

MESO

#ESPOP



Universidad de
San Andrés

Especial Consumo de Información

Trabajo de campo realizado entre el 24 de septiembre al 5 de Octubre de 2018

Metodología

- Estos son hallazgos de la #ESPOP (encuesta de satisfacción política y opinión pública) en conjunto con MESO (el centro de estudios de Medios y Sociedad) de la Universidad de San Andrés. En total fueron realizadas 1000 entrevistas entre el 24 de septiembre al 5 de octubre de 2018 a adultos de 18-64 años conectados a internet, en Argentina.
- La encuesta se realiza en 23 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires vía el Panel online de Netquest. La muestra es proporcional al tamaño de las provincias (con algunos ajustes para garantizar base de lectura) y representativa a nivel de las regiones. Las provincias fueron agrupadas en 5 regiones: NOA, NEA, Cuyo, Centro, Patagonia, y Buenos Aires dividida a su vez en CABA, GBA e interior de la Provincia de Buenos Aires. Se aplicaron cuotas de sexo, edad y nivel socioeconómico.
- La encuesta versa sobre el consumo de noticias e información en diferentes medios tradicionales y redes sociales, indagando por los hábitos, las preferencias y la confianza en la calidad de la información. Por último indagamos sobre el consumo de información en las redes sociales.
- Cuando los resultados no sumen 100, eso puede deberse a redondeos computacionales, respuestas múltiples o la exclusión de los que no saben o no contestan. En algunos resultados se indica si fueron ponderados siguiendo algún criterio.
- Todas las encuestas están sujetas a otras fuentes de error adicionales a los errores muestrales, tales como errores de cobertura o medición. La precisión de esta encuesta online se estima mediante el cálculo de intervalos de credibilidad bayesianos. Usando una aproximación simple del posterior en una distribución normal, el intervalo de credibilidad del 95% está dado por, aproximadamente: $\hat{y} + \frac{1}{\sqrt{n}}$, de lo que se deduce que para una encuesta de 1000 casos es de aproximadamente +/- 3.5 puntos porcentuales

Composición de la Muestra



	Parámetro	Muestra
CABA	7%	10%
GBA	25%	22.5%
PBA	14%	7.7%
Centro	19%	19%
Cuyo	8%	10%
NOA	12%	11.9%
NEA	9%	10.6%
PAT	6%	8.4%

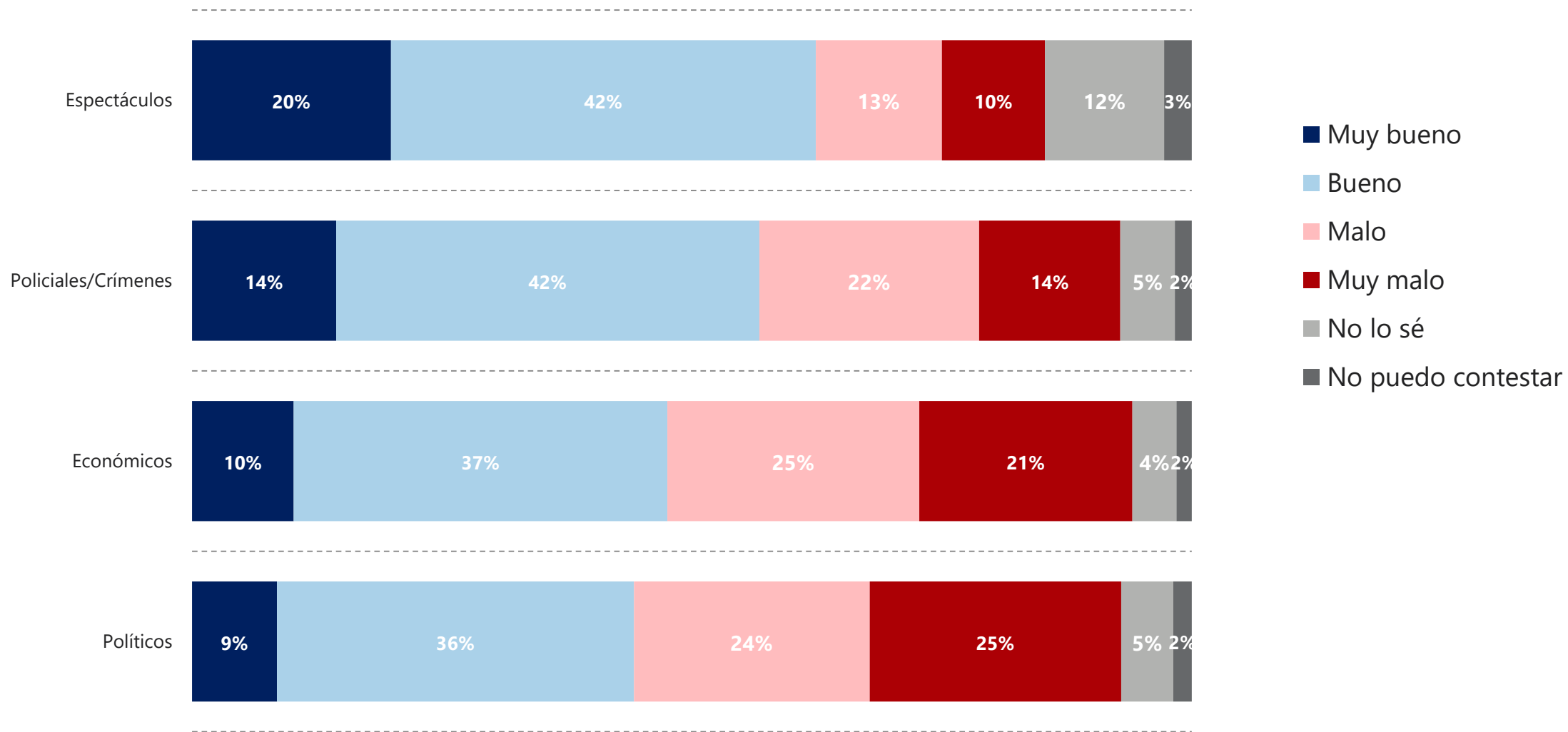
	Parámetro	Muestra
ABC1	5%	25.2%
C2	15%	25.1%
C3	25%	24.9%
D1	36%	16.1%
D2	19%	8.7%

Hombres	49%	49.7%
Mujeres	51%	50.3%

18-24	--	16.8%
25-34	--	17.1%
35-44	--	17.2%
45-54	--	16.9%
55-64	--	16.8%
65 +	--	15.3%

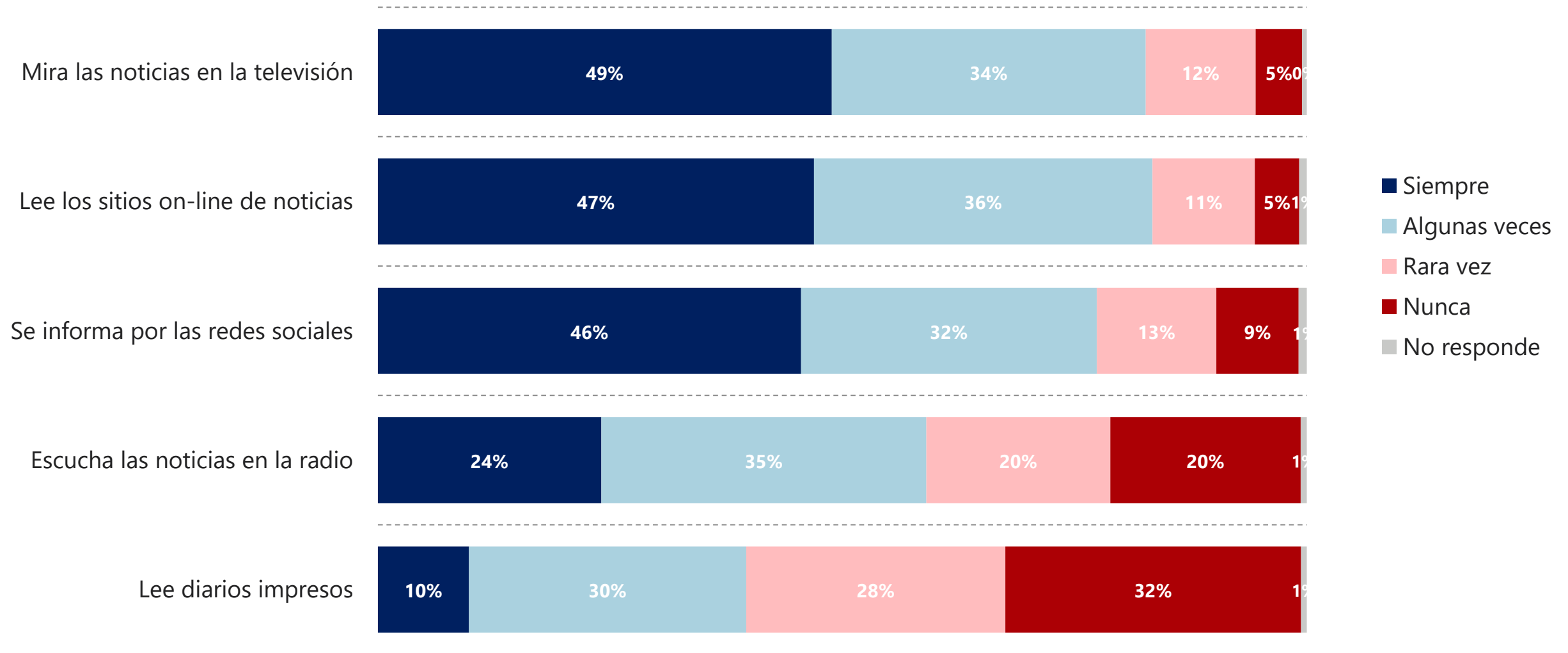
Cobertura temática de los medios de comunicación

P27. Quisiera que me dijera en cada caso, si los medios de comunicación ¿hacen un trabajo muy bueno, bueno, malo, muy malo cubriendo los temas económicos, políticos, policiales o de la farándula?



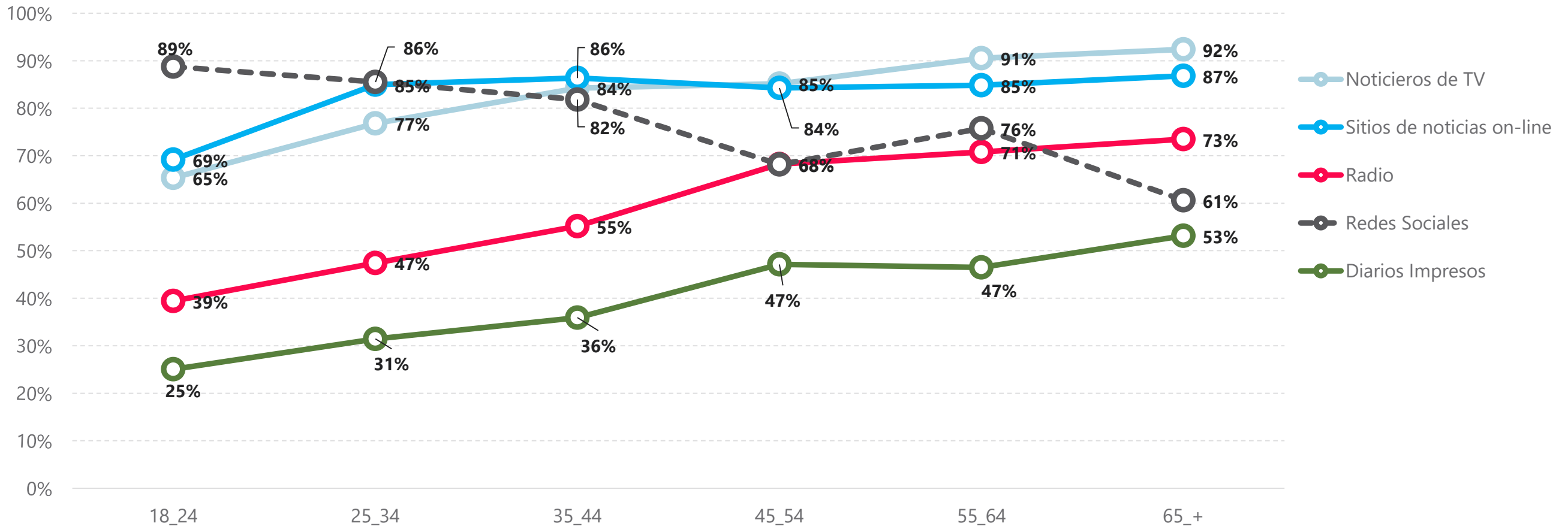
Hábitos informativos

P28. Considerando sus hábitos informativos ¿Cuan seguido usted...? Siempre, algunas veces, rara vez o nunca.



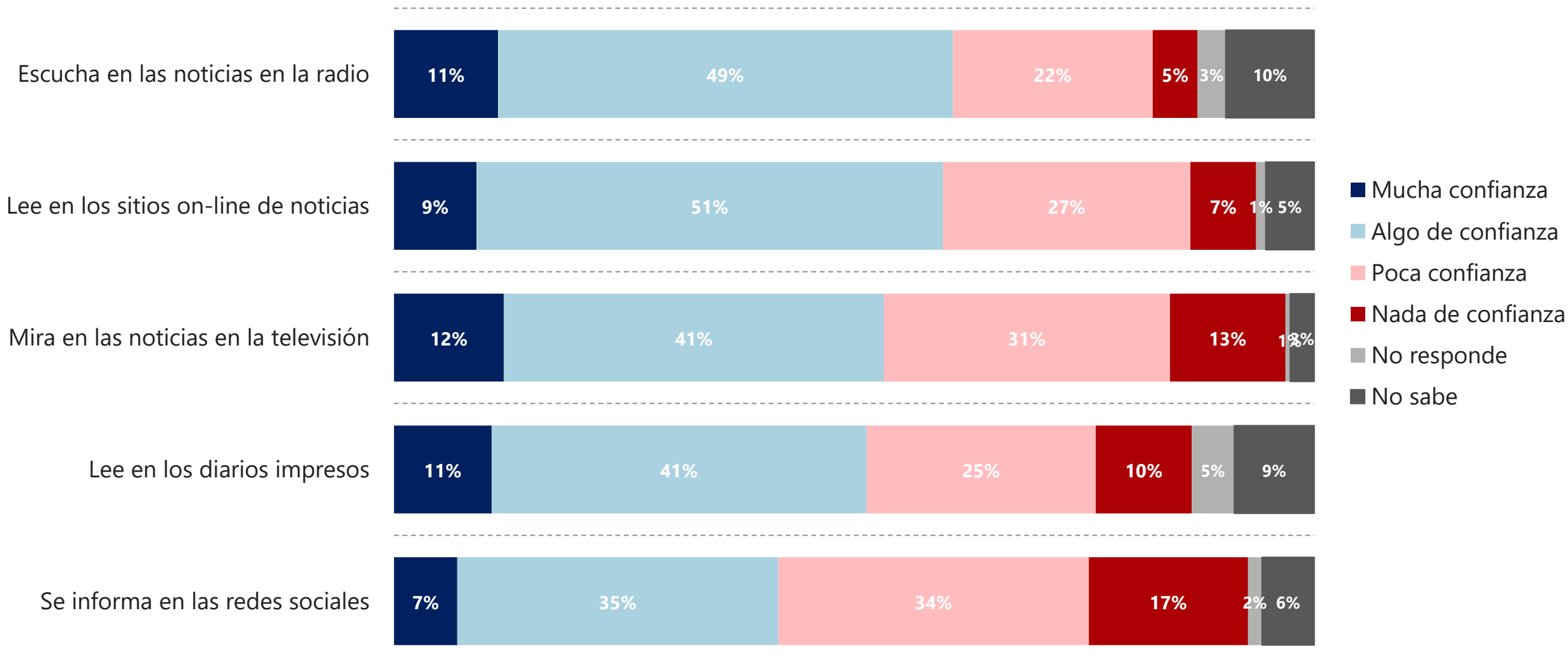
Hábitos según Edad

P28. Considerando sus hábitos informativos ¿Cuan seguido usted...? Siempre, algunas veces, rara vez o nunca.



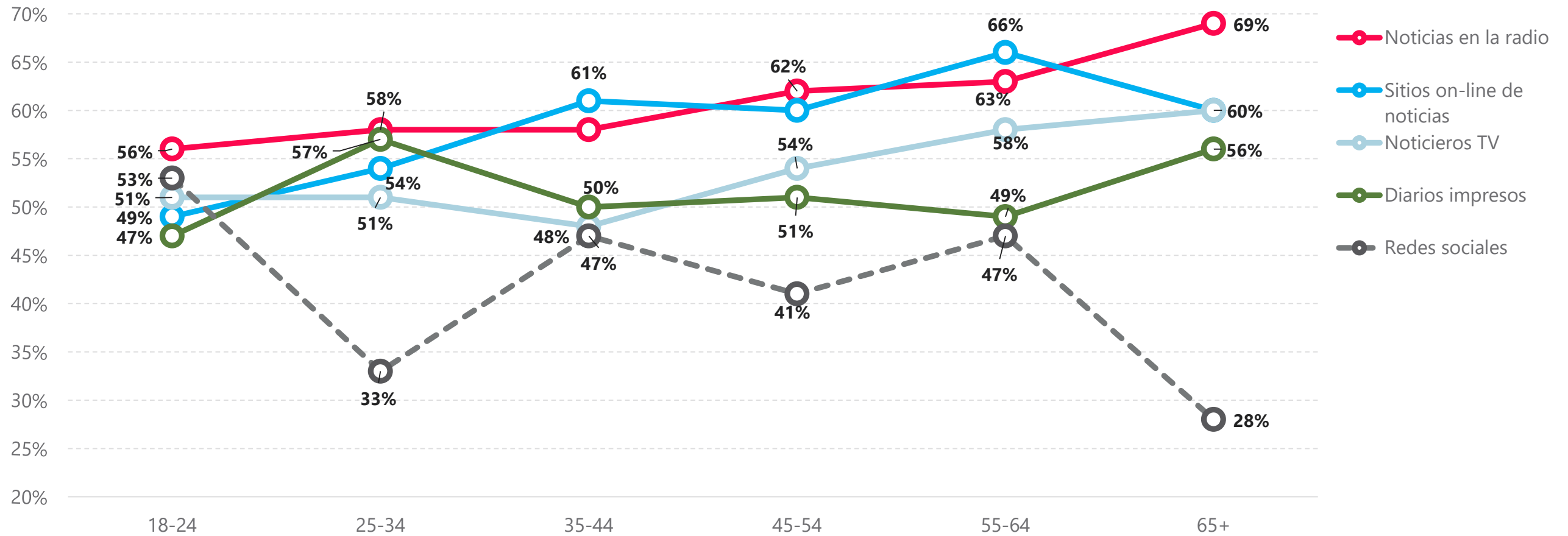
Confianza en la calidad de la información

P29. Cuanta confianza tiene en la información que? Mucha, Algo, poca o nada.



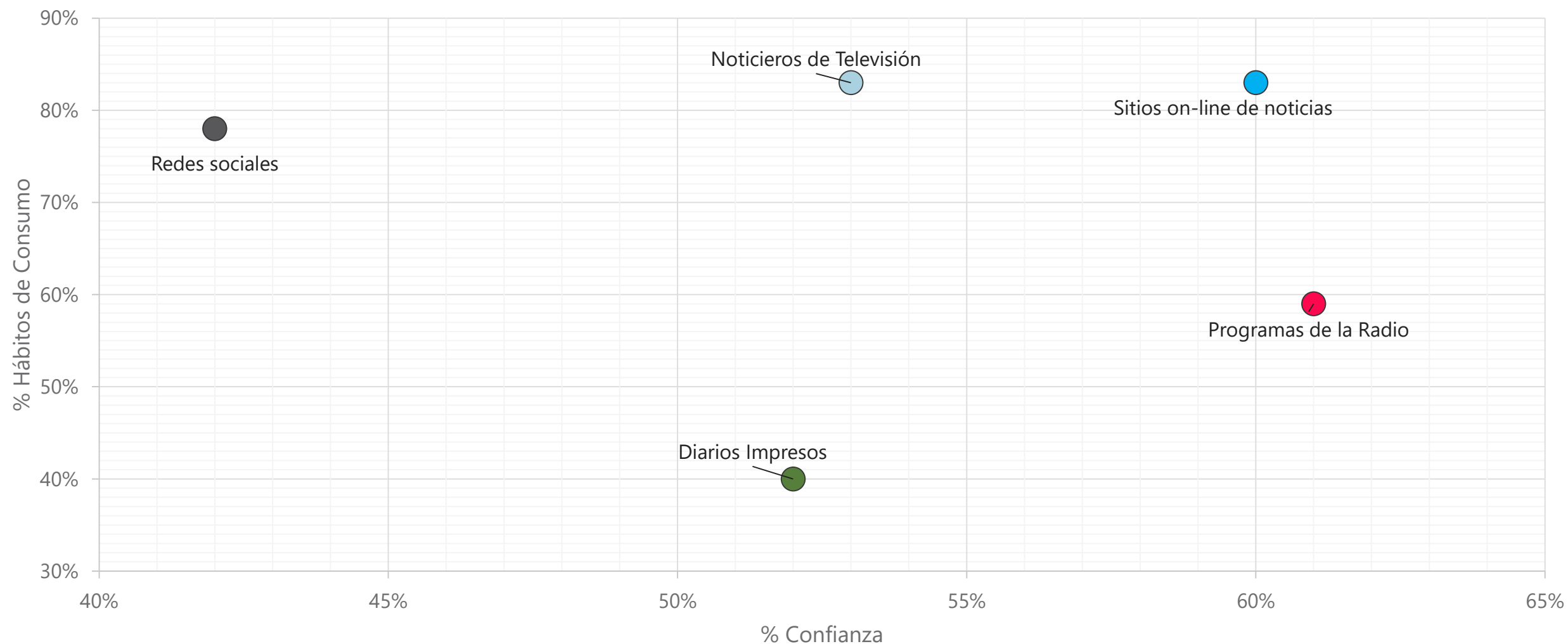
Confianza según Edad

P29. Cuanta confianza tiene en la información que? Mucha confianza + Algo de confianza



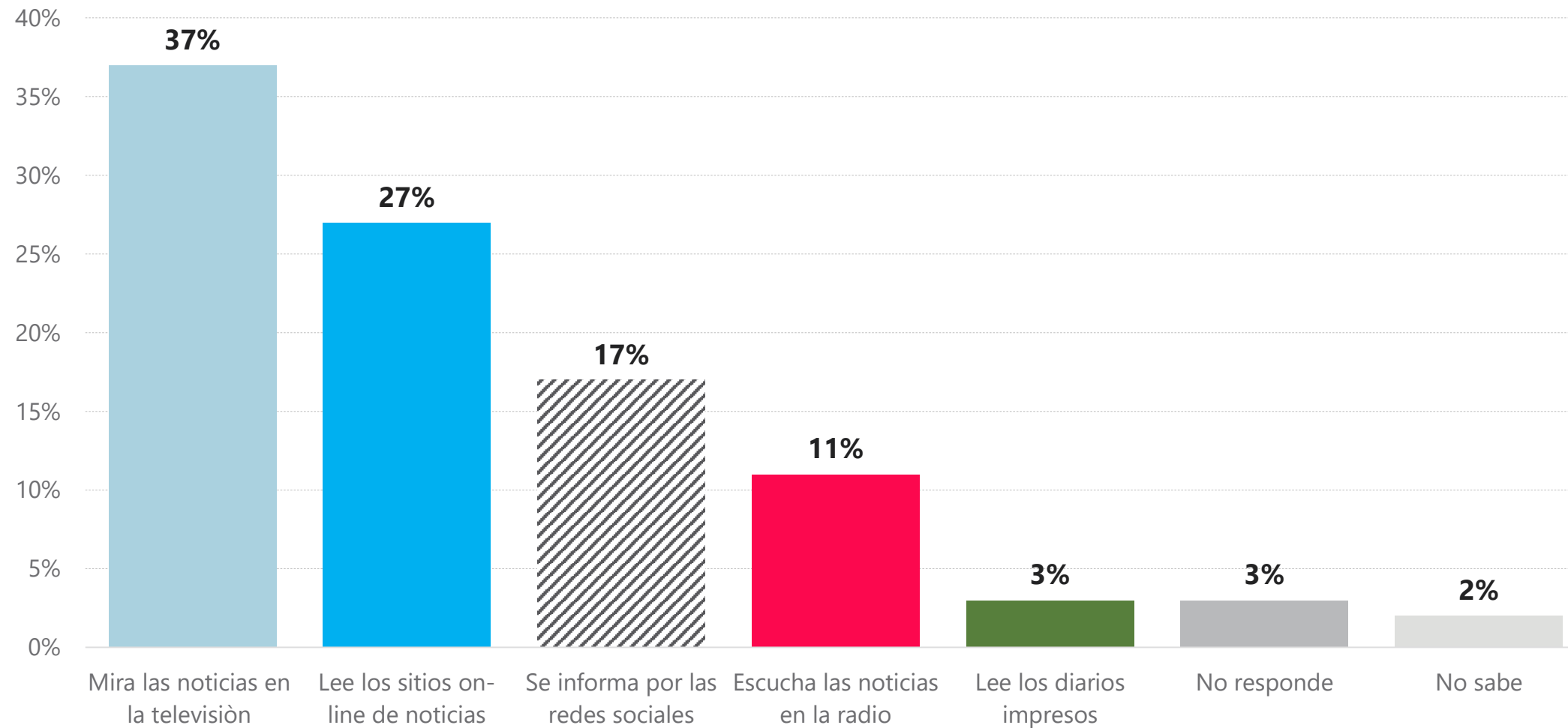
Posicionamiento según confianza y hábitos de consumo

Confianza (Mucha confianza + Algo de confianza) y Hábitos (Siempre + Algunas veces)



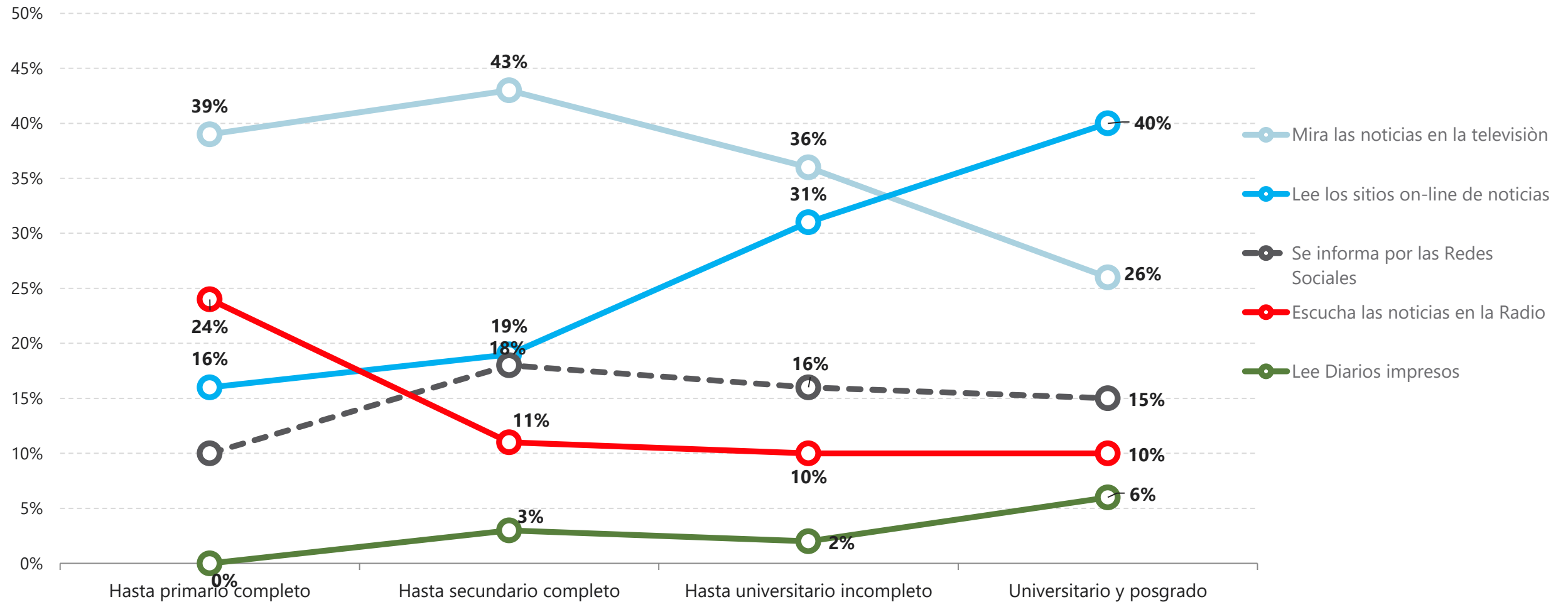
Preferencias para informarse

P30. ¿Cual de las siguientes opciones usted diría que es su preferida para informarse?



Preferencias para informarse según Educación

P30. ¿Cual de las siguientes opciones usted diría que es su preferida para informarse?

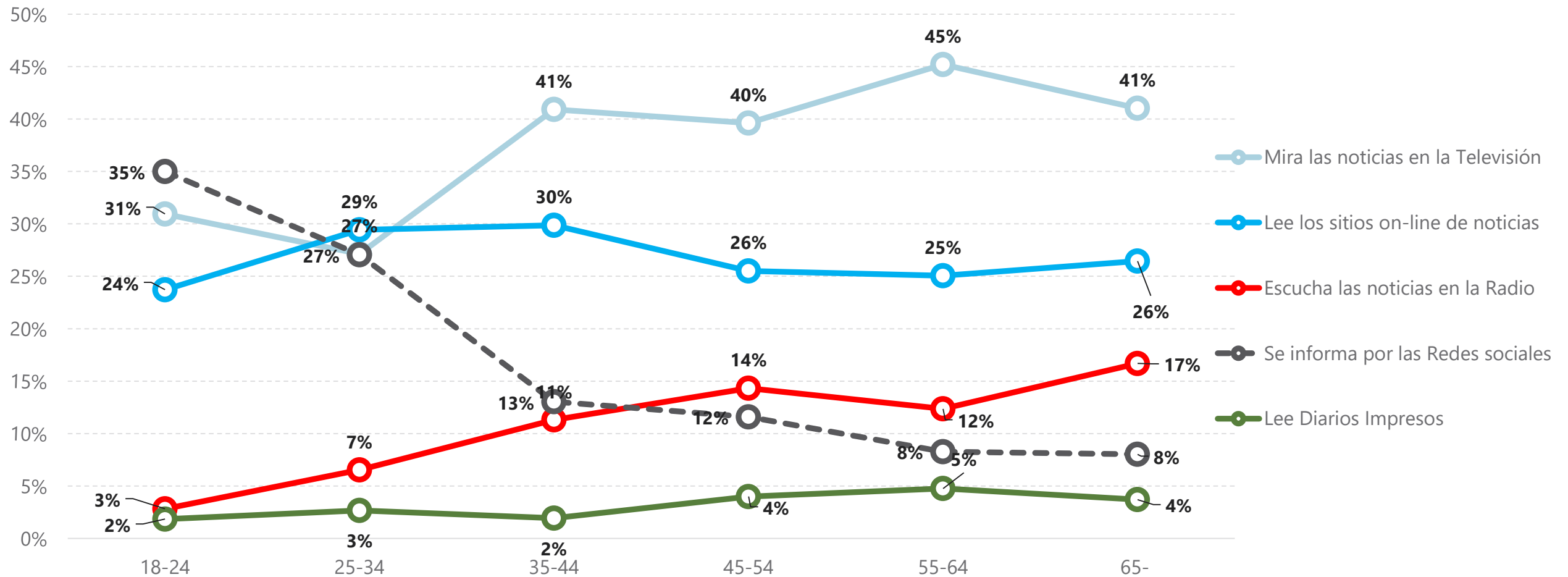


Base: 1000 casos totales. Septiembre- Octubre 2018

Fuente: Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública – Universidad de San Andrés

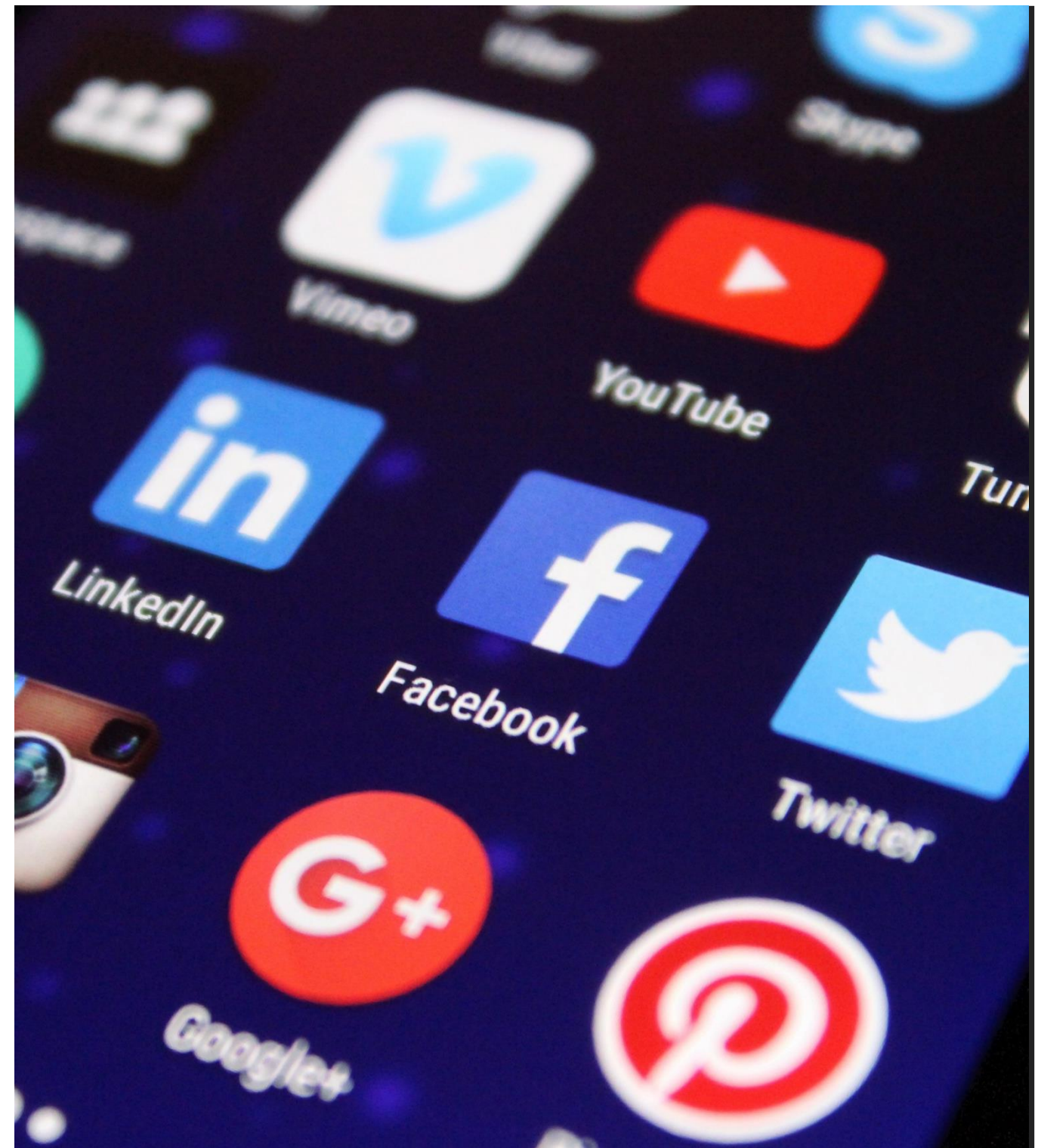
Preferencias para informarse según Edad

P30. ¿Cual de las siguientes opciones usted diría que es su preferida para informarse?



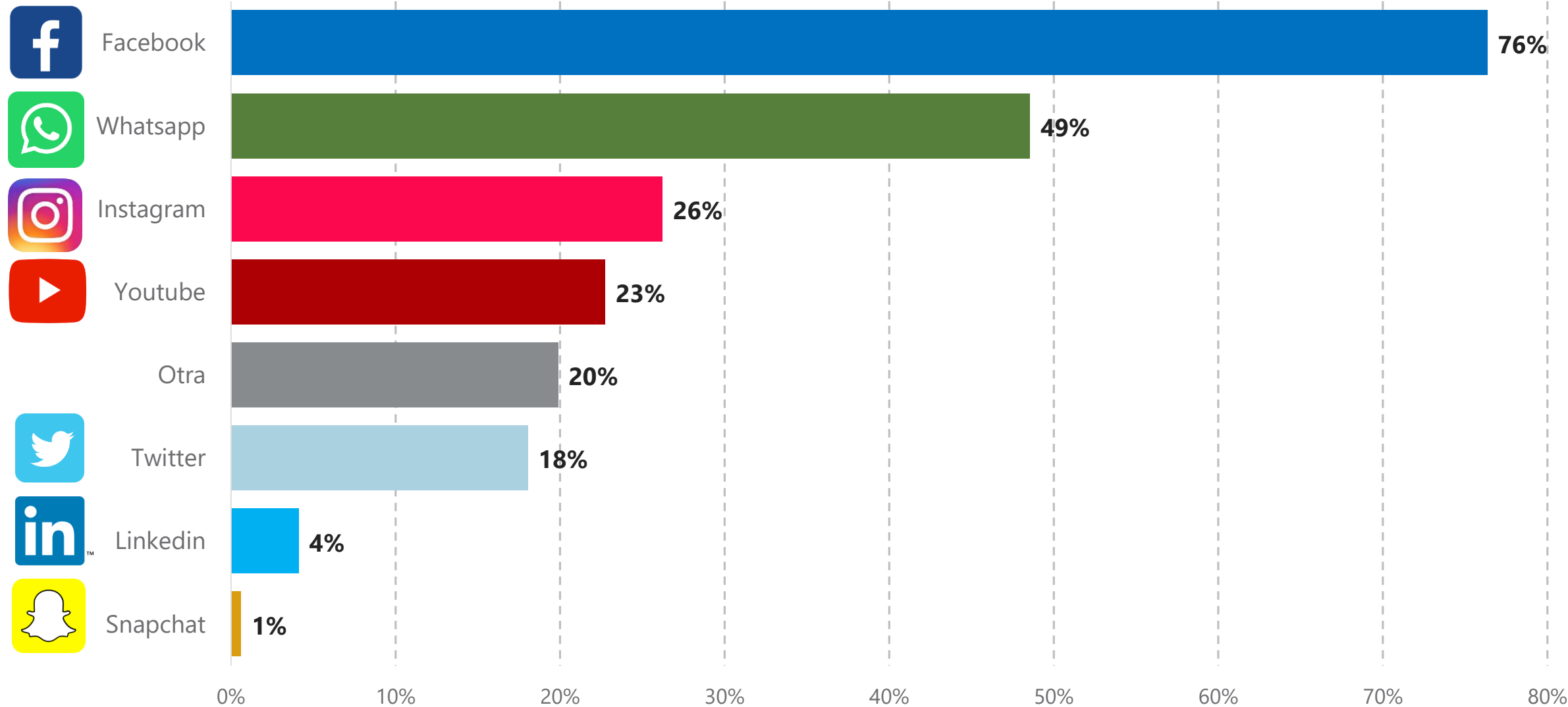
Redes Sociales

Uso diferencial de redes



Noticias en Redes Sociales

P31. ¿Usted se informa de las noticias por las siguientes redes sociales? Por noticias entendemos toda información acerca de eventos y temas que implican algo más que solo la vida de sus familiares o amigos. (% de Si se informa)

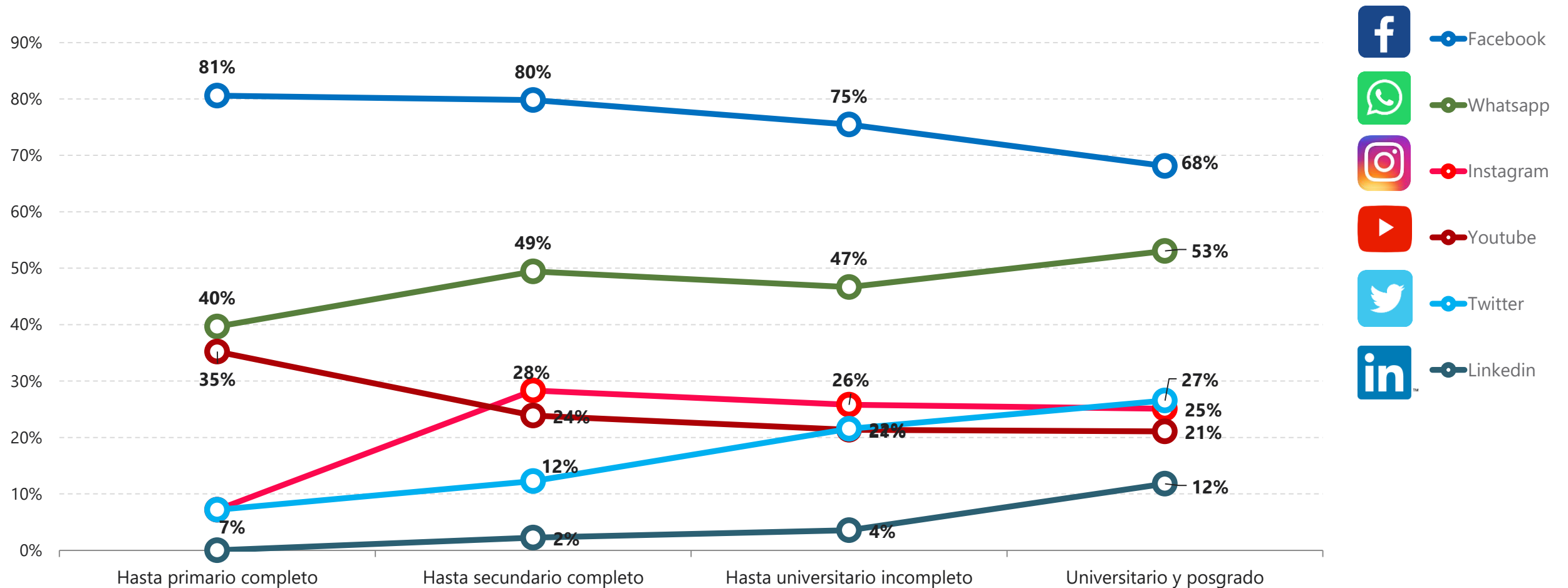


Base: 1000 casos (Total), Septiembre- Octubre 2018 (Datos Ponderados Según NSE)

Fuente: Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública – Universidad de San Andrés

Noticias en Redes Sociales según Educación

P30. ¿Usted se informa de las noticias por las siguientes redes sociales? Por noticias entendemos toda información acerca de eventos y temas que implican algo más que solo la vida de sus familiares o amigos.

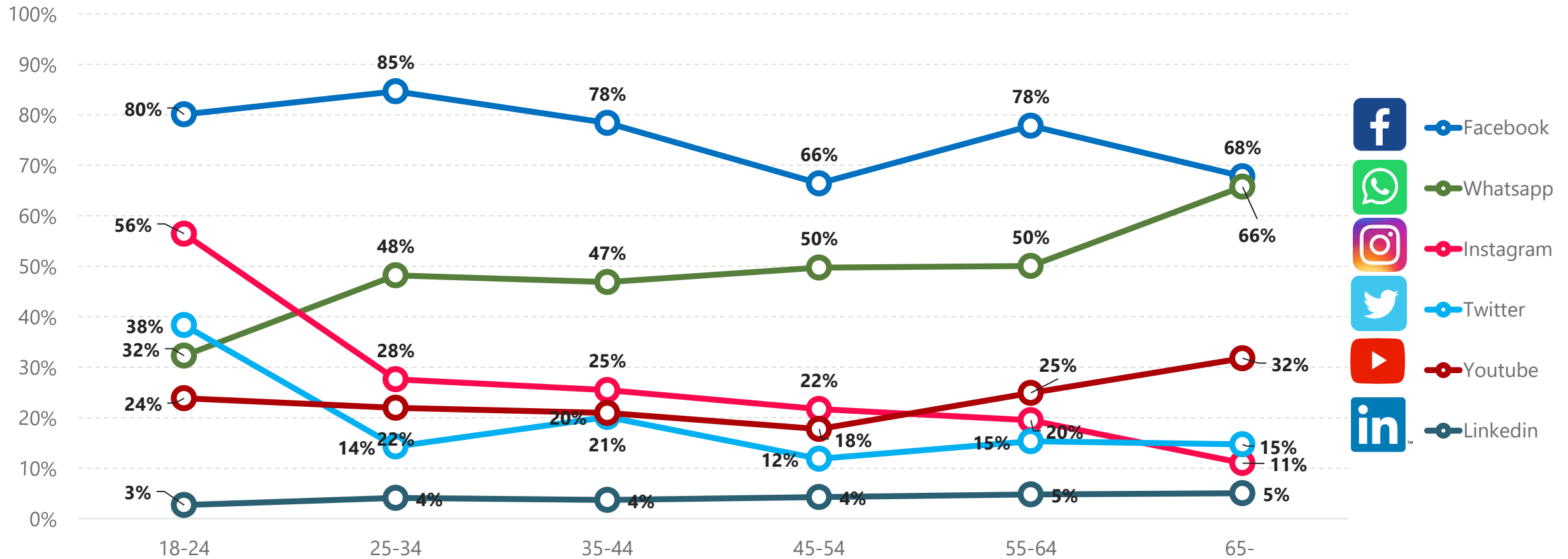


Base: 1000 casos totales. Septiembre- Octubre 2018

Fuente: Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública – Universidad de San Andrés

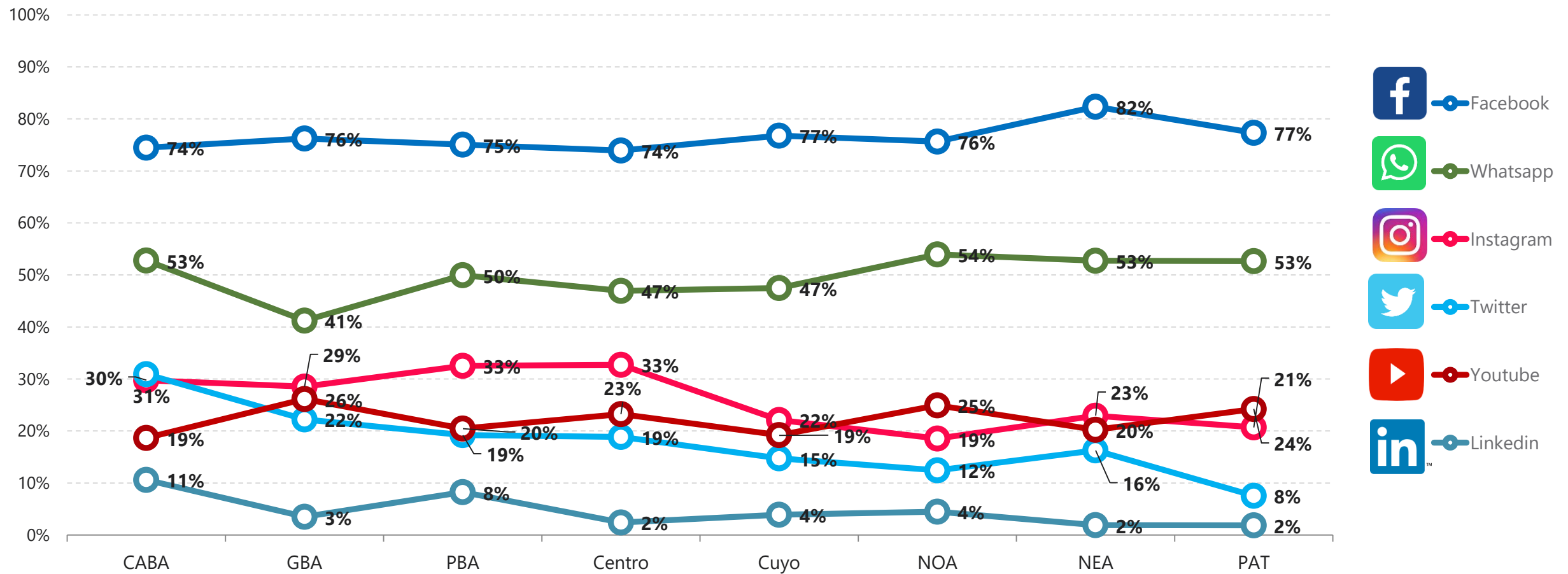
Noticias en Redes Sociales según Edad

P30. ¿Usted se informa de las noticias por las siguientes redes sociales? Por noticias entendemos toda información acerca de eventos y temas que implican algo más que solo la vida de sus familiares o amigos.



Noticias en Redes Sociales según Región

P30. ¿Usted se informa de las noticias por las siguientes redes sociales? Por noticias entendemos toda información acerca de eventos y temas que implican algo más que solo la vida de sus familiares o amigos.



Resumen

Opiniones sobre los Medios de Comunicación y Redes Sociales

- La opinión pública está dividida con respecto a la cobertura temática de los medios de comunicación: el 62% considera que la cobertura de espectáculos está bien cubierta mientras que el 49% considera que los temas políticos son los peor cubiertos. Por otro lado, se observa que un 89% se informa a través de las noticias en la televisión, un 83% lee los sitios online de noticias frecuentemente y además utilizan las redes sociales frecuentemente para informarse. Escuchar las noticias en la radio (59%) y leer los diarios impresos (40%) son los menos utilizados por los entrevistados. Los hábitos de consumo varían según la edad. La lectura de diarios impresos y escuchar las noticias en la radio aumentan según aumenta según la edad, a la inversa: el consumo de las noticias en las redes sociales cae con el aumento de la edad.
- La confianza en la calidad de la información se mantiene relativamente estable variando en los diferentes medios de información. No obstante, la gente siente más confianza leyendo los sitios on-line de noticias y los diarios impresos (60% en ambos casos de mucha y algo de confianza). Más del 50% no tiene confianza en la información que circula por las redes sociales, pese a ser una de las fuentes de información más usadas.
- A la hora de informarse un 37% prefiere mirar las noticias en la televisión, un 27% prefiere leer los sitios on-line de noticias y un 17% utiliza las redes sociales. Los diarios impresos son los menos preferidos. Con el aumento del nivel de educación, aumenta la lectura de los sitios online (en la población de universitarios llega al 40%), mientras que cae la preferencia por mirar la televisión. Las preferencias por informarse por las redes disminuye con la edad, pasando del 35% entre los más jóvenes a sólo el 8% entre los mayores de 64.
- Las noticias en la redes merecen un capítulo a parte. El 76% de la muestra dice informarse de las noticias a través de Facebook, mientras que un 49% lo hace por WhatsApp y un 26% por Instagram. Twitter pasa de un 7% de incidencia en los sectores con menor educación formal, a un 27% entre los universitarios. LinkedIn, también aumenta con el nivel de instrucción.
- La diferencias etarias en el uso de las redes son notables. Los usuarios de whatsapp aumentan con los años: de poco más del 30% en la franja entre los 18-24 años, al 70% entre los mayores de 64+. A la inversa que sucede con Instagram, que pasa de casi 60% entre los más jóvenes, al 10% entre los mayores de 64+.

#ESPOP

MESO



Especial Consumo de información

Septiembre-Octubre 2018

Director #ESPOP

Diego Reynoso

☎ 54 11 6783 7592

✉ dreynoso@udesa.edu.ar

Co-Directora MESO

Eugenia Mitchelstein

@ugemitch

emitchelstein@udesa.edu.ar

Asistentes:

Sol Zoe Nottage

Micaela Escalona Bianchi