4,57		
GUZMAN (EDUC)	3,58				
INTEND. VALPSO.	2,34	TOTAL PERS GOB	17,9	TOTAL PERS. GOB.	9,63
ALCALDE STGO.	2,51			TOTAL PERS. IGL.	2,75
E' DOBERTI	1,14				
MONS. FRESNO	2,34				
TOTAL PERS. GOB.	28,36				
TOTAL PERS. IGL.	2,34				

PERSONAJES ABRIL 1988

FECHA: VIERNES 22

CANAL 7	%	CANAL 11	%	CANAL 13	%
PINOCHET (CIVIL)	22,23	PINOCHET	7,29	PINOCHET	8,74
O.POBLETE	3,71	GUZMAN (EDUC)	3,72	J. PRADO (AGRIC)	6,28
J. PRADO (AGRIC)	3,08	J.PRADO (AGRIC)	1,86	A. POUJE	1,53
J. GIACONI(SALUD)	0,82	A.POUJE	3,16	O. JARPA	4,71
A.POUJE	1,46			ANICETO RODRIGUEZ	4,02
L. HIRIART	0,86			MONS.C.GONZALEZ	4,6
ALCALDE L.CONDES	4,34				
ALCALDE NUÑO	0,79				
ALCALDE C.NAVIA	1,12				
TOTAL PERS.GOB.	38,46	TOTAL PERS.GOB	16,01	TOTAL PERS.GOB.	21,28
				TOTAL PERS.OPOS.	4,02
				TOTAL PERS.IGL.	4,6

FECHA: JUEVES 28

CANAL 7	%	CANAL 11	%	CANAL 13	%
PINOCHET	1,34	STANGE	3,37	STANGE	4,86
STANGE	4,36	G.GOÑI	3,5	GUZMAN (EDUC)	1,98
O.POBLETE	5,01			BÓCHI	7,13
A.POUJE	4,58			G.GOÑI	2,8
BÓCHI	4,32			P.AYLWIN	6,05
GUZMAN (EDUC)	1,74				
F.TORRES	0,94	TOTAL PERS.GOB.	6,88	TOTAL PERS.GOB.	16,78
BAIOLA	1,09			TOTAL PERS.OPOS	6,05
GRAL.P.SERRE	4,68				
DJEDA (DIGEDER)	1,45				
L.HIRIART	4,54				
ALCALOE STGO	2,29				