



Franja televisiva

Elección Presidencial y Parlamentarias 2025

Departamento de Estudios

▶ 17 de octubre a 13 de noviembre



METODOLOGÍA

- Metodología Cuantitativa.
- Diseño no probabilístico de muestreo por cuotas.



TÉCNICA

- Encuesta online de duración de 5 minutos.
- Fecha de aplicación: 21 de octubre al 08 de noviembre de 2025.



UNIVERSO

- Hombres y mujeres de 18 años o más, residentes en principales ciudades y/o comunas, de todas las regiones de Chile.
- Marco muestral: Panel IIS Ipsos.



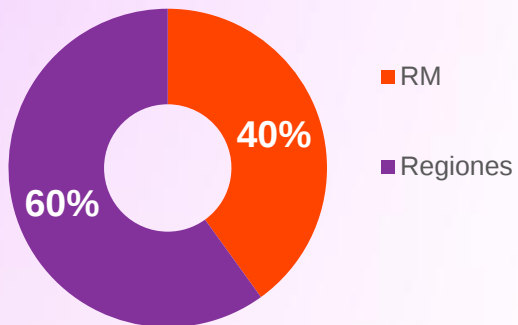
MUESTRA

- Muestra de 2800 casos

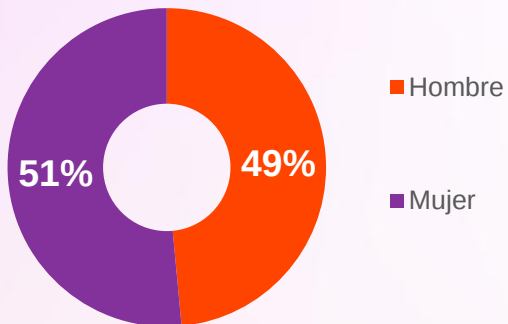
Región	Muestra
Norte (Arica a Coquimbo)	300
Centro (Valparaíso a Ñuble)	736
Sur (Araucanía al sur)	264
RM	1500
Total	2800

MUESTRA PONDERADA

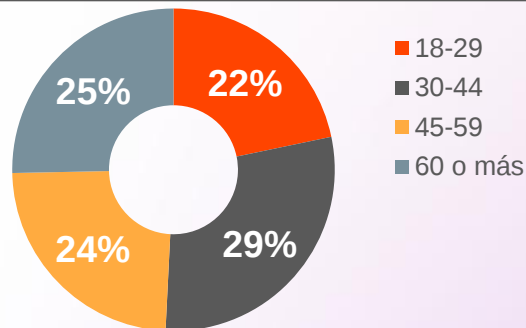
ZONA



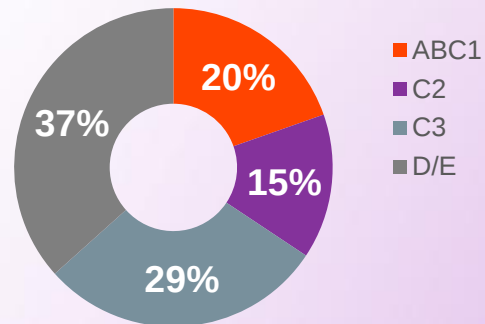
SEXO



EDAD



GSE



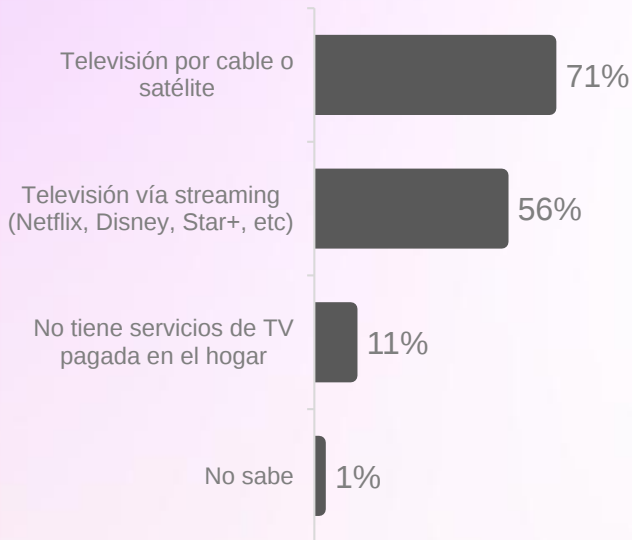
Muestra ponderada por la distribución de la población nacional, a nivel de sexo, zona geográfica, edad y GSE (AIM) según proyecciones Censo INE 2017

DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

De los siguientes servicios de televisión pagada, ¿cuál de ellos tiene contratado usted o su familia?

Marque todas las que correspondan

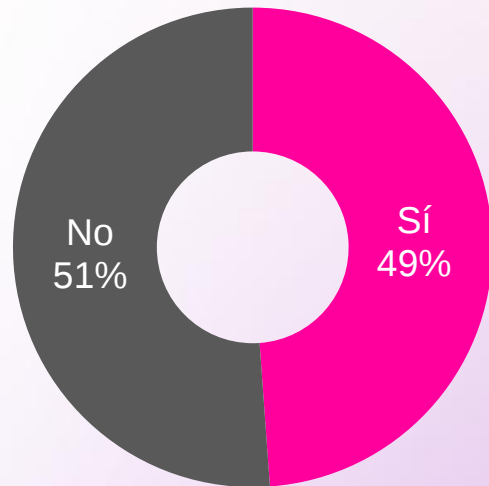
Base: 2800 casos, total muestra. Respuesta Múltiple



Dic 2023 %	Mayo 2023 %
65%	73%
56%	44%
8%	10%
1%	4%

En su hogar, ¿vive algún niño, niña o adolescente (17 años o menos)

Base: 2800 casos, total muestra



	Dic 2023	Mayo 2023
Sí	55	48%
No	45	52%

ESTUDIOS ANTERIORES

Las siguientes son las fechas de votaciones que implicaron un período donde los canales de televisión abierta transmitieron franjas de propaganda política.

Los resultados comparativos son referenciales, dado que según el tipo de elección existen particularidades que implican limitaciones en el ejercicio comparativo.

Fecha Votación	Días franja	Tipo Elección
Noviembre 2025	17 octubre al 13 noviembre 2025	Elección Presidencial Primera vuelta
Dic 2023	14 noviembre al 14 diciembre 2023	Plebiscito constitucional 2023
Mayo 2023	07 abril al 07 mayo 2023	Elección Consejo Constitucional
Septiembre 2022	05 agosto al 01 septiembre 2022	Plebiscito Salida Nueva Constitución
Diciembre 2021	05 diciembre al 16 diciembre 2021	Elección Presidencial Segunda Vuelta
Mayo 2021	12 de marzo al 08 de abril 2021 *	Elección Convención Constituyente
Octubre 2020	25 septiembre al 22 octubre 2020	Plebiscito Nueva Constitución

* Con la postergación de las elecciones para el 15 y 16 de mayo 2021, los dos días remanentes salieron al aire el 12 y 13 de mayo

Resumen ejecutivo



▶ 17 de octubre a 13 de noviembre

RESUMEN EJECUTIVO

1. EXPOSICIÓN A LA FRANJA ELECTORAL

La franja electoral alcanzó niveles excepcionales de audiencia y reconocimiento ciudadano, marcando un punto de inflexión en la comunicación política televisiva. El 81% de los encuestados declaró haber visto la franja electoral, representando un incremento sustancial respecto al 66% registrado en mayo 2023 para el Consejo Constitucional.

De quienes señalan no haber visto la franja, el 37% no manifestó interés, el 30% declaró haber tenido interés de verla, pero no haber podido, el 18% no haber sabido que la estaban dando y un 15% quizás poder verla en otra oportunidad.

Aún cuando los resultados de las razones para no ver la franja, en rigor no son comparables, la falta de interés es la que concentra el mayor número de menciones.

La forma de consumo revela patrones consolidados de exposición, donde el 70% de quienes vieron la franja lo hicieron de manera incidental mientras veían televisión, mientras solo el 30% la sintonizó deliberadamente. Esta exposición se mantiene anclada en la televisión tradicional con un 83% de preferencia, aunque emergen canales digitales complementarios como redes sociales (27%) y medios online de canales abiertos (19%), especialmente entre audiencias jóvenes de 18 a 29 años donde el consumo digital alcanza el 41%.

RESUMEN EJECUTIVO

2. IMPACTO DE LA FRANJA ELECTORAL

El impacto de la franja presenta una marcada asimetría entre su efectividad informativa y su capacidad de influencia electoral directa. En la dimensión informativa, el 72% reconoce que la franja presidencial permitió ver diferencias entre candidaturas y el 63% pudo conocer las propuestas de los candidatos, mientras que para la franja parlamentaria estos valores fueron 68% y 59% respectivamente. Sin embargo, la claridad de la información presenta desafíos, con solo el 49% considerando clara la información presidencial y 53% la parlamentaria, sugiriendo oportunidades de mejora en la comunicación política.

Impacto conductual: Entre las conductas asociadas a la franja, solo una de las seis acciones descritas en la encuesta tuvo un resultado neto negativo (mayor proporción de desacuerdo que de acuerdo), como es “haber comentado la franja electoral en las redes sociales”. Por su parte, las restantes conductas consultadas tuvieron un resultado neto positivo destacando haber comentado la franja electoral con la familia, amigos y conocidos.

Impacto conductual electoral: El impacto electoral muestra limitaciones, donde únicamente el 22% de los espectadores reportó que la franja cambió su decisión de voto

Al igual que la alta valoración a la franja electoral presidencial, la franja electoral parlamentaria también alcanza un alto nivel de valoración.

RESUMEN EJECUTIVO

3. IMPACTO FRANJAS CANDIDATOS PRESIDENCIALES

Las distintas afirmaciones relacionadas a los 8 candidatos presidenciales, muestra resultados muy diferentes entre uno y otro candidato. En este escenario, Jeannette Jara logra la mayor asociación a cada afirmación y por ende el mayor valor promedio, seguida de cerca por José Antonio Kast y más abajo sin grandes diferencias en promedio por Kaiser, Matthei y Parisi. Los demás candidatos con muy bajo impacto en las afirmaciones en evaluación.

4. MEDIOS DE INFORMACIÓN

El panorama mediático electoral muestra una dualidad entre la persistencia de medios tradicionales y la emergencia de plataformas digitales. Los canales de televisión abierta mantienen su hegemonía con 77% de preferencia para informarse sobre elecciones, seguidos muy distanciamiento por canales de TV pagada (6%) y canales regionales (5%). Esta preferencia se ha mantenido estable en las últimas cinco mediciones desde 2021, demostrando la resiliencia del medio televisivo tradicional. La diversificación informativa revela comportamientos multiplataforma, donde las redes sociales (44%) y portales de noticias online (37%) emergen como fuentes complementarias significativas.

La radio mantiene relevancia con 32% de uso, mientras YouTube alcanza 19% de penetración.

La percepción de desinformación presenta desafíos críticos: el 55% de encuestados reportó exposición a noticias falsas, identificando TikTok (47%), Facebook (44%) e Instagram (39%) como principales fuentes de desinformación, mientras la TV abierta también registra un preocupante 33% de percepción de desinformación.

RESUMEN EJECUTIVO

HALLAZGOS Y RECOMENDACIONES FINALES

- Exposición - impacto: la franja alcanza audiencias masivas (81% de exposición), pero genera cambios electorales mínimos (22% modifica voto), sugiriendo que su rol ha evolucionado de herramienta persuasiva a plataforma informativa. Los datos muestran que, mientras el 72% reconoce diferencias entre candidaturas, solo el 44% encuentra ayuda para decidir su voto.
- Brecha generacional digital: existe una marcada diferencia en patrones de consumo, donde el 41% de jóvenes (18-29 años) consume la franja por redes sociales versus 15% en mayores de 60 años, mientras que el interés por el proceso electoral es inversamente proporcional.
- Crisis de confianza informativa: la proliferación de desinformación alcanza niveles críticos. Un 55% de los encuestados reporta haber presenciado desinformación, concentrándose en plataformas digitales, pero afectando también medios tradicionales.

Franja televisiva

Elección Presidencial y Parlamentarias 2025



RESULTADOS

Exposición a la franja electoral

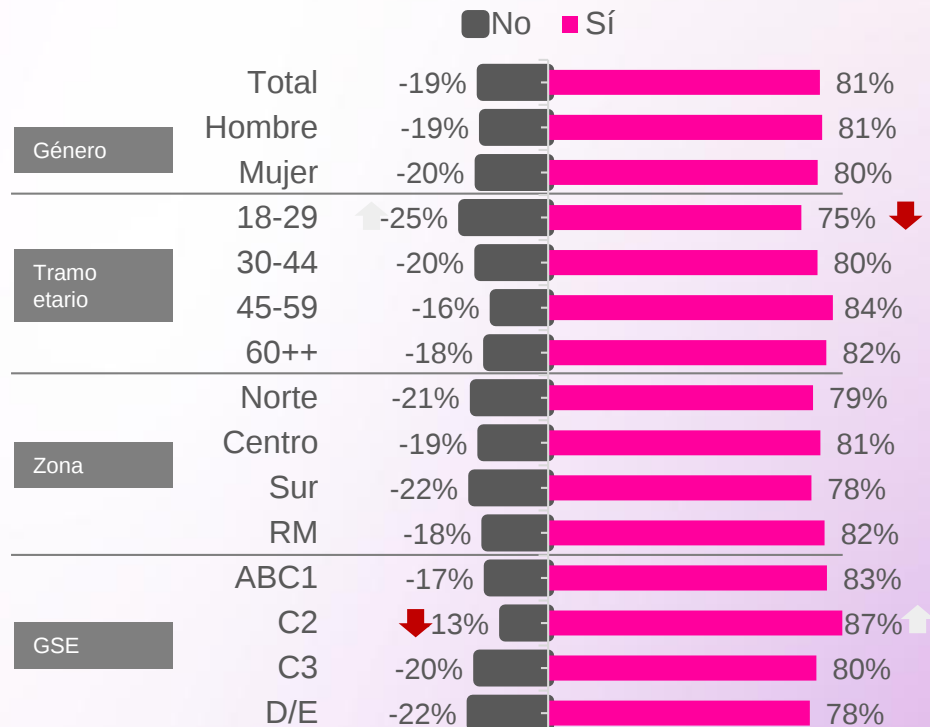
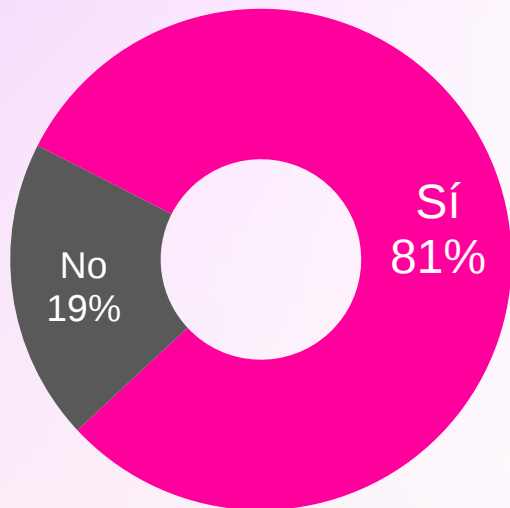


▶ 17 de octubre a 13 de noviembre

¿HA VISTO LA FRANJA?

¿Usted ha visto la franja electoral sobre las elecciones presidenciales y parlamentarias que están transmitiendo los canales de televisión abierta?

Base: 2800 casos, total muestra.

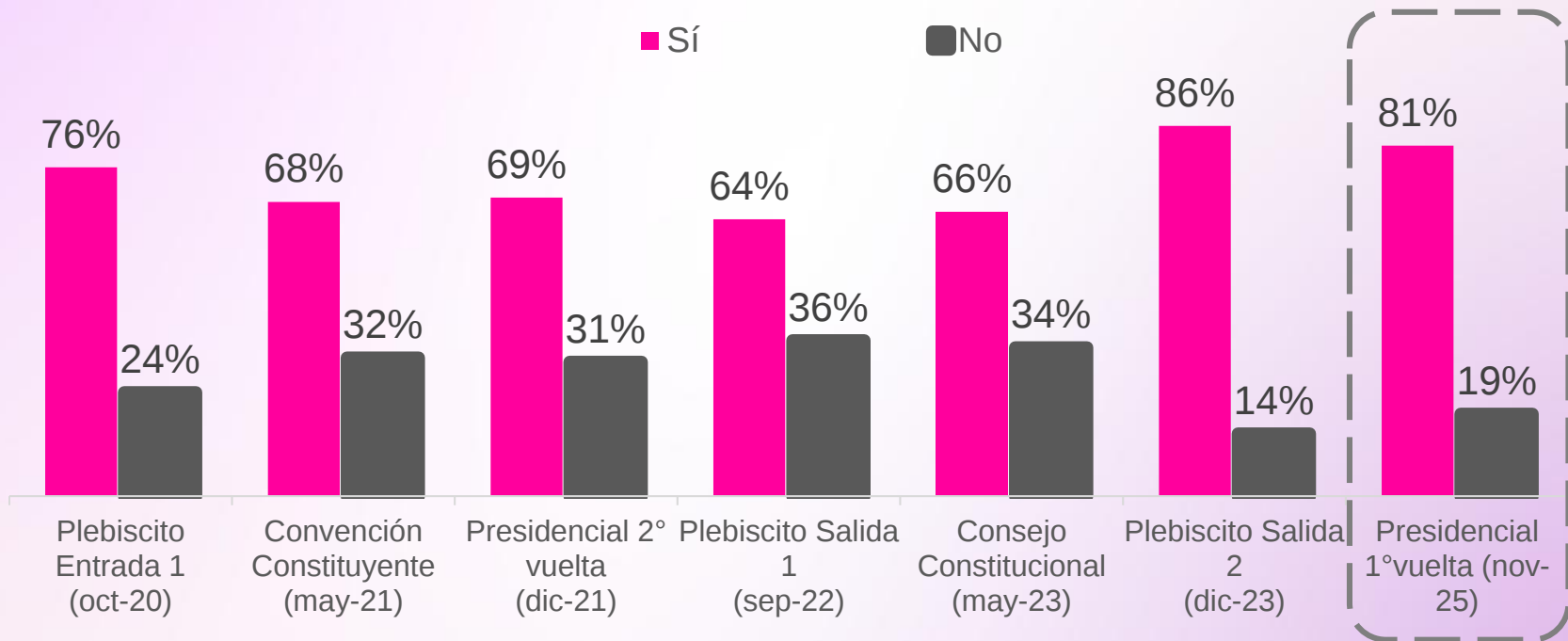


Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

¿HA VISTO LA FRANJA? / EVOLUTIVO

¿Usted ha visto la franja electoral sobre las elecciones presidenciales y parlamentarias que están transmitiendo los canales de televisión abierta?

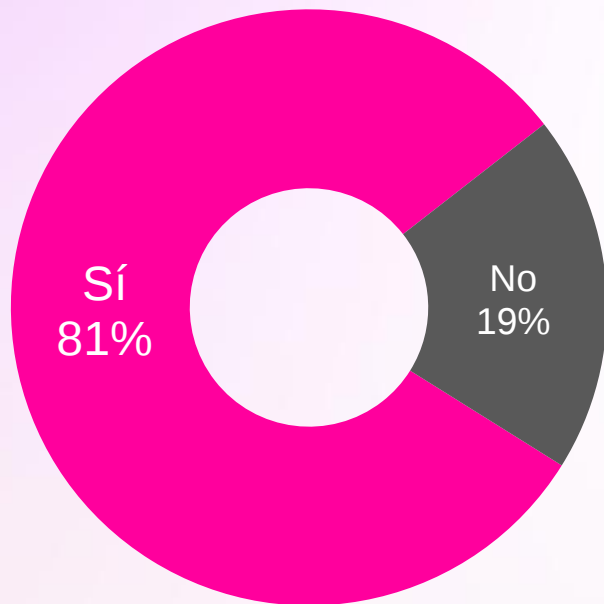
Base: 2800 casos, total muestra.



MOTIVOS PARA NO VER LA FRANJA

¿Usted ha visto la franja electoral sobre las elecciones presidenciales y parlamentarias que están transmitiendo los canales de televisión abierta?

Base: 2800 casos, total muestra



¿Por qué no ha visto la franja electoral?

Base: 512 casos, Solo quienes NO vieron la franja

***“No me
interesa”***

37%

***“Me interesa, pero no
he podido verla”***

30%

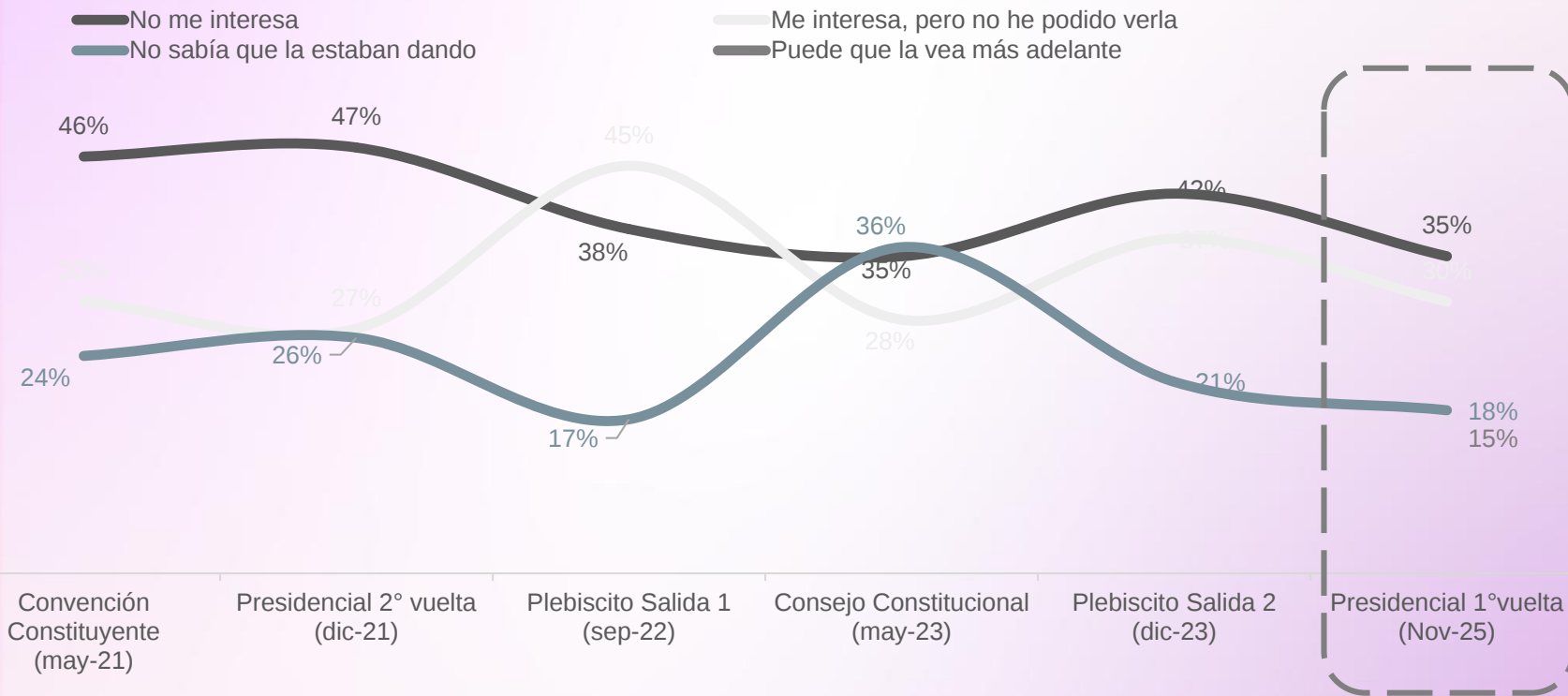
***“No sabía que la estaban
dando”***

18%

***“Puede que la vea más
adelante”***

15%

MOTIVOS PARA NO VER LA FRANJA



Comparativamente, este año 2025 se agregó la alternativa de respuesta "puede que la vea más adelante", lo que al ser una pregunta de respuesta única, los resultados en rigor no pueden ser comparables,

MOTIVOS PARA NO VER LA FRANJA

¿Por qué no ha visto la franja electoral?

Base: 512 casos, Solo quienes NO vieron la franja

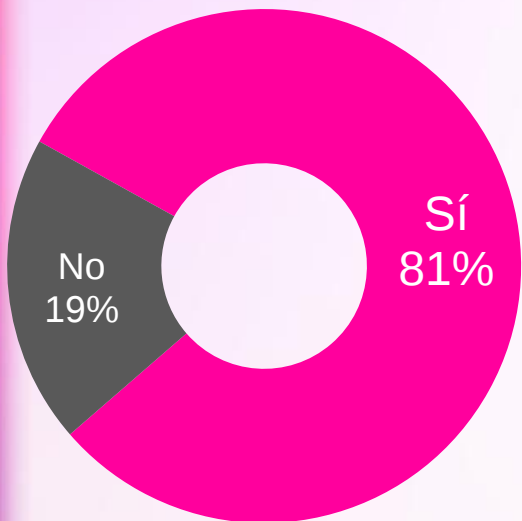
	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE			
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60 y más	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E
Base	512	169	343	111	248	127	26	62	146	51	253	121	93	127	171
No me interesa	37%	47%	29%	26%	36%	42%	50%	36%	29%	41%	44%	40%	33%	44%	33%
Me interesa, pero no he podido verla	30%	25%	34%	32%	32%	30%	23%	25%	32%	30%	29%	30%	37%	32%	26%
No sabía que la están dando	18%	15%	19%	24%	17%	8%	18%	30%	22%	17%	9%	16%	14%	8%	25%
Puede que la vea más adelante	15%	13%	18%	18%	15%	21%	8%	9%	16%	12%	19%	14%	17%	16%	15%

  Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%

Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

¿Usted ha visto la franja electoral sobre las elecciones presidenciales y parlamentarias que están transmitiendo los canales de televisión abierta?

Base: 2800 casos, total muestra

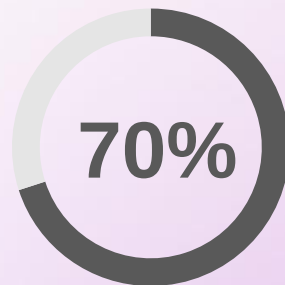


¿Cuál de estas frases representa mejor cómo ha visto usted la franja electoral?

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja

“Estaba viendo televisión antes de que comenzará y me quede pegado”

“La sintonicé especialmente, porque me interesa verla”



¿Por qué razón vio usted la franja electoral?

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja

	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE			
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60++	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E
Base	2288	842	1446	357	1086	701	144	238	590	213	1247	570	601	567	550
Estaba viendo televisión antes de que comenzara y me quedé pegado	70%	65%	74%	69%	70%	65%	75%	66%	70%	67%	72%	65%	74%	70%	70%
La sintonicé especialmente, porque me interesa verla	30%	35%	26%	31%	30%	35%	25%	34%	30%	33%	28%	35%	26%	30%	30%



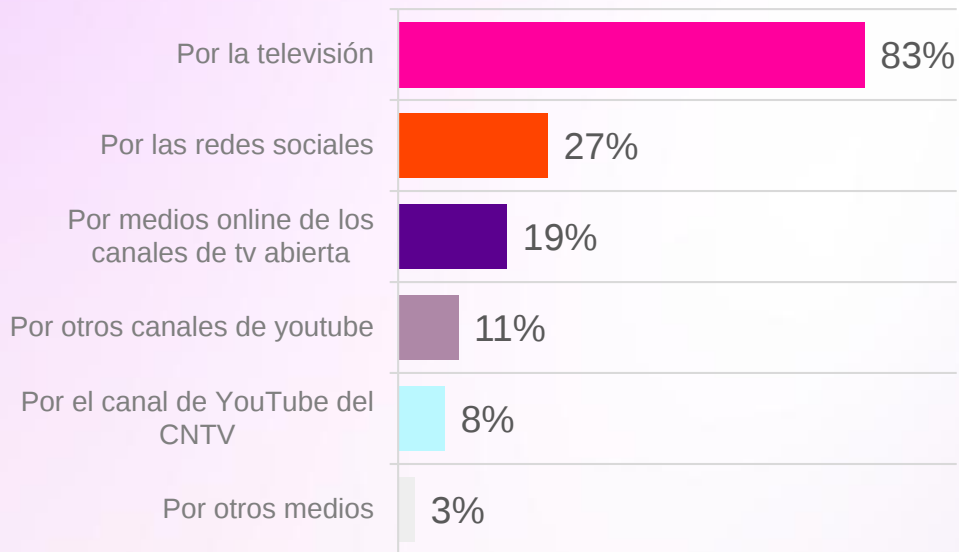
Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

MEDIOS EN LOS QUE SE HA VISTO LA FRANJA

¿A través de que medio(s) Ud. ha visto la franja?

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja. Respuesta Múltiple

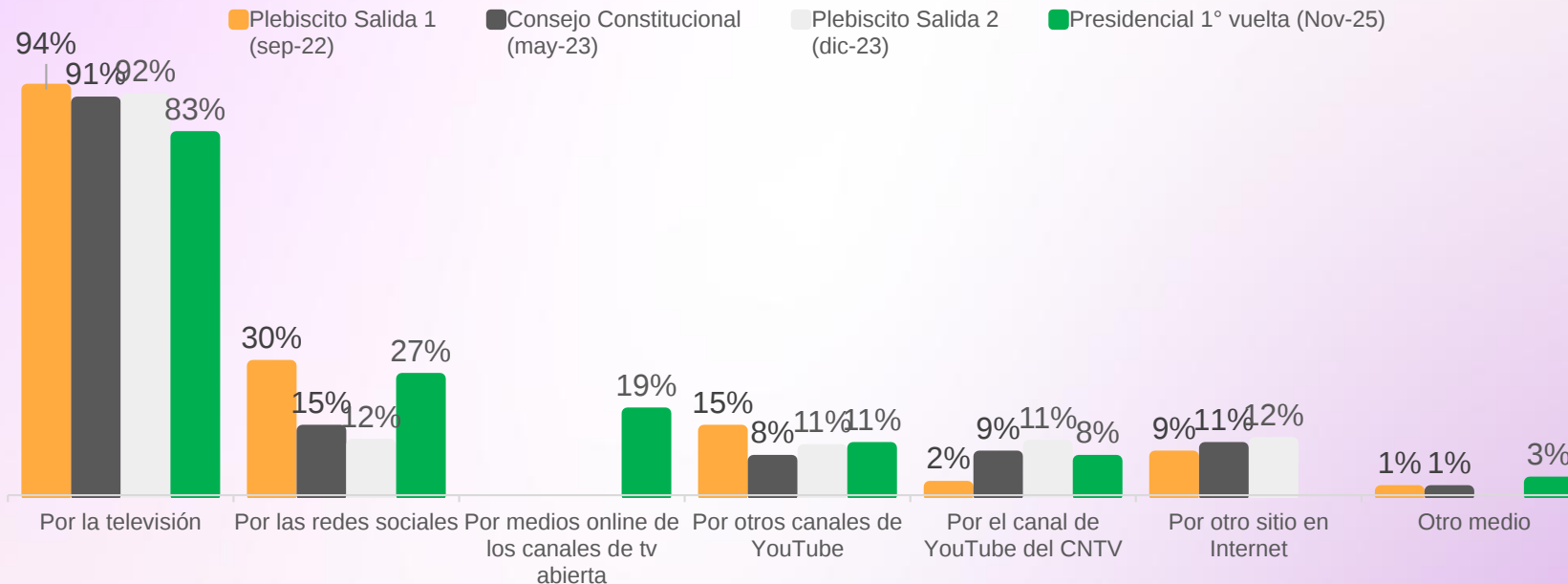


Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

MEDIOS EN LOS QUE SE HA VISTO LA FRANJA – EVOLUTIVO

¿A través de qué medio(s) Ud. ha visto la franja?

Base: Solo quienes vieron la franja. Respuesta Múltiple



MEDIOS EN LOS QUE SE HA VISTO LA FRANJA

¿A través de qué medio(s) Ud. ha visto la franja?

Base: Solo quienes vieron la franja. Respuesta Múltiple

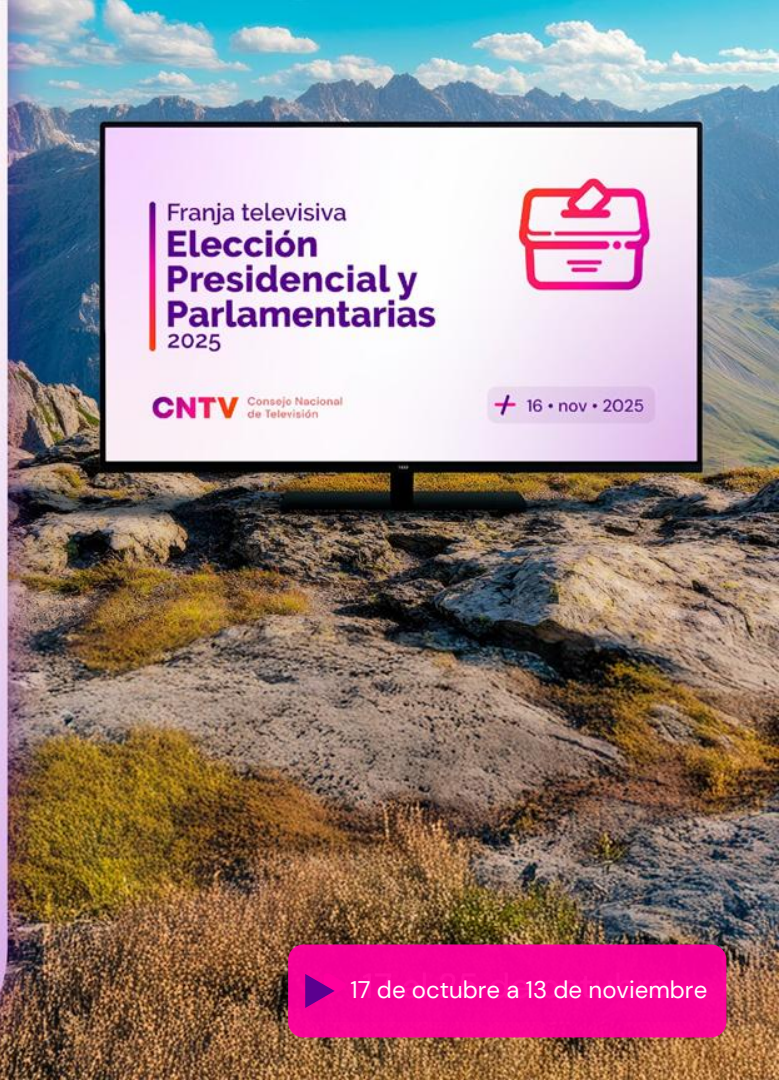
	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE			
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60++	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E
Base	2288	842	1446	357	1086	701	144	238	590	213	1247	570	601	567	550
Por la televisión	83%	84%	83%	78%	83%	86%	86%	77%	85%	83%	84%	82%	87%	81%	85%
Por las redes sociales	27%	22%	31%	41%	32%	21%	15%	23%	29%	38%	22%	21%	22%	25%	34%
Por medios online de los canales de tv abierta	19%	20%	19%	22%	21%	18%	17%	25%	19%	20%	18%	17%	18%	20%	21%
Por otros canales de youtube	11%	12%	10%	16%	12%	8%	8%	10%	11%	11%	11%	12%	11%	11%	10%
Por el canal de YouTube del CNTV	8%	10%	6%	11%	9%	6%	8%	14%	7%	8%	8%	9%	6%	9%	9%
Por otros medios	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	6%	1%	2%	1%	1%	4%	4%



Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

Impacto de la franja electoral presidencial



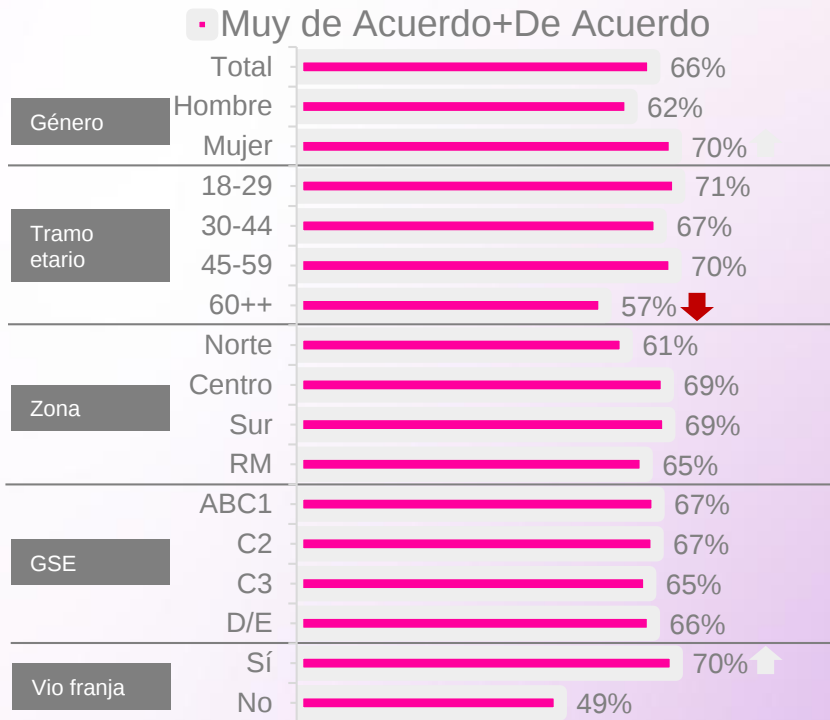
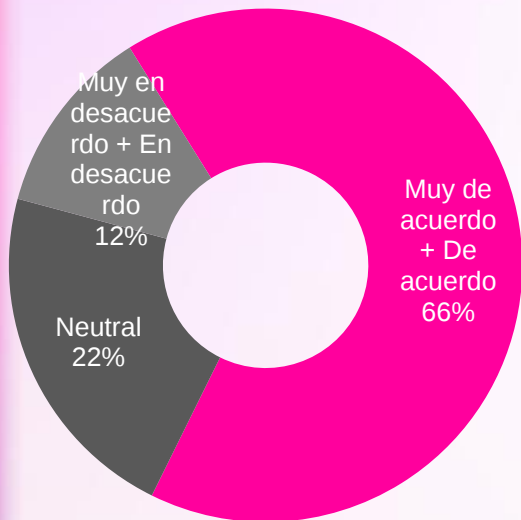
17 de octubre a 13 de noviembre

IMPORTANCIA ATRIBUIDA A LA FRANJA

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

“Es importante que la televisión emita una franja electoral presidencial”

Base: 2800 casos, total muestra



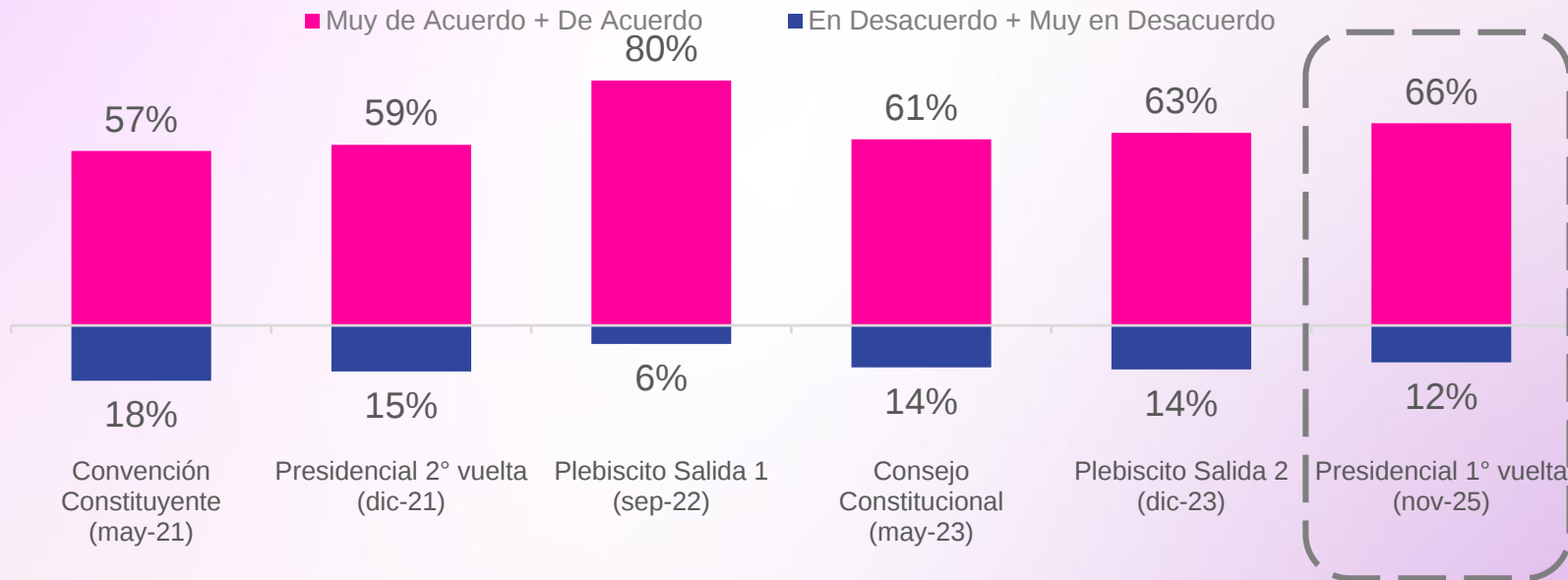
Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

IMPORTANCIA ATRIBUIDA A LA FRANJA PRESIDENCIAL- EVOLUTIVO

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

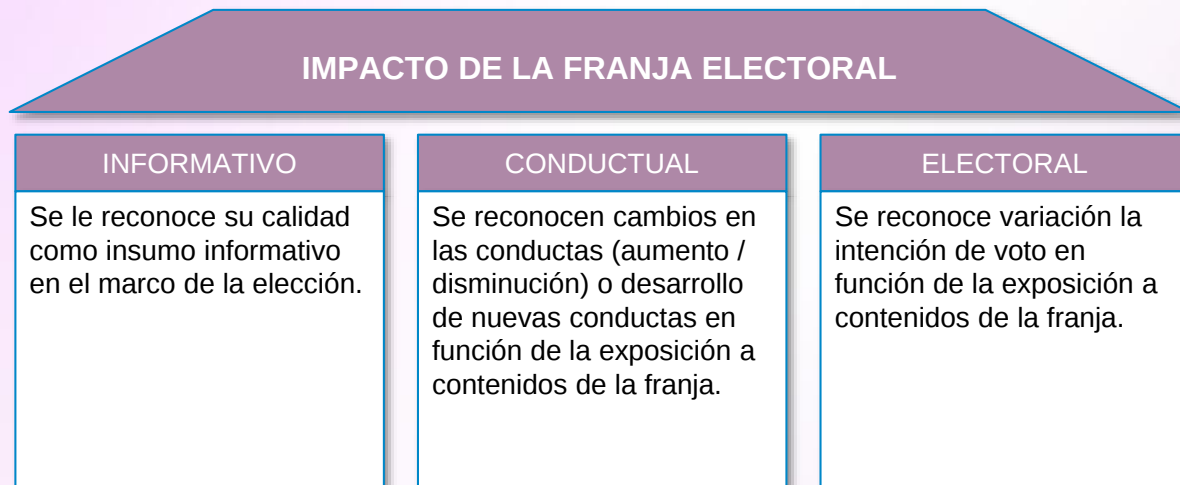
“Es importante que la televisión emita una franja electoral para...”

Base: 2800 casos, total muestra



Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

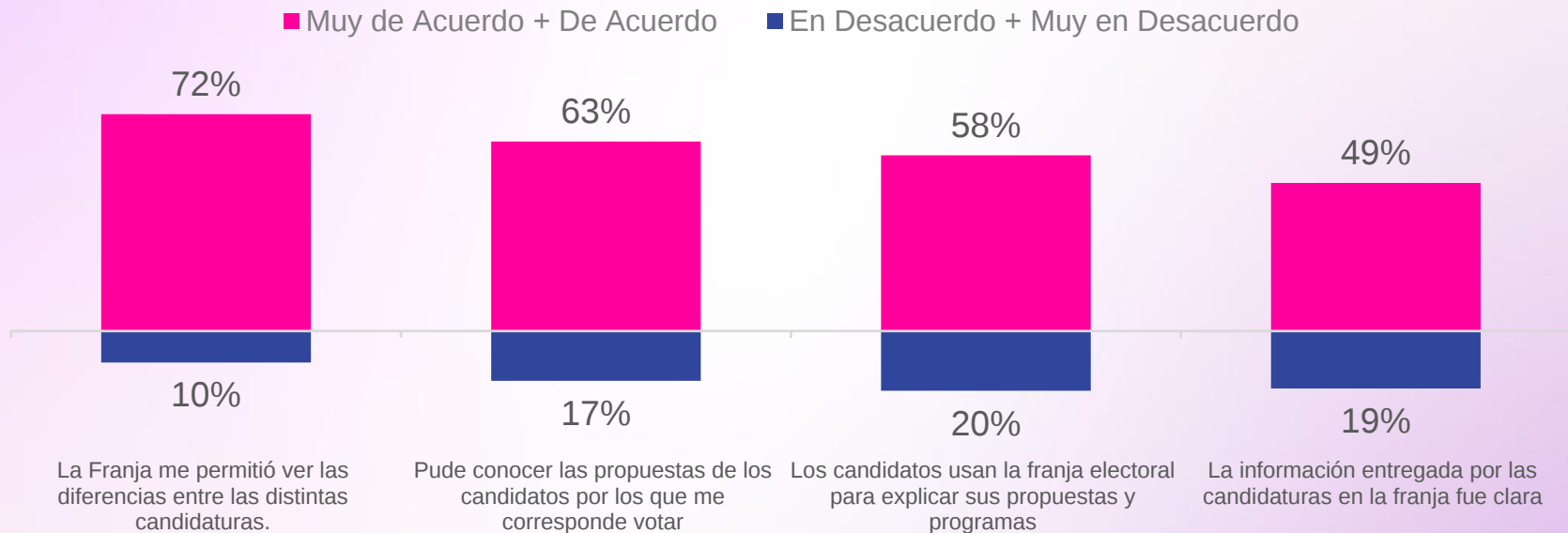
POSIBLES IMPACTOS DE LA FRANJA ELECTORAL PRESIDENCIAL



IMPACTO INFORMATIVO DE LA FRANJA PRESIDENCIAL

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.



Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

IMPACTO INFORMATIVO DE LA FRANJA PRESIDENCIAL SEGÚN SEGMENTOS

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.

% Muy de Acuerdo + De Acuerdo	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE			
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60 y más	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E
Base	2288	842	1446	357	1086	701	144	238	590	213	1247	570	601	567	550
La franja me permitió ver las diferencias entre las distintas candidaturas.	72%	71%	74%	76%	68%	74%	72%	73%	72%	71%	73%	66%	68%	77%	74%
Pude conocer las propuestas de los candidatos por los que me corresponde votar	63%	62%	64%	64%	61%	65%	64%	67%	62%	68%	61%	56%	65%	66%	64%
Los candidatos usan la franja electoral para explicar sus propuestas y programas	58%	56%	61%	61%	60%	58%	55%	66%	59%	60%	55%	47%	59%	63%	61%
La información entregada por las candidaturas en la franja fue clara	49%	47%	51%	50%	50%	55%	43%	58%	47%	56%	46%	40%	51%	52%	51%



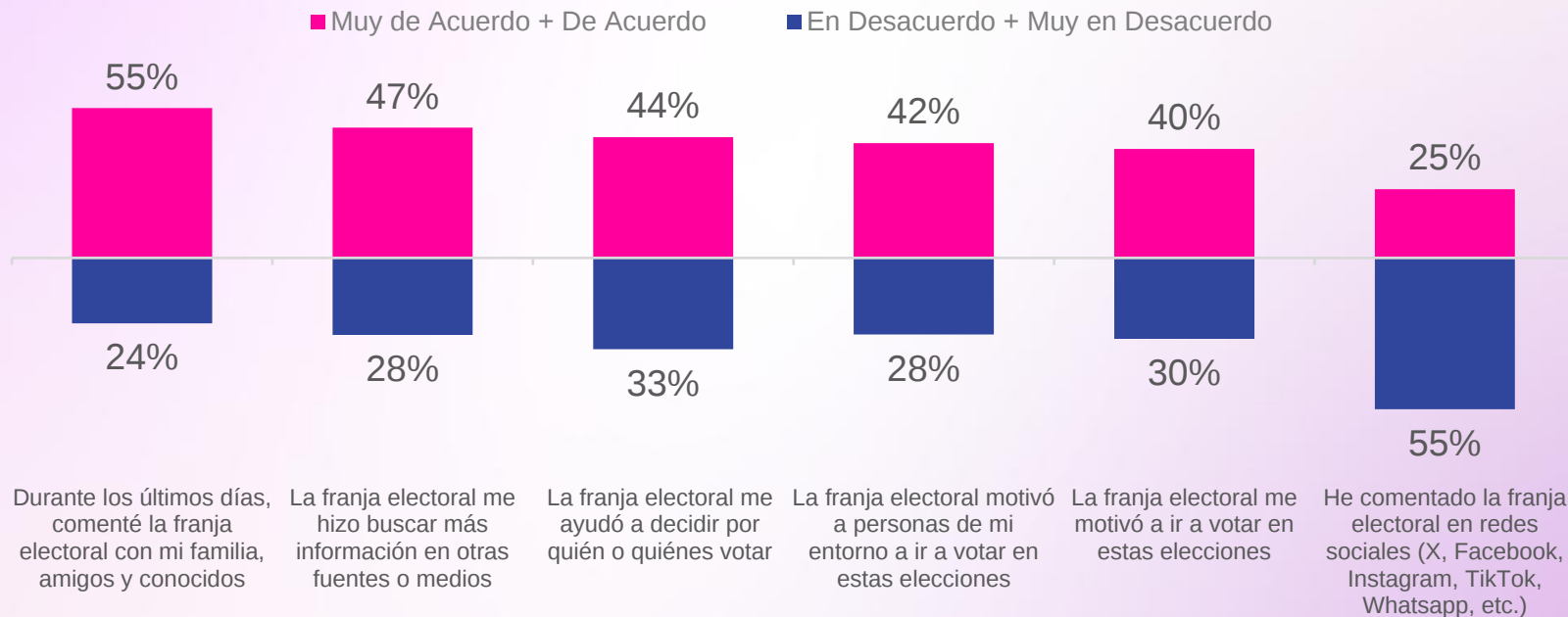
Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

IMPACTO CONDUCTUAL DE LA FRANJA PRESIDENCIAL

En una escala de 1 a 5, donde 1 es “muy en desacuerdo” y 5 “muy de acuerdo”, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.



Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

IMPACTO CONDUCTUAL DE LA FRANJA PRESIDENCIAL POR SEGMENTOS

En una escala de 1 a 5, donde 1 es “muy en desacuerdo” y 5 “muy de acuerdo”, ¿Qué tan de acuerdo está usted con siguientes afirmaciones?

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.

% Muy de Acuerdo + De Acuerdo	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE			
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60++	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E
Base	674	323	351	165	218	204	87	85	166	81	342	198	179	172	125
Durante los últimos días, comenté la franja electoral con mi familia, amigos y conocidos	55%	52%	57%	56%	53%	57%	53%	55%	52%	60%	55%	47%	52%	58%	57%
La franja electoral me hizo buscar más información en otras fuentes o medios	47%	46%	49%	57%	47%	47%	41%	48%	47%	51%	47%	38%	45%	51%	51%
La franja electoral me ayudó a decidir por quién o quiénes votar	44%	42%	46%	57%	46%	43%	32%	49%	46%	49%	39%	24%	37%	49%	55%
La franja electoral motivó a personas de mi entorno a ir a votar en estas elecciones	42%	41%	43%	46%	43%	42%	38%	45%	40%	51%	39%	25%	37%	44%	51%
La franja electoral me motivó a ir a votar en estas elecciones	40%	35%	45%	47%	43%	40%	31%	48%	41%	46%	34%	25%	35%	45%	46%
He comentado la franja electoral en redes sociales (X, Facebook, Instagram, TikTok, Whatsapp, etc.)	25%	26%	24%	34%	28%	24%	16%	30%	23%	28%	24%	17%	22%	28%	28%



Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

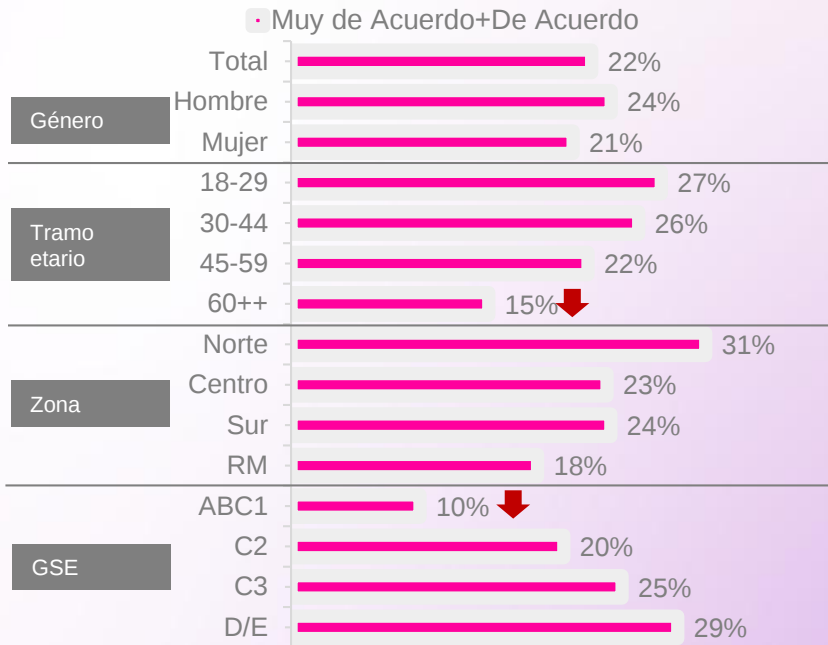
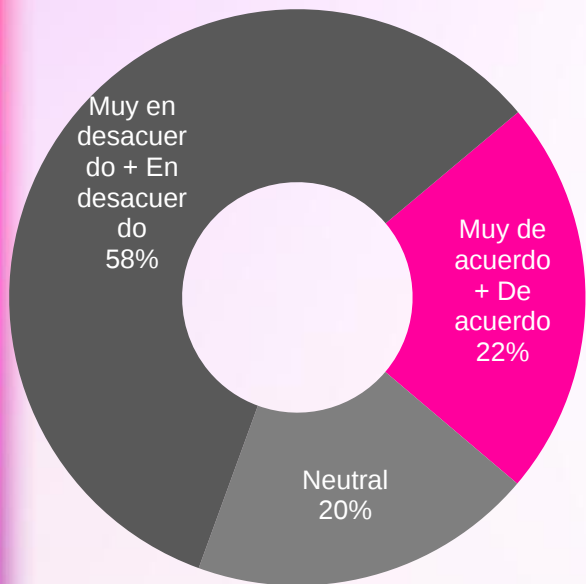
Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

IMPACTO ELECTORAL DE LA FRANJA PRESIDENCIAL

En una escala de 1 a 5, donde 1 es “muy en desacuerdo” y 5 “muy de acuerdo”, ¿Qué tan de acuerdo está usted con siguientes afirmaciones?

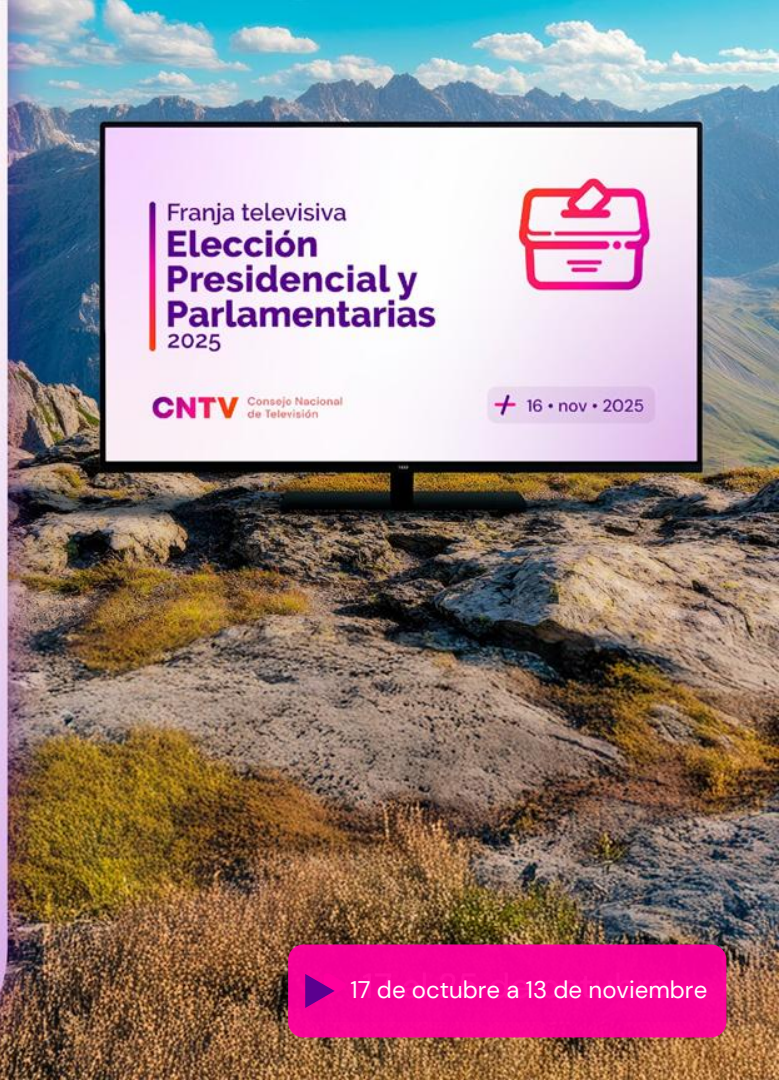
“La franja electoral cambió mi decisión de voto”

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.



Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

Impacto de la franja electoral parlamentaria



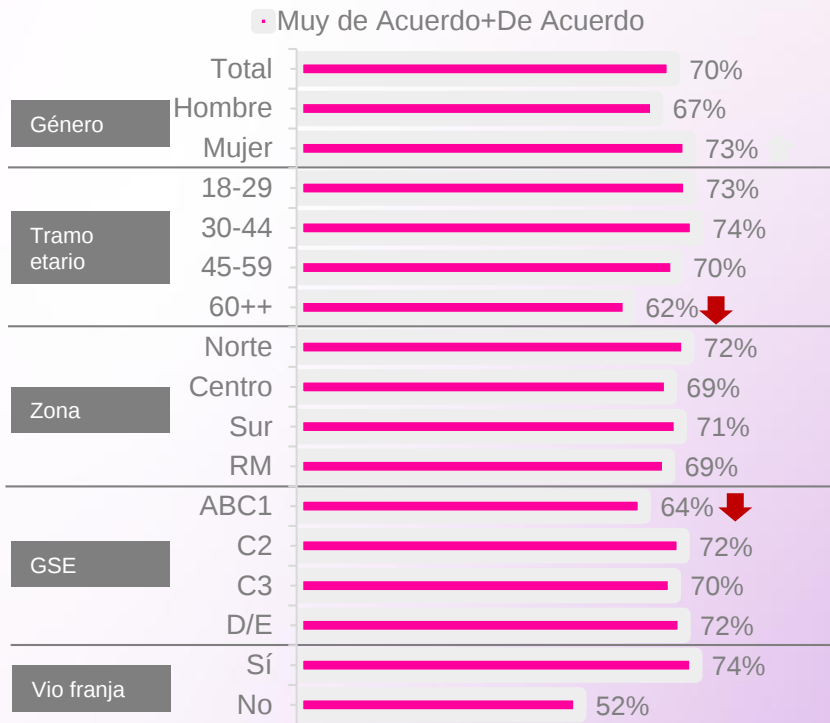
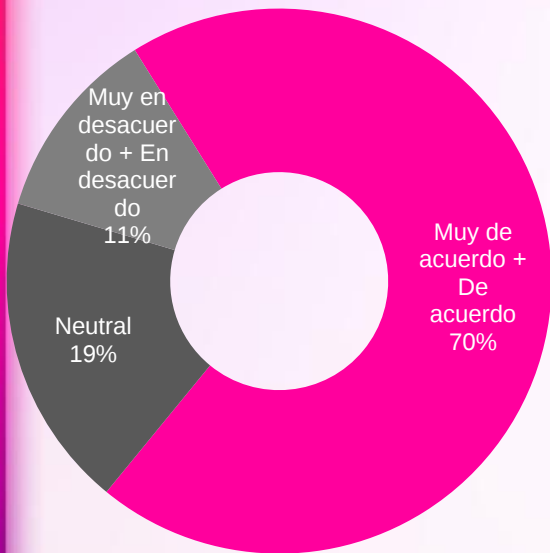
17 de octubre a 13 de noviembre

IMPORTANCIA ATRIBUIDA A LA FRANJA

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

“Es importante que la televisión emita una franja electoral parlamentaria”

Base: 2800 casos, total muestra



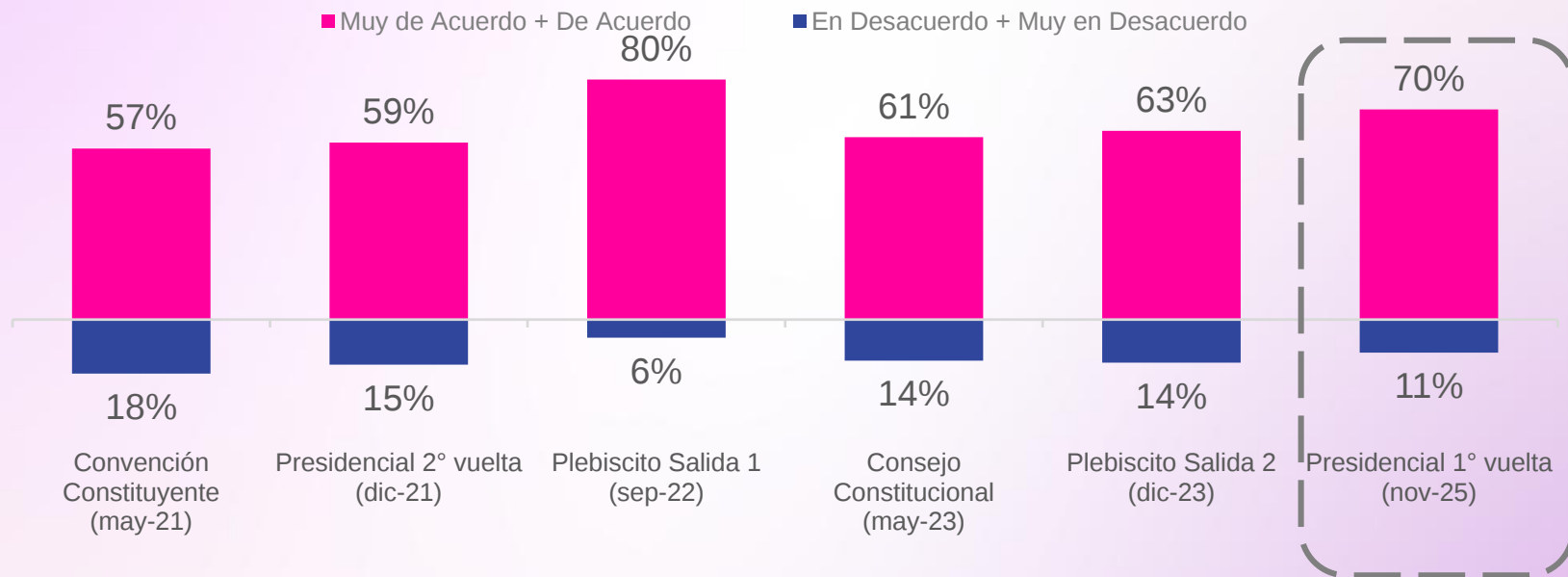
Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

IMPORTANCIA ATRIBUIDA A LA FRANJA ELECTORAL PARLAMENTARIA – EVOLUTIVO

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

“Es importante que la televisión emita una franja electoral para...”

Base: 2800 casos, total muestra

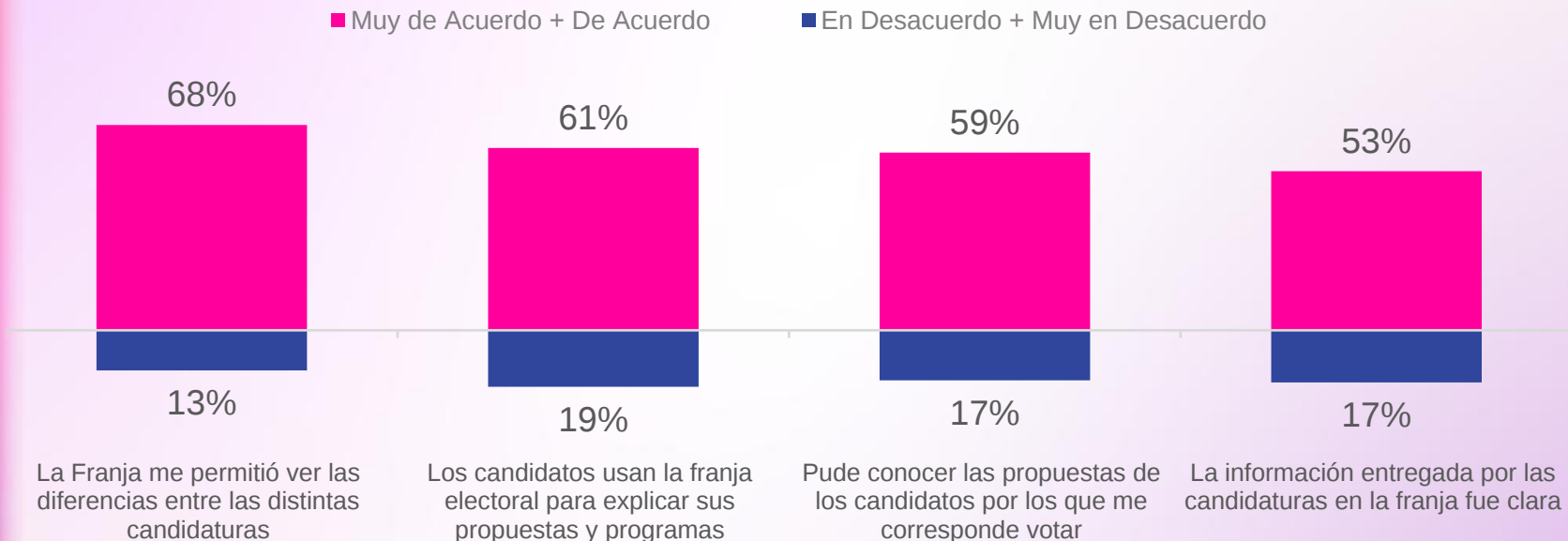


Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

IMPACTO INFORMATIVO DE LA FRANJA PARLAMENTARIA

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.



Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

IMPACTO INFORMATIVO DE LA FRANJA PARLAMENTARIA SEGÚN SEGMENTOS

¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes afirmaciones?

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.

% Muy de Acuerdo + De Acuerdo	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE			
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60 y más	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E
Base	2288	842	1446	357	1086	701	144	238	590	213	1247	570	601	567	550
La franja me permitió ver las diferencias entre las distintas candidaturas	68%	67%	70%	71%	70%	69%	65%	75%	67%	71%	67%	59%	67%	72%	72%
Los candidatos usan la franja electoral para explicar sus propuestas y programas	61%	57%	64%	61%	62%	61%	59%	67%	60%	64%	58%	48%	59%	66%	65%
Pude conocer las propuestas de los candidatos por los que me corresponde votar	59%	55%	63%	61%	61%	61%	54%	68%	58%	65%	55%	45%	58%	64%	63%
La información entregada por las candidaturas en la franja fue clara	53%	49%	57%	59%	55%	56%	43%	66%	52%	59%	47%	43%	47%	57%	58%



Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

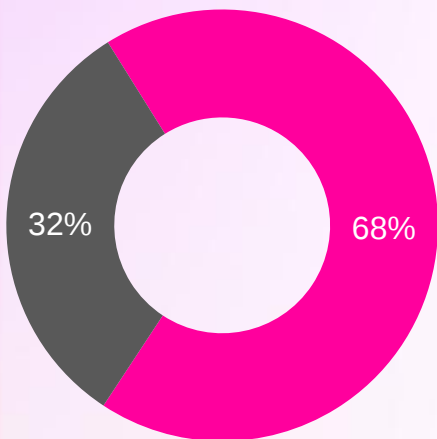
Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

PREFERENCIA FRANJA PARLAMENTARIA POR REGIÓN O PAÍS

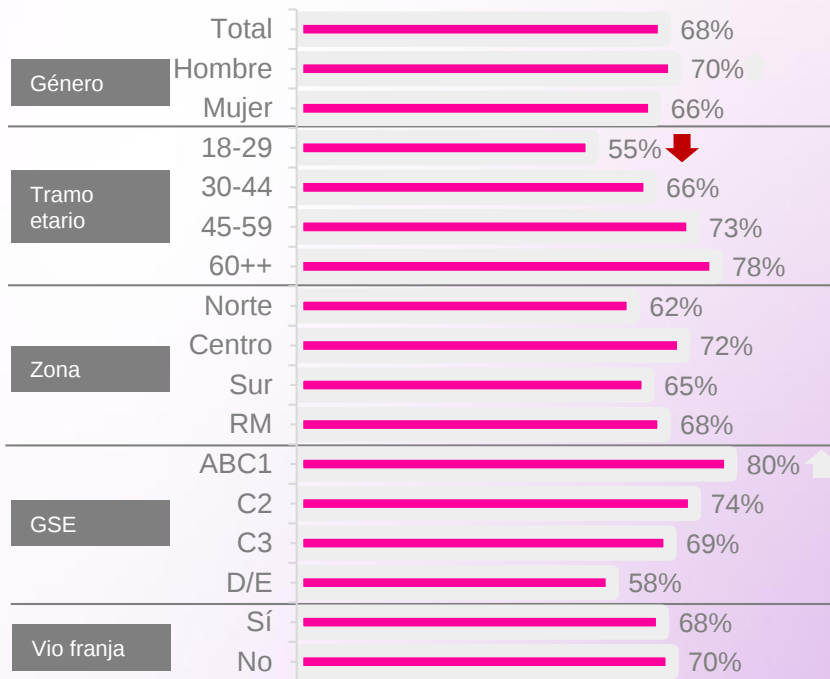
Respecto de la franja electoral de las parlamentarias, ¿Cuál de estas dos opciones piensa usted que sería mejor?

Base: 2800 casos, total muestra

- Debiese haber franjas electorales para cada región, para que las personas sólo veamos a los candidatos de nuestra zona
- Debiese haber una sola franja igual para todo el país, tal como es hoy



- Debiese haber franjas electorales para cada región, para que las personas sólo veamos a los candidatos de nuestra zona



Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

Impacto de franjas por candidatura

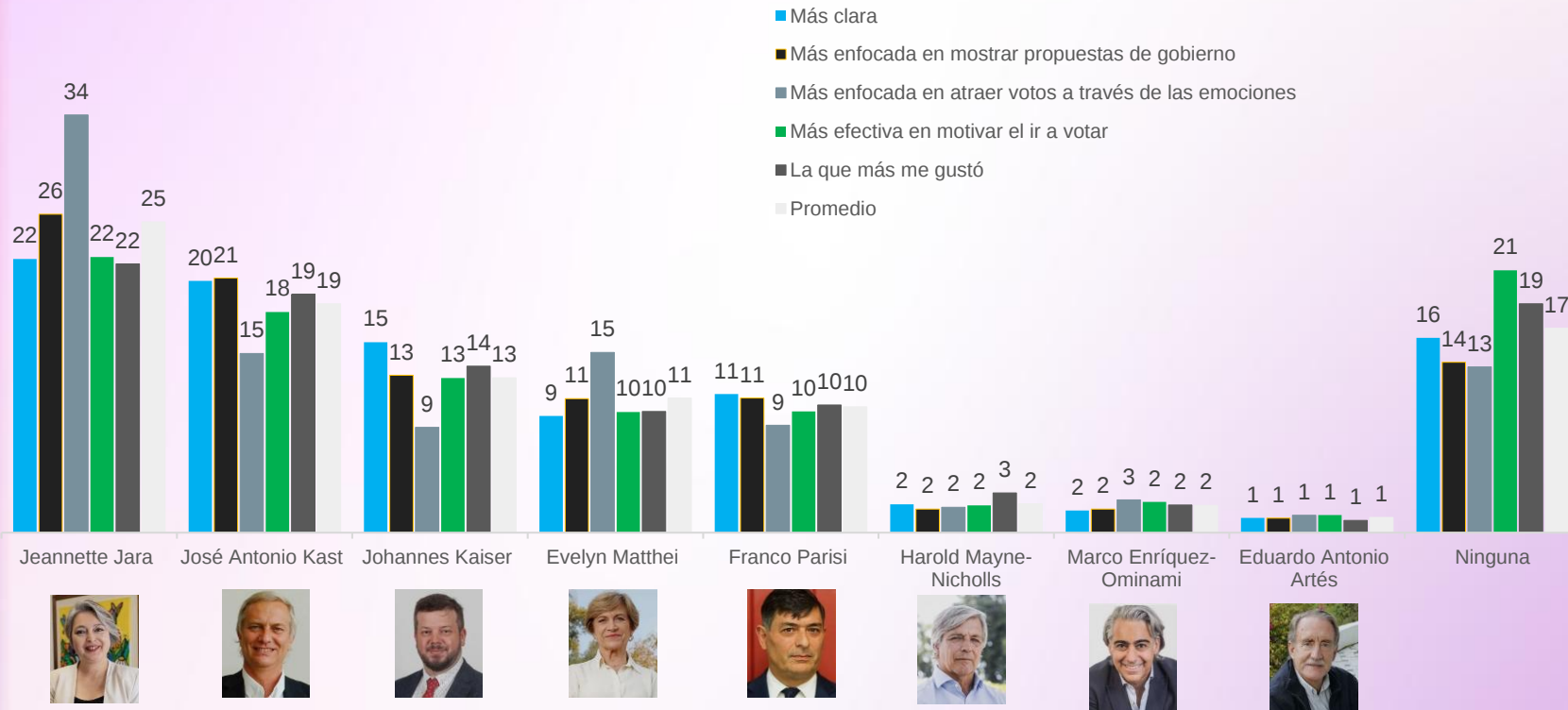


17 de octubre a 13 de noviembre

IMPACTO FRANJAS CANDIDATOS PRESIDENCIALES

De entre las ocho franjas presidenciales, ¿cuál diría usted que fue la...

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.



IMPACTO FRANJAS CANDIDATOS PRESIDENCIALES

De entre las ocho franjas presidenciales, ¿cuál diría usted que fue la **más clara**?

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.

% Más clara	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE			
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60 y más	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E
Base	2288	842	1446	357	1086	701	144	238	590	213	1247	570	601	567	550
Jeannette Jara Román	22%	21%	23%	30%	18%	23%	20%	18%	19%	17%	28%	24%	22%	20%	24%
José Antonio Kast Rist	20%	21%	19%	24%	22%	18%	19%	24%	22%	27%	16%	20%	15%	23%	21%
Johannes Kaiser Barents – Von Hohenhagen	15%	20%	11%	10%	12%	19%	21%	18%	16%	17%	14%	20%	18%	14%	13%
Franco Parisi Fernández	11%	12%	11%	13%	18%	9%	3%	15%	12%	15%	8%	3%	9%	12%	16%
Evelyn Matthei Fornet	9%	9%	10%	6%	8%	11%	12%	8%	10%	7%	10%	11%	12%	10%	7%
Harold Mayne-Nicholls Secul	2%	3%	2%	2%	3%	3%	1%	2%	2%	3%	3%	3%	3%	2%	2%
Marco Enríquez-Ominami Gumucio	2%	1%	3%	3%	2%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	1%	2%	1%	2%
Eduardo Antonio Artés Brichetti	1%	1%	2%	2%	2%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%
Ninguna	16%	13%	19%	10%	15%	15%	22%	13%	16%	12%	18%	16%	19%	17%	13%

Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

IMPACTO FRANJAS CANDIDATOS PRESIDENCIALES

De entre las ocho franjas presidenciales, ¿cuál diría usted que fue la **más enfocada en mostrar propuestas de gobierno**?

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.

% Más enfocada en mostrar propuesta de gobierno	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE			
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60 y más	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E
Base	2288	842	1446	357	1086	701	144	238	590	213	1247	570	601	567	550
Jeannette Jara Román	26%	24%	28%	30%	23%	26%	26%	22%	25%	20%	30%	27%	28%	22%	28%
José Antonio Kast Rist	21%	20%	21%	23%	22%	19%	18%	23%	20%	34%	16%	20%	17%	24%	20%
Johannes Kaiser Barents – Von Hohenhagen	13%	16%	10%	7%	10%	16%	17%	12%	14%	9%	14%	15%	13%	13%	11%
Franco Parisi Fernández	11%	12%	10%	14%	17%	9%	3%	13%	12%	15%	8%	5%	8%	10%	16%
Evelyn Matthei Fornet	11%	10%	11%	7%	9%	12%	15%	12%	11%	6%	12%	16%	13%	10%	8%
Marco Enríquez-Ominami Gumucio	2%	1%	3%	4%	2%	1%	1%	1%	2%	3%	2%	1%	2%	3%	2%
Harold Mayne-Nicholls Secul	2%	2%	1%	2%	1%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	3%	3%	3%	1%
Eduardo Antonio Artés Brichetti	1%	1%	1%	2%	2%	1%	-	3%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%
Ninguna	14%	12%	15%	10%	13%	13%	18%	11%	15%	11%	15%	13%	16%	15%	12%

  Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

IMPACTO FRANJAS CANDIDATOS PRESIDENCIALES

De entre las ocho franjas presidenciales, ¿cuál diría usted que fue la **más enfocada en atraer votos a través de las emociones?**

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.

% Más enfocada en atraer votos a través de las emociones	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE			
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60 y más	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E
Base	2288	842	1446	357	1086	701	144	238	590	213	1247	570	601	567	550
Jeannette Jara Román	34%	33%	35%	41%	31%	33%	33%	32%	34%	33%	35%	36%	31%	34%	34%
Evelyn Matthei Fornet	15%	16%	14%	12%	11%	15%	20%	16%	12%	13%	16%	16%	15%	13%	15%
José Antonio Kast Rist	15%	15%	14%	17%	16%	15%	11%	14%	17%	19%	11%	13%	11%	16%	15%
Franco Parisi Fernández	9%	10%	8%	10%	13%	8%	4%	10%	10%	10%	7%	7%	7%	7%	12%
Johannes Kaiser Barents – Von Hohenhagen	9%	10%	7%	6%	8%	10%	10%	8%	9%	8%	8%	10%	10%	9%	7%
Marco Enríquez-Ominami Gumucio	3%	3%	3%	4%	3%	3%	1%	4%	2%	3%	3%	3%	2%	3%	2%
Harold Mayne-Nicholls Secul	2%	3%	2%	1%	2%	2%	3%	1%	1%	0%	3%	2%	3%	2%	1%
Eduardo Antonio Artés Brichetti	1%	1%	2%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	2%
Ninguna	13%	11%	16%	8%	14%	14%	17%	11%	13%	13%	15%	12%	19%	14%	11%

  Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

IMPACTO FRANJAS CANDIDATOS PRESIDENCIALES

De entre las ocho franjas presidenciales, ¿cuál diría usted que fue la **Más efectiva en motivar el ir a votar?**

Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.

% Más efectiva en motivar el ir a votar	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE			
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60 y más	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E
Base	2288	842	1446	357	1086	701	144	238	590	213	1247	570	601	567	550
Jeannette Jara Román	22%	21%	24%	30%	18%	21%	22%	19%	22%	17%	25%	22%	20%	21%	25%
José Antonio Kast Rist	18%	18%	18%	17%	22%	16%	16%	22%	18%	26%	14%	16%	13%	19%	20%
Johannes Kaiser Barents – Von Hohenhagen	13%	16%	10%	9%	10%	15%	16%	13%	14%	14%	11%	15%	14%	11%	12%
Franco Parisi Fernández	10%	11%	8%	9%	16%	10%	4%	10%	11%	14%	7%	6%	8%	10%	13%
Evelyn Matthei Fornet	10%	10%	10%	6%	8%	13%	12%	11%	7%	8%	12%	12%	11%	10%	8%
Marco Enríquez-Ominami Gumucio	2%	2%	3%	5%	2%	2%	2%	1%	3%	2%	3%	2%	4%	2%	2%
Harold Mayne-Nicholls Secul	2%	3%	2%	2%	2%	3%	3%	2%	3%	1%	2%	2%	3%	3%	1%
Eduardo Antonio Artés Brichetti	1%	2%	1%	3%	1%	1%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	2%	2%	1%
Ninguna	21%	18%	25%	19%	21%	20%	25%	20%	20%	17%	25%	24%	26%	23%	17%

Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

IMPACTO FRANJAS CANDIDATOS PRESIDENCIALES

De entre las ocho franjas presidenciales, ¿cuál diría usted que fue la que más me gustó?

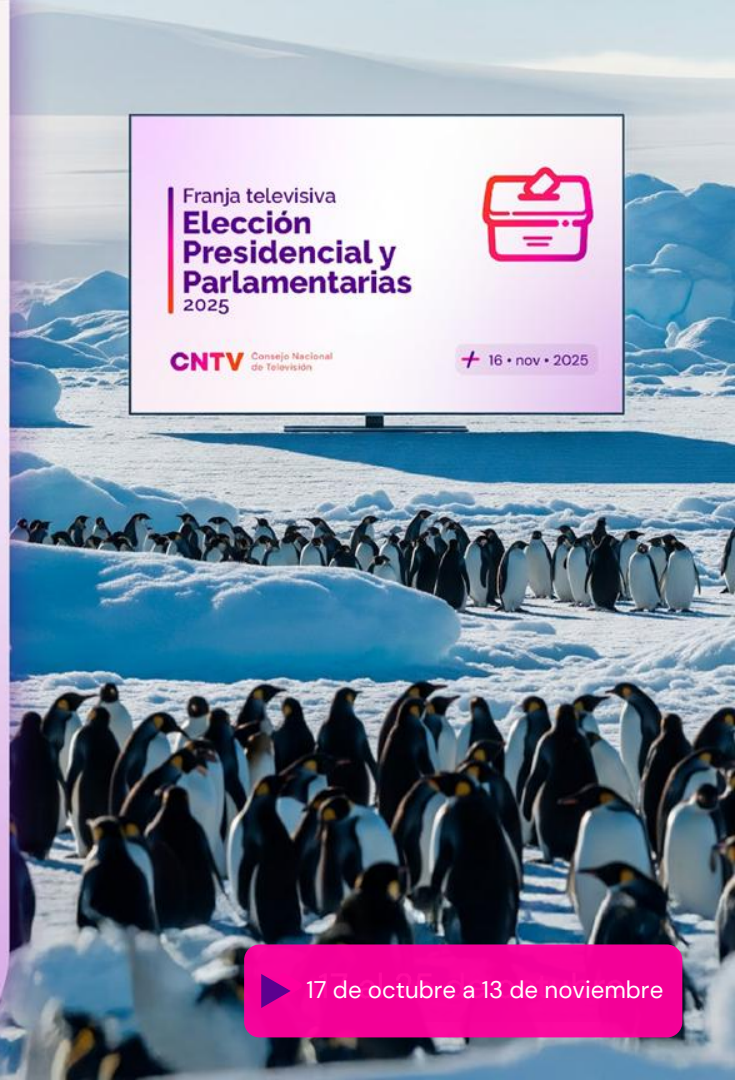
Base: 2288 casos, solo quienes vieron la franja.

% La que más me gustó	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE			
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60 y más	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E
Base	2288	842	1446	357	1086	701	144	238	590	213	1247	570	601	567	550
Jeannette Jara Román	22%	20%	24%	28%	17%	23%	22%	20%	20%	17%	26%	22%	20%	20%	24%
José Antonio Kast Rist	19%	19%	19%	19%	21%	17%	19%	27%	19%	29%	14%	21%	13%	22%	19%
Johannes Kaiser Barents – Von Hohenhagen	14%	18%	9%	10%	10%	17%	16%	12%	15%	13%	13%	17%	13%	12%	13%
Franco Parisi Fernández	10%	11%	10%	14%	18%	8%	2%	13%	13%	14%	7%	3%	7%	11%	16%
Evelyn Matthei Fornet	10%	9%	11%	8%	9%	11%	11%	10%	11%	7%	10%	10%	15%	8%	9%
Harold Mayne-Nicholls Secul	3%	4%	2%	2%	3%	4%	4%	1%	3%	3%	4%	6%	4%	3%	2%
Marco Enríquez-Ominami Gumucio	2%	2%	2%	3%	2%	1%	2%	2%	2%	1%	3%	1%	3%	3%	2%
Eduardo Antonio Artés Brichetti	1%	1%	1%	2%	1%	1%	-	2%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%
Ninguna	19%	16%	21%	14%	18%	18%	23%	13%	17%	15%	22%	20%	25%	20%	14%

Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

Medios de información



Franja televisiva
**Elección
Presidencial y
Parlamentarias
2025**



CNTV Consejo Nacional
de Televisión

+ 16 • nov • 2025

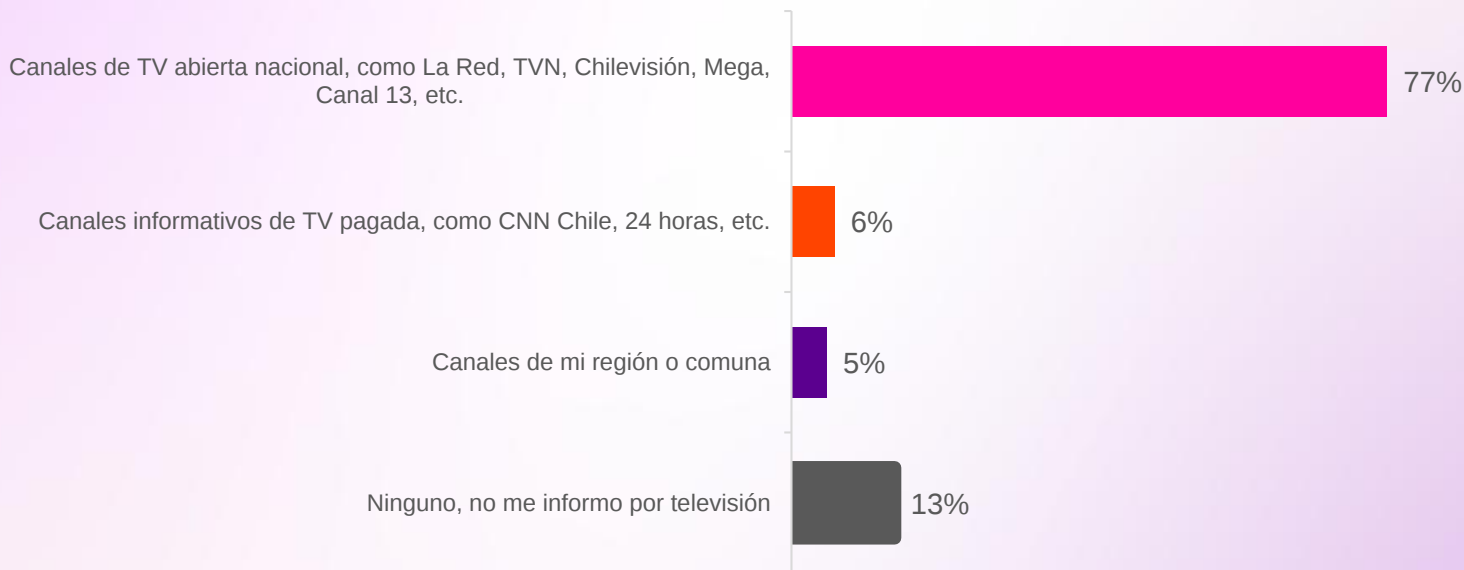


17 de octubre a 13 de noviembre

PREFERENCIAS DE CANALES TV PARA INFORMACIÓN SOBRE ELECCIONES

¿Qué tipo de canales de televisión usted prefiere para informarse sobre estas elecciones?

Base: 2800 casos, total muestra. Respuesta única

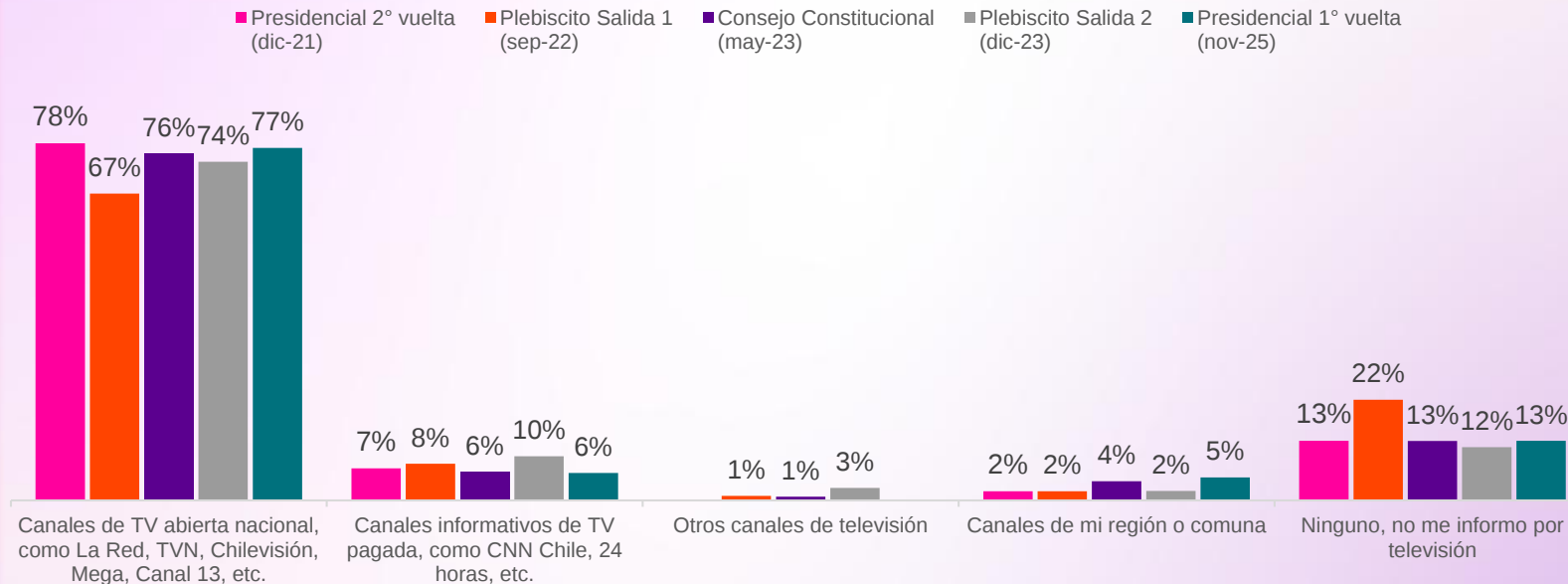


Cuando los resultados no suman 100, esto puede deberse al redondeo de la computadora, a respuestas múltiples o a la exclusión de respuestas no conocidas o no declaradas.

PREFERENCIAS DE CANALES TV PARA INFORMACIÓN SOBRE ELECCIONES – EVOLUTIVO

¿Qué tipo de canales de televisión usted prefiere para informarse sobre estas elecciones?

Base: 2800 casos, total muestra. Respuesta única



PREFERENCIAS DE CANALES TV PARA INFORMACIÓN SOBRE ELECCIONES SEGÚN SEGMENTOS

¿Qué tipo de canales de televisión usted prefiere para informarse sobre estas elecciones?

Base: 2800 casos, total muestra. Respuesta única

	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE				Vio franja	
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60++	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E	Sí	No
Base	2800	1011	1789	468	1334	828	170	300	736	264	1500	691	694	694	721	2288	512
Canales de TV abierta nacional, como La Red, TVN, Chilevisión, Mega, Canal 13, etc.	77%	75%	78%	76%	79%	77%	74%	77%	76%	75%	78%	73%	78%	75%	80%	82%	56%
Canales informativos de TV pagada, como CNN Chile, 24 horas, etc.	6%	6%	5%	5%	5%	6%	6%	4%	5%	6%	6%	9%	5%	5%	5%	5%	7%
Canales de mi región o comuna	5%	4%	5%	4%	3%	5%	6%	6%	8%	3%	2%	3%	6%	6%	4%	5%	4%
Ninguno, no me informo por televisión	13%	15%	12%	15%	12%	12%	14%	12%	12%	15%	15%	16%	11%	14%	12%	8%	34%

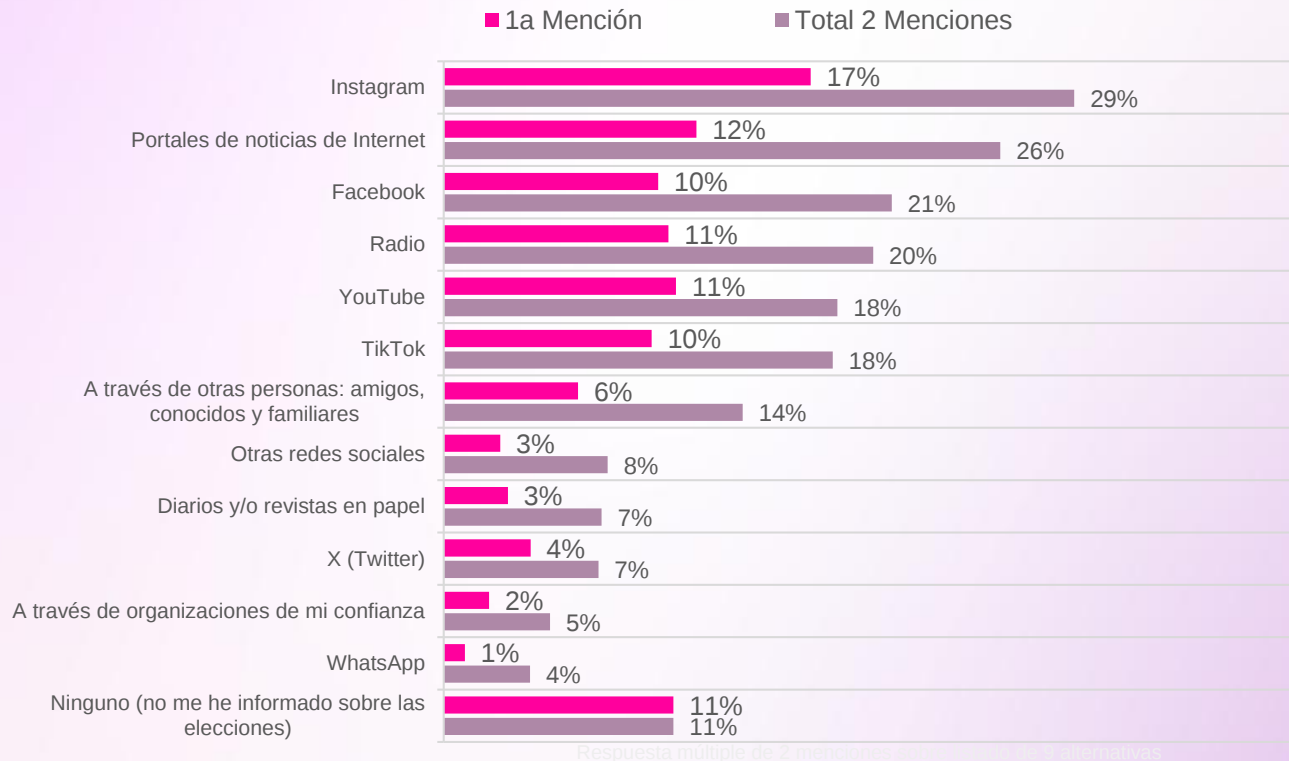


Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

OTROS MEDIOS PARA INFORMARSE DE LA ELECCIÓN

¿Qué otros medios de comunicación usted ha usado para informarse sobre las elecciones? Elija los que más usó, en primer lugar y segundo lugar.

Base: 2800 casos, total muestra



OTROS MEDIOS PARA INFORMARSE DE LA ELECCIÓN SEGÚN SEGMENTOS

¿Qué otros medios de comunicación usted ha usado para informarse sobre las elecciones? Elija los que más usó, en primer lugar y segundo lugar.

Base: 2800 casos, total muestra

% Total 2 menciones	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE				Vio franja	
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60++	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E	Sí	No
Base	2800	1011	1789	468	1334	828	170	300	736	264	1500	691	694	694	721	2288	512
Instagram	29%	26%	33%	48%	35%	23%	14%	33%	32%	30%	27%	28%	29%	26%	34%	28%	34%
Portales de noticias de Internet	26%	24%	28%	17%	23%	32%	32%	24%	24%	25%	29%	37%	27%	28%	18%	27%	20%
Facebook	21%	22%	20%	19%	28%	21%	14%	25%	21%	31%	16%	12%	18%	22%	26%	21%	21%
Radio	20%	25%	15%	8%	16%	22%	33%	23%	21%	14%	20%	26%	17%	20%	18%	20%	20%
YouTube	18%	22%	15%	17%	19%	20%	17%	19%	20%	19%	17%	20%	20%	20%	16%	19%	15%
TikTok	18%	13%	23%	38%	19%	13%	5%	17%	18%	27%	15%	9%	13%	17%	26%	19%	16%
A través de otras personas: amigos, conocidos y familiares	14%	10%	18%	13%	13%	14%	16%	9%	14%	14%	15%	16%	13%	13%	14%	14%	16%
Otras redes sociales	8%	7%	8%	7%	8%	8%	6%	4%	10%	5%	8%	5%	7%	9%	8%	8%	8%
Diarios y/o revistas en papel	7%	10%	5%	3%	5%	8%	13%	6%	7%	4%	10%	11%	9%	7%	5%	8%	5%
X (Twitter)	7%	9%	6%	8%	7%	7%	7%	8%	6%	5%	8%	10%	9%	6%	6%	7%	6%
A través de organizaciones de mi confianza	5%	5%	5%	4%	4%	6%	6%	4%	6%	3%	5%	9%	4%	4%	4%	5%	5%
WhatsApp	4%	4%	4%	7%	4%	4%	2%	7%	3%	5%	4%	3%	4%	3%	6%	4%	4%
Ninguno (no me he informado sobre las elecciones)	11%	11%	10%	5%	9%	11%	17%	10%	9%	9%	13%	7%	15%	13%	9%	10%	15%

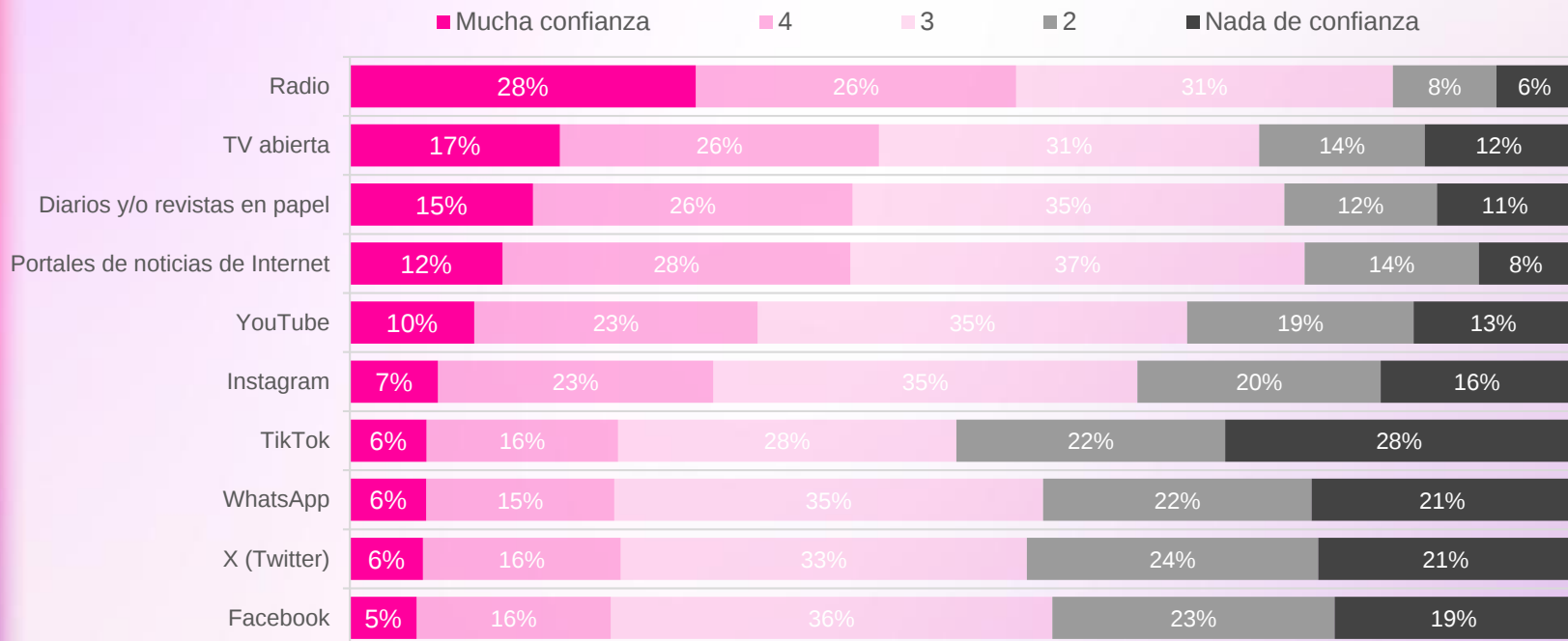


Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

CONFIANZA EN MEDIOS DE INFORMACIÓN

En una escala donde 1 es 'nada de confianza' y 5 es 'mucho confianza' ¿Cuánta confianza le generan los siguientes medios de información?

Base: 2800 casos, total muestra. Respuesta única



CONFIANZA EN MEDIOS DE INFORMACIÓN

En una escala donde 1 es 'nada de confianza' y 5 es 'mucho confianza' ¿Cuánta confianza le generan los siguientes medios de información?

Base: 2800 casos, total muestra. Respuesta única

MAYOR CONFIANZA % Mucha confianza + Confianza	Total	Sexo		Tramo etario				Zona				GSE				Vio franja	
		Hombre	Mujer	18-29	30-44	45-59	60++	Norte	Centro	Sur	RM	ABC1	C2	C3	D/E	Sí	No
Base	2800	1011	1789	468	1334	828	170	300	736	264	1500	691	694	694	721	2288	512
Radio	54%	55%	54%	44%	53%	63%	56%	57%	54%	57%	53%	62%	55%	58%	48%	55%	51%
TV abierta	43%	40%	47%	44%	44%	49%	37%	51%	41%	43%	43%	38%	35%	45%	48%	46%	31%
Diarios y/o revistas en papel	41%	38%	44%	41%	43%	42%	39%	39%	40%	47%	40%	42%	44%	38%	42%	43%	34%
Portales de noticias de Internet	41%	39%	42%	39%	40%	43%	41%	41%	39%	46%	41%	39%	44%	42%	40%	42%	38%
YouTube	33%	33%	34%	38%	34%	32%	30%	37%	33%	39%	30%	28%	30%	36%	36%	35%	27%
Instagram	30%	29%	31%	37%	30%	28%	24%	33%	31%	30%	28%	24%	25%	31%	33%	30%	27%
X (Twitter)	22%	21%	24%	21%	24%	27%	17%	24%	22%	25%	20%	15%	23%	27%	22%	24%	16%
TikTok	22%	21%	23%	27%	23%	17%	21%	23%	22%	30%	19%	11%	17%	26%	26%	23%	17%
WhatsApp	22%	22%	21%	21%	22%	22%	21%	29%	20%	22%	21%	16%	22%	24%	22%	22%	20%
Facebook	21%	19%	23%	22%	24%	24%	16%	28%	21%	28%	17%	12%	15%	28%	24%	22%	17%

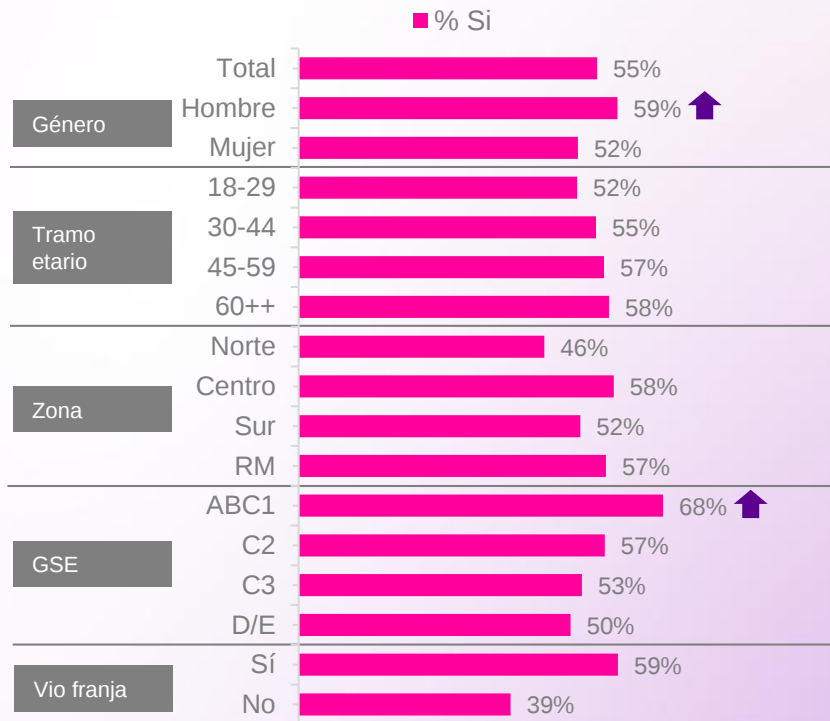
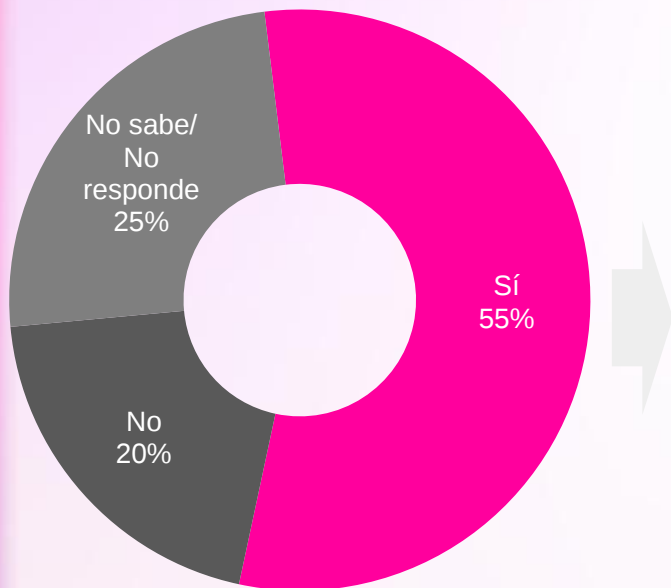


Valor significativamente mayor o menor entre segmentos, a nivel de confianza del 95%.

EXPOSICIÓN A DESINFORMACIÓN

En lo que va de la campaña electoral, ¿ha visto u oído información falsa o desinformación sobre esta elección?

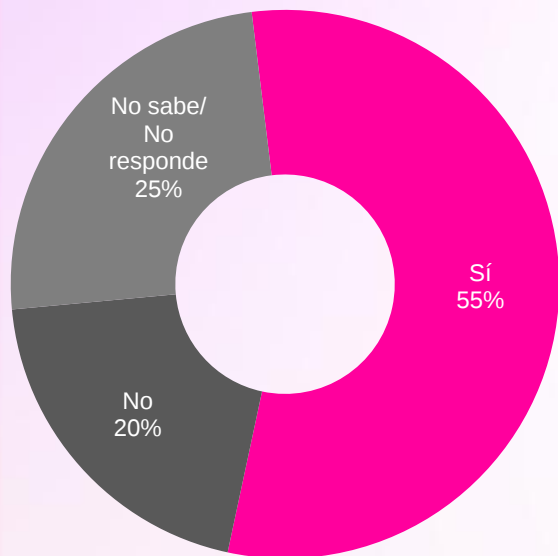
Base: 2800 casos, total muestra



Diferencia significativa entre segmentos a nivel de confianza del 95%

EXPOSICIÓN A DESINFORMACIÓN

¿Ha visto u oído información falsa o desinformación sobre esta elección?



¿En qué medios ha visto o leído información falsa o desinformación sobre esta elección?

Base: 1577 casos, quienes han visto u oído información falsa o desinformación



Departamento de Estudios
2025