



COBERTURA TELEVISIVA DEL MUNDIAL DE FÚTBOL SUDÁFRICA 2010

Percepciones de la audiencia y Análisis de Pantalla

Santiago de Chile, Agosto de 2010



COBERTURA TELEVISIVA DEL MUNDIAL DE FÚTBOL SUDÁFRICA 2010

Percepciones de la audiencia y Análisis de Pantalla

Jefa Departamento de Estudios

María Dolores Souza

Coordinadora Estudio

Regina Oyanedel

Análisis Contenido Pantalla

Claudia Alarcón

Luis Andrade

Víctor Martínez

Sebastián Montenegro*

José Ignacio Polidura*

Stefan Tomicic

Encuesta

Criteria Research

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticieros
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

* Departamento de Supervisión de CNTV

Índice

I.PRÓLOGO	5
INTRODUCCIÓN	7
Objetivos	8
Metodología	8
II.RESULTADOS	10
LA ESTRUCTURA DE LA PANTALLA/LOS NOTICIEROS	10
EL COMPORTAMIENTO DE LAS AUDIENCIAS	13
LAS REACCIONES DE LAS AUDIENCIAS	23
Percepción de los tiempos asignados al mundial en la pantalla	23
La Valoración de los noticieros	26
Aspectos Positivos asociados a la transmisión del mundial	26
Aspectos Negativos asociados a la transmisión del mundial	28
Nivel de Satisfacción con la Programación General	29
Razones asociadas a satisfacción/insatisfacción con la programación	30
DISCUSIÓN	32
ANEXOS	35

I. PRÓLOGO

Como Consejo Nacional de Televisión estamos continuamente interesados en fomentar el debate público respecto de la televisión y sus contenidos, entregando información pertinente a la industria y la ciudadanía con el fin de promover un debate crítico e informado sobre las temáticas que involucran a la televisión y el consumo de medios en general.

Los mundiales de fútbol se han transformado en un hito noticioso a nivel internacional, generando gran interés de parte de los medios de comunicación y en especial de la televisión y desplegando recursos humanos y financieros importantes para su cobertura. En ese marco, la televisión chilena ha seguido la misma tendencia y –en el caso del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010- los canales nacionales generaron un gran volumen de información. Se transmitieron los partidos; se realizaron programas asociados al evento; y los noticiarios generaron espacios especiales para su cobertura. Por otro lado, la gran mayoría de los televidentes siguieron estos tres tipos de transmisiones.

Reconociendo la magnitud del evento comunicacional que constituye un Mundial de Fútbol, el Consejo Nacional de Televisión, en su interés por observar todos los fenómenos asociados a la TV y como estos son percibidos por la audiencia, intenta con este estudio profundizar en las opiniones no sólo sobre aquello que está en la televisión, sino también sobre lo que las audiencias perciben queda fuera de la pantalla.

Es en este contexto que surge el interés por indagar en la diversidad tanto de temas como actores de los noticiarios centrales de televisión abierta y la opinión de las audiencias, de manera de analizar como la TV da respuesta a las demandas de una audiencia cada vez más exigente y crítica respecto a los contenidos que la pantalla le ofrece.

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Este estudio se constituye en un nuevo esfuerzo por parte del Consejo Nacional de Televisión de aportar al debate respecto de la diversidad de contenidos en televisión abierta, analizar críticamente el fenómeno y conocer las valoraciones de las audiencias.

Herman Chadwick Piñera
Presidente

INTRODUCCIÓN

En este informe se presentan los resultados de un estudio realizado por el Consejo Nacional de Televisión (en adelante CNTV) sobre la expresión temática que adquirió el mundial de fútbol de Sudáfrica 2010 en la estructura de los noticieros centrales de los canales de televisión que transmiten a nivel nacional y las percepciones y valoraciones de la audiencia sobre esta cobertura televisiva.

Esta investigación forma parte de una línea de trabajo del CNTV orientada a observar la calidad y diversidad de los espacios informativos, entre los que se cuentan: el *Barómetro de Calidad de Noticiarios de TV Abierta* (2005), *Diversidad en Noticiarios Centrales de TV Abierta* (2008), *Estudio Cobertura Televisiva del terremoto* (2010), y los Informes Estadísticos anuales generados por el CNTV.

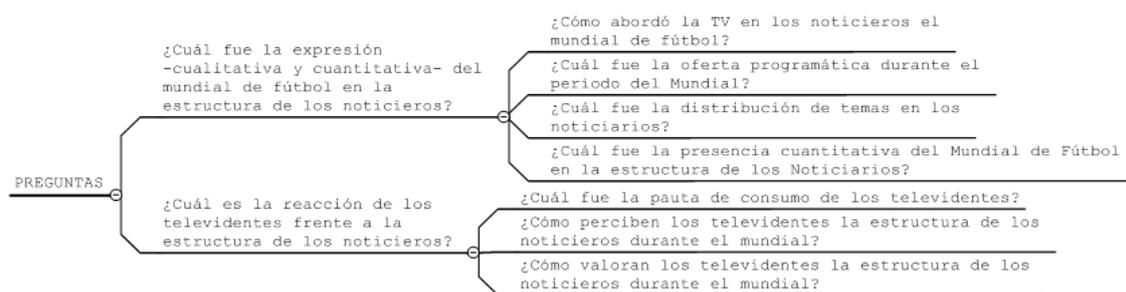
La gran mayoría de los estudios realizados por el CNTV -tanto cuantitativos como cualitativos- dejan entrever que frente a espectáculos de alto interés masivo la televisión –en su lógica de funcionamiento- tiende a saturar las pantallas con contenidos temáticos específicos referidos a dichos eventos. Este fenómeno –que tiende a darse principalmente en los temas policiales, deportivos y catastróficos- genera reacciones críticas de parte de las audiencias. Teniendo en cuenta estos antecedentes el CNTV consideró oportuno indagar en las reacciones de las audiencias frente a la expresión de este fenómeno en los programas informativos.

Analizar el fenómeno de la saturación temática en los noticieros conlleva a su vez explorar el impacto que ello tiene sobre la presencia de otros temas contingentes considerados también de primera importancia pública, como es el caso actualmente de todas las noticias relacionadas con el proceso de reconstrucción de las zonas afectadas por el terremoto del 27 de febrero 2010, más aún cuando de acuerdo estudios recientes realizados por el CNTV la ciudadanía le otorga a la televisión un importante rol de seguimiento y ‘fiscalización’ de este proceso.

El archivo de preguntas que guía este estudio es el siguiente:

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión



Objetivos

Objetivo General

CONOCER LAS PERCEPCIONES Y VALORACIONES DE LAS AUDIENCIAS SOBRE LA ESTRUCTURA QUE ADOPTA LA TRANSMISIÓN DEL MUNDIAL DE FÚTBOL EN LOS NOTICIEROS DE LA TELEVISIÓN ABIERTA

Objetivos Específicos

1. Describir el contexto y nivel de consumo televisivo
2. Comparar el consumo televisivo con otros medios
3. Conocer percepciones y evaluaciones en torno a cantidad de tiempo dedicada a la cobertura del mundial
4. Analizar presencia/ausencia de temas no asociados al mundial de fútbol
5. Analizar la distribución de temas en los noticieros centrales de los cinco principales canales de televisión abierta

Metodología

La metodología del estudio está basada en la triangulación de dos técnicas: análisis de contenido de pantalla y encuesta telefónica a televidentes.

Con la primera técnica se explora la expresión que adquirió el mundial de fútbol de Sudáfrica en las pantallas de los noticieros y con la encuesta telefónica las percepciones y valoraciones de las audiencias sobre este fenómeno.

El análisis de contenido de pantalla fue llevado a cabo por el Departamento de Estudios del CNTV, mientras que la encuesta telefónica fue realizada por la empresa Critería Research.

En la tabla siguiente se sintetiza el diseño metodológico empleado en el estudio.

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticieros
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Tabla nº 1. Diseño metodológico del estudio

		OBJETO DE ESTUDIO NIVEL Y MODO DE INCLUSIÓN DEL MUNDIAL EN NOTICIEROS DE TV ABIERTA Y REACCIÓN DE LAS AUDIENCIAS			
		ESTRUCTURA DE NOTICIEROS	TEMÁTICA DE	PAUTAS DE CONSUMO	PERCEPCIÓN Y VALORACIÓN
TÉCNICAS	ANÁLISIS DE PANTALLA	<p>Universo: Canales de Televisión que hayan realizado cobertura sobre mundial de fútbol Sudáfrica 2010.</p> <p>Criterio muestral: Noticieros de TV abierta que cuenten con cobertura nacional</p> <p>Periodo muestral: Semana del lunes 7 de junio al viernes 9 de julio de 2010.</p> <p>Muestra: Compuesta por 37,5 horas de transmisión - lo que se traduce en 550 notas periodísticas analizadas- de</p> 			
	ENCUESTA TELEFÓNICA			TELEVIDENTES	<p>Universo: Hombres y mujeres entre 18 y 65 años, de hogares urbanos de la Región Metropolitana que poseen línea telefónica residencial, de los niveles socioeconómicos C1, C2, C3 y D.</p> <p>Criterio Muestral: Haber visualizado televisión al menos 3 de los 7 días de transmisión de Fútbol entre el 21 y el 28 de Junio del 2010. La segmentación supone 50% de hombres y 50% de mujeres.</p> <p>Periodo muestral: Las encuestas se realizaron entre el 2 y el 7 de julio de 2010.</p> <p>Muestra: 400 casos (+/- 4,9% error).</p>

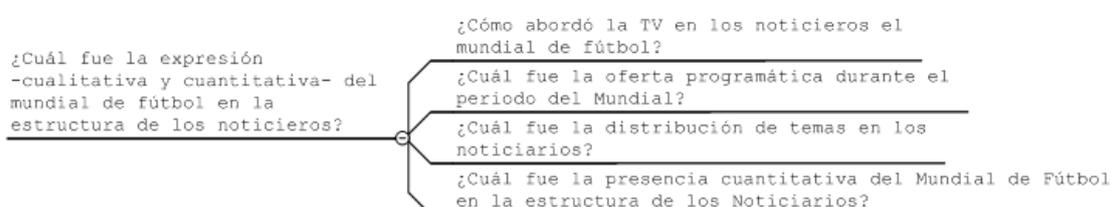
El plan de análisis consiste en contrastar la estructura de los noticieros durante la realización del mundial de fútbol (lunes 7 de junio al viernes 9 de julio de 2010) con el consumo, percepción y valoración que las audiencias desplegaron en relación a los noticieros durante ese mismo período.

II. RESULTADOS

La presentación de los resultados se hará integrando de manera complementaria los datos producidos por ambas técnicas con el propósito de conformar una visión más sistémica del fenómeno en estudio.

En primer lugar, se analizará la estructura que adoptaron los noticieros durante el período. En seguida, analizaremos el comportamiento y las reacciones de las audiencias frente a esta estructura de los noticieros.

LA ESTRUCTURA DE LA PANTALLA/LOS NOTICIEROS



El análisis de pantalla nos indica que durante el periodo del 7 junio a 11 de julio, sumando todos los programas que se emitieron, los contenidos asociados al mundial llegaron a ser un tercio de la oferta total de la pantalla.

Gráfico nº1: Oferta programática Mundial

Base: 931 horas de Oferta Total
Período 7 de junio a 11 de julio



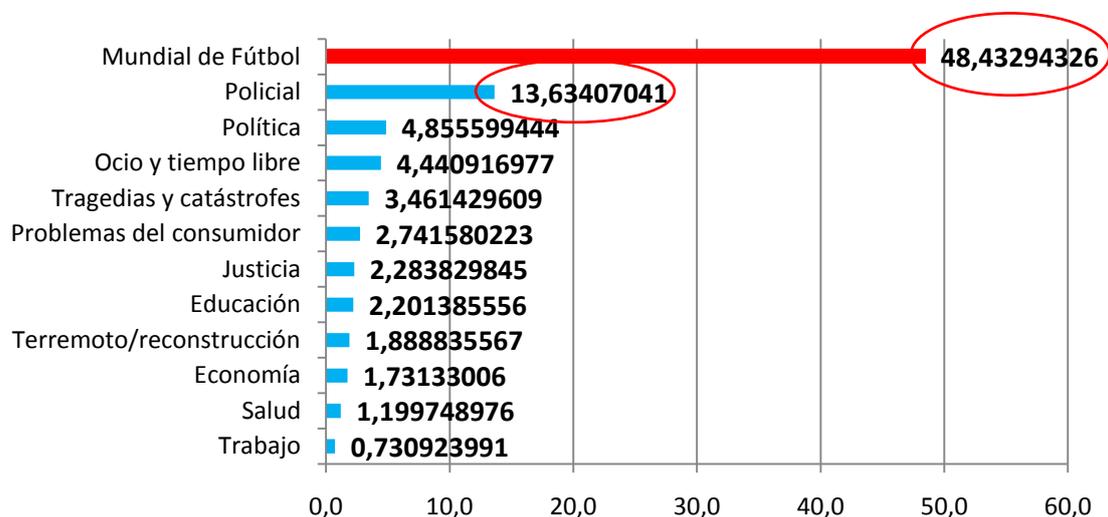
De esta oferta que cubre el Mundial, los programas que interesan prioritariamente a este estudio son los noticieros. En el gráfico siguiente se presenta la distribución de los temas en los noticieros durante el período estudiado.

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticieros
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Gráfico nº2: Temas presentes en los noticieros

Base: 37,5 horas de transmisión Noticieros
Período 7 de junio a 11 de julio



Se observa claramente que el mundial de fútbol dominó la pantalla de los noticieros con una presencia cercana al 50% de la oferta total. Muy por debajo, en segundo lugar, se encuentra la cobertura relacionada con noticias de corte policial y crónica roja.

Esta distribución de temas – deportes/policial/política- es la misma que se da en la estructura habitual de los noticieros, variando esta vez el ‘peso específico’ de cada uno, superando el tema ‘deportes’ en más de 20% los valores que alcanza en períodos de ‘normalidad’ noticiosa¹.

El tema ‘terremoto/reconstrucción’ -que ocupó altos porcentajes en la pantalla durante la catástrofe y en las semanas inmediatamente posteriores² - ocupa sólo un 1,9% en los noticieros.

El tema del mundial no tuvo una presencia uniforme en los noticieros, sino que presentó variaciones dependiendo de hitos significativos durante el transcurso del

¹ Consejo Nacional de Televisión (2008): “Diversidad en Noticieros centrales de TV abierta”. Disponible en www.cntv.cl

² Ver informe sobre la Cobertura Televisiva Del Terremoto

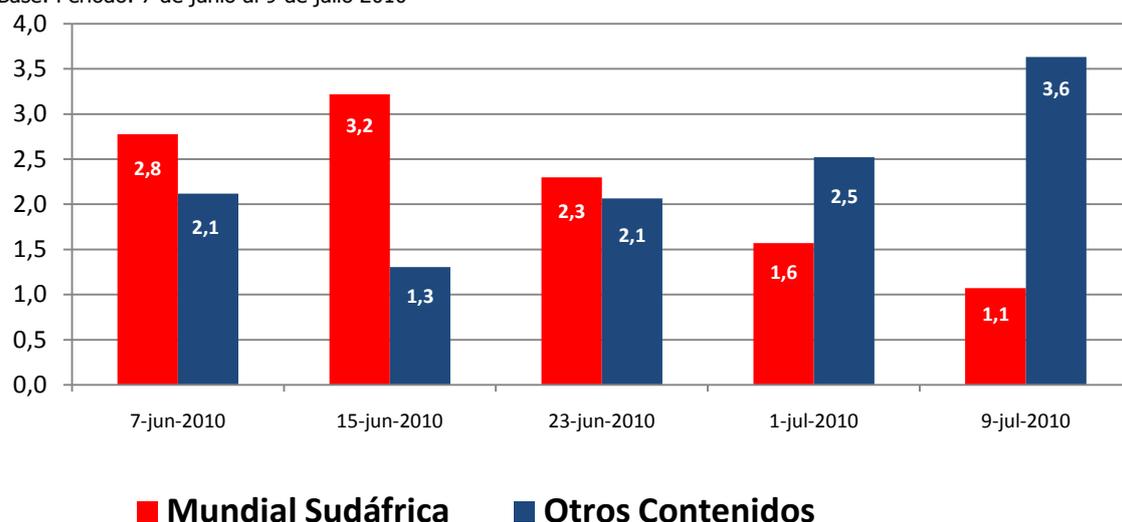
Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

período estudiado, teniendo su punto más alto en el partido de Chile con Honduras (16 de junio).

Gráfico n°3: Distribución en número de horas del tema Mundial de Fútbol en Noticiarios

Base: Período: 7 de junio al 9 de julio 2010



La línea diacrónica de evolución del tema nos muestra que el mundial domina en los noticieros hasta el momento en que Chile es eliminado del campeonato (1 de julio de 2010). A partir de esta fecha los otros temas empiezan a dominar en forma gradual las pantallas desplazando notoriamente al mundial de fútbol que pasa a ocupar menos de un cuarto del tiempo de los noticieros.

Respecto a la percepción del nivel de cobertura televisiva del mundial tras la eliminación de la selección chilena, la mayoría de los encuestados, un 47%, considera que esta bajó una vez que Chile quedó fuera de competencia, lo que coincide con los datos aportados por el estudio de pantalla, que dan cuenta de una baja importante de la cobertura del mundial y un regreso a una parrilla noticiosa más equilibrada.

EL COMPORTAMIENTO DE LAS AUDIENCIAS

¿Cuál es la reacción de los televidentes frente a la estructura de los noticieros?

¿Cuál fue la pauta de consumo de los televidentes?

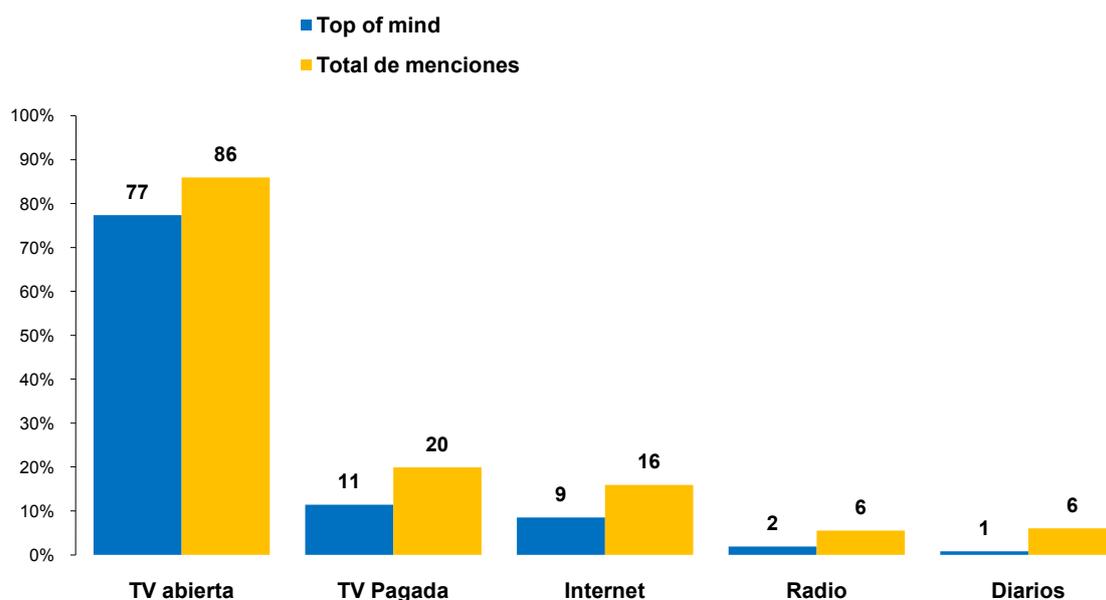
¿Cómo perciben los televidentes la estructura de los noticieros durante el mundial?

¿Cómo valoran los televidentes la estructura de los noticieros durante el mundial?

En cuanto a los medios utilizados por las personas para informarse sobre el mundial, tanto en el *top of mind*³ como en la sumatoria de menciones, la televisión abierta se situó en primer lugar, seguida de muy lejos por las diversas televisiones de pago e internet.

Gráfico nº4: Los Medios utilizados para informarse sobre el Mundial ⁴

Base total: (312) Quienes contestaron alguno o muchos programas.



Es interesante observar como “Internet” desplazó a la “Radio” como medio de información durante el mundial, quedando como el tercer medio utilizado, a pesar de que la tendencia de consumo de medios de información en general ubica a internet

³ Se refiere a la primera idea o concepto que mencionan los entrevistados al responder cuando se pregunta por un nombre o situación en particular

⁴ Pregunta de la encuesta: *¿Cuál fue su principal medio o fuente de cobertura del mundial?*

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

por debajo de la radio⁵. Esto podría deberse a que al tratarse de un espectáculo deportivo en el que se conjuga la información con altas cuotas de emoción, es finalmente la imagen televisiva la que termina primando como la mejor opción para “vivir” los partidos de fútbol.

Al observar las características socio-demográficas de los que utilizaron “Internet”, los porcentajes más importantes se dan entre los jóvenes (de 18 a 24 años), y en el estrato medio alto (C2)⁶.

El 57% de las personas encuestadas sostiene que durante este período varió su consumo habitual de televisión, ya sea viendo más (42%) o menos (15%) televisión que lo usual.

Gráfico nº5: Percepción de cambio en el consumo de televisión ⁷

Base: 400 Casos



Sin embargo, si se consideran los datos respecto del consumo real de las personas a través del análisis del rating se observa que existió un aumento -muy leve- en el consumo promedio de televisión en 13 minutos respecto del mismo periodo del año anterior.⁸

⁵ Consejo Nacional de Televisión (2008): “Sexta Encuesta Nacional de Televisión”. Disponible en www.cntv.cl

⁶ Ver tabla nº3 en el anexo

⁷ Pregunta de la encuesta: *Considerando el consumo habitual que Ud. tiene de televisión. ¿Ud. Diría que desde que comenzó la transmisión de fútbol?*

⁸ Fuente: elaboración propia con datos *Telereport, Megatime*.

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Aunque la percepción de aumento de consumo es mayor entre los hombres (51%), también afecta a las mujeres (33%).⁹

El 78% de las personas consultadas declara haber visto programas asociados al mundial de fútbol.

Gráfico nº6: Visionado de Programas Asociados al Mundial¹⁰

Base: 400 casos



La distinción por sexo arroja que un 32% de los hombres declara haber visto “*muchos programas*” mientras el 29% de las mujeres declara que vio “*nada o casi ningún*” programa asociado al mundial. Según grupo socioeconómico, llama la atención que un 34% del estrato medio alto (C2) declara no haber visto nada o casi ningún programa asociado al Mundial.¹¹

El gráfico comparativo de rating nos muestra que los televidentes, a partir de mediados de mayo, se volcaron masivamente al canal que transmitió el mundial (TVN).

⁹ Ver tabla nº1 en anexo

¹⁰ Pregunta de la encuesta: *Considerando el tipo de programación que hubo desde que comenzó el Mundial de Fútbol, ¿Ud. Diría que ha visto?*

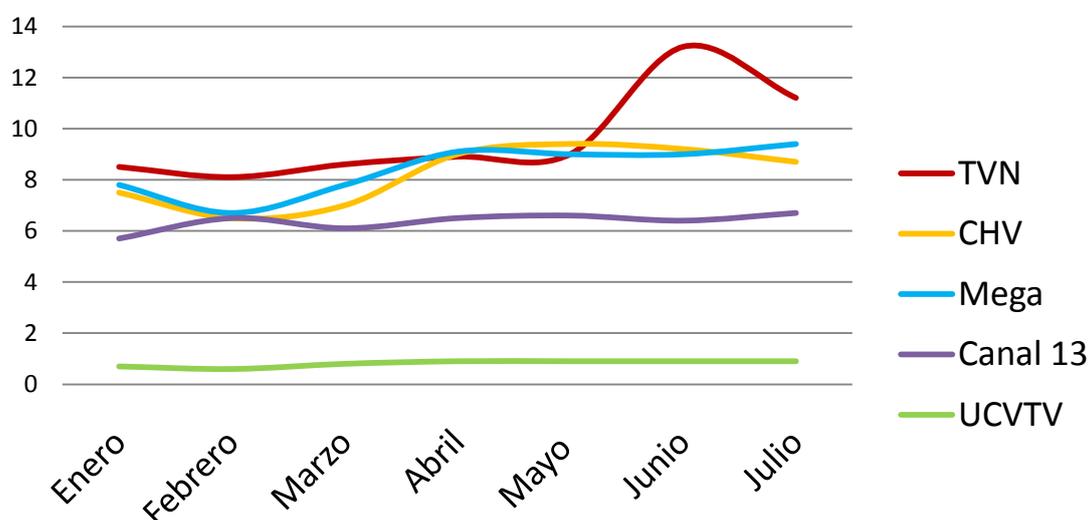
¹¹ Ver tabla nº2 en el anexo

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Gráfico nº7: Comparación de Rating de Programación según Canales

Período: Enero - Julio 2010



Esto resulta importante al tomar en cuenta que para los medios de comunicación existe un gran interés por cubrir un evento deportivo de esta magnitud, por el aumento de los niveles de audiencia y los ingresos asociados por publicidad¹². En el caso de Chile, la transmisión acumulada de los cuatro partidos donde participó la selección del país alcanzó a cerca de 10 millones de personas. Dato que sólo contempla a los aparatos que se encuentran en los hogares (quedando fuera los visionados en los lugares de trabajo), de las seis ciudades más importantes del país (Santiago, Antofagasta, Valparaíso, Viña del Mar, Talcahuano, Concepción y Temuco). En cuanto a los posibles ingresos, según la información de MegaTime S.A., para los cuatro partidos en que jugó la selección del país, el valor del avisaje para el canal que transmitió los encuentros, ascendió a cerca de 490 millones de pesos, doblando en el valor de avisaje al canal que lo sigue. Tanto en el *top of mind*, como en el total de menciones, los “Partidos de Fútbol” y los “Noticiarios”, fueron los programas más

¹² De acuerdo a cifras oficiales entregadas por la FIFA, en el mundial de fútbol de Alemania 2006 las transmisiones abarcaron un total 214 países lo que se tradujo en 73.072 horas de transmisión, con un nivel de audiencia de más de 26 mil millones de espectadores.

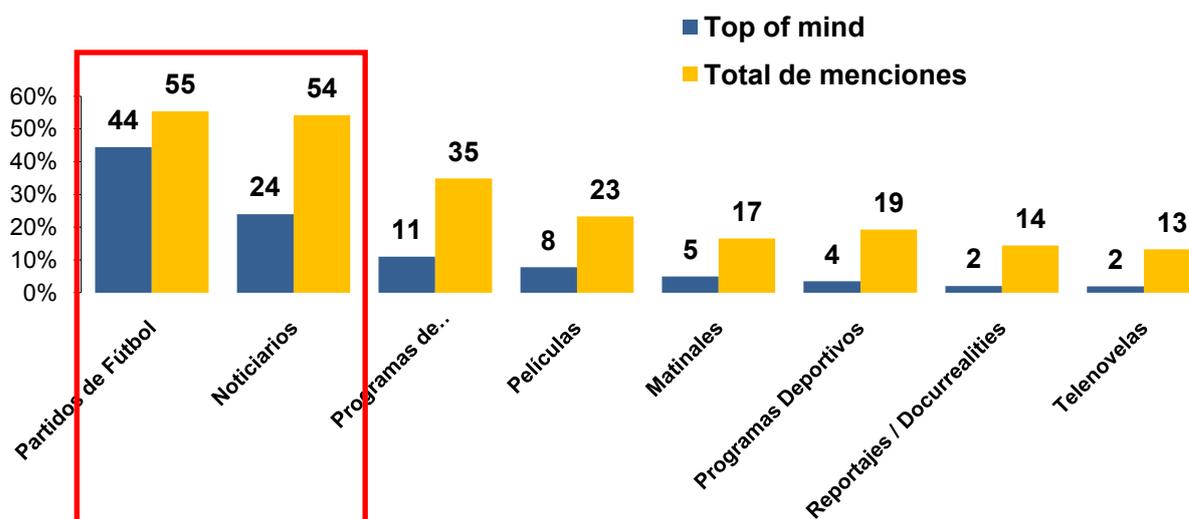
Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

vistos durante el periodo del Mundial de Fútbol, concentrando el 68% de las primeras menciones.

Gráfico nº8: Programas vistos durante el Mundial ¹³

Base: total muestra (400)



Evidentemente, los partidos de fútbol reciben la primera mención por parte de los encuestados, pero es interesante notar que en la segunda mención, los noticiarios superan a los programas de carácter deportivo. Probablemente esta situación se debe a la menor oferta de espacios deportivos que se emitieron en el periodo del mundial (seis programas en cinco canales), en comparación con la gran oferta que emitieron al interior de los noticiarios sobre el mundial.

De los 10 programas/eventos más vistos en la televisión chilena durante el período analizado, 9 de ellos correspondieron a programación con contenidos directamente asociados al mundial.

¹³ Pregunta de la encuesta: ¿Cuál de los siguientes programas es el que más ha visto desde que comenzó el mundial de fútbol?, ¿Qué otros programas ha visto?

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Gráfico nº9: Ranking de los 10 programas/eventos más vistos

Período 7 de junio al 11 de julio de 2010

Ranking	Fecha	Hora	Canal	Programa	rat%	shr%
1	16 de junio	7:30	TVN	PARTIDO CHILE - HONDURAS	57,1	83,2
2	25 de junio	14:00	TVN	PARTIDO CHILE - ESPAÑA	48,3	74,9
3	28 de junio	14:00	TVN	PARTIDO BRASIL - CHILE	47,8	77,5
4	21 de junio	9:30	TVN	PARTIDO CHILE - SUIZA	47,2	78,8
5	11 de julio	13:30	TVN	FINAL: PARTIDO HOLANDA - ESPAÑA	43,5	68,0
6	27 de junio	14:00	TVN	PARTIDO ARGENTINA - MEXICO	29,5	56,5
7	16 de junio	7:00	TVN	MUNDIAL SUDAFRICA (LA PREVIA)	29,3	58,8
8	13 de junio	14:00	TVN	PARTIDO ALEMANIA - AUSTRALIA	28,5	51,9
9	12 de junio	9:30	TVN	PARTIDO ARGENTINA - NIGERIA	28,4	53,7
10	06 de julio	22:30	CHV	FIEBRE DE BAILE FAMOSOS EN LLAMAS	27,1	41,1

Como se observa en la tabla, lo más visto durante el período del mundial fue el primer partido de fútbol jugado por la selección chilena -contra Honduras-. Este partido marcó 57,1 puntos de rating y un share¹⁴ de 83,2. En términos concretos esto significó que 8 de cada 10 televisores encendidos sintonizaron este partido. Este alto nivel de audiencia puede deberse a la expectación -primer partido de Chile- y el horario de exhibición (7 de la mañana), en que la mayoría de los espectadores se encontraban en sus casas.

¹⁴ El *share* da cuenta del porcentaje de audiencia alcanzado por cada programa entre televisores que efectivamente estaban encendidos al momento de su exhibición

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

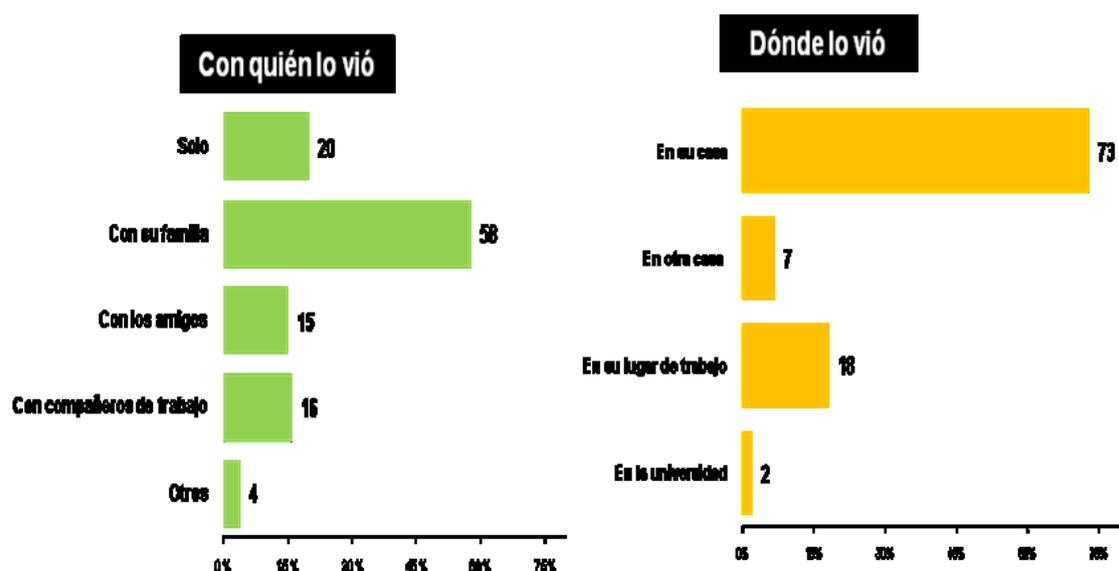
Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Luego, en importancia de visionado, los siguientes 3 lugares del ranking corresponden al resto de los partidos jugados por la selección chilena en el mundial de fútbol –contra España, Brasil y Suiza-. El comportamiento en rating y share para todos ellos es bastante similar bordeando los 47-48 puntos de rating y entre 74-78 puntos de share.

Respecto de los contextos de visionado, el principal lugar de visionado de los partidos es en casa -73%- y junto a la familia -58%- , esto es, contextos sociales de carácter privado e íntimo.

Gráfico nº10: Contexto de visionado Partidos de fútbol

Base: Quienes vieron partido de fútbol (230)



Más abajo se encuentran *con compañeros de trabajo*, con un 16%, y *con los amigos* con un 15%. Respecto del lugar de visionado, el 2º lugar lo ocupa su *lugar de trabajo* con un 18%.

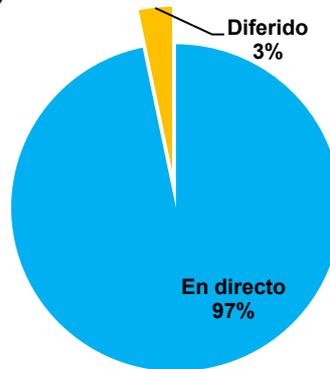
De acuerdo a los encuestados, el 97% declara haber visto los partidos del Mundial en directo.

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Gráfico nº11: Tipo de transmisión por el que vio los partidos del Mundial

Base: Quienes vieron partido de fútbol (230)



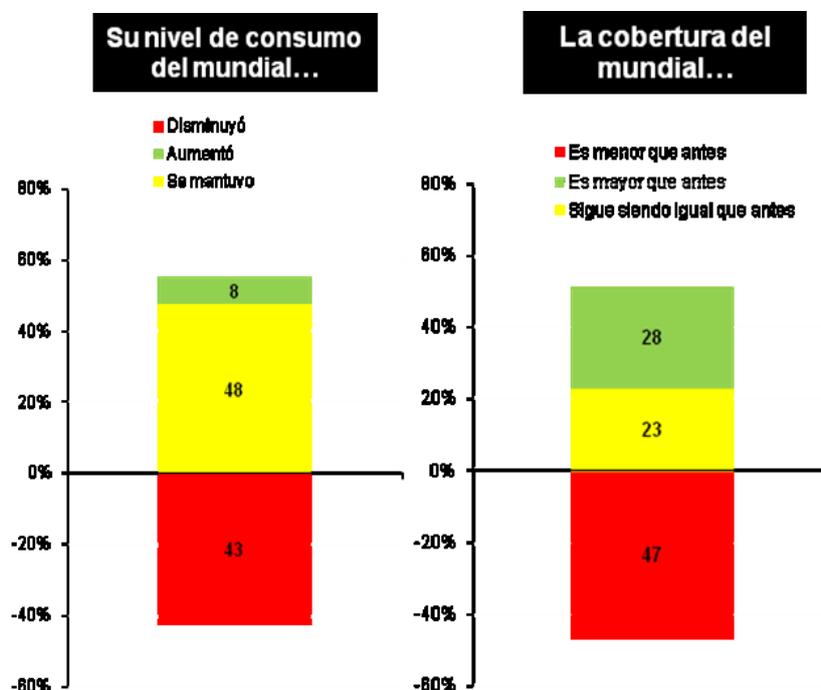
Este alto porcentaje puede explicarse por el hecho que la respuesta de los entrevistados esté asociada al visionado de los partidos de la selección chilena en el mundial, los que efectivamente fueron transmitidos en directo, lo que no ocurre con el resto de los partidos de fútbol, los cuales en un porcentaje importante fueron transmitidos en diferido, al menos en televisión abierta. Así, la memoria directa de visionado y con esto la respuesta al tipo de transmisión, está asociada sólo a dichos partidos. Según declaran los entrevistados, tras la eliminación de Chile del mundial, su consumo televisivo se mantuvo según un 48% de las personas, mientras que un 43% afirma haberlo disminuido.

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Gráfico nº12: Consumo televisivo tras eliminación de Chile del Mundial¹⁵

Base: Total muestra (400 casos)



Al observar las diferencias por sexo, en el caso de los hombres un 54% declara haber mantenido su consumo televisivo, mientras que un 46% de las mujeres afirma haberlo disminuido. En cuanto a nivel socioeconómico es el segmento D, con un 49%, quienes más declaran haber disminuido su consumo televisivo tras la eliminación del mundial¹⁶.

Por último, cabe destacar que una proporción relevante de los entrevistados, -28%- considera que tras la eliminación de la selección chilena, la cobertura televisiva en torno al mundial aumentó.

¹⁵ Pregunta de la encuesta: ¿Ud. siente que su nivel de consumo sobre el Mundial? ¿Ud. siente que la cobertura del Mundial?

¹⁶ Ver tabla nº8 en anexo

LAS REACCIONES DE LAS AUDIENCIAS

Percepción de los tiempos asignados al mundial en la pantalla

¿Cómo perciben los televidentes la estructura de los noticieros durante el mundial?

Una vez analizadas la estructura de los noticieros y las pautas de consumo, revisaremos en esta sección la percepción de los televidentes acerca de la expresión que adquirió el mundial -en cuanto tema televisivo- en los noticieros de la televisión abierta chilena.

La mayoría de las personas consultadas (65%) considera que el tiempo destinado al tema del mundial en la pantalla fue *bastante* o *excesivo*. Esta opinión se acentúa en las personas de 35-45 años (79%).

Gráfico nº13: Percepción de tiempo dedicado al Mundial en TV abierta¹⁷

Base: 400 casos



En cuanto a las diferencias por sexo, es clara una percepción más crítica de las mujeres en comparación con los hombres: mientras un 41% de las mujeres considera excesiva la información que transmitió la TV abierta sobre el mundial, en el caso de los hombres esta opinión llega al 34%¹⁸.

¹⁷ Pregunta de la encuesta: Pensando en la cantidad de tiempo que ha destinado la televisión abierta para transmitir información acerca del Mundial de Fútbol ¿Ud. diría que ha sido..?

¹⁸ Ver Tabla nº 5 en ANEXO

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Respecto del tiempo que los noticiarios –en particular- dedicaron a transmitir información acerca del mundial de fútbol, la percepción de los entrevistados se agudiza y se vuelve más crítica.

Gráfico nº14: Percepción de tiempo de transmisión sobre el Mundial en Noticiarios¹⁹

Base: Quienes vieron noticiarios (209)



Tal como muestra el gráfico, casi la mitad de los encuestados -48%- considera que el tiempo que destinaron los noticiarios a temas del mundial de fútbol fue excesivo. En este punto las mujeres tienen una percepción más crítica -un 52% considera que la información acerca del mundial en los noticiarios fue excesiva contra un 43% de los hombres-, al igual que el nivel socioeconómico alto²⁰: un 74% del C1 sostuvo dicha opinión.

Esta percepción crítica va disminuyendo en la medida que se desciende en los estratos, pues solo un 39% del segmento D consideró excesivo el tiempo destinado a noticias del mundial en los noticiarios.

¹⁹ Pregunta de la encuesta: Pensando en la cantidad de tiempo que han destinado los noticiarios para transmitir información acerca del Mundial de Fútbol ¿Ud. diría que..?

²⁰ Ver tabla nº6 en el anexo

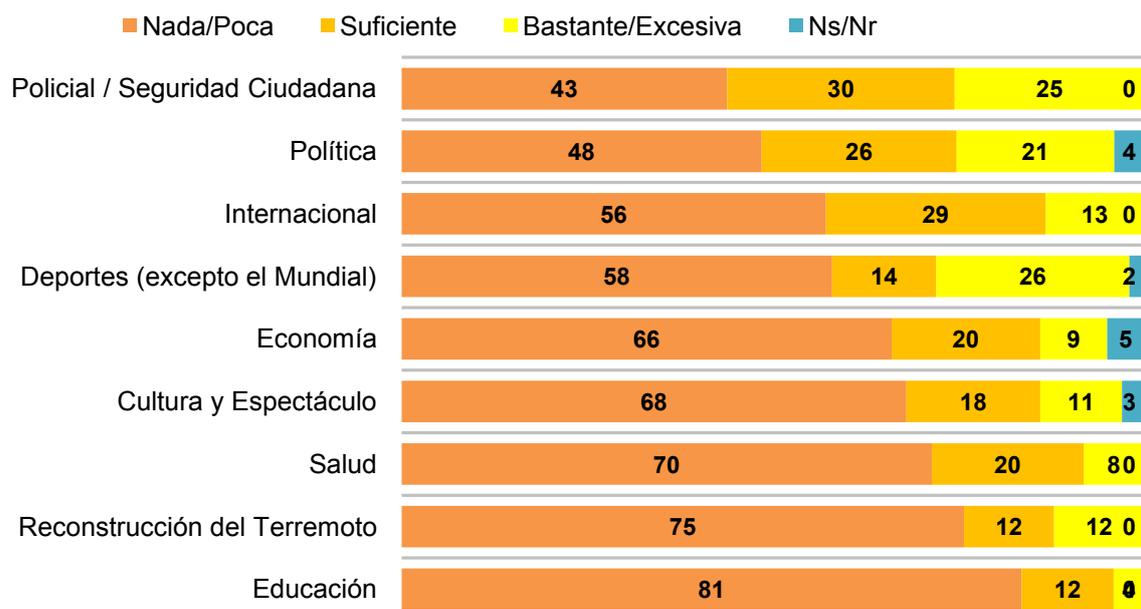
Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Correlativamente a lo anterior existe la sensación de que durante la transmisión del mundial los noticieros en su mayoría, dieron *nada o poca* cobertura a otros temas noticiosos.

Gráfico nº15: Percepción de distribución de temas en noticieros²¹

Base: Quienes vieron noticieros (209)



Los temas que de acuerdo a los entrevistados recibieron una menor presencia en la cobertura en los noticieros fueron: “Educación”, donde el 81% declaró que la presencia de dicho tema fue “poco o nada”.

Respecto del tema “Reconstrucción del terremoto” –un 75% del total de los encuestados respondió poco o nada- siendo los más críticos los hombres (80%); y el GSE alto (90%).²²

²¹ Pregunta de la encuesta: Durante este período ¿La profundidad con que los noticieros cubrieron los siguientes temas, fue...?

²² Ver tabla nº4 en el anexo

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticieros
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Cabe destacar que se sondeó particularmente la evaluación que la audiencia hace de la cobertura relacionada con temas de reconstrucción, puesto que se configura como una de las principales demandas de los encuestados hacia la TV, en un muy reciente estudio del CNTV sobre el terremoto²³. En este estudio se asigna un importante rol a la televisión en el proceso de reconstrucción del país, principalmente en mantener la visibilidad de lo sucedido y dar cuenta de los procesos de avance.

La Valoración de los noticieros

¿Cómo valoran los televidentes la estructura de los noticieros durante el mundial?

En esta sección presentaremos las valoraciones –tanto positivas como negativas- que hacen las audiencias del rol de la televisión durante el período en estudio, y los niveles de satisfacción con los contenidos exhibidos en los noticieros.

Aspectos Positivos asociados a la transmisión del mundial

Se solicitó a los encuestados que declararan su grado de acuerdo respecto de una serie de frases con el objetivo de identificar aquellos aspectos positivos o negativos asociados a las transmisiones y cobertura del mundial.

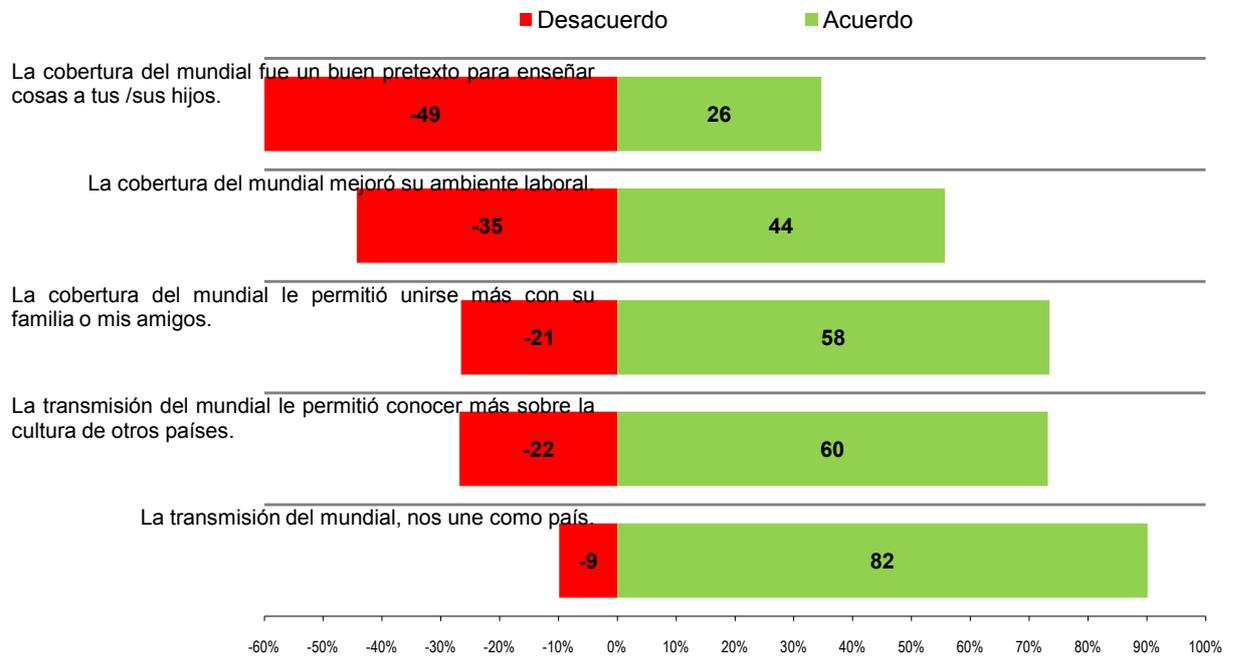
²³ Consejo Nacional de Televisión (2010): “Informe Cobertura televisiva de terremoto”.

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Gráfico nº16: Aspectos Positivos asociados a la transmisión del mundial

Base: Total muestra (400 casos)



Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Respecto a los aspectos positivos, la mayoría de los entrevistados (82%) está de acuerdo con la afirmación de que *“la transmisión del mundial nos une como país”*. En efecto, esto resulta plenamente coherente con las diversas investigaciones sociales que dan cuenta de la función social del fútbol, especialmente las selecciones nacionales, como un espacio de construcción de identidad con el Estado-Nación²⁴, en el que el visionado es un ritual bajo el cual todos formamos parte de una misma comunidad político-cultural.

Asimismo, desde una perspectiva más educativa, un 60% de las personas concuerda con que *“la transmisión del mundial le permitió conocer más sobre la cultura de otros países”*. Respecto de ésta última afirmación es el nivel socioeconómico medio-bajo (C3) quién está más de acuerdo con la frase, con un 71%.

Esto es concordante con otros estudios del CNTV, en los cuales este segmento junto con los grupos socioeconómicos más bajos, son quienes más valoran la función *“educativa-cultural”* de la televisión, sobre todo en espacios que exhiben geografías y paisajes lejanos, que les permiten observar lo desconocido e inalcanzable²⁵.

Cabe destacar también el segmento joven de 18-24 años que le atribuye mayor importancia a las transmisiones de fútbol en su poder para convocar –y en ese sentido unir- a la familia y amigos. Es así como un 71% considera *“que la cobertura del mundial les permitió unirse con su familia y amigos”*, dando cuenta de una mayor valoración en comparación con el resto, de la función social del visionado de los partidos del mundial de fútbol²⁶.

²⁴ Frank J. Lechner: *Imagined Communities in the global game, soccer and the development of Dutch national identity* (2007) ; Sergio Villena Fiengo: *Fútbol y las identidades locales* (2003); Sergio Villena Fiengo: *Globalización y Fútbol Postnacional* (2001); Richard Giulianotti: *Football, A sociology of the Global Game* (1999).

²⁵ Consejo Nacional de Televisión *“Cultura en Televisión: La perspectiva de los reguladores y la percepción de las audiencias”* (2008). Disponible en www.cntv.cl

²⁶ Ver tabla nº7 en el anexo

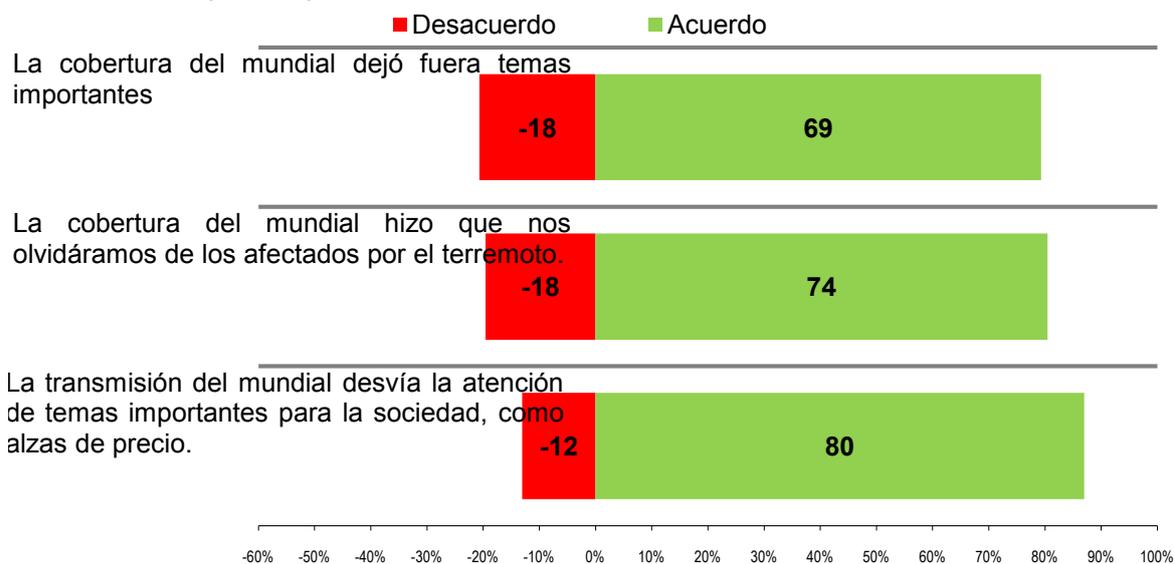
Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Aspectos Negativos asociados a la transmisión del mundial

Gráfico nº17: Aspectos Negativos asociados a la transmisión del mundial

Base: Total muestra (400 casos)



Entre los aspectos negativos percibidos por los entrevistados, el que más concita acuerdo es que “la transmisión del mundial desvía la atención de temas importantes para la sociedad...” con un 80%, lo que concuerda con la percepción crítica del tratamiento temático de los noticiarios descrita más arriba. El segmento etéreo con mayor grado de acuerdo con esta afirmación es el de 25-35 años con un 88% y en cuanto al nivel socioeconómico, son los grupos medios bajos (C3) con un 84%.

Llama la atención el nivel de crítica de los grupos medios bajos (C3) en contraste con grupos altos (C1), en torno a esta afirmación. Esto se puede explicar debido a que en esta misma encuesta son también los grupos medios bajos quienes declaran un mayor consumo de TV durante el período y por tanto se presentan más conscientes a la hora de evaluar la falta de otros contenidos relevantes dentro de la pantalla.

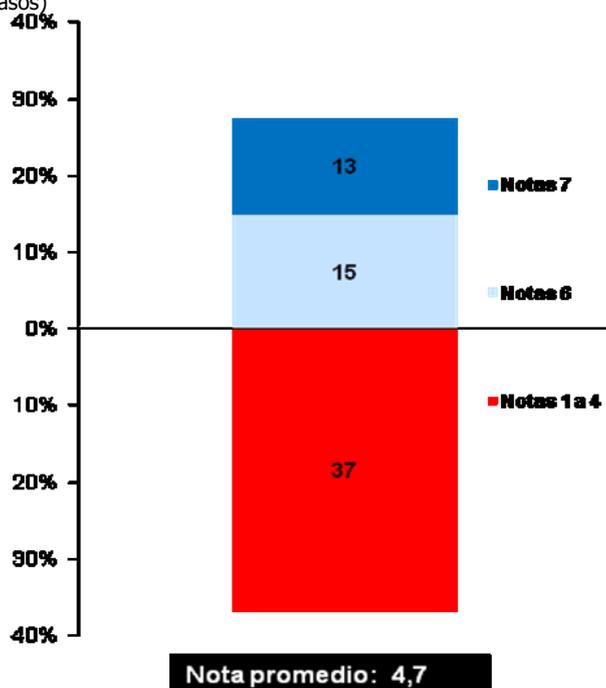
En segundo lugar y también con un alto grado de acuerdo, está la percepción entre los entrevistados de que “la cobertura del mundial hizo que nos olvidáramos de los afectados por el terremoto” (74%), siendo nuevamente el segmento de 25-35 años y

los segmentos medios-bajos (C3) quienes más grado de acuerdo tienen con la afirmación, con un 82% y 77%, respectivamente.

Nivel de Satisfacción con la Programación General

Gráfico nº18: Nivel de Satisfacción con la Programación General²⁷

Base: Total muestra (400 casos)



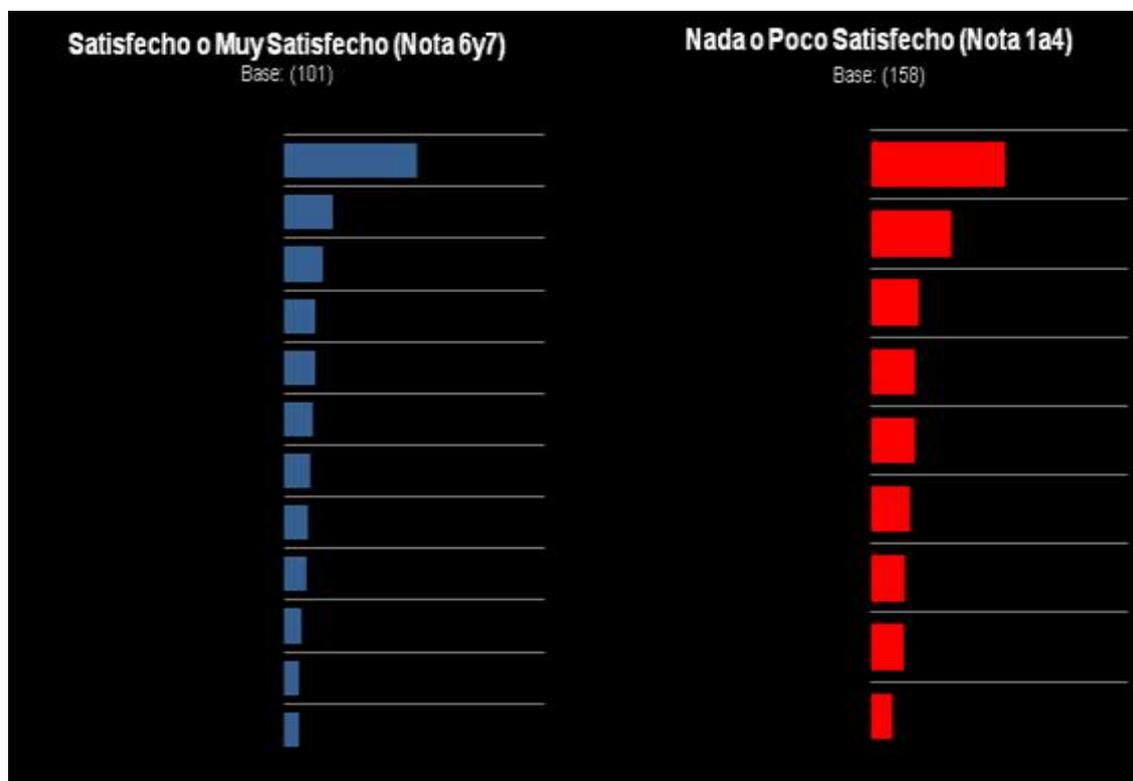
Observando los niveles de satisfacción general de los entrevistados respecto de la programación ofrecida por los canales de televisión durante el período del mundial de fútbol, en general hay insatisfacción con la programación exhibida: un 37% de los entrevistados evalúa con nota de 1 a 4 su nivel de satisfacción general, con un promedio de 4,7. Insatisfacción más marcada en los niveles socioeconómicos alto (C1) y medio alto (C2), con un 51% y 48%, respectivamente. El segmento menos crítico es el D, con un 21% de notas 7, muy por sobre el resto de los segmentos socioeconómicos²⁸.

²⁷ Pregunta de la encuesta: ¿Cuán satisfecho está Ud. con toda la programación que ofrecen los canales de TV, durante el Mundial de Fútbol. Utilice una escala 1 a 7, donde 1=Nada satisfecho y 7=Muy satisfecho.

²⁸ Ver tabla nº10 en el anexo

Razones asociadas a satisfacción/insatisfacción con la programación

Gráfico nº19: Razones asociadas a satisfacción/insatisfacción con la programación de los canales²⁹



Al evaluar los niveles de satisfacción con la programación, entre quienes declaran estar satisfechos o muy satisfechos, la principal razón mencionada –en un 31% de los casos– es que la televisión en general cumplió al *informar bien sobre el mundial*. De esta manera la función de informar supera a la de entretención, hablándonos de una audiencia que valora principalmente la entrega de datos y pormenores del evento que se transmite.

En cuanto a las razones de insatisfacción, el principal motivo corresponde al exceso de programación asociada al mundial -32%-. El segundo motivo en importancia, con un

²⁹ Pregunta de la encuesta (abierta): *¿Por qué razones está nada o poco satisfecho?*

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

19%, es que *“los programas relacionados con el mundial son fomes”*, esto en referencia a los programas satélites y no a las transmisiones de los partidos.

Al observar las diferencias por sexo, son las mujeres las que se manifiestan más insatisfechas con la programación debido a que consideran que hubo una cierta saturación de la pantalla con este tema, con un 38% en contraste al 25% de los hombres. Por el contrario, son los hombres quienes evaluaron en mayor medida como motivo de insatisfacción que *“los programas relacionados del mundial son fomes”*: 21% versus un 16% de las mujeres³⁰.

³⁰ Ver tabla nº11 en anexo

DISCUSIÓN

Triangulando los datos producidos por el estudio –los relativos a la pantalla y a las audiencias- para obtener así una imagen más integral del fenómeno observado, podemos hipotetizar que siendo el mundial de fútbol un acontecimiento de alto interés público la televisión – en su lógica de construcción y retención de audiencia- tiende a exacerbar su tratamiento temático en los noticieros, tanto en un plano cuantitativo como cualitativo. En lo cuantitativo, incrementando su ‘peso específico’ en relación a otros temas (en el caso que nos ocupa, el mundial de fútbol ocupó casi el 50% de los contenidos) y en lo cualitativo, intensificando sus dimensiones comunitarias.

Correlativamente a lo anterior –tanto desde el análisis de pantalla como de la percepción y valoración de las audiencias- se constata una reducción de la diversidad temática en los noticieros, quedando relegados a un segundo plano otros temas relevantes del acontecer nacional e internacional. De estos temas se identifica particularmente el terremoto y los avances en la reconstrucción. En ese momento los televidentes esperaban que los medios en general, y en particular la televisión abierta, asumieran un rol de vigilancia de la implementación de las políticas de reconstrucción³¹.

Para la mayoría de los entrevistados la presencia cuantitativa del mundial en los noticieros fue considerada más bien excesiva, siendo ésta una de las dimensiones que disminuyó el nivel de satisfacción con la transmisión del mundial. Pero en esta dimensión se observa una diferencia entre las personas de los distintos estratos socioeconómicos considerados, constatándose que esta actitud crítica se va aminorando cuando nos situamos en los estratos medios y bajos.

³¹ Consejo Nacional de Televisión (2010): *“Informe Cobertura televisiva de terremoto”*.

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Este fenómeno guarda una cierta coherencia con otros estudios realizados por el CNTV³² que refieren en estos últimos estratos una mejor evaluación de la televisión y de los noticiarios en particular. La televisión en este sentido sigue siendo la principal forma de uso del tiempo libre para estos sectores y su principal fuente de información y esparcimiento. A su vez, ocupa mayor importancia en relación a otros medios de comunicación, ya que tienen un consumo más bajo de medios escritos y digitales, con lo que los estratos más altos tienen a disposición una mayor variedad de medios.

Un evento internacional que pone en competencia a naciones es un escenario de experiencia colectiva, convivencia y celebración masiva muy eficaz para poner en juego los sentidos psicológicos de comunidad (esta vez referidos a la comunidad nacional)³³.

Los resultados de este estudio apuntan a que una de las constantes en el tratamiento temático del mundial de fútbol que practicó la televisión fue la puesta en resonancia de sus funcionalidades comunitarias. Esta resonancia adquirió tal vez mayor envergadura por el hecho de que el contexto preferencial de visionado –tanto de los partidos como de los noticieros– fue el hogar, espacio comunitario de convivencia próxima y lugar privilegiado de inserción de la televisión en el mundo de la vida de las personas.

La estrategia televisiva contempló la intensificación de los sentimientos comunitarios a nivel de la comunidad-país, vinculando estrechamente el desempeño de la selección chilena en el mundial a emociones de unidad e identidad nacional y por supuesto, al incremento del capital simbólico del país.

Este componente ‘comunitario’ de la estrategia televisiva fue apreciado positivamente por las audiencias, puesto que la transmisión habría contribuido a la cohesión social uniéndonos como país, densificando las redes sociales (familia y amigos) e incluso contribuyendo a mejorar los ambientes laborales. Cuando Chile fue eliminado del

³² Consejo Nacional de Televisión (2008) “*Sexta Encuesta Nacional de Televisión*”. Disponible en www.cntv.cl

³³ Villena Fiego, Sergio (2006): “*Globalización. Siete ensayos heréticos sobre fútbol, identidad y cultura*”. Costa Rica, Editorial Norma.

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

mundial ya la situación no fue la misma y el consumo de televisión disminuyó sensiblemente.

La televisión surge así como un muy buen analizador de nuestro funcionamiento comunitario, actuando de manera muy eficaz sobre lo común del estar en común de la convivencia, manejando sus claves e incidiendo en los temas que activan su dinamismo, es decir, en aquello que conmueve emocionalmente a las personas en situación de convivencia amplia: la comunidad/país.

Si bien la transmisión de la participación de Chile en el mundial posibilitó a las audiencias vivir intensamente la comunidad/país, a su vez el carácter global del espectáculo transformó a la televisión en una 'ventana al mundo', mostrando a los televidentes paisajes, gentes y culturas de gran diversidad.

ANEXOS

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Conducta de Visionado

Tabla nº 1: Considerando el consumo habitual que Ud. tiene de televisión, ¿Ud. diría que desde que comenzó la transmisión del Mundial de Fútbol?

% TV que vió desde que comenzó la transmisión del mundial	TOTAL	SEXO		EDAD					GSE			
		Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	46-55	56-65	C1	C2	C3	D
Bases	400	198	202	80	80	80	80	80	92	87	102	119
Vio más TV de lo habitual	42	51	33	41	49	32	48	38	34	39	47	42
Vio la misma cantidad de TV	43	39	47	43	40	46	44	42	53	44	37	44
Vio menos TV que lo habitual	15	10	20	15	11	22	7	20	12	17	16	14

Tabla nº 2: Considerando el tipo de programación que ha habido desde que comenzó el Mundial de Fútbol, ¿Ud. diría que ha visto?

% Programación que ha visto desde el comienzo del Mundial	TOTAL	SEXO		EDAD					GSE			
		Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	46-55	56-65	C1	C2	C3	D
Bases	400	198	202	80	80	80	80	80	92	87	102	119
Nada o casi ningún programas asociado al Mundial o Partidos de Fútbol	22	16	29	20	31	16	18	25	17	34	16	21
Sólo algunos programas asociados al Mundial o Partidos de Fútbol	54	52	56	52	52	59	53	53	55	48	54	57
Muchos programas asociados al Mundial o Partidos de Fútbol	24	32	16	28	17	25	29	22	28	18	30	22

Tabla nº 3: ¿Cuál fue su principal medio o fuente de cobertura del mundial?

% Total Menciones Medios de Cobertura	TOTAL	SEXO		EDAD					GSE			
		Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	46-55	56-65	C1	C2	C3	D
Bases	212	100	112	42	42	45	42	41	48	43	55	66
TV abierta	86	83	89	76	93	89	88	76	81	74	86	93
TV Pagada	20	26	14	27	15	16	23	22	24	35	23	10
Internet	16	17	15	27	18	15	13	2	18	33	13	10
Radio	6	6	6	6	6	5	2	10	4	12	5	3
Diarios	6	5	7	8	5	2	11	7	7	9	6	5

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Tabla nº4: Detalle por valores socio-demográficos de la percepción de profundidad de cobertura de temas en noticiarios

% (Nada + poca)	Total	SEXO		EDAD					G.S.E.			
		Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	45-55	56-65	C1	C2	C3	D
Base	209	101	108	37	44	50	46	32	45	51	47	66
Educación	81	82	81	86	82	87	75	68	87	89	75	78
Reconstrucción del Terremoto	75	80	71	74	76	80	80	52	90	80	76	69
Salud	70	73	68	83	78	67	64	49	68	64	68	76
Cultura y Espectáculos	68	72	63	59	68	72	73	54	68	72	65	66
Economía	66	67	65	69	73	66	62	50	69	60	67	68
Deportes (excepto el Mundial)	58	67	50	54	62	60	59	49	77	73	44	53
Internacional	56	60	51	47	63	54	57	51	58	58	50	57
Política	48	53	44	62	50	46	47	27	37	50	34	57
Policial / Seguridad Ciudadana	43	49	37	41	40	46	49	34	40	37	38	50

Tabla nº 5 : Pensando en la cantidad de tiempo que ha destinado la **televisión abierta** para transmitir información acerca del Mundial de Fútbol ¿Ud. diría que ha sido..?

% Tiempo que Tv abierta transmitió información sobre el Mundial	TOTAL	SEXO		EDAD					GSE			
		Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	46-55	56-65	C1	C2	C3	D
BASES ABSOLUTAS	400	198	202	80	80	80	80	80	92	87	102	119
Excesivo	37	34	41	33	36	50	25	44	46	42	28	39
Bastante	26	27	25	26	26	29	34	9	18	25	22	32
Suficiente	28	28	28	33	30	17	31	32	30	24	38	23
Poco	7	9	5	7	7	3	7	13	6	6	9	6

Tabla nº 6 : Pensando en la cantidad de tiempo que han destinado los **noticieros** para transmitir información acerca del Mundial de Fútbol ¿Ud. diría que..?

% Tiempo de transmisión de información del Mundial de Fútbol en los Noticieros	TOTAL	SEXO		EDAD					GSE			
		Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	46-55	56-65	C1	C2	C3	D
Bases	209	101	108	37	44	50	46	32	45	51	47	66
Excesivo	47	43	52	44	57	53	32	50	74	54	45	39
Bastante	26	21	31	35	17	22	40	17	13	30	30	25
Suficiente	23	32	14	17	27	21	24	30	12	14	16	35
Poco	3	3	2	4	0	4	3	4	0	2	7	1

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

I. Valoración

Tabla nº 7: Con una escala de 1 a 5, donde 1=Totalmente en desacuerdo y 5=Totalmente de acuerdo ¿Cuán de acuerdo está Ud. con las siguientes afirmaciones?

% (Totalmente de acuerdo + De acuerdo)	SEXO		EDAD					GSE			
	Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	45-55	56-65	C1	C2	C3	D
Base	198	202	80	80	80	80	80	92	87	102	119
La transmisión del mundial, nos une como país.	83	81	78	82	82	86	81	79	74	82	87
La transmisión del mundial desvía la atención de temas importantes para la sociedad, como alzas de precio.	80	79	81	88	81	73	72	72	79	84	80
La cobertura del mundial hizo que nos olvidáramos de los afectados por el terremoto.	72	76	66	82	74	71	74	69	72	77	74
La cobertura del mundial dejó fuera temas importantes	66	71	74	73	65	67	63	56	78	73	64
La transmisión del mundial le permitió conocer más sobre la cultura de otros países.	59	61	42	54	65	73	67	46	52	71	60
La cobertura del mundial le permitió unirse más con su familia o mis amigos.	57	59	71	55	46	66	54	50	50	66	59
La cobertura del mundial mejoró su ambiente laboral.	52	36	49	48	40	45	34	46	38	49	43
La cobertura del mundial fue un buen pretexto para enseñar cosas a tus /sus hijos.	25	27	17	22	24	41	30	17	21	27	31

Tabla nº 8: ¿Ud. siente que su nivel de consumo sobre el Mundial?

% Consumo del Mundial	Total	SEXO		EDAD					GSE			
		Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	45-55	56-65	C1	C2	C3	D
Base	400	198	202	80	80	80	80	80	92	87	102	119
Aumentó	8	5	11	7	5	7	10	9	1	6	8	10
Se mantuvo	48	54	41	47	46	44	54	49	64	57	47	39
Disminuyó	43	39	46	44	48	49	32	37	34	33	44	49

Tabla nº 9: ¿Ud. siente que la cobertura del Mundial?

% Cobertura del Mundial	Total	SEXO		EDAD					GSE			
		Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	45-55	56-65	C1	C2	C3	D
Base	400	198	202	80	80	80	80	80	92	87	102	119
Es mayor que antes	28	27	16	32	30	41	25	25	28	30	28	28
Sigue siendo igual que antes	23	18	20	21	31	27	27	22	20	25	21	25
Es menor que antes	47	50	63	46	36	28	45	49	49	45	50	44

Tabla nº 10: ¿Cuán satisfecho está Ud. con toda la programación que ofrecen los canales de TV, durante el Mundial de Fútbol. Utilice una escala 1 a 7, donde 1=Nada satisfecho y 7=Muy satisfecho

% Evaluación de Satisfacción con la programación en TV durante el Mundial	TOTAL	SEXO		EDAD					GSE			
		Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	46-55	56-65	C1	C2	C3	D
Bases	400	198	202	80	80	80	80	80	92	87	102	119
Notas 1 a 4	37	36	37	25	48	31	32	48	51	46	31	32
Nota 6	15	18	12	17	8	19	18	13	12	17	16	13
Nota 7	13	13	13	17	6	19	8	15	9	4	8	21
Notas 6 + 7	27	30	25	33	14	38	26	28	21	22	25	34

Cobertura Televisiva del Mundial de Fútbol Sudáfrica 2010

Percepciones de la audiencia y Diversidad en Noticiarios
Departamento de Estudios – Consejo Nacional de Televisión

Tabla n° 11: ¿Por qué razones? **Pregunta abierta, listado de respuestas codificadas**

% Razones Notas 1 a 4	TOTAL	SEXO		EDAD					GSE			
		Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	46-55	56-65	C1	C2	C3	D
Bases	158	82	76	21	38	34	26	39	45	39	32	42
Mucha cobertura al mundial / mucho fútbol	32	25	38	31	34	41	26	22	27	25	24	43
Los programas relacionados con el mundial son fomes	19	21	16	18	17	13	33	15	23	20	29	10
No entiendo el fútbol / no me llama la atención	11	6	16	19	7	11	9	16	11	5	11	16
No transmitían todos los partidos	10	16	5	5	13	6	13	12	14	10	9	10
Faltó información de otros temas	10	11	9	28	9	9	3	9	8	15	12	7
Faltaron programas culturales	9	11	7	3	8	17	5	11	2	11	20	4
Los programas son todos lo mismo	8	8	8	18	9	2	9	3	7	16	3	6
Los programas del mundial son sólo de farándula	8	9	6	0	5	8	14	11	7	11	14	2
No informan bien sobre el mundial	5	6	5	3	3	4	5	12	4	8	4	4

% Razones Notas 6 a 7	TOTAL	SEXO		EDAD					GSE			
		Hombre	Mujer	18-24	25-35	36-45	46-55	56-65	C1	C2	C3	D
Bases	101	52	49	26	12	18	22	23	21	18	26	36
Informaron bien sobre el mundial	31	28	34	38	33	43	15	7	24	31	27	33
Programación entretenida	11	6	18	21	14	3	11	12	3	20	7	12
Está conforme con la programación	9	16	0	0	0	19	0	22	7	0	2	16
La opción de ver algunos partidos en diferido	7	10	4	6	19	4	9	3	12	0	21	2
Informan sobre las culturas de otros países	7	4	11	0	16	6	11	7	3	0	11	9
Le gusta el fútbol y puede verlo	6	5	8	10	10	0	6	13	0	0	5	10
Por lo variado de la programación	6	7	5	6	0	4	13	9	5	15	2	5
Buena cobertura del mundial	5	3	8	14	0	8	0	0	11	9	4	4
Mucha cobertura al mundial / mucho fútbol	5	7	3	3	15	3	8	0	13	3	4	5
Le gustó todo lo que dieron	4	4	5	6	0	7	0	6	5	0	13	2
La transmisión es excelente / buena señal	4	5	2	7	0	0	6	6	5	11	0	3
Dieron buenos programas de conversación	3	2	5	0	10	0	10	0	0	12	0	2