EL CHILE QUE VIENE

MEDIOS Y REDES SOCIALES

Abril 2023

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Metodología

Técnica
Encuesta autoadministrada aplicada a través de entrevistas web al panel Cadem Online.

Universo
Chilenos, hombres y mujeres, de 18 años o más, de todos los niveles socioeconómicos y todas las regiones del país.

Trabajo de campo
El estudio se realizó entre el lunes 17 y el martes 18 de abril de 2023.

Muestra
Se realizaron 2.000 entrevistas.

Muestreo y ponderación
Muestreo estratificado a través de cuotas. Referencialmente, si la muestra fuera probabilística, el error muestral sería de ±2.2 puntos en total muestra, bajo supuesto de varianza máxima y un 95% de confianza.

Los datos fueron ponderados a nivel de sujetos por GSE, Zona, Sexo y Edad, obteniendo una muestra de representación nacional para el universo en estudio.

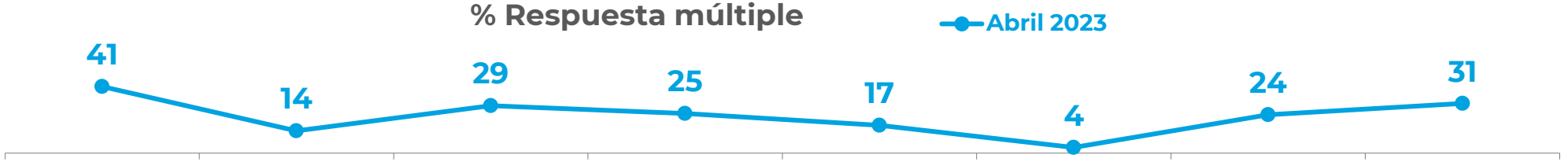
CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Uso de medios

Momento del día en que se informa

Pensando en una semana normal, ¿En qué momento del día te informas principalmente?

% Respuesta múltiple



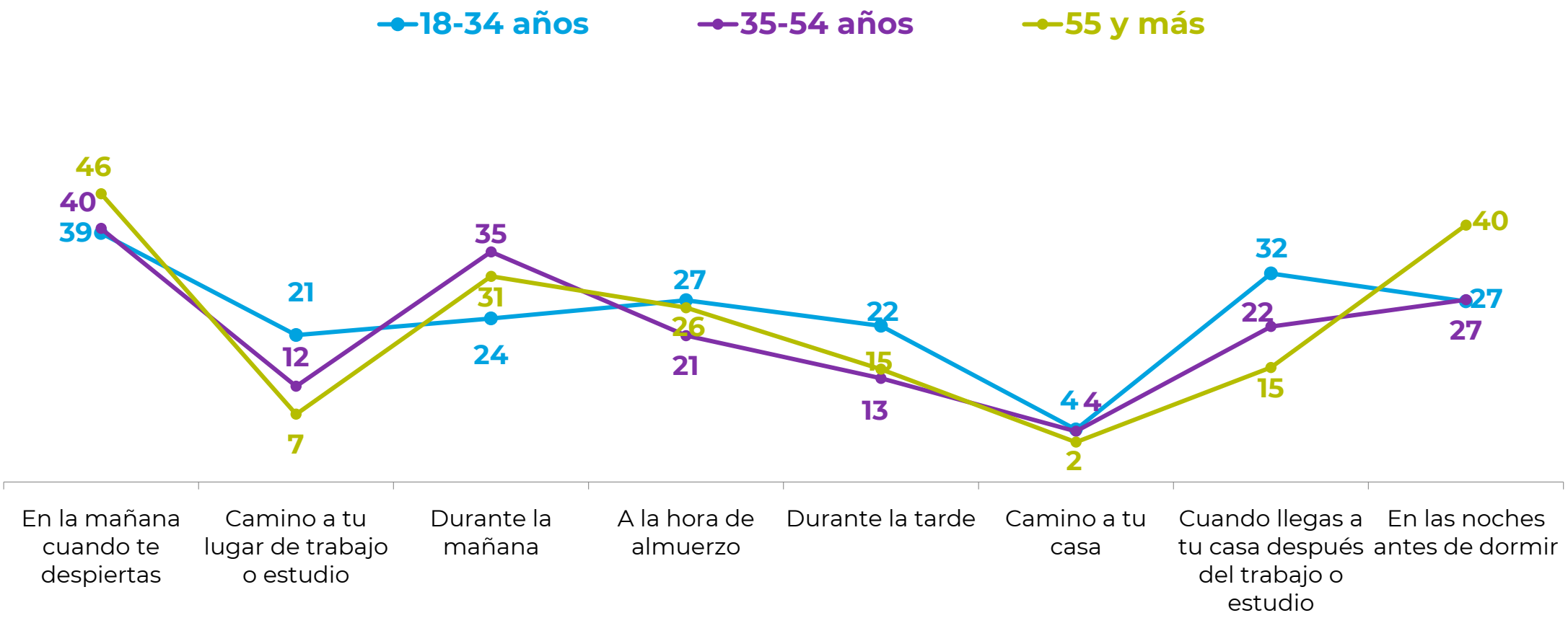
¿Dónde se informan? *% Todos los días*	En la mañana cuando te despiertas	Camino a tu lugar de trabajo o estudio	Durante la mañana	A la hora de almuerzo	Durante la tarde	Camino a tu casa	Cuando llegas a tu casa después del trabajo o estudio	En las noches antes de dormir
WhatsApp	57	44	54	61	40	49	56	57
Instagram	50	61	47	50	55	57	56	47
Televisión abierta	52	26	45	58	38	13	54	54
Televisión pagada (cable, satelital, streaming)	48	25	43	54	39	22	44	44
Facebook	45	28	43	49	29	41	44	44
Radios	30	28	30	29	21	28	26	30
YouTube	32	17	24	32	27	16	31	24
Diarios y portales online	27	23	34	29	23	14	23	28
Twitter	28	27	25	24	29	22	22	24
Tik Tok	23	32	16	16	25	25	25	17
Diarios regionales (impresos o digitales)	16	6	17	13	8	3	8	11
Diarios impresos nacionales	7	5	8	6	5	5	5	6
LinkedIn	4	5	3	4	5	7	4	2
Telegram	4	2	4	6	3	8	3	2
Twitch	3	3	3	3	2	5	1	2
Discord	4	3	1	6	1	0	3	1
Revistas	2	0	1	2	1	1	1	1

Casos: 2.000

Jóvenes se informan todo el día. Adultos, en momentos puntuales

Pensando en una semana normal, ¿En qué momento del día te informas principalmente?

% Respuesta múltiple



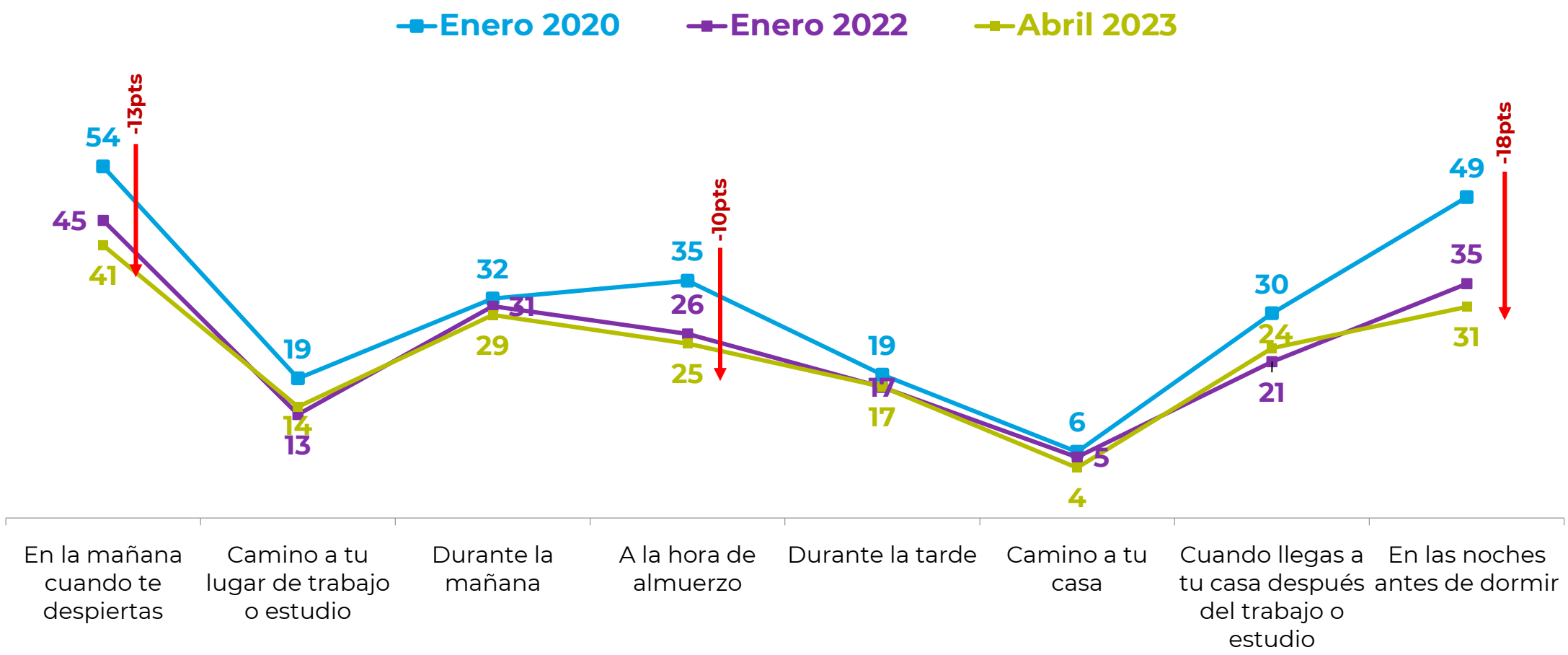
Casos: 2.000

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Desde 2020 chilenos se informan menos en horarios punta

Pensando en una semana normal, ¿En qué momento del día te informas principalmente?

% Respuesta múltiple

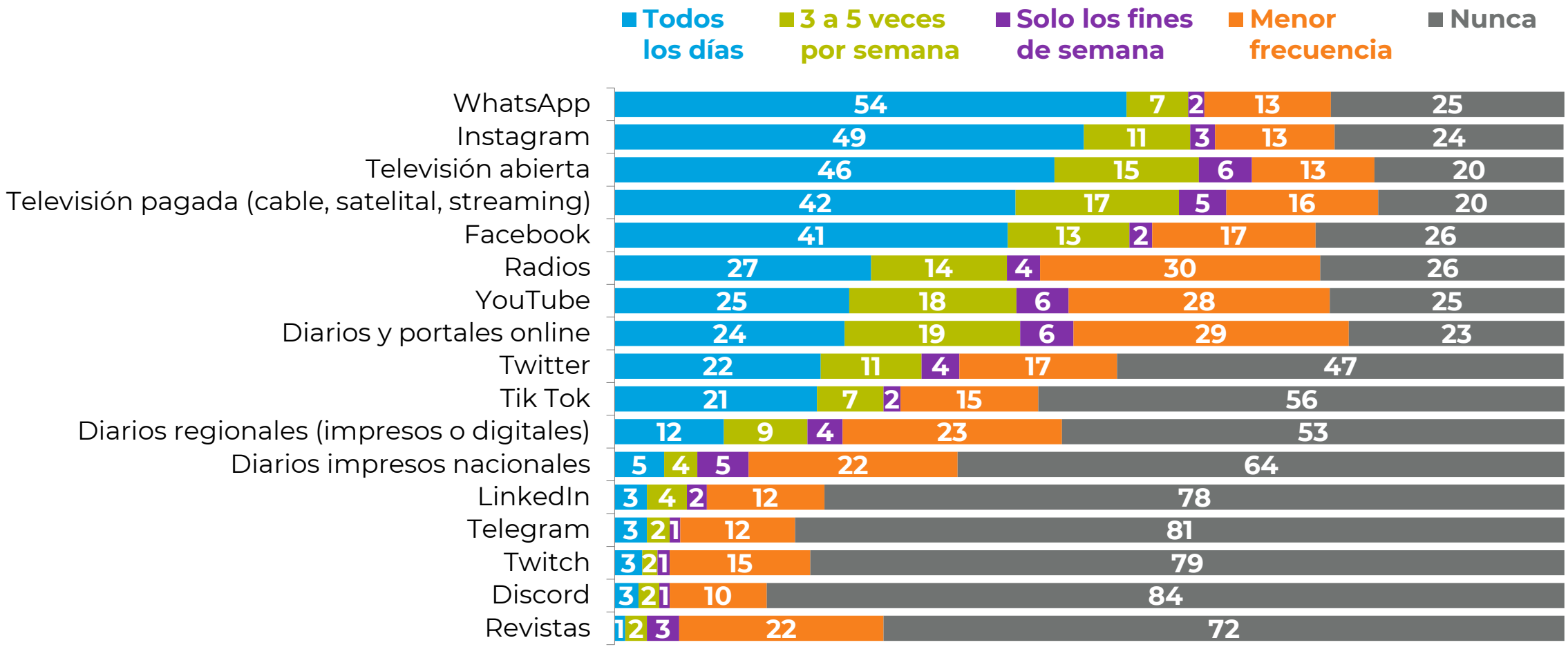


CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Uso de medios para informarse

Hablando específicamente de noticias, ¿Con cuánta frecuencia usas los siguientes medios de comunicación y plataformas digitales para seguir noticias y mantenerte informado?

%



Casos: 2.000

Uso de medios

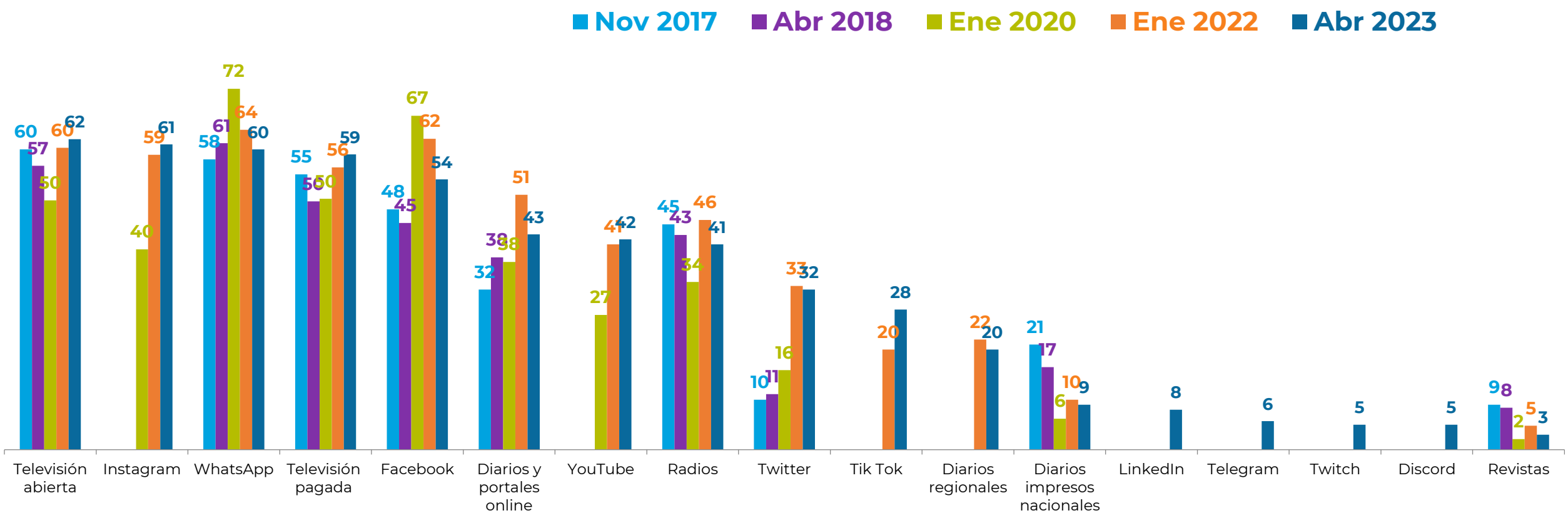
Segmentación

Televisivos **16%.** TV fan + Consumo RRSS primera generación (FB, WS, IG). Usa TV para coyuntura, la valora y confía en ella. Prefiere Chilevisión. Se informa con menor frecuencia que el total. Mujeres (61%), de 30-50 años (45%), GSE D (56%).	**Tradicionales** **13%**. Hombres (63%), mayores de 50 años (52%), GSE C1C2 (41%). Se informa principalmente por TV + Radio, pero no confía demasiado en su información. Tiene opiniones disímiles sobre rol de medios durante proceso electoral: destaca a YouTube para explicarlo, agregar valor y verificar fakes, portales online para informar y ser creíble, y TV + Radio por objetividad. Ve noticas de C13 y CNN, y escucha Biobío.	**Baby boomer tecnológicos** **12%**. Hombres y mujeres por igual, levemente más del sur de Chile (43%), de clase media (C3 28%, C3D 71%), mayores de 50 años (45%). Se informan bastante más que el promedio, utilizando plataformas tradicionales pero también muchísimas digitales (¡incluso 57% tiene TikTok! Aunque no confían en su información). Son de los más confiados en el propósito de los medios.	**Elite regional** **16%**. Tradicionales que se informan por TV (53%), radio (42%) y diarios regionales (21%) todos los días. Viven en regiones (68%), de segmentos altos (C1C2 42%). Confían sólo en medios tradicionales, y creen que son los que lo han hecho mejor durante el proceso eleccionario (sobre todo la radio). Sintonizan C13, escuchan Biobío y Cooperativa, y leen El Mercurio y La Tercera.
Hiperconectados **7%.** Les cuesta escoger un medio favorito porque están conectados a múltiples plataformas y confían en ellos (sobre todo digitales). Son adultos entre 30-50 años (57%), del centro del país (incluido RM). Tienen una valoración especial por Twitter: el que mejor verifica fakes, de los más objetivos, el que más agrega valor y el más creíble. Sintonizan Mega, leen El mercurio y Emol.	**Gamers** **9%.** El grupo que más utiliza medios digitales y el que menos medios tradicionales. Son usuarios de IG (su favorito), YT, TikTok, y el nicho en Chile de Twitch y Discord. Se informan poco, porque usan estos medios por entretención (no saben qué medios son mejores, ni quién lo ha hecho mejor durante la coyuntura). Son menores de 25 años, con alta presencia en el norte y la RM, de segmentos C3D	**Desconectado, Twittero desconfiado** **14%.** Son los menos informados. No ven TV ni leen diarios, pero ¡tampoco usan Whatsapp (12%) ni Facebook (11%)! Son los que más creen que los medios sólo se preocupan por el rating. En cambio, tienen una obsesión paradójica con Twitter: es su conexión con el mundo exterior, pero tampoco confían en su información. Son conspiranoicos.	**Twittero informado** **12%.** Utilizan muchísimo los medios digitales, sobre todo Twitter. De los medios tradicionales sólo frecuentan la televisión. Twitter para este grupo una plataforma confiable, que informa, agrega valor. Son mujeres (60%) de entre 25-45 años (52%).

Uso de medios para informarse

Hablando específicamente de noticias, ¿Con cuánta frecuencia usas los siguientes medios de comunicación y plataformas digitales para seguir noticias y mantenerte informado?

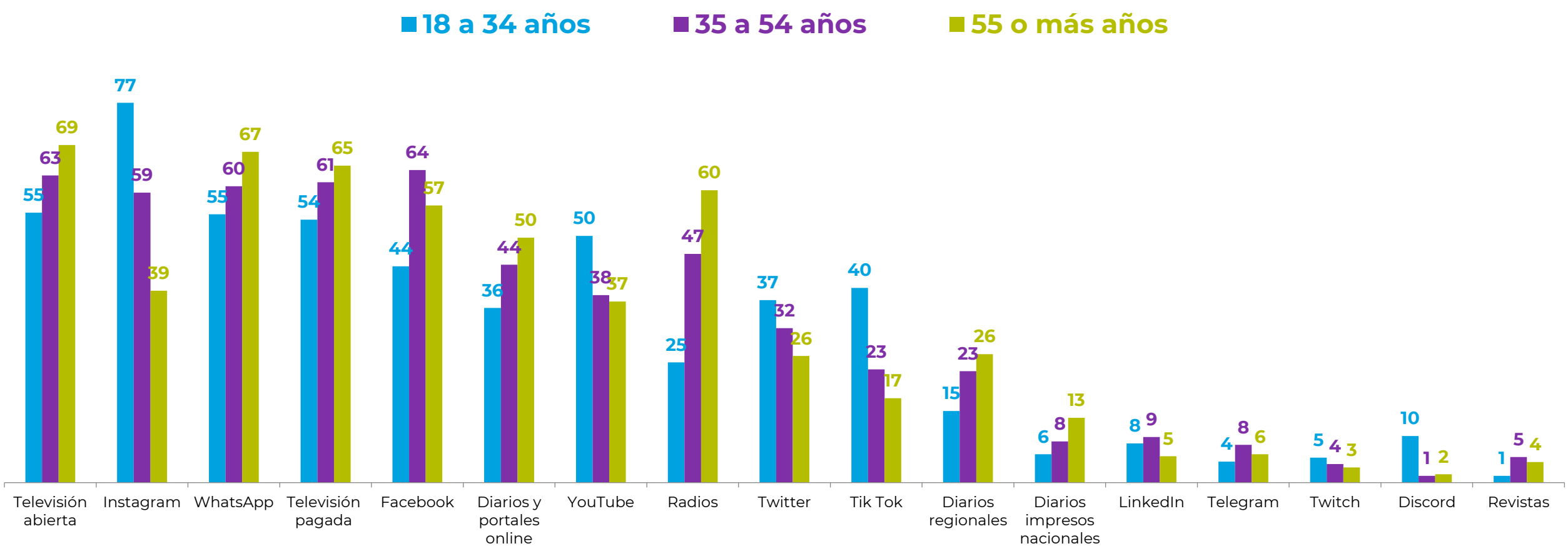
% Todos los días + 3 a 5 veces por semana



Uso de medios para informarse

Hablando específicamente de noticias, ¿Con cuánta frecuencia usas los siguientes medios de comunicación y plataformas digitales para seguir noticias y mantenerte informado?

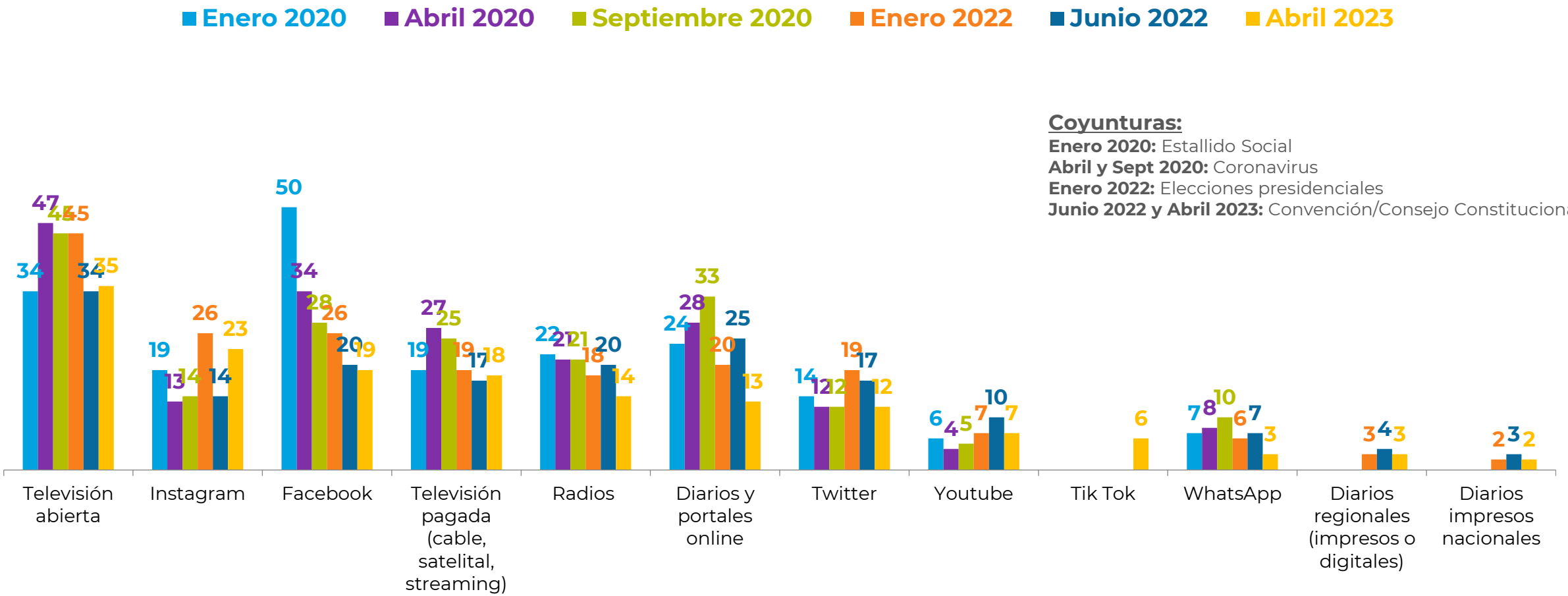
% Todos los días + 3 a 5 veces por semana



CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Principal medio durante coyunturas

¿Cuál ha sido tu medio de comunicación o plataforma digital favorita para informarte sobre...*?
Alternativas dadas. % Total menciones



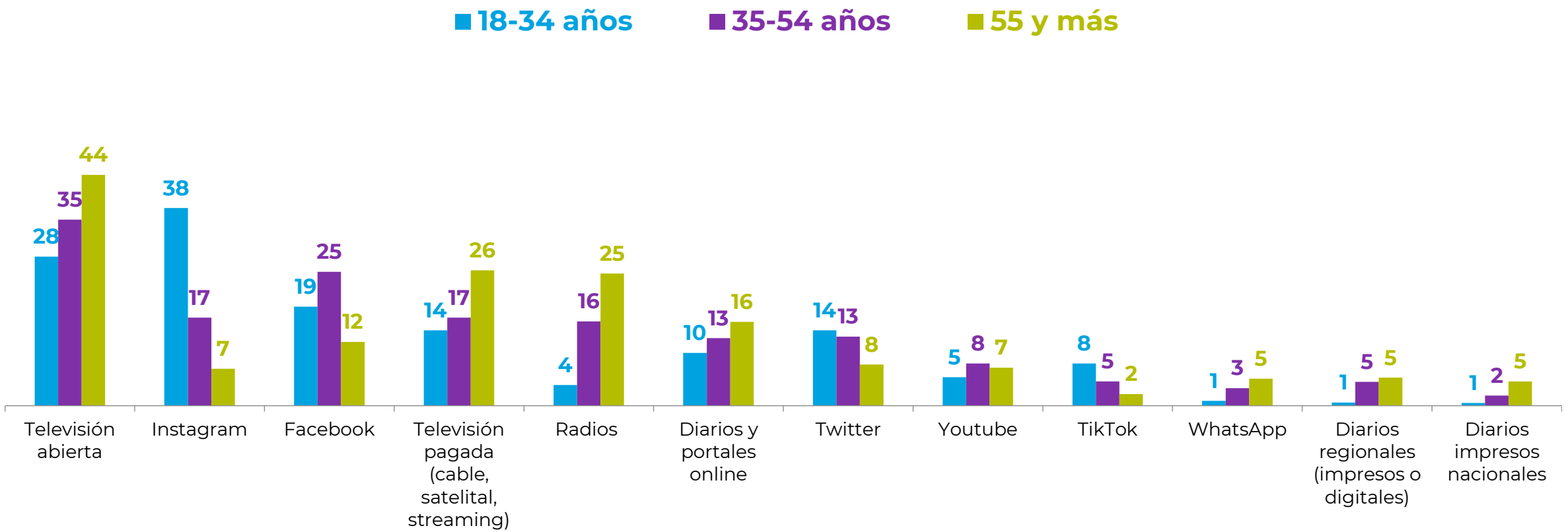
Coyunturas:
Enero 2020: Estallido Social
Abril y Sept 2020: Coronavirus
Enero 2022: Elecciones presidenciales
Junio 2022 y Abril 2023: Convención/Consejo Constitucional.

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Medio de comunicación principal durante las elecciones de consejeros constituyentes

¿Cuál ha sido tu medio de comunicación o plataforma digital favorita para informarte sobre las próximas elecciones de consejeros constituyentes?

Alternativas dadas. % Total menciones



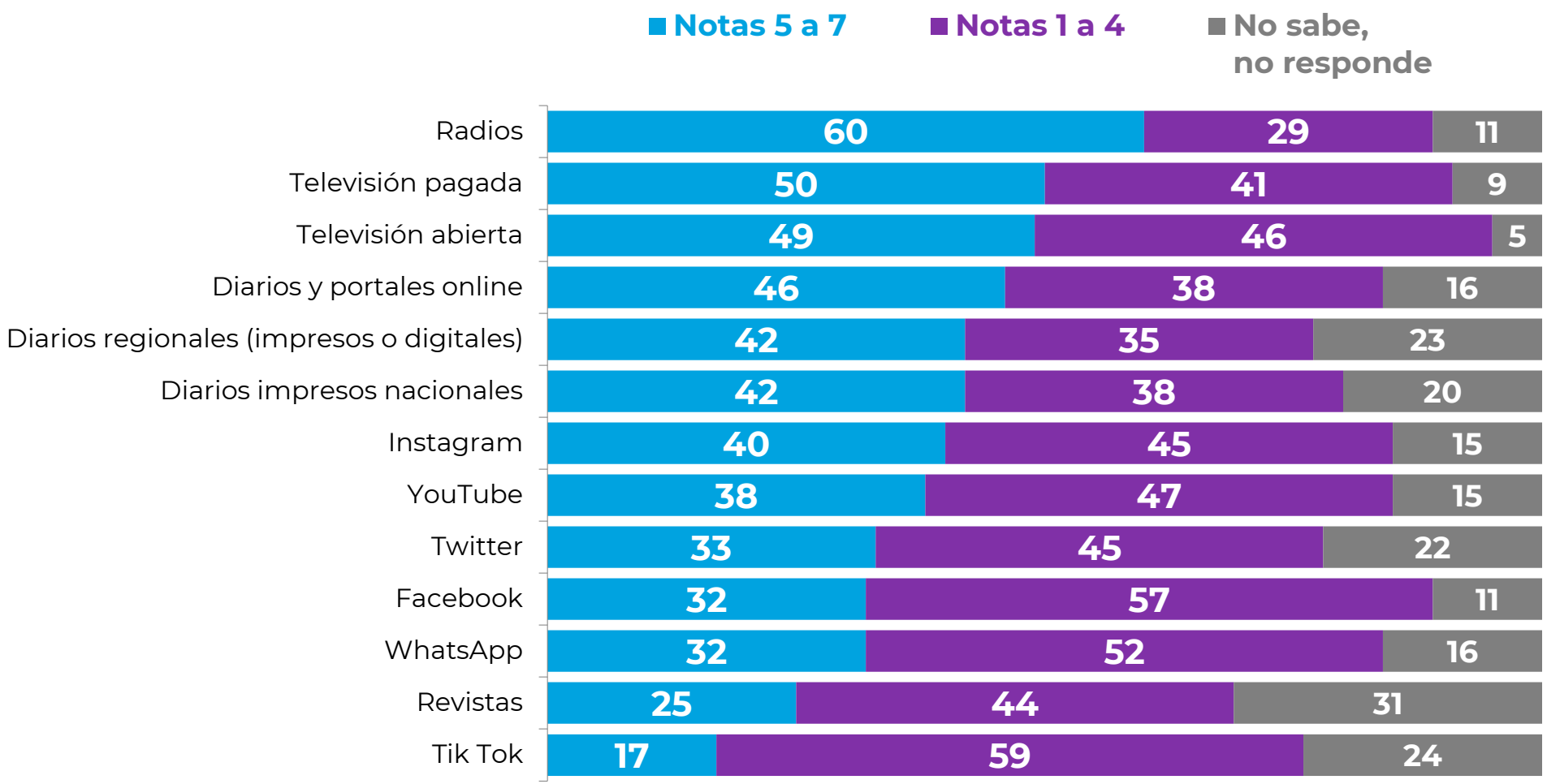
Casos: 2.000

Evaluación y Confianza en medios

Confianza en medios

¿Cuánta confianza tienes en la información y noticias que has obtenido de...?
Utilice una escala de 1 a 7, donde 1 es nada de confianza y 7 es mucha confianza.

%

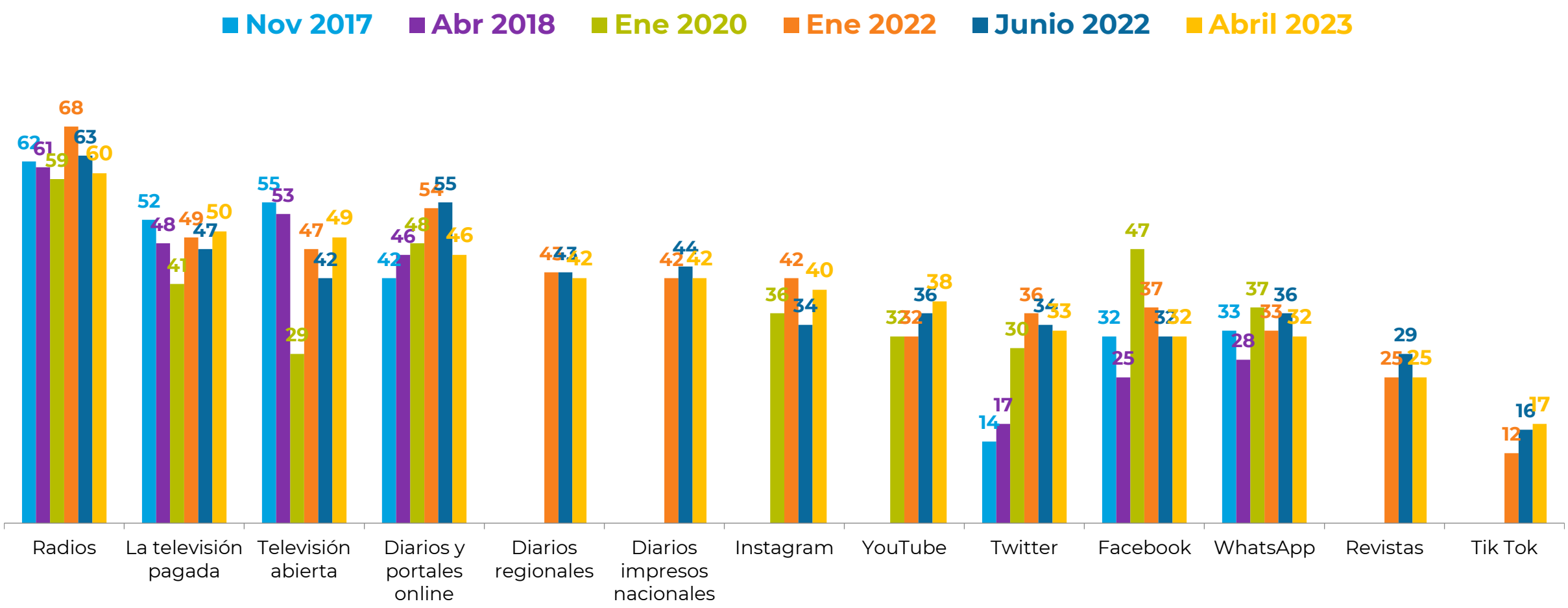


Casos: 2.000

Confianza en medios – Comparativo

¿Cuánta confianza tienes en la información y noticias que has obtenido de...?
Utilice una escala de 1 a 7, donde 1 es nada de confianza y 7 es mucha confianza.

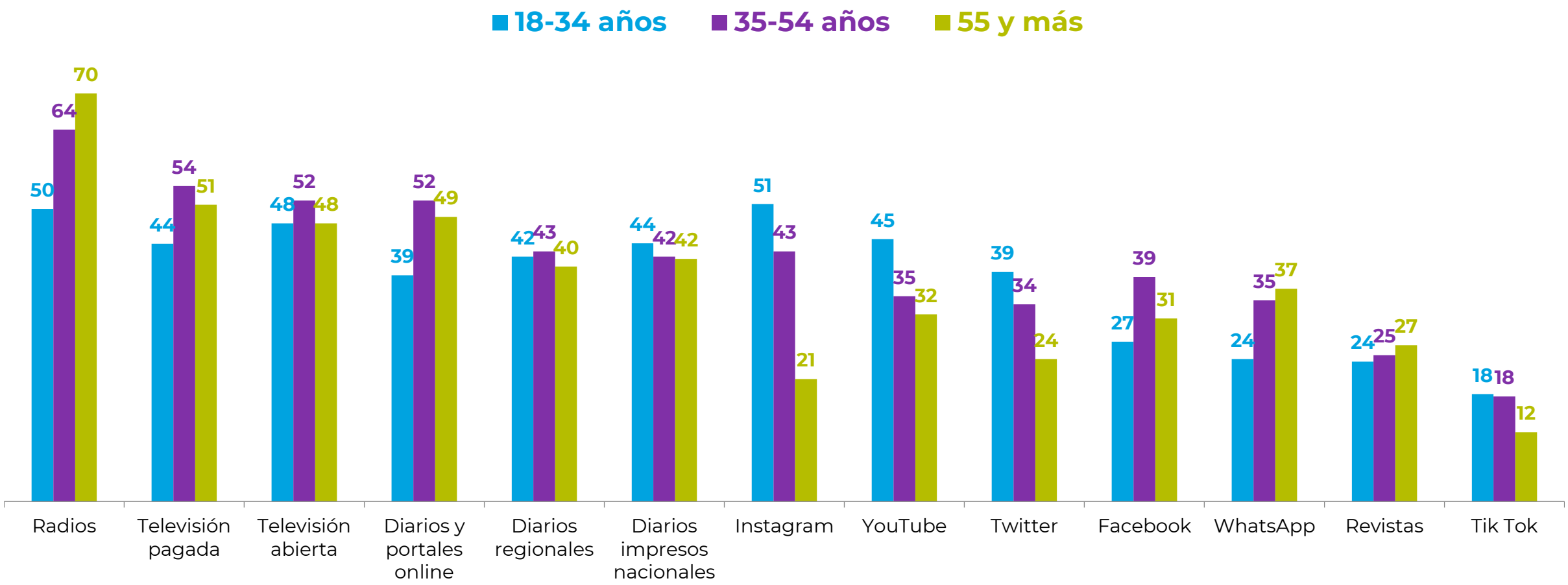
% Notas 5 a 7



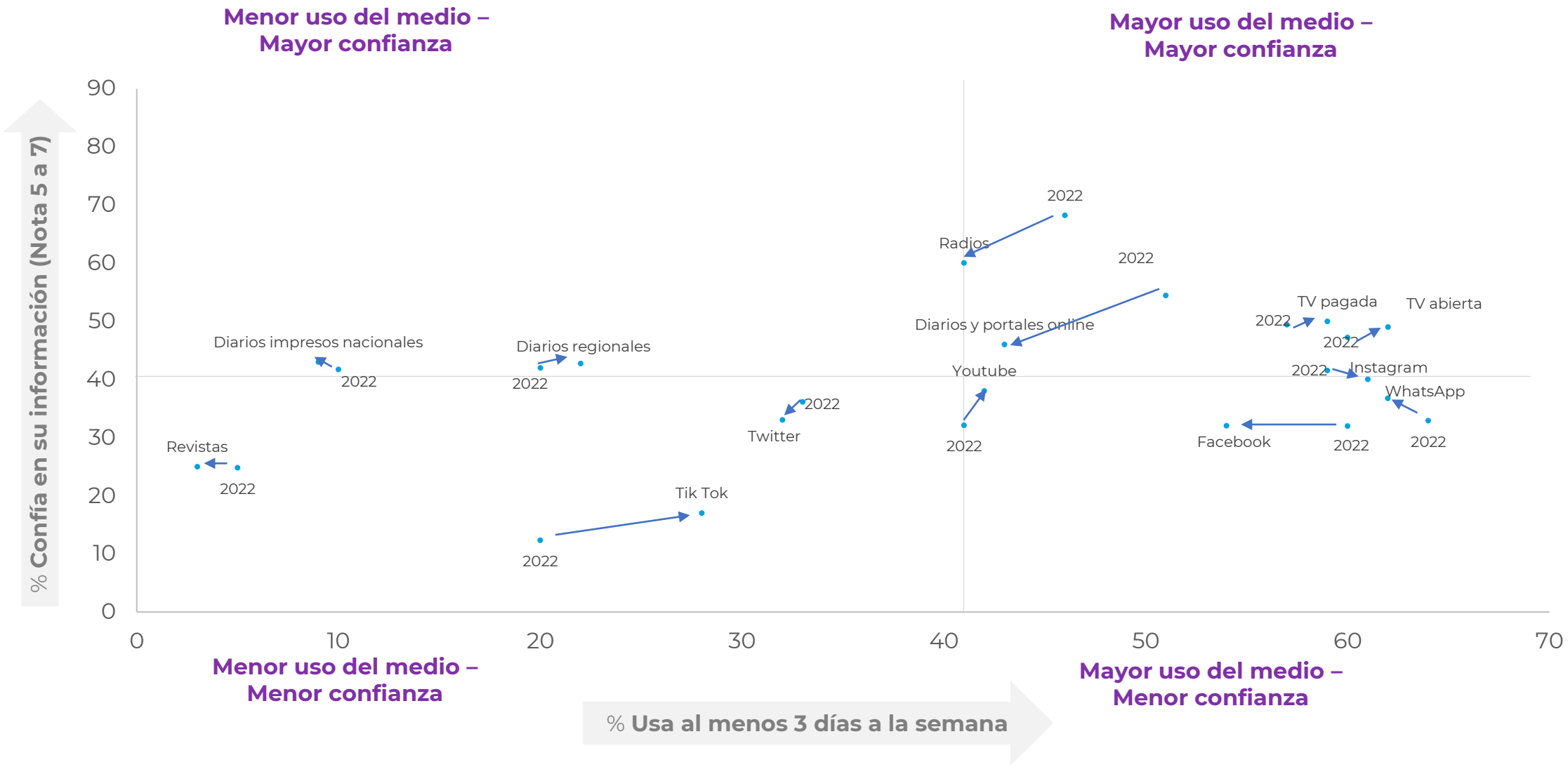
Confianza en medios

¿Cuánta confianza tienes en la información y noticias que has obtenido de...?
Utilice una escala de 1 a 7, donde 1 es nada de confianza y 7 es mucha confianza.

% Notas 5 a 7



Uso frecuente de medios vs. Confianza en medios

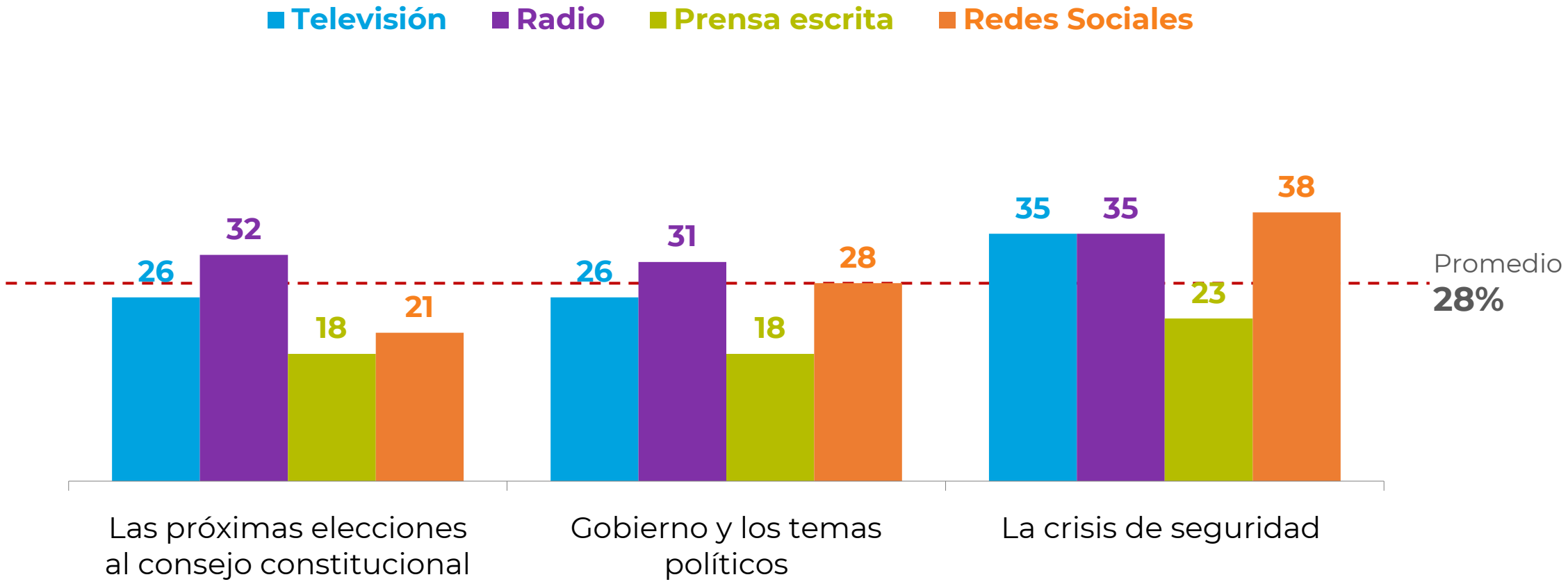


Ejes: Los puntos de corte de cada eje representan el valor promedio de cada dimensión.

Evaluación de medios

¿Cómo evalúas el rol que han cumplido los siguientes medios de comunicación al informar sobre...?

% Notas 6 y 7



Casos: 2.000

Rol de los medios

Rol de los distintos medios de comunicación

Pensando en la cobertura que han realizado los distintos medios de comunicación sobre las últimas elecciones, ¿Cuál de los siguientes crees que ha sido...?

%

	Televisión	Radios	Diarios impresos	Diarios y portales	Twitter	Facebook	YouTube
El que tiene más influencia sobre lo que piensan los ciudadanos	51	8	1	4	9	9	3
El que mejor ha explicado el proceso electoral	38	12	2	8	5	2	6
El que ha cumplido mejor su rol de informar	33	16	2	12	9	3	3
El más objetivo en informar lo que ocurre	24	18	3	11	9	3	3
El más creíble/confiable	22	19	4	12	9	3	3
El que se ha ocupado mejor en verificar las fake news/noticias falsas	18	10	3	10	15	7	4
El que ha tenido un valor agregado y muestra algo distinto que el resto de los medios	15	14	1	12	13	6	7

Casos: 2.000

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Rol de los medios de comunicación ante coyunturas

Pensando en la cobertura que han realizado los distintos medios de comunicación sobre...*,
¿Cuál de los siguientes crees que ha sido...?

%

	El que tiene más influencia sobre lo que piensan los ciudadanos						El que mejor ha explicado las causas del estallido / Coronavirus / Elecciones / Proceso de las votaciones de la Constitución						El que ha cumplido mejor su rol de informar						El que se ha ocupado mejor en verificar las fake news/noticias falsas						El más creíble/confiable						El más objetivo en informar lo que ocurre						El que ha tenido un valor agregado y muestra algo distinto que el resto de los medios					
	Enero 2020	Abril 2020	Septiembre 2020	Enero 2022	Junio 2022	Abril 2023	Enero 2020	Abril 2020	Septiembre 2020	Enero 2022	Junio 2022	Abril 2023	Enero 2020	Abril 2020	Septiembre 2020	Enero 2022	Junio 2022	Abril 2023	Enero 2020	Abril 2020	Septiembre 2020	Enero 2022	Junio 2022	Abril 2023	Enero 2020	Abril 2020	Septiembre 2020	Enero 2022	Junio 2022	Abril 2023	Enero 2020	Abril 2020	Septiembre 2020	Enero 2022	Junio 2022	Abril 2023	Enero 2020	Abril 2020	Septiembre 2020	Enero 2022	Junio 2022	Abril 2023
Televisión	32	-	50	48	46	51	16	41	44	46	26	38	12	33	27	30	24	33	17	29	27	24	24	18	9	24	21	23	19	22	10	27	27	23	18	24	6	15	13	16	15	15
Diarios impresos	-	-	-	1	0	1	-	-	-	2	4	2	-	-	-	2	3	2	-	-	-	2	2	3	-	-	-	3	3	4	-	-	-	3	3	3	-	-	-	2	2	1
Radios	10	-	11	11	12	8	22	15	16	17	14	12	28	23	27	25	20	16	15	15	15	14	11	10	28	25	28	26	23	19	30	24	24	27	24	18	25	21	26	19	18	14
Diarios y portales online	6	-	6	4	5	4	22	24	21	11	13	8	22	23	27	14	17	12	20	21	19	13	12	10	22	26	24	14	16	12	20	24	22	13	15	11	23	24	23	13	14	12
Facebook	35	-	19	15	12	9	23	10	8	5	6	2	24	9	7	7	4	3	22	11	10	10	10	7	22	8	10	7	4	3	23	10	9	7	3	3	25	17	14	11	7	6
Twitter	6	-	7	12	11	9	8	4	5	7	10	5	8	5	7	9	9	9	8	6	8	15	12	15	8	5	8	10	9	9	7	4	9	11	11	9	9	7	12	15	11	13
YouTube	-	-	-	2	4	3	-	-	-	4	7	6	-	-	-	4	7	3	-	-	-	4	5	4	-	-	-	3	6	3	-	-	-	3	7	3	-	-	-	9	10	7
No sabe	6	-	7	7	10	17	9	6	6	8	20	28	6	7	5	9	16	23	18	18	9	18	24	35	11	12	9	14	20	29	10	11	9	13	19	29	12	16	12	15	23	32

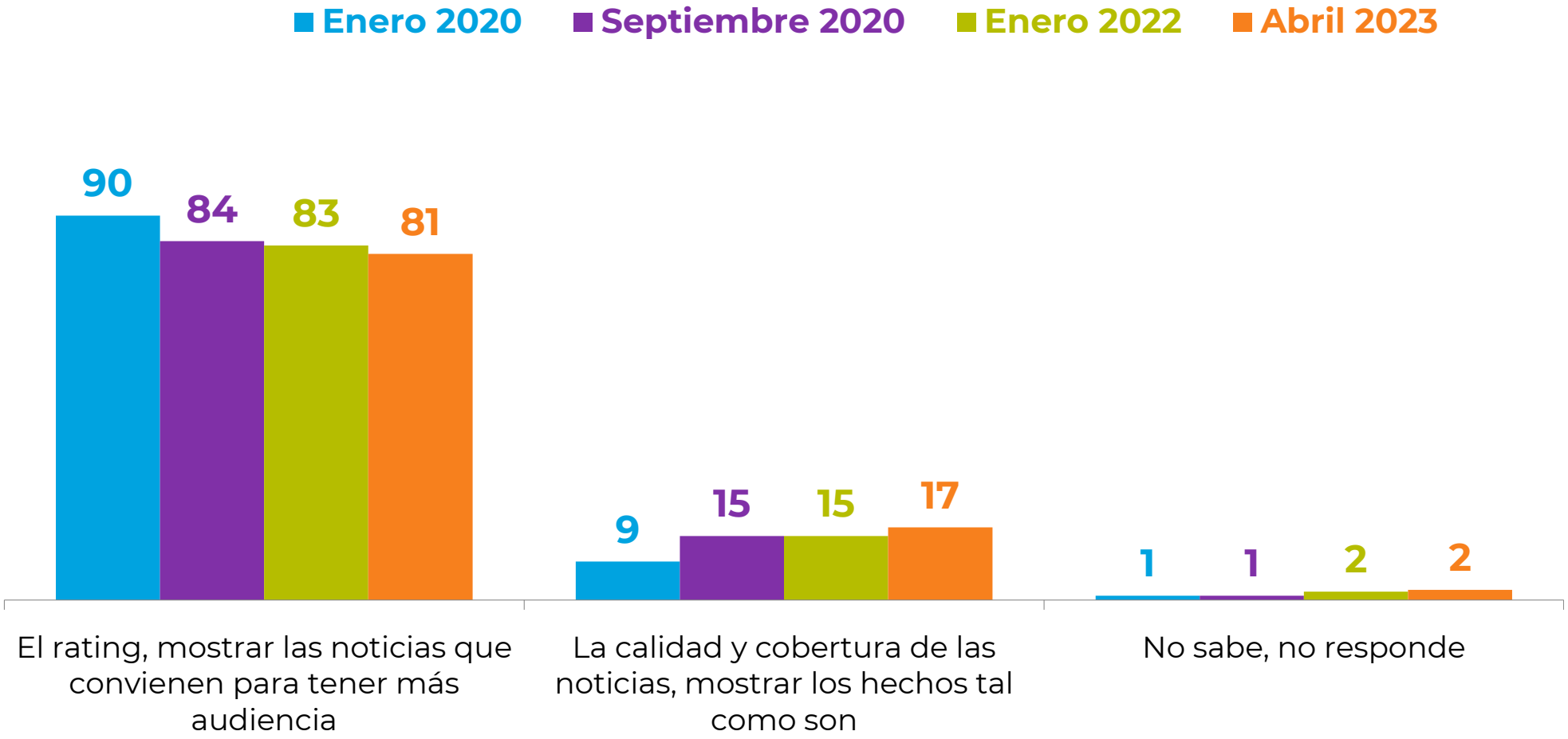
- **Septiembre de 2020** corresponde a información Coronavirus.
- **Enero 2022** sobre las elecciones presidenciales.
- **Junio 2022 y abril 2023** sobre la Convención Constitucional.

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Interés de los medios de comunicación

¿Qué crees que les importa más a los medios de comunicación...?

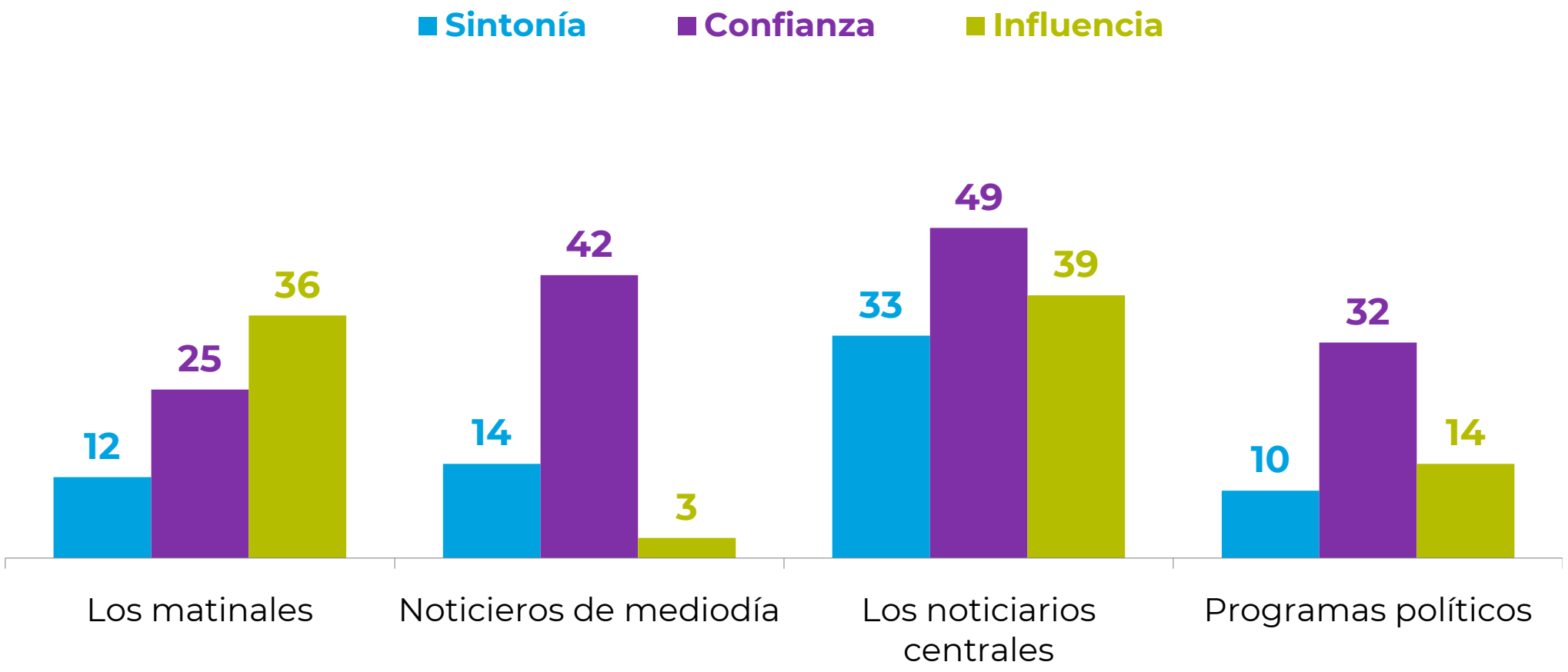
%



CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Sintonía, confianza e influencia

Sintonía: ¿Con cuánta frecuencia ves...? **% Siempre**
Confianza: ¿Cuánta confianza tienes en la información que proviene de...? **% Notas 5 a 7**
Influencia: ¿Qué programa tiene más influencia sobre lo que piensa la gente? **%**

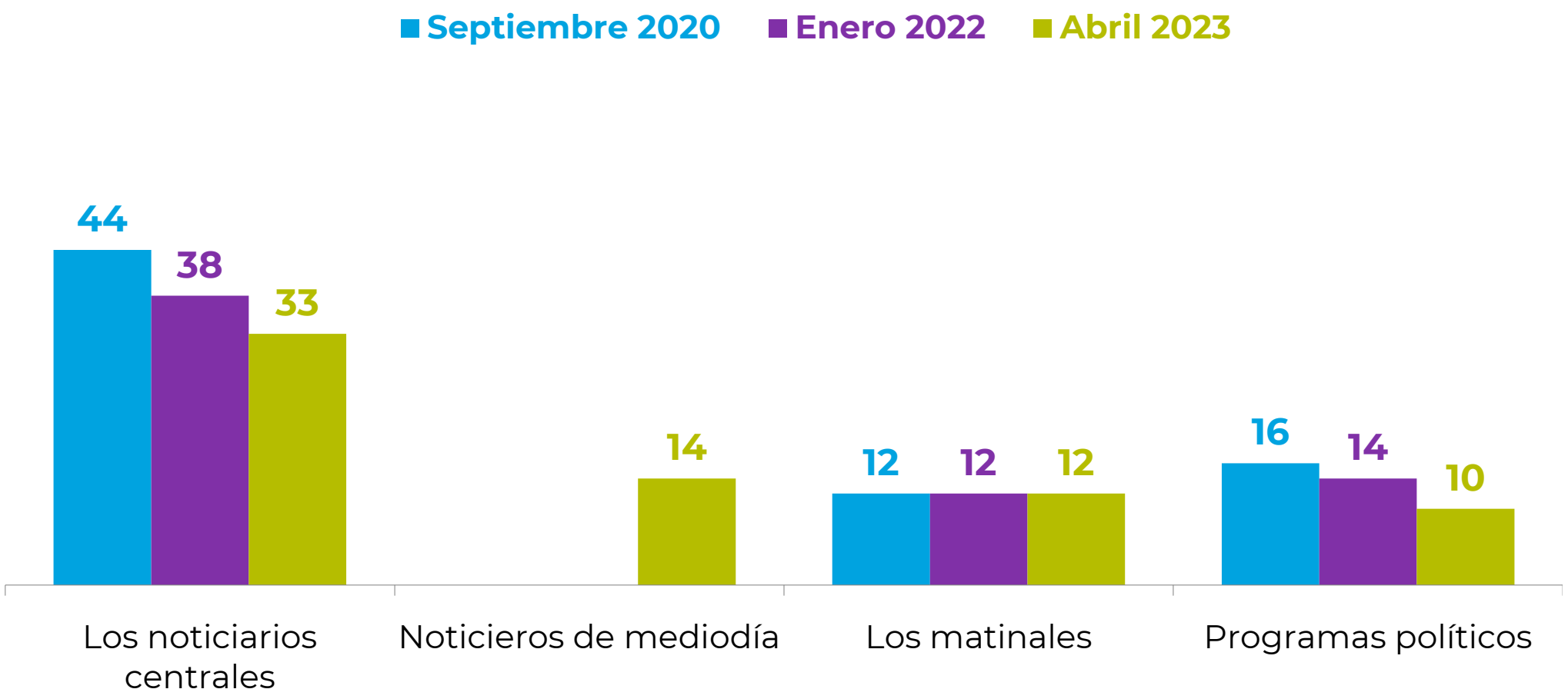


CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Sintonía de programas de televisión

Pensando específicamente en la Televisión, ¿Con cuánta frecuencia ves...?

% Siempre

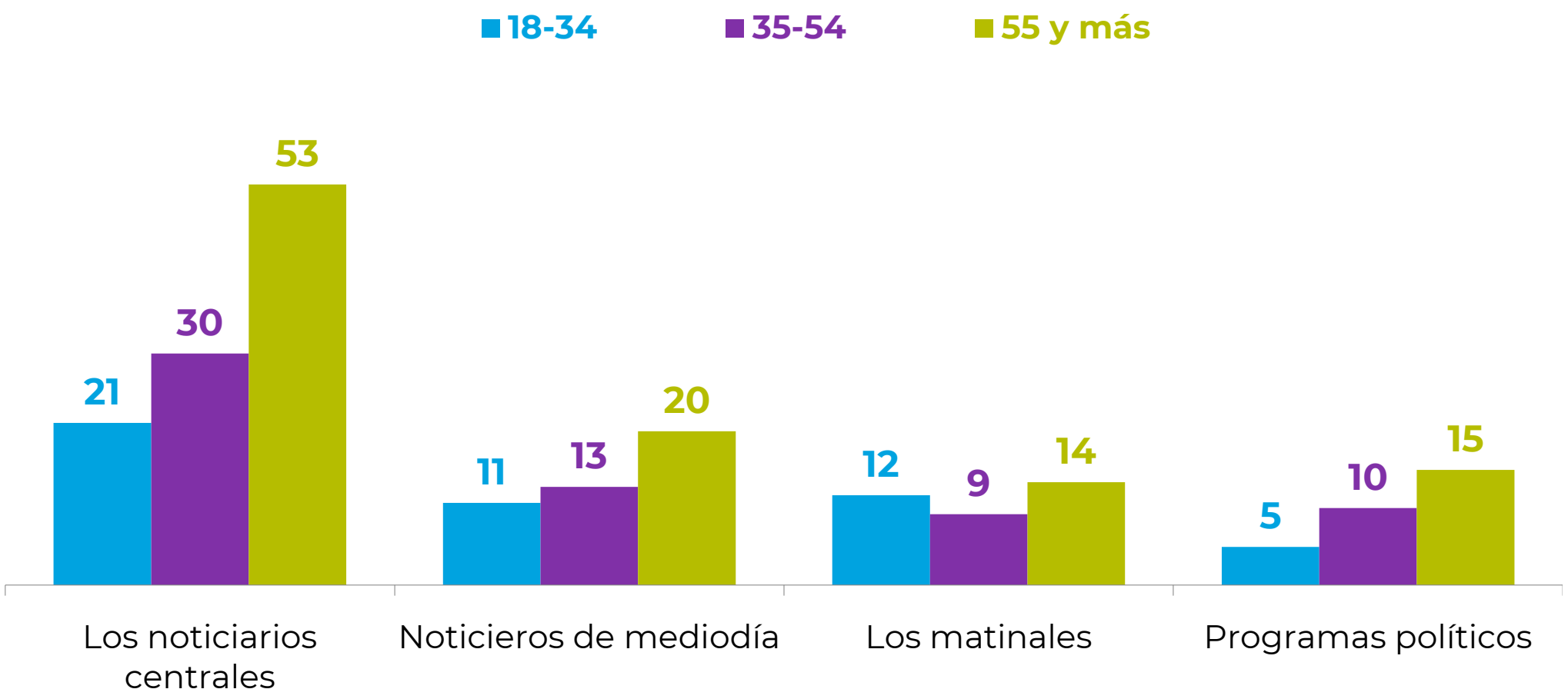


CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Sintonía de programas de televisión – Abril, Generaciones

Pensando específicamente en la Televisión, ¿Con cuánta frecuencia ves...?

% Siempre



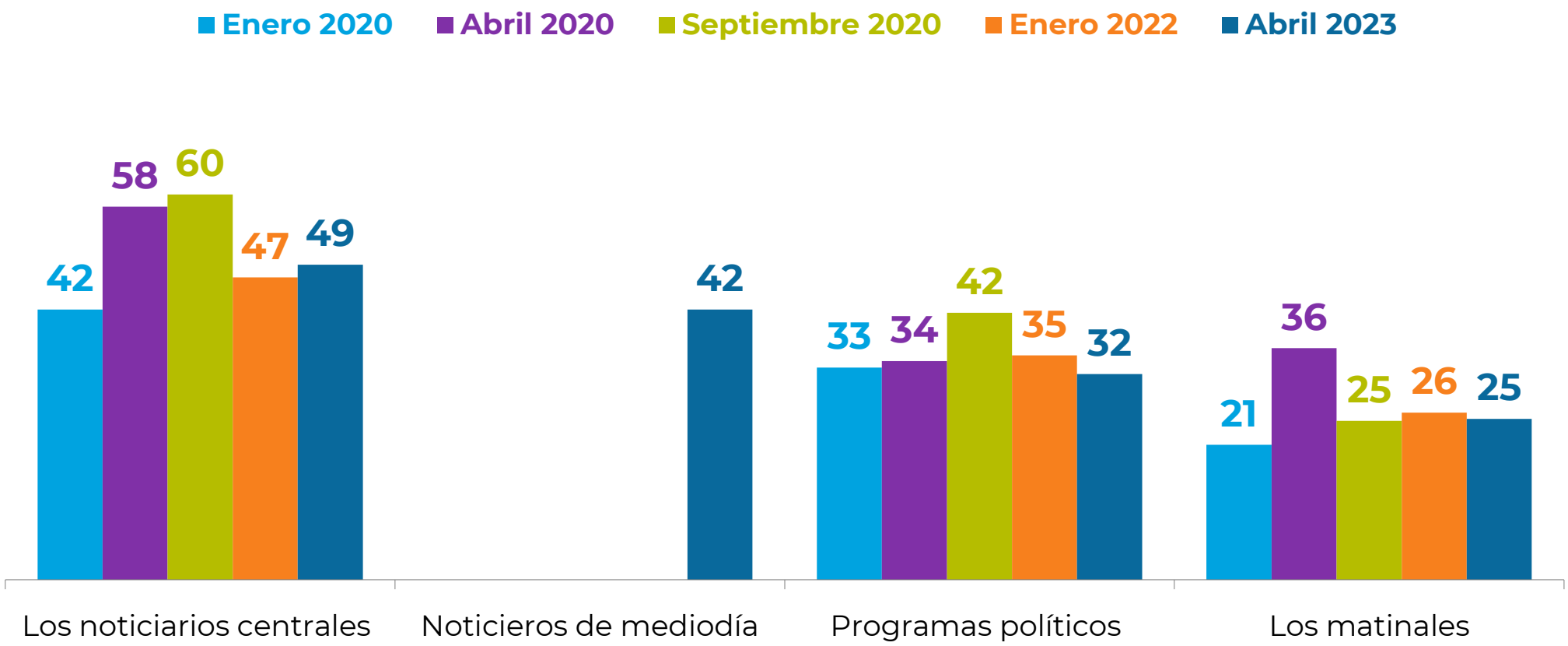
Casos: 2.000

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Confianza en programas de televisión abierta

Pensando específicamente en la Televisión y utilizando una escala de 1 a 7 como en el colegio, ¿Cuánta confianza tienes en la información que proviene de...?

% Notas 5 a 7

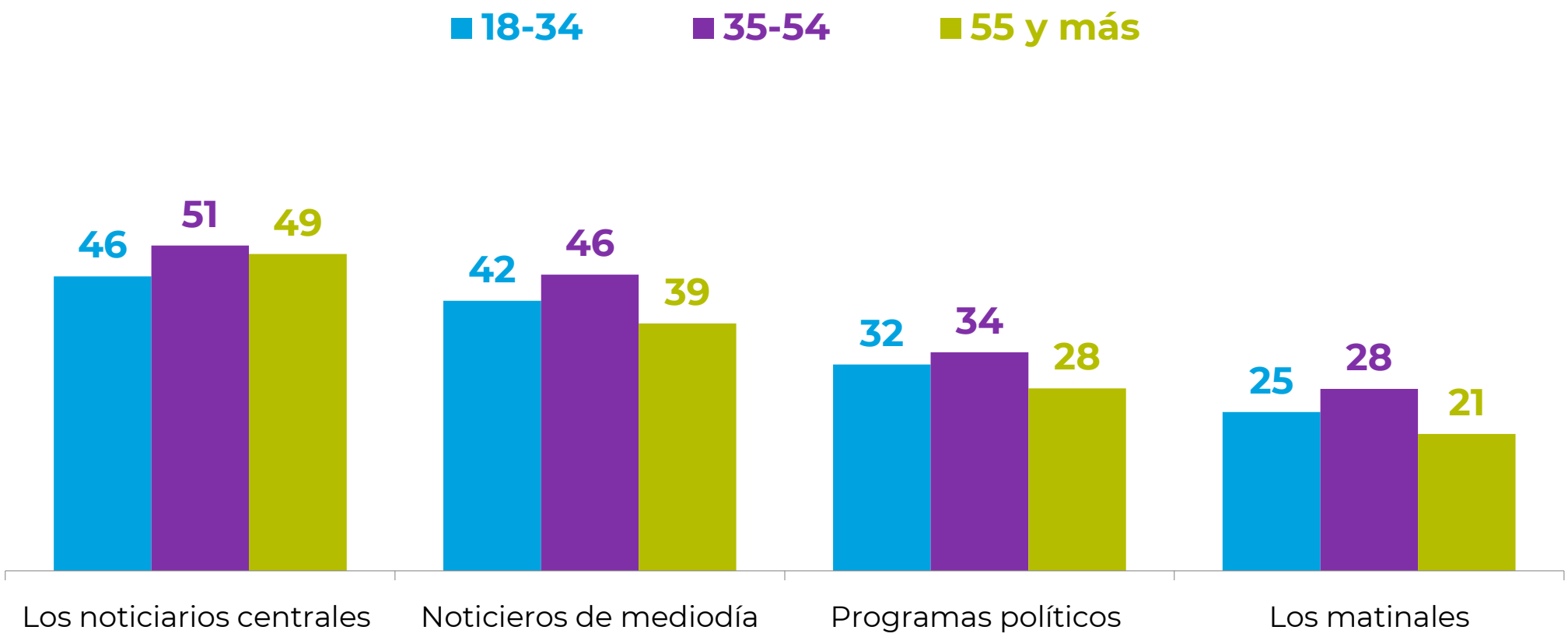


CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Confianza en programas de televisión abierta – Abril, Generaciones

Pensando específicamente en la Televisión y utilizando una escala de 1 a 7 como en el colegio, ¿Cuánta confianza tienes en la información que proviene de...?

% Notas 5 a 7



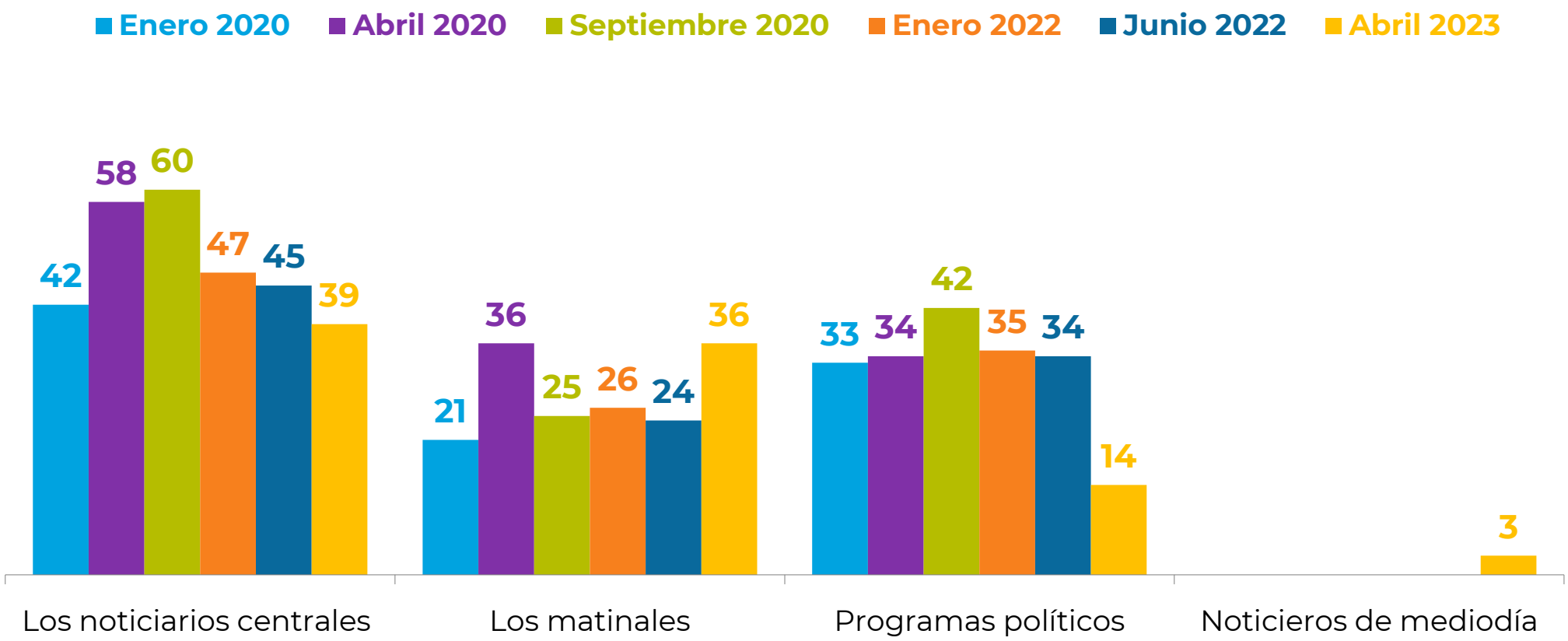
Casos: 2.000

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Influencia de los programas de televisión abierta

Y específicamente sobre la televisión, ¿Qué programa tiene más influencia sobre lo que piensa la gente?

%

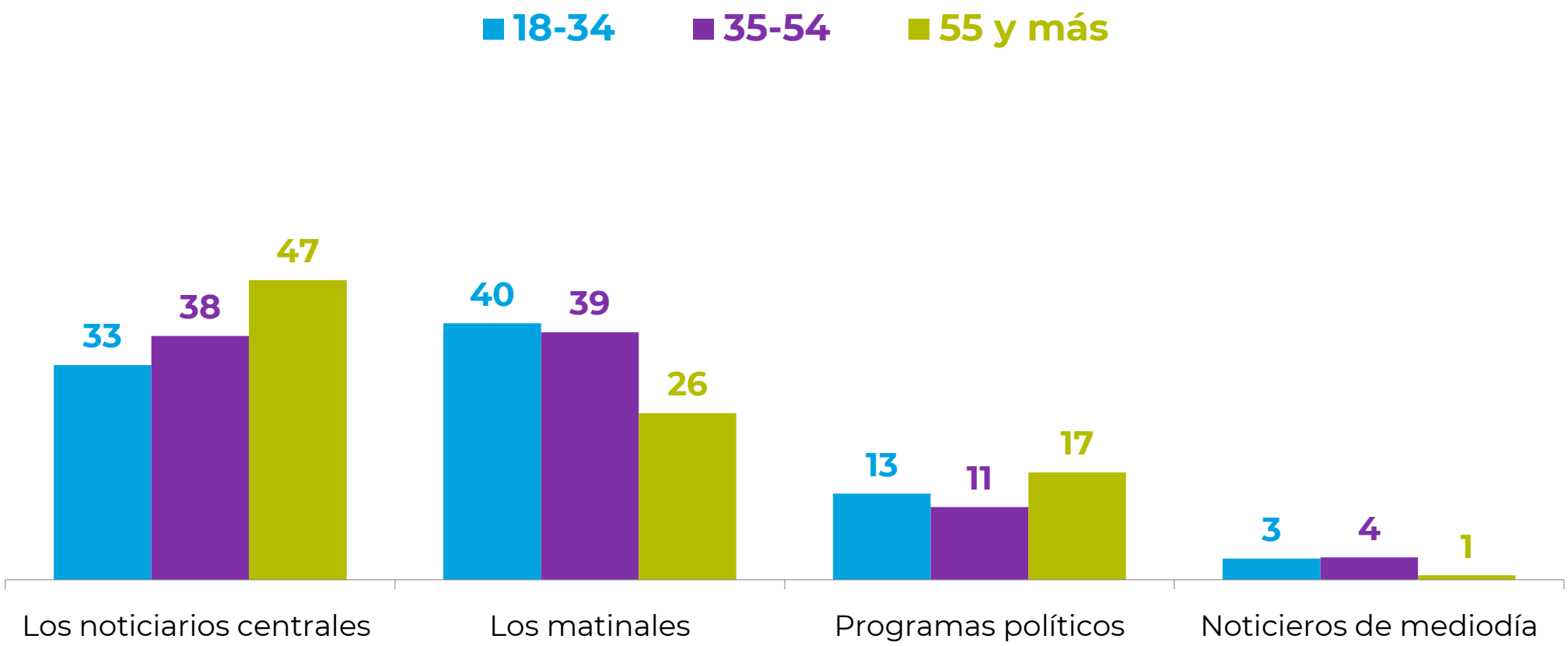


CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Influencia de los programas de televisión abierta – Abril, Generaciones

Y específicamente sobre la televisión, ¿Qué programa tiene más influencia sobre lo que piensa la gente?

%



Casos: 2.000

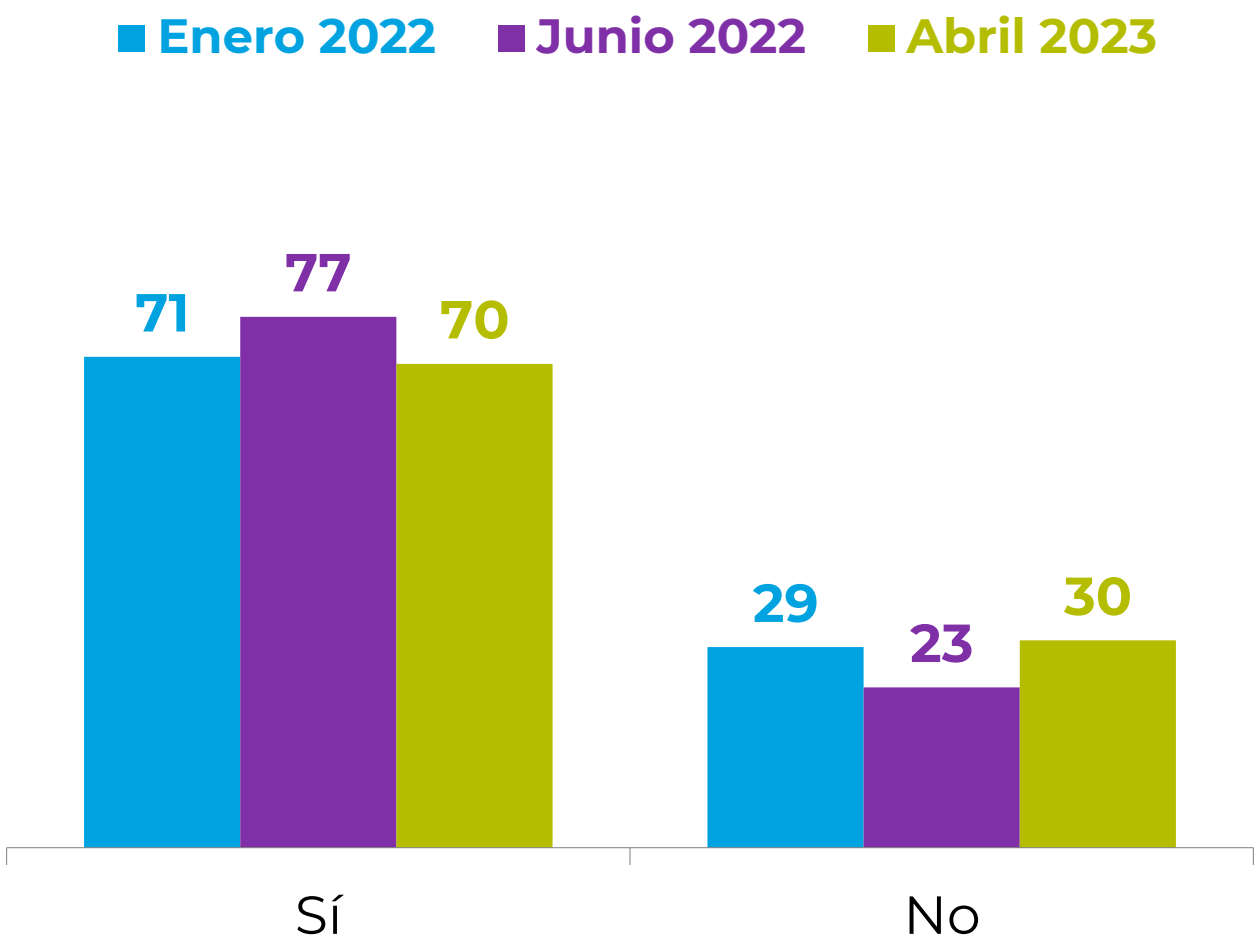
CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Noticias falsas / fake news

Identificación de noticias falsas

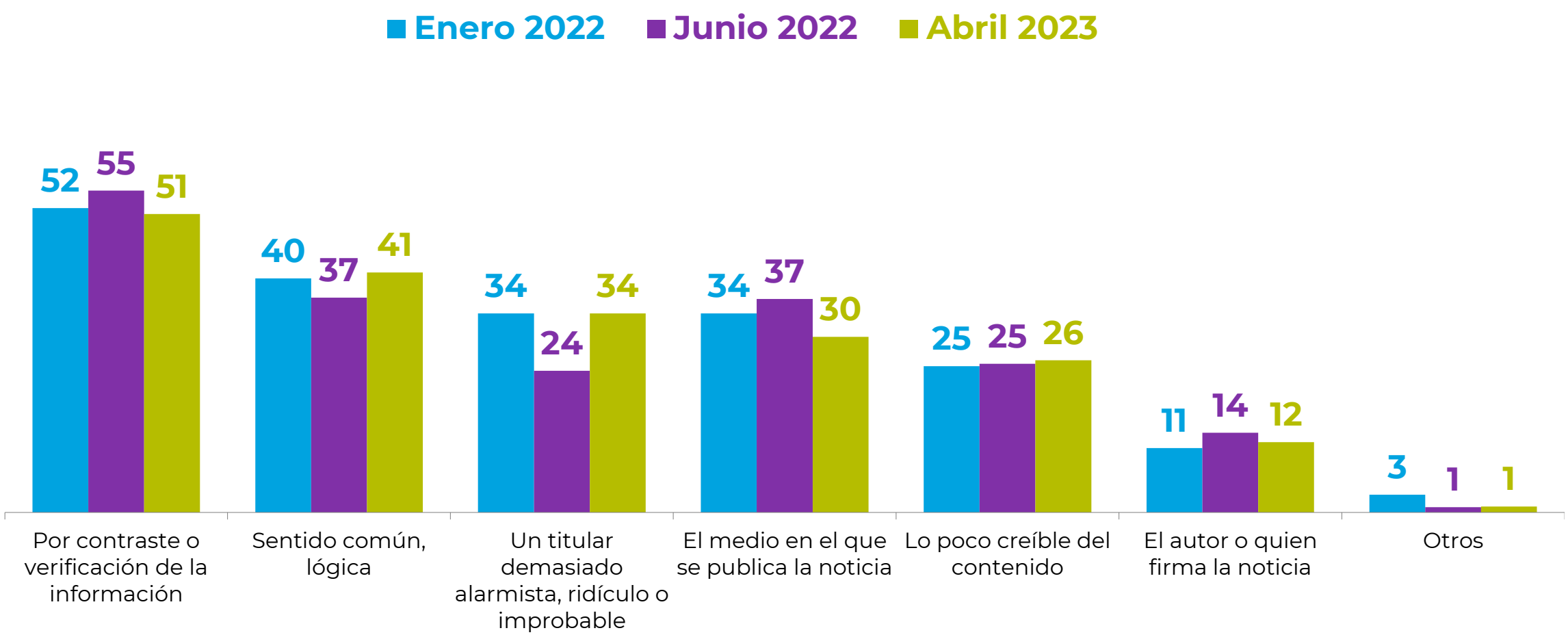
¿Crees que puedes distinguir entre una noticia falsa (fake news) y una verdadera?

%



Formas de identificar una noticia falsa

¿Qué te permitiría identificar una noticia falsa?
%

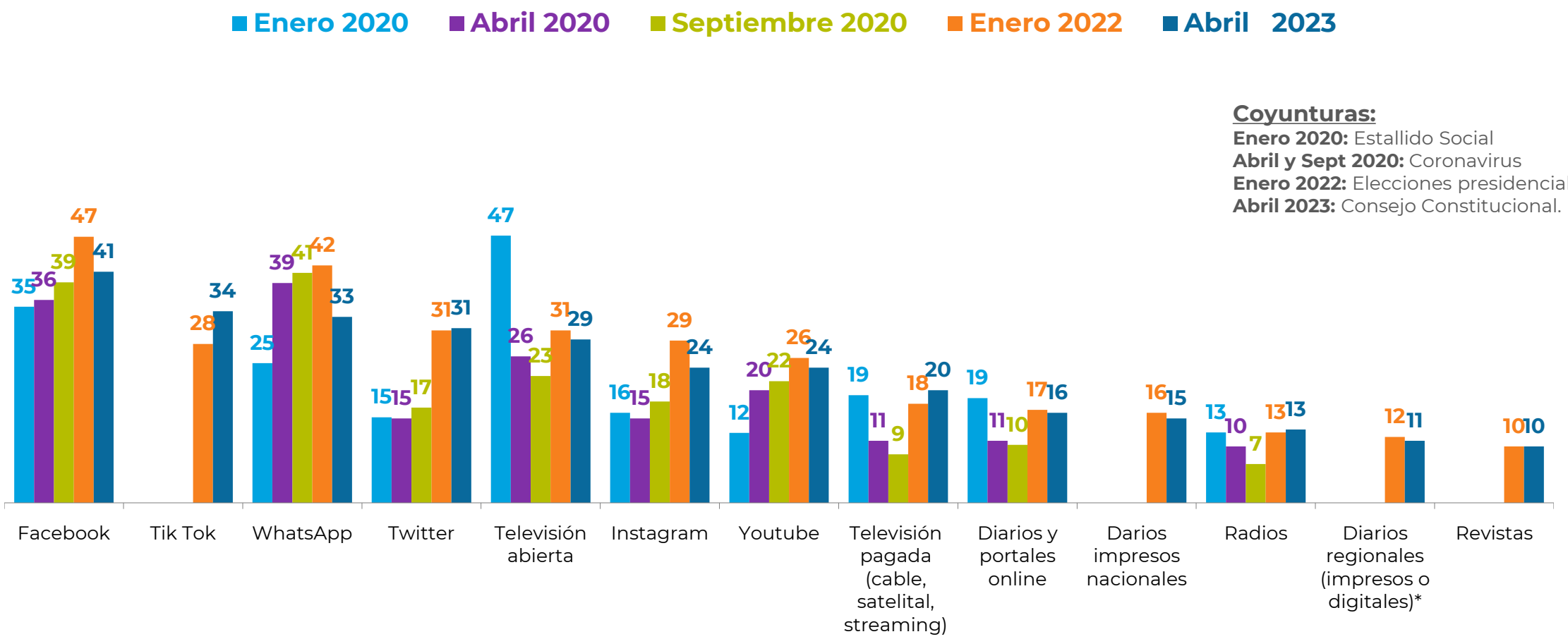


CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Frecuencia de fake news – Comparativo

Pensando en las noticias que lees o recibes, ¿con qué frecuencia te has encontrado con noticias que crees que son falsas o inventadas desde...?* Use una escala de 1 a 7, donde uno es nunca y 7 es permanentemente

% Notas 6 y 7



Coyunturas:
Enero 2020: Estallido Social
Abril y Sept 2020: Coronavirus
Enero 2022: Elecciones presidenciales
Abril 2023: Consejo Constitucional.

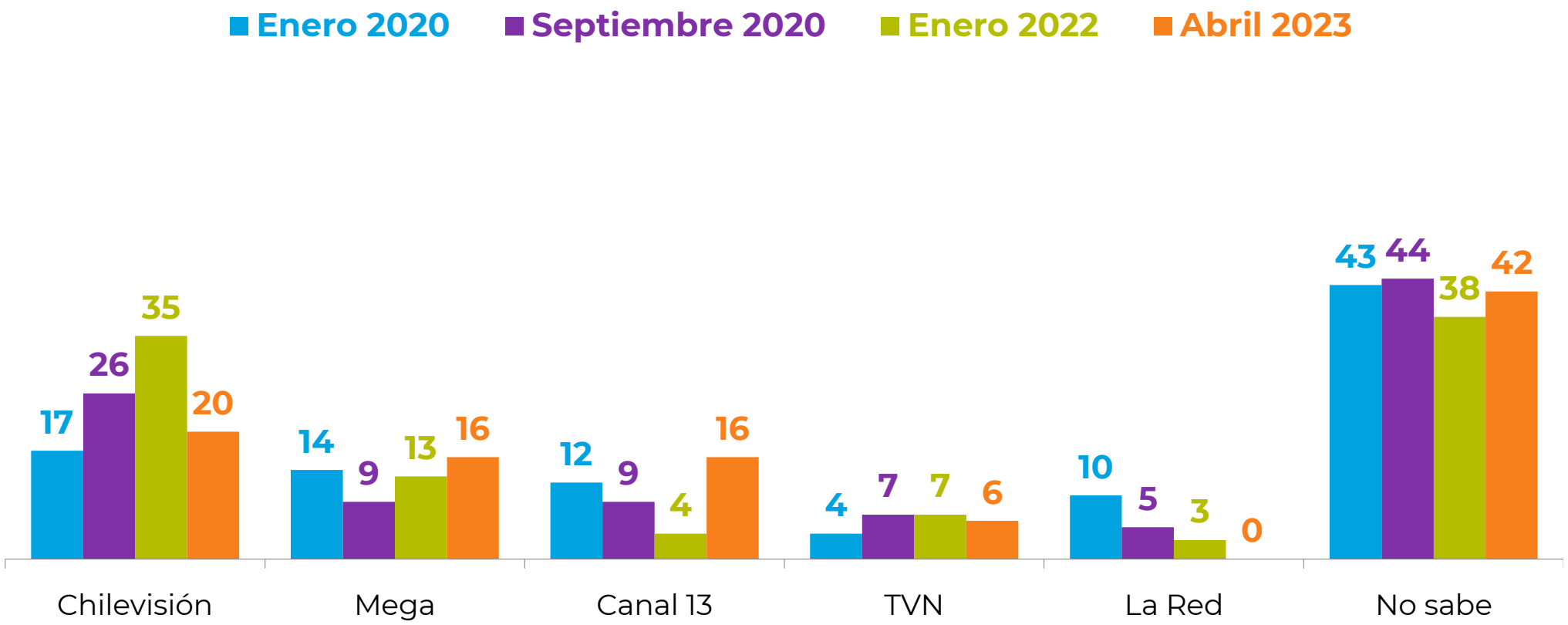
CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Influencia y evaluación de los medios

Evaluación matinal

¿Cuál crees que es el mejor matinal de la televisión actualmente?

%

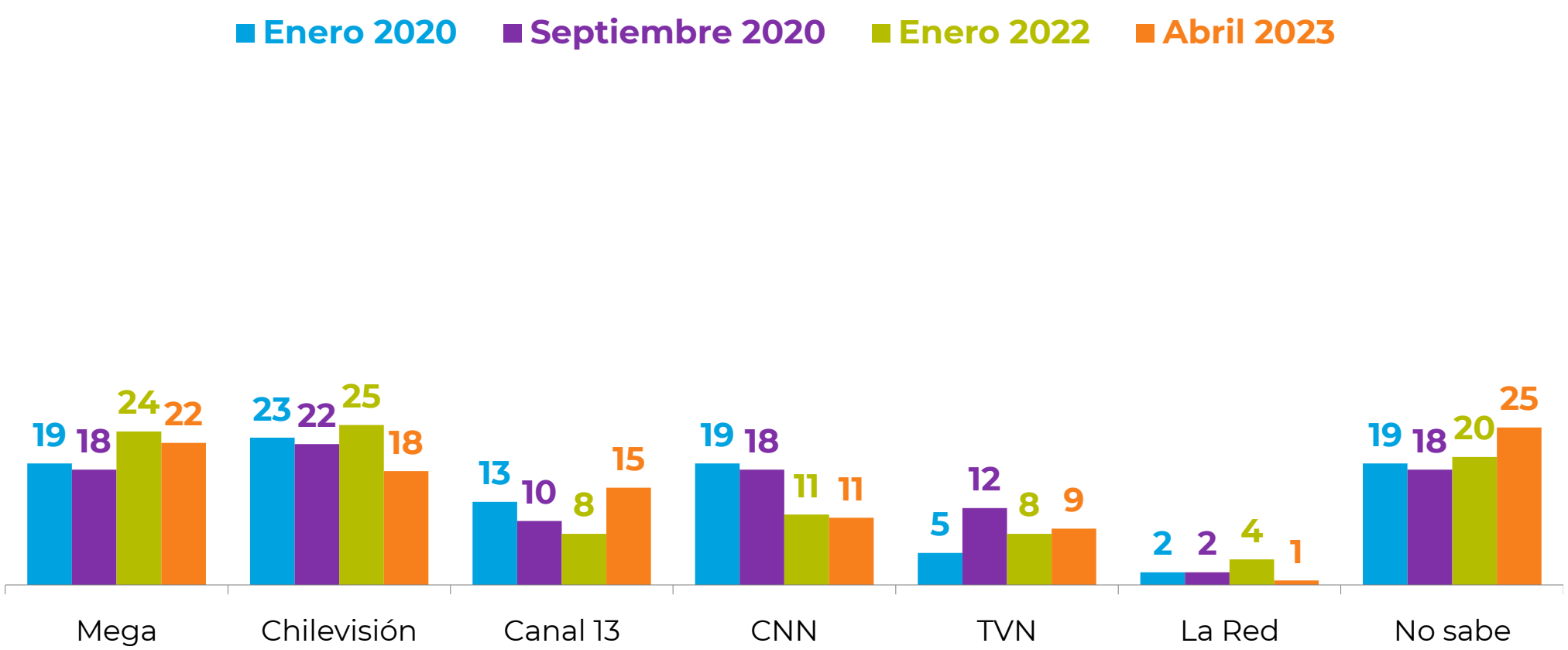


CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Evaluación noticiero

¿Cuál crees que es el mejor noticiero central de la televisión actualmente?

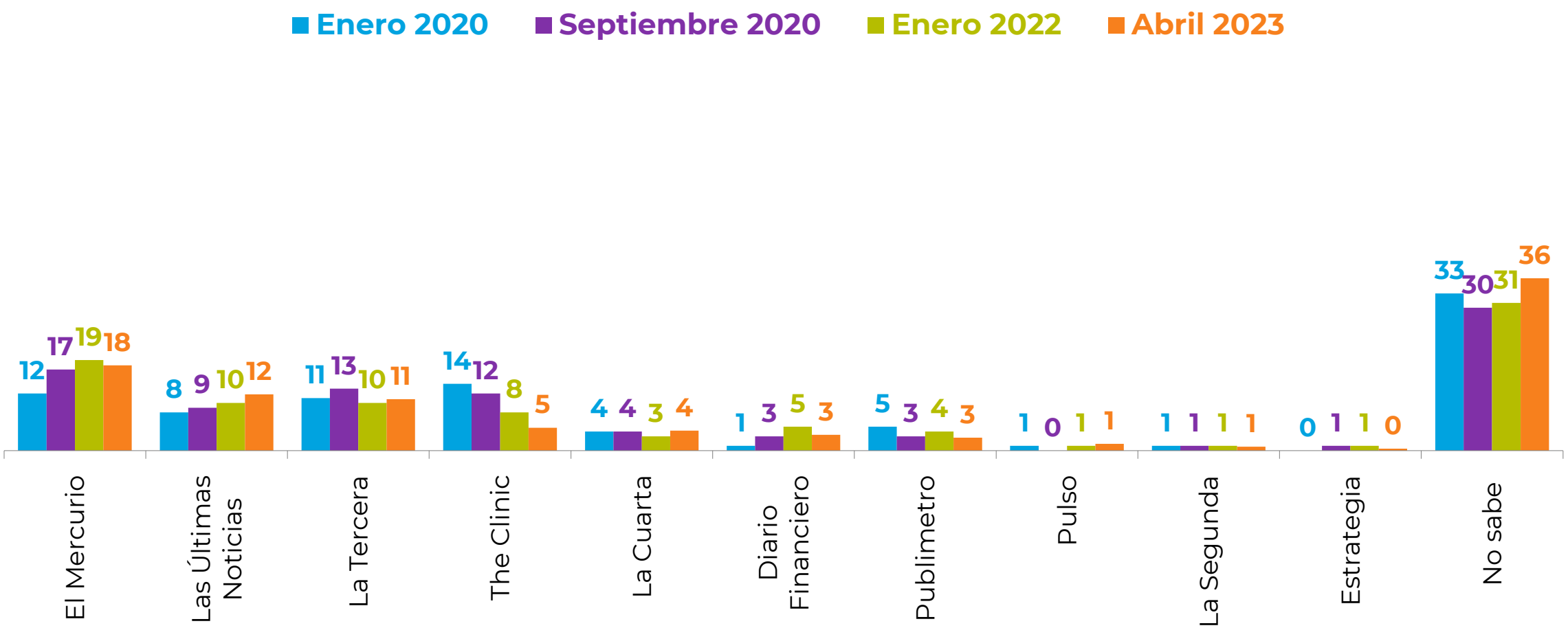
%



Evaluación diarios

¿Cuál crees que es el mejor diario para informarse?

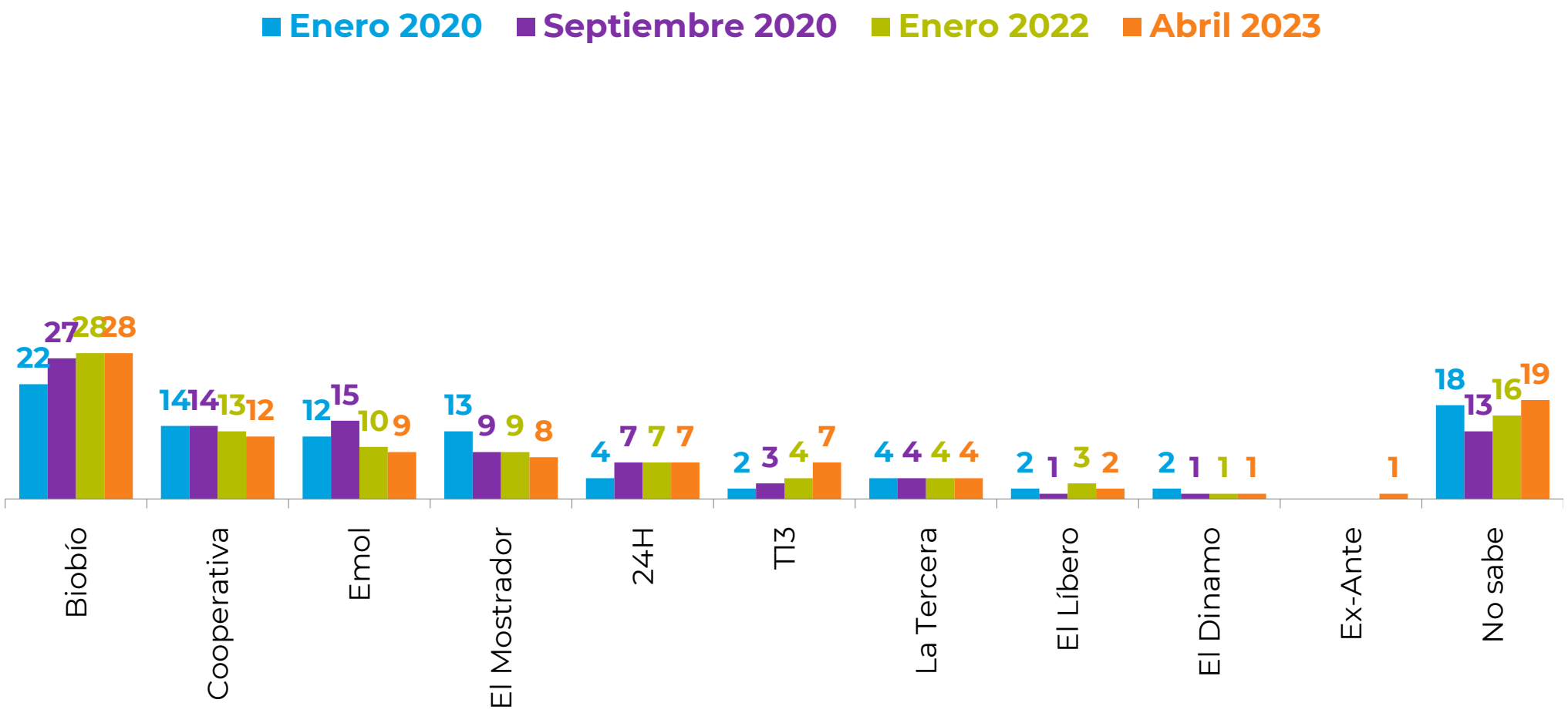
%



Evaluación portales y sitios de internet

¿Cuál crees que es mejor sitio de internet o portal online para informarse?

%



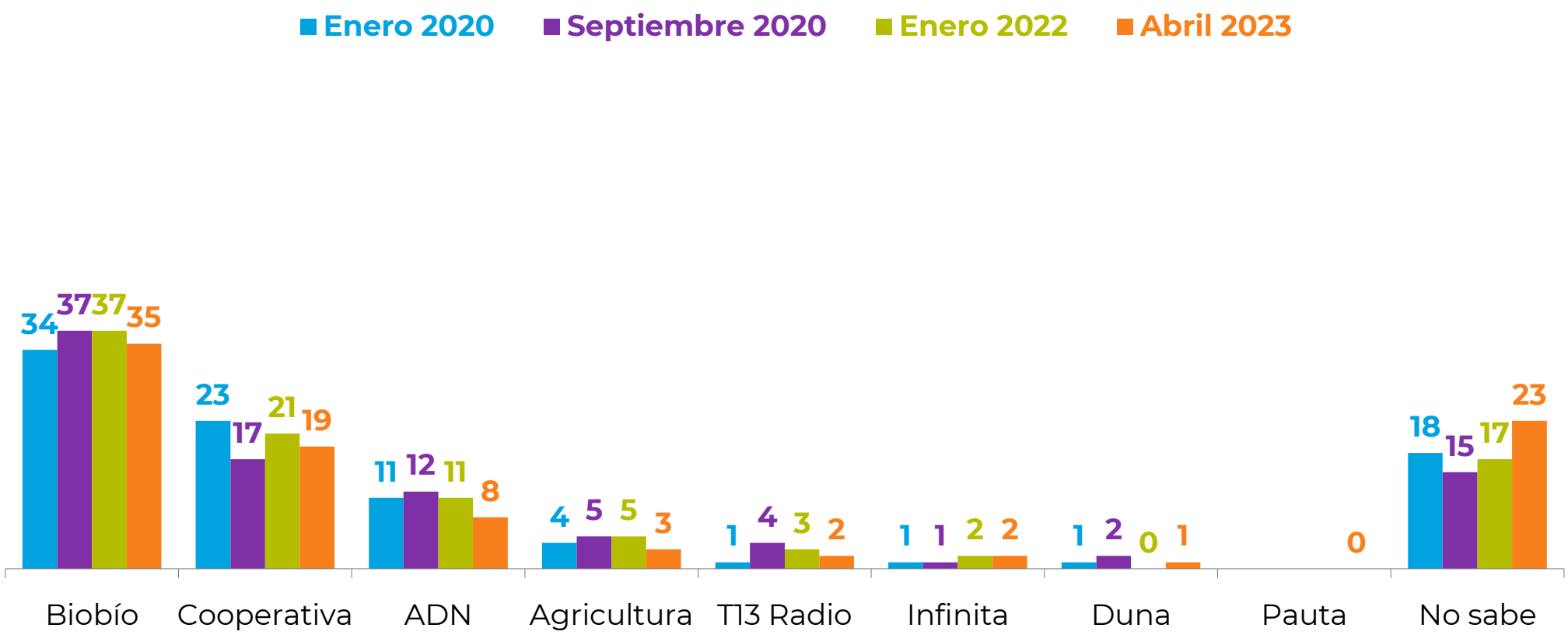
Casos: 1.999

CADEM RESEARCH & ESTRATEGIA

Evaluación radios

¿Cuál crees que es la mejor radio para informarse?

%



Casos: 1.999

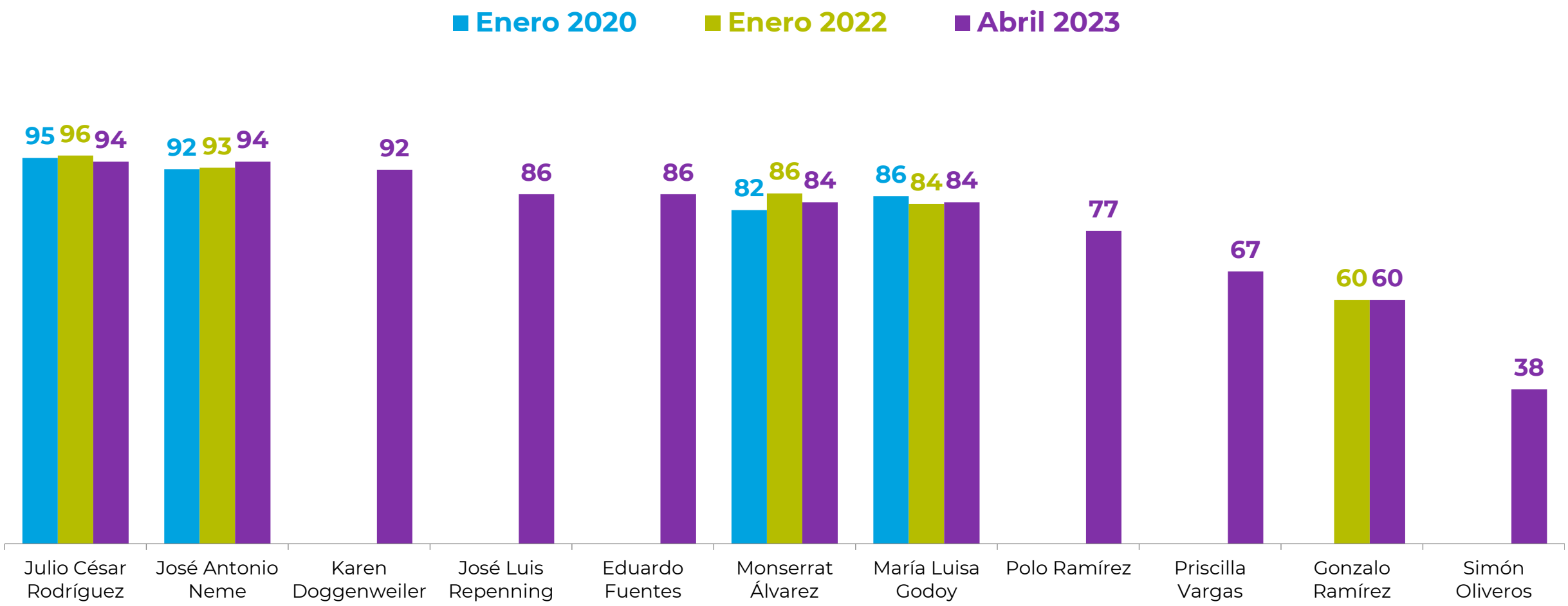
CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Conocimiento y evaluación de personajes

Conocimiento rostros de Matinales

¿Conoces o has oído hablar de...?

% Sí conoce

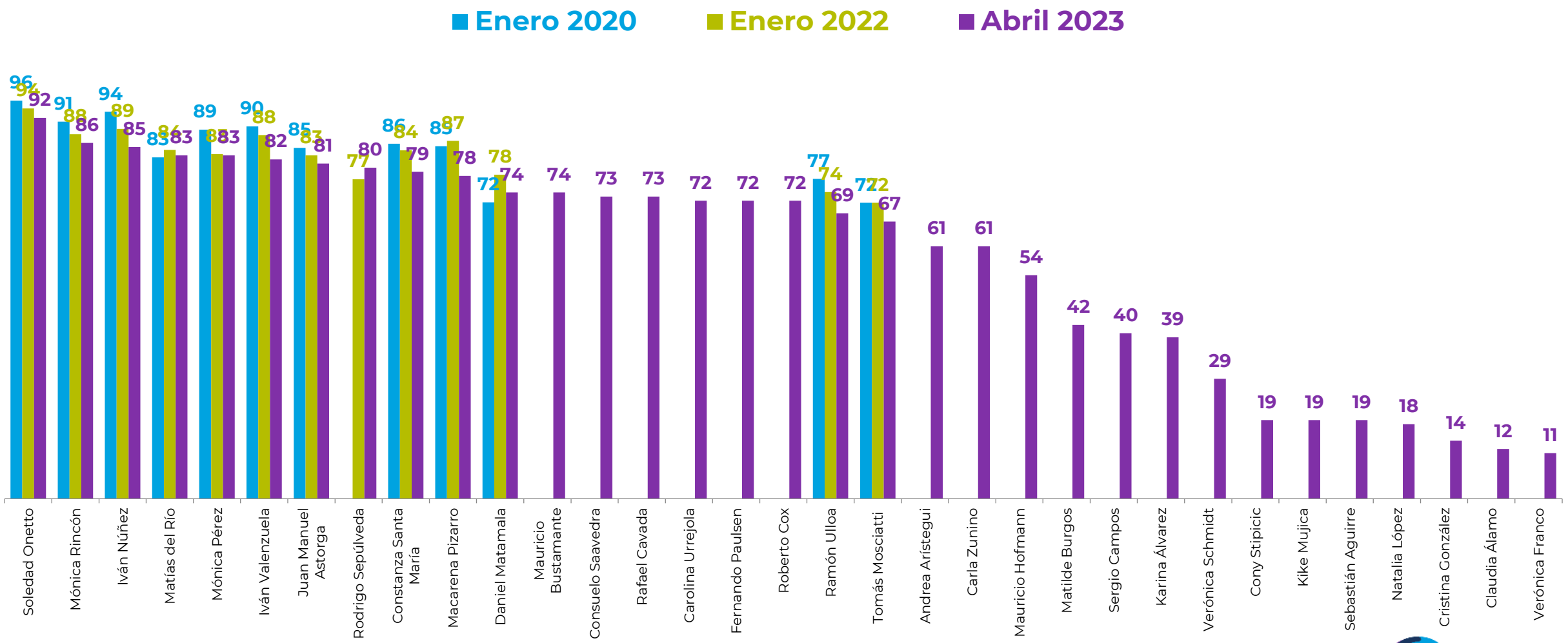


CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Conocimiento rostros de Noticieros

¿Conoces o has oído hablar de...?

% Sí conoce

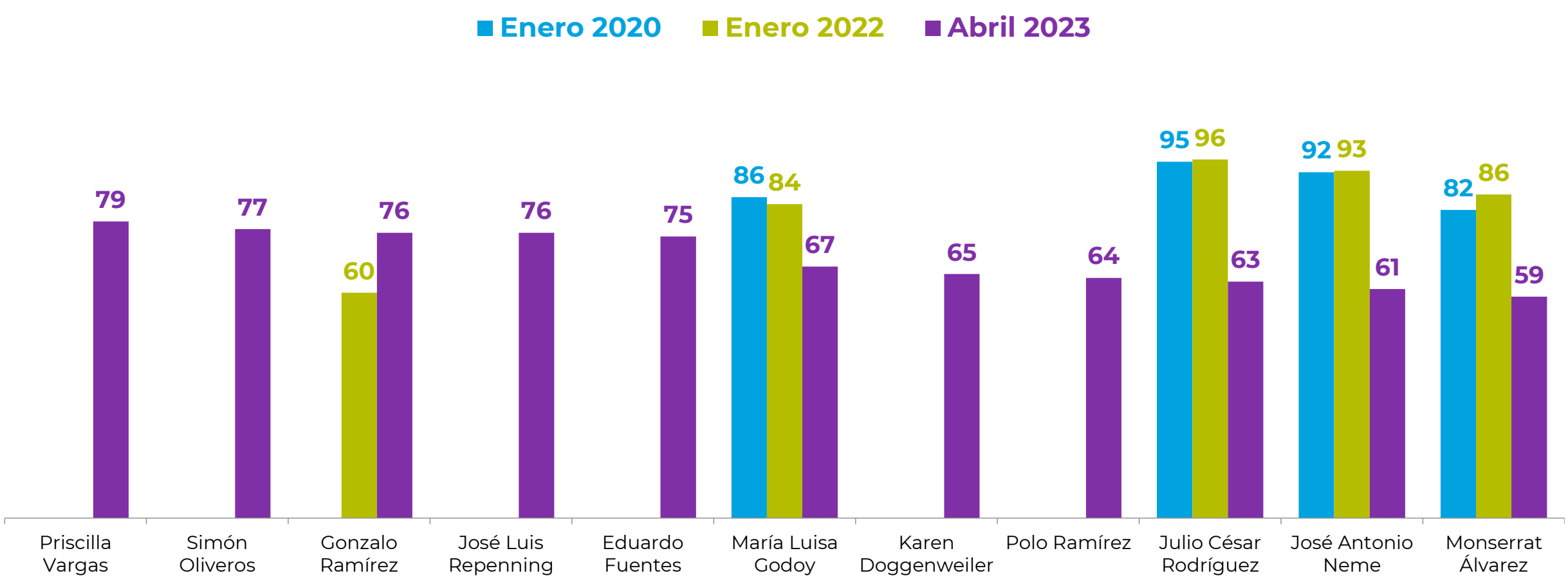


CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Imagen rostros de Matinales

¿Tienes una imagen muy positiva, positiva, negativa o muy negativa del trabajo que desempeña...?

% Muy positiva o positiva



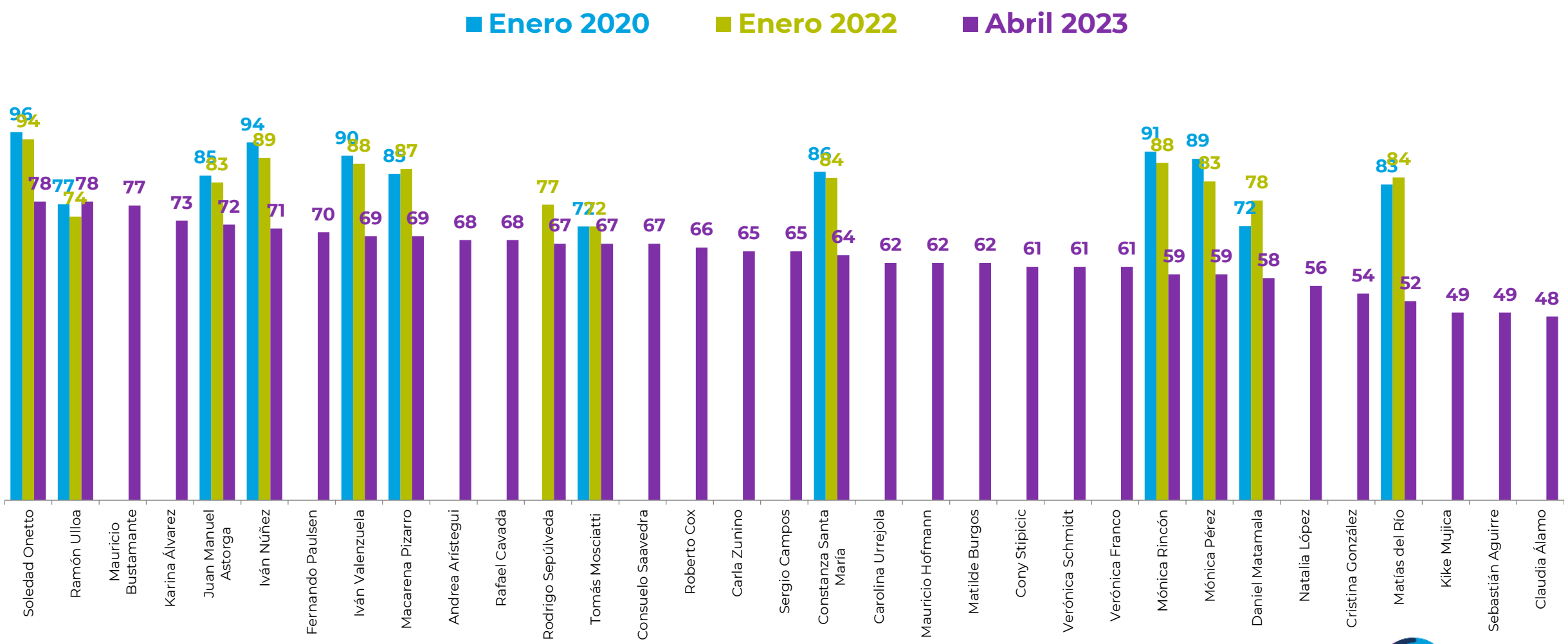
Casos: En base a conocimiento de cada personaje.

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Imagen de rostros de Noticieros

¿Tienes una imagen muy positiva, positiva, negativa o muy negativa del trabajo que desempeña...?

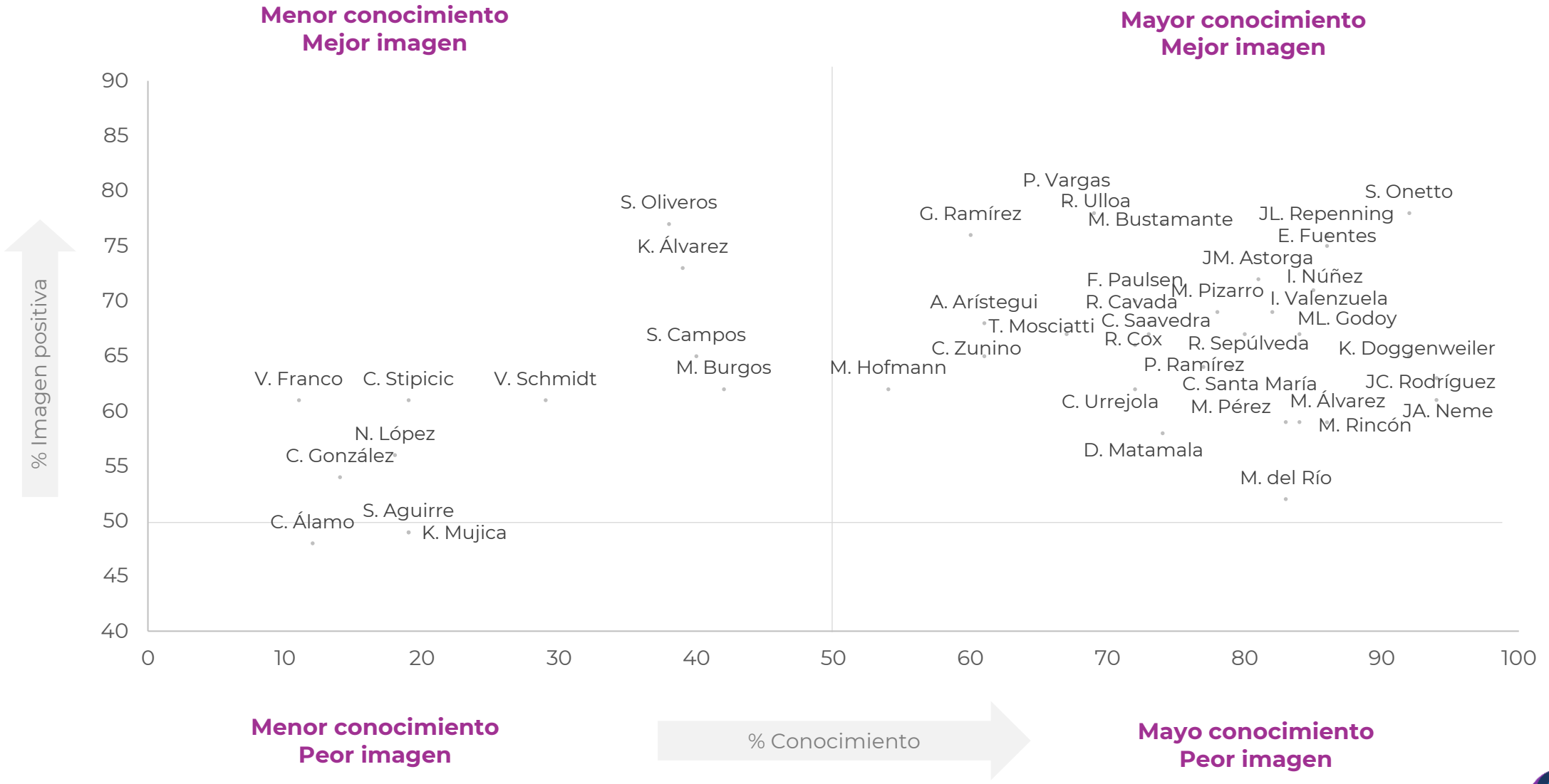
% Muy positiva o positiva



Casos: En base a conocimiento de cada personaje

CADEM
RESEARCH & ESTRATEGIA

Mapa de conocimiento e imagen de personajes mediáticos Abril de 2023



Nueva de Lyon 145 Piso 2,
Providencia Santiago, Chile.
cadem@cadem.cl
+562 2438 6500

www.cadem.cl

CADEM
RESEARCH
& ESTRATEGIA