

Especial

Medios de Comunicación

Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública

Trabajo bimestral de medición de satisfacción política.
Encuesta realizada entre el 1 y el 9 de Julio de 2020.



Metodología

- Estos son hallazgos de la Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública de la Universidad de San Andrés. En total fueron realizadas 1010 entrevistas entre el 1 y el 9 de julio de 2020 a adultos, 18 años en adelante, conectados a internet, en Argentina.
- La muestra es estratificada por región con cuotas de NSE y Edad. Se realiza en 8 regiones: NOA, NEA, Cuyo, Centro, Sur, y Buenos Aires dividida a su vez en CABA, GBA e interior de la Provincia de Buenos Aires. Los datos se ponderan de acuerdo a parámetros de NSE y Edad.
- La encuesta versa sobre la frecuencia de consumo para obtener información política y confianza respecto de diferentes medios de comunicación: canales de noticias de aire, canales de noticias de cable y diarios. Se cruzan estos resultados según voto, según interés en la política y según actitudes con relación a la cuarentena.
- En algunos casos los resultados de la suma los porcentaje de respuesta no suman 100, ello puede deberse a redondeos computacionales, respuestas múltiples o la exclusión de los que no saben y no contestan. En algunos resultados se indica si fueron ponderados siguiendo algún criterio diferente al resto.
- 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 +/- 3.15 puntos porcentuales.

Composición de la muestra



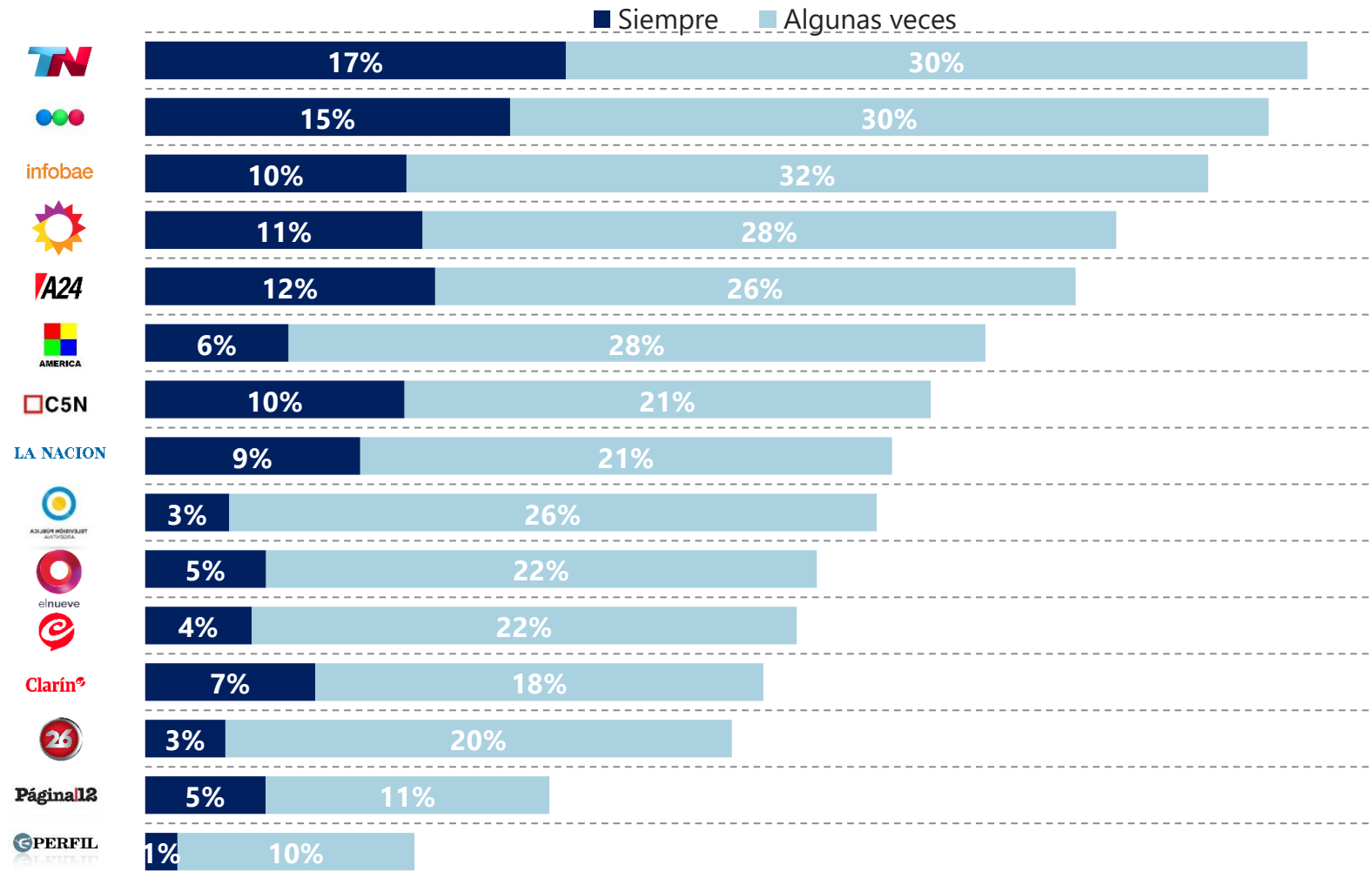
	Parámetro	Muestra
CABA	7%	7.7%
GBA	25%	24.8%
PBA	14%	13.9%
Centro	19%	19.3%
Cuyo	8%	7.9%
NOA	12%	11.3%
NEA	9%	9.1%
PAT	6%	6%

	Parámetro	Muestra
ABC1	5%	25%
C2	15%	25%
C3	25%	24.8%
D1	35%	18.8%
D2	20%	6.3%
Hombres	49%	50%
Mujeres	51%	50%

Generaciones	Parámetro	Muestra
Z (16-22)	17%	11.2%
Millennials (23-38)	33%	31.9%
X (39-54)	24%	27.2%
Baby Boomers (55-73)	19%	27.9%
Silenciosa (74+)	6%	1.8%

Consumo de medios de comunicación

Por cada uno de los siguientes medios informativos nos gustaría que nos digas, ¿Con qué frecuencia recurres a ellos para informarte sobre política, economía o actualidad?

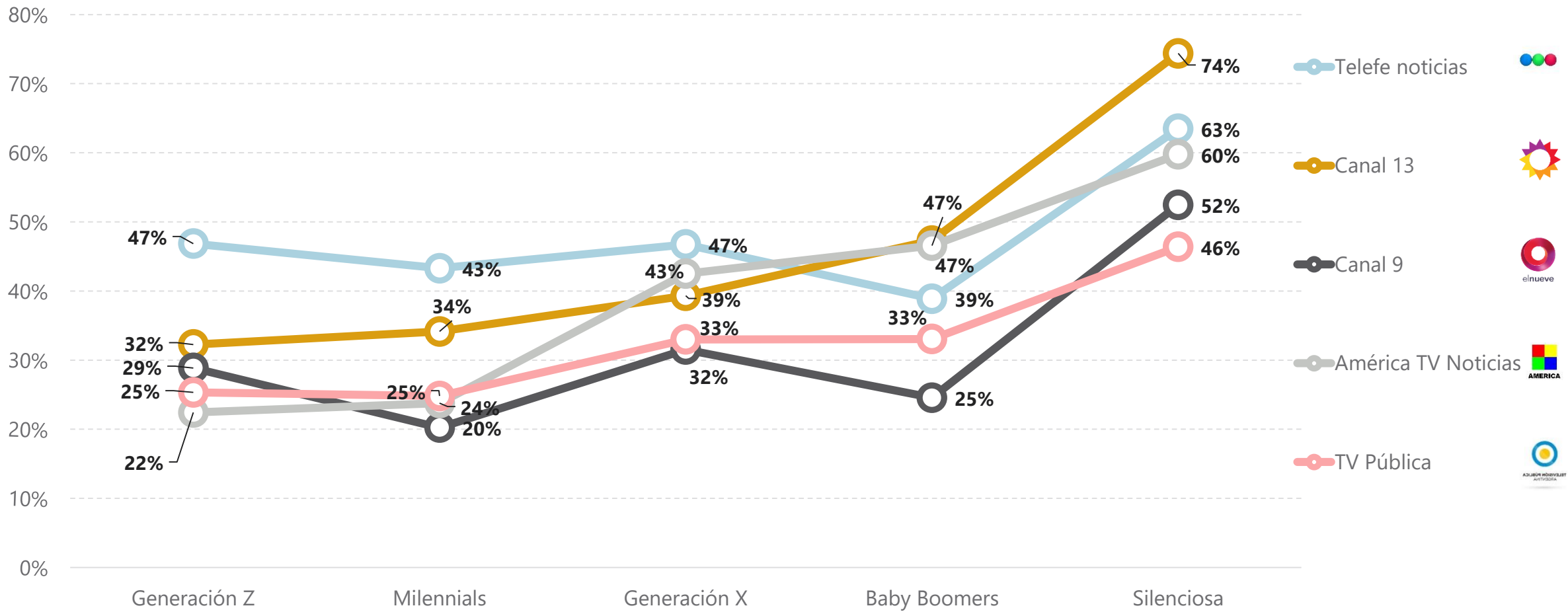


Consumo neto	Conocimiento Bruto
47%	99%
45%	100%
42%	99%
39%	98%
38%	99%
34%	99%
31%	99%
30%	98%
29%	99%
27%	99%
26%	99%
25%	98%
23%	98%
16%	98%
11%	96%

Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]
 Fuente: Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública – Universidad de San Andrés

TELEVISIÓN DE AIRE: A medida que aumenta la edad se incrementa el consumo de los medios televisivos de aire

Por cada uno de los siguientes medios informativos nos gustaría que nos digas, ¿Con qué frecuencia recurras a ellos para informarte sobre política, economía o actualidad? Frecuencia (Siempre + Algunas veces)

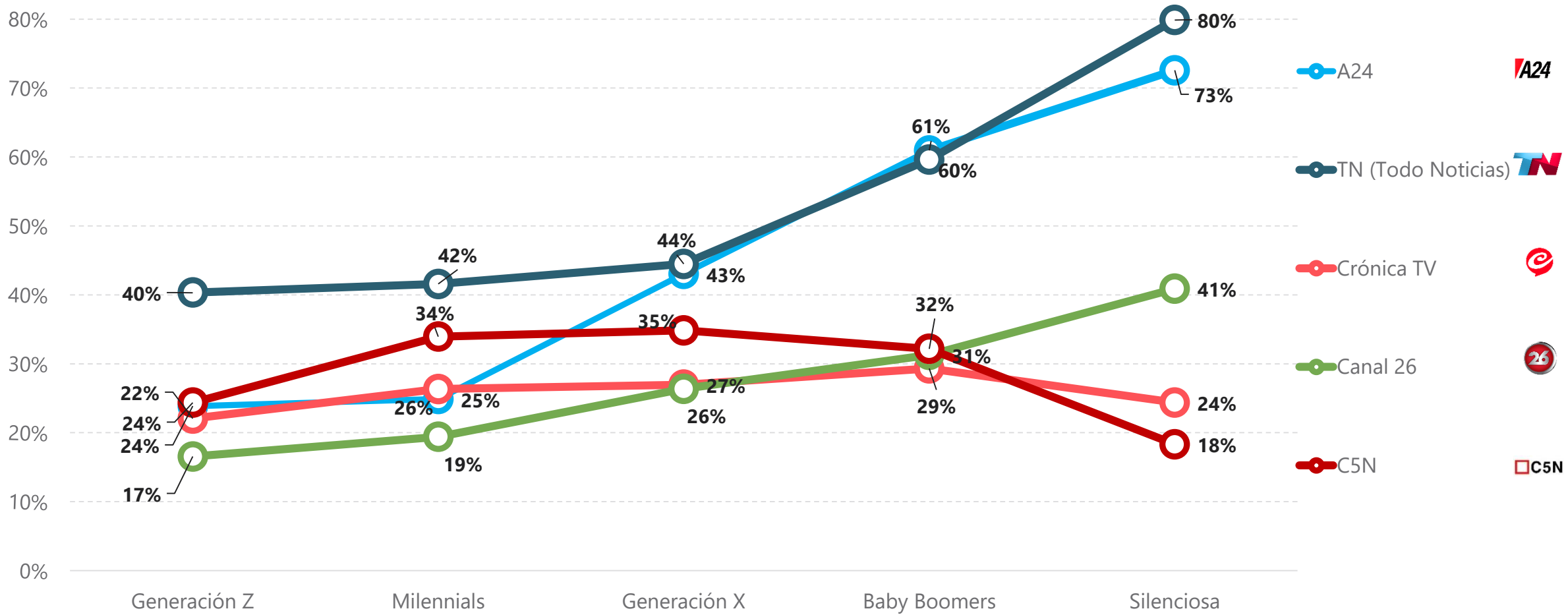


Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

TELEVISIÓN DE CABLE: A medida que aumenta la edad se incrementa el consumo de TN (Todo Noticias), A24 y Canal 26

Por cada uno de los siguientes medios informativos nos gustaría que nos digas, ¿Con qué frecuencia recurras a ellos para informarte sobre política, economía o actualidad? Frecuencia (Siempre + Algunas veces)

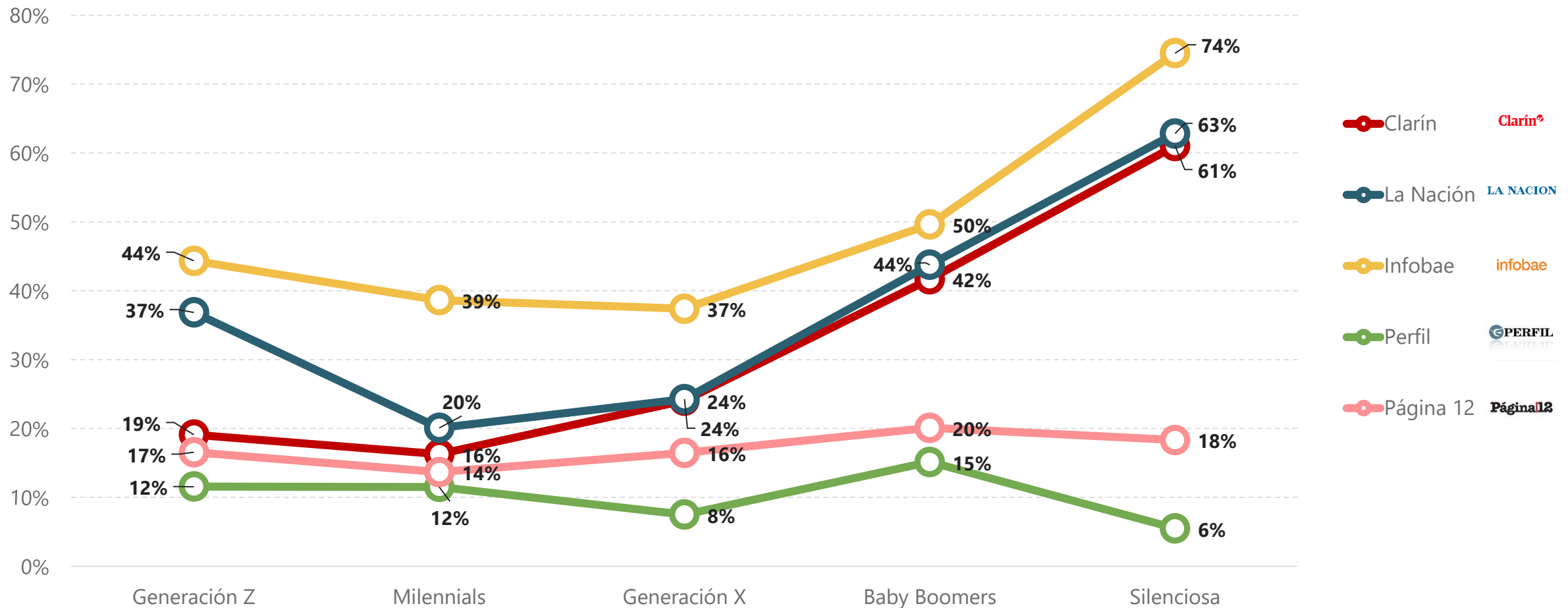


Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

PRENSA ESCRITA: A medida que aumenta la edad se incrementa el consumo de Clarín, La Nación e Infobae

Por cada uno de los siguientes medios informativos nos gustaría que nos digas, ¿Con qué frecuencia recurras a ellos para informarte sobre política, economía o actualidad? Frecuencia (Siempre + Algunas veces)



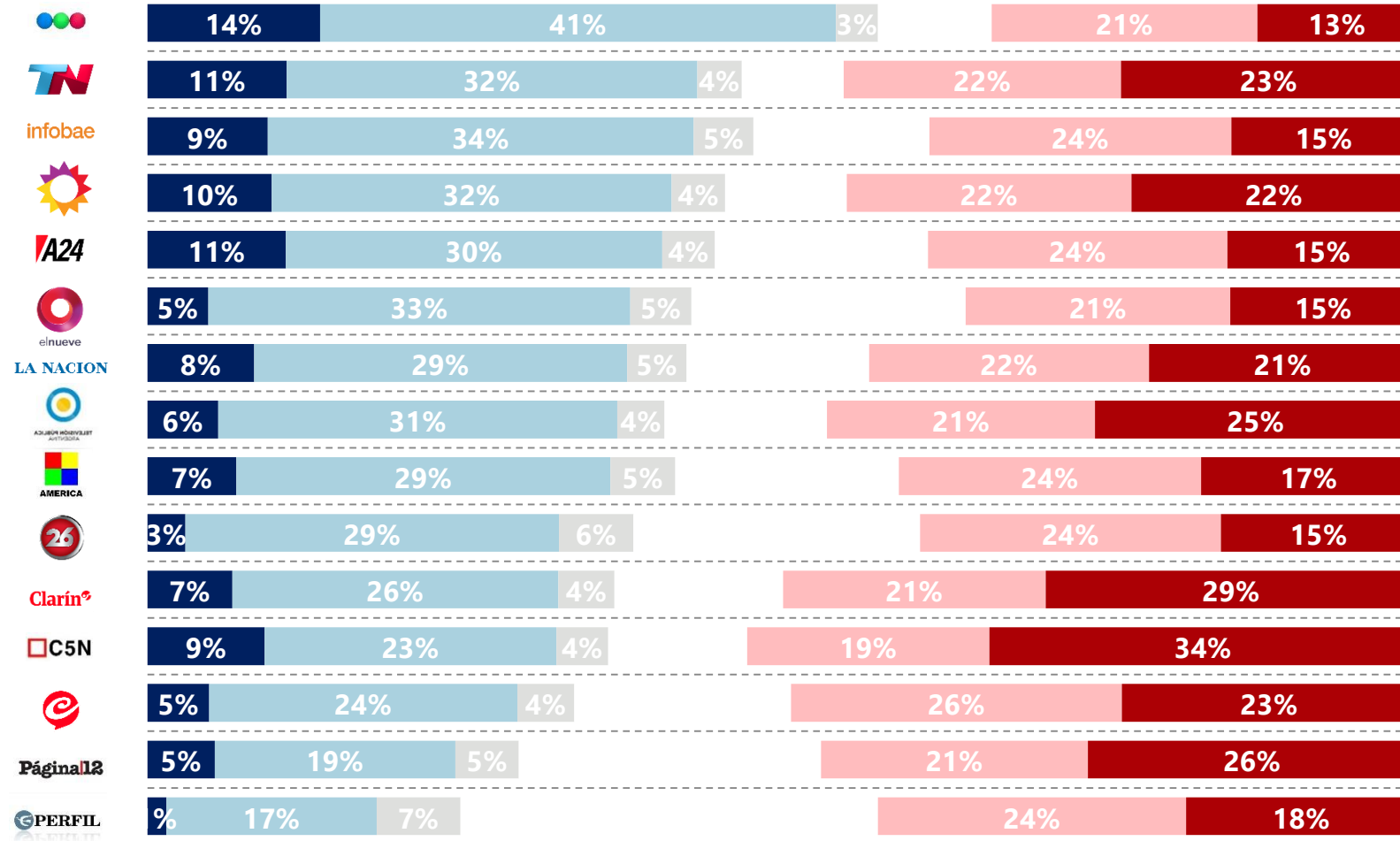
Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

Confianza en los medios de comunicación

De nuevo, teniendo en cuenta todas las cosas que crees que son importantes, ¿Cuánto confías o desconfías en cada uno de estos medios de comunicación?

■ Confía Mucho ■ Confía Algo ■ Prefiero no contestar ■ No sé ■ Desconfía Algo ■ Desconfía Mucho

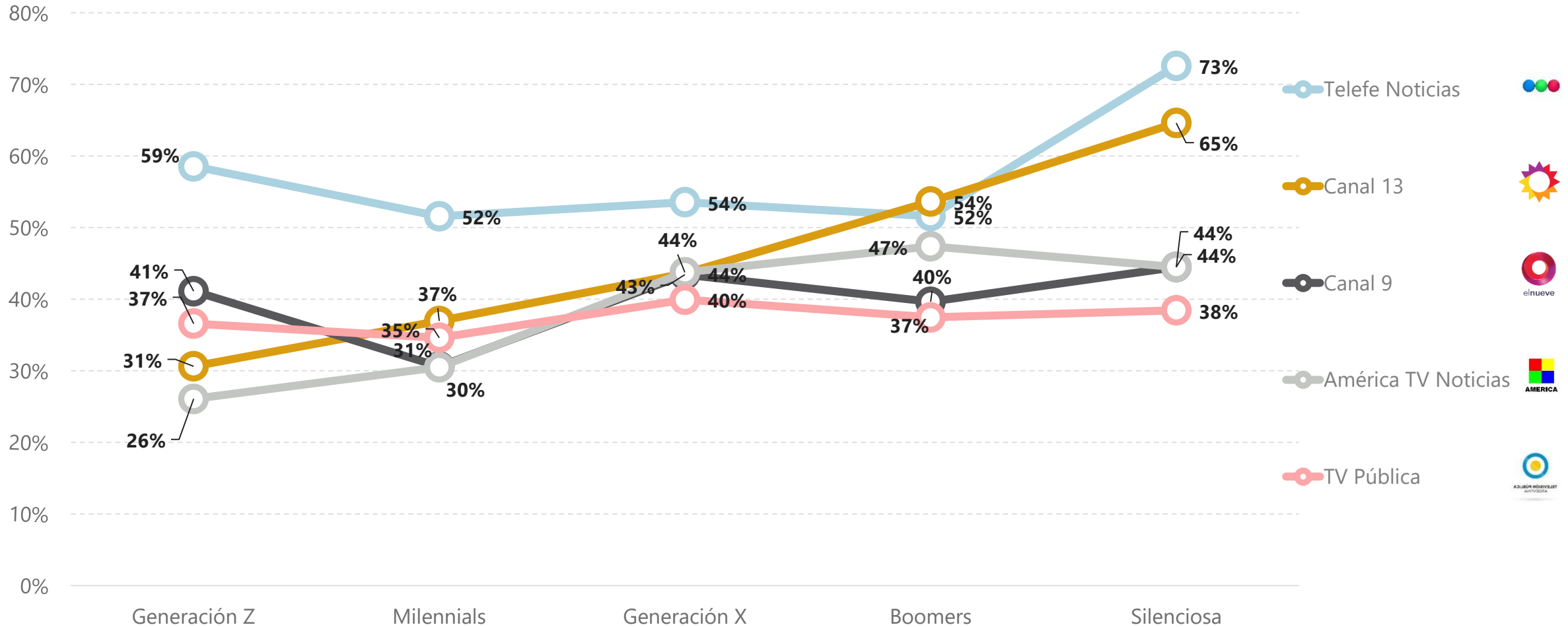


Confianza neta	Desconfianza neta	Diferencial
55%	34%	21%
43%	45%	-2%
43%	39%	4%
42%	44%	-2%
41%	39%	2%
38%	36%	2%
37%	43%	-6%
37%	46%	-9%
36%	41%	-5%
32%	39%	-7%
33%	50%	-17%
32%	53%	-21%
29%	49%	-20%
24%	47%	-23%
18%	42%	-24%

Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]
 Fuente: Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública – Universidad de San Andrés

TELEVISIÓN DE AIRE: La confianza en Telefe Noticias y Canal 13 aumenta en la Generación Silenciosa

De nuevo, teniendo en cuenta todas las cosas que crees que son importantes, ¿Cuánto confías o desconfías en cada uno de estos medios de comunicación? (Confías Mucho + Confías Algo)

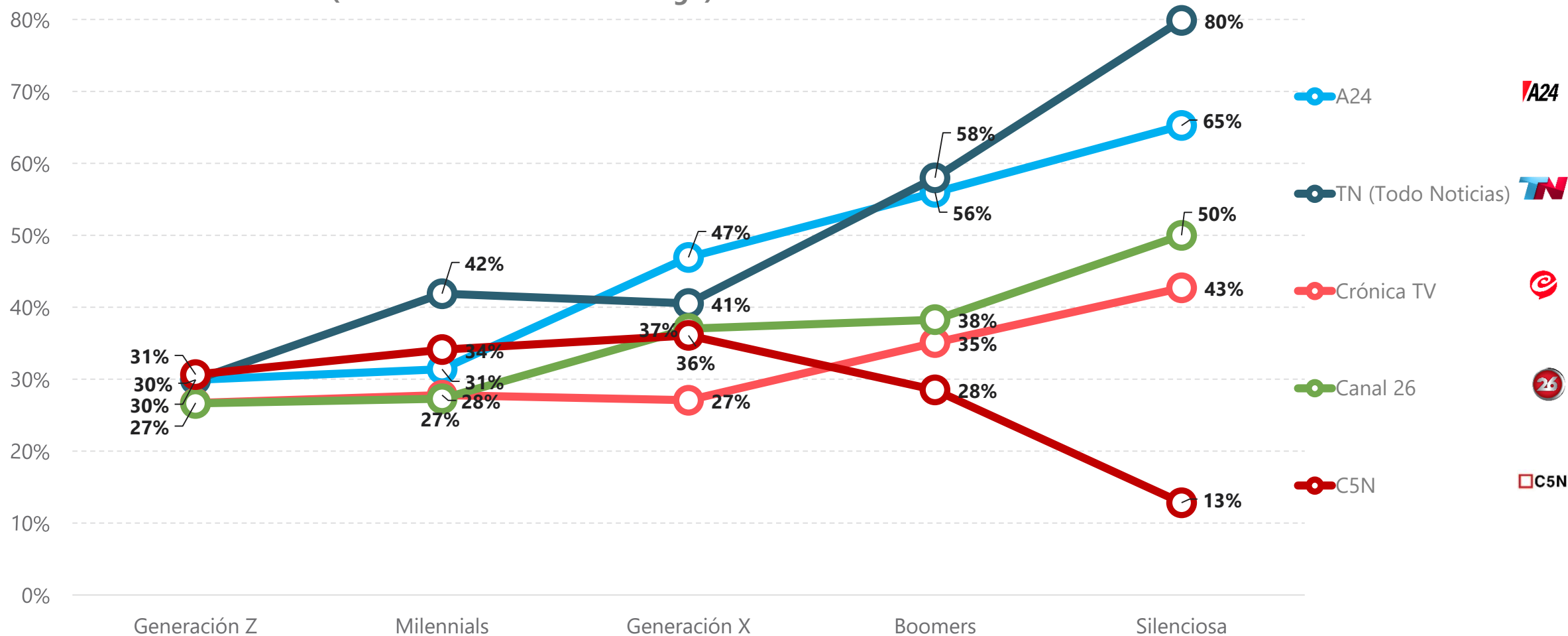


Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

TELEVISIÓN DE CABLE: La confianza en TN (Todo Noticias) y A24 es mayor entre los Boomers y la Generación Silenciosa

De nuevo, teniendo en cuenta todas las cosas que crees que son importantes, ¿Cuánto confías o desconfías en cada uno de estos medios de comunicación? (Confías Mucho + Confías Algo)

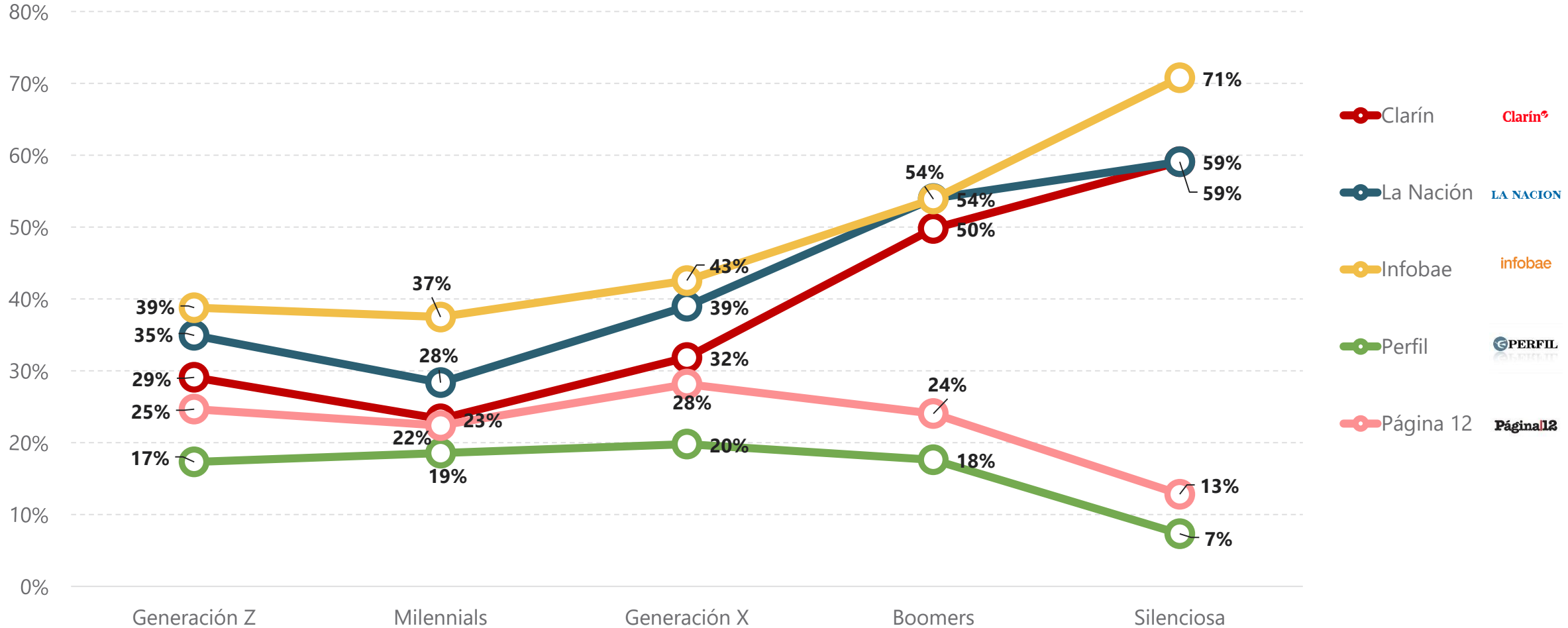


Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

PRENSA ESCRITA: La confianza en La Nación, Clarín e Infobae se incrementa en los Boomers y en la Generación Silenciosa

De nuevo, teniendo en cuenta todas las cosas que crees que son importantes, ¿Cuánto confías o desconfías en cada uno de estos medios de comunicación? (Confías Mucho + Confías Algo)



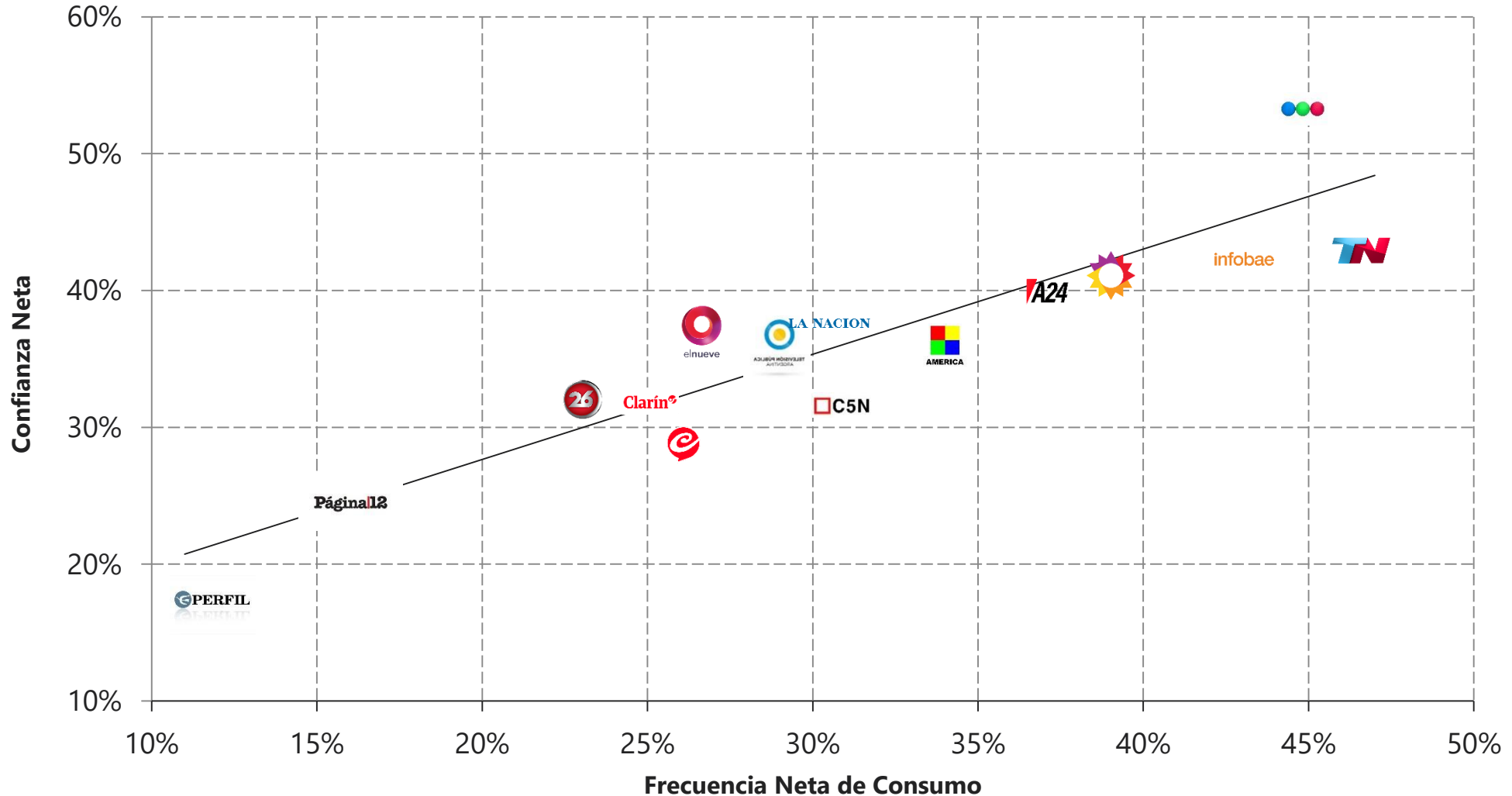
Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

Relación entre confianza y consumo

Frecuencia Neta: Siempre + Algunas veces

Confianza Neta: Confías Mucho + Confías Algo

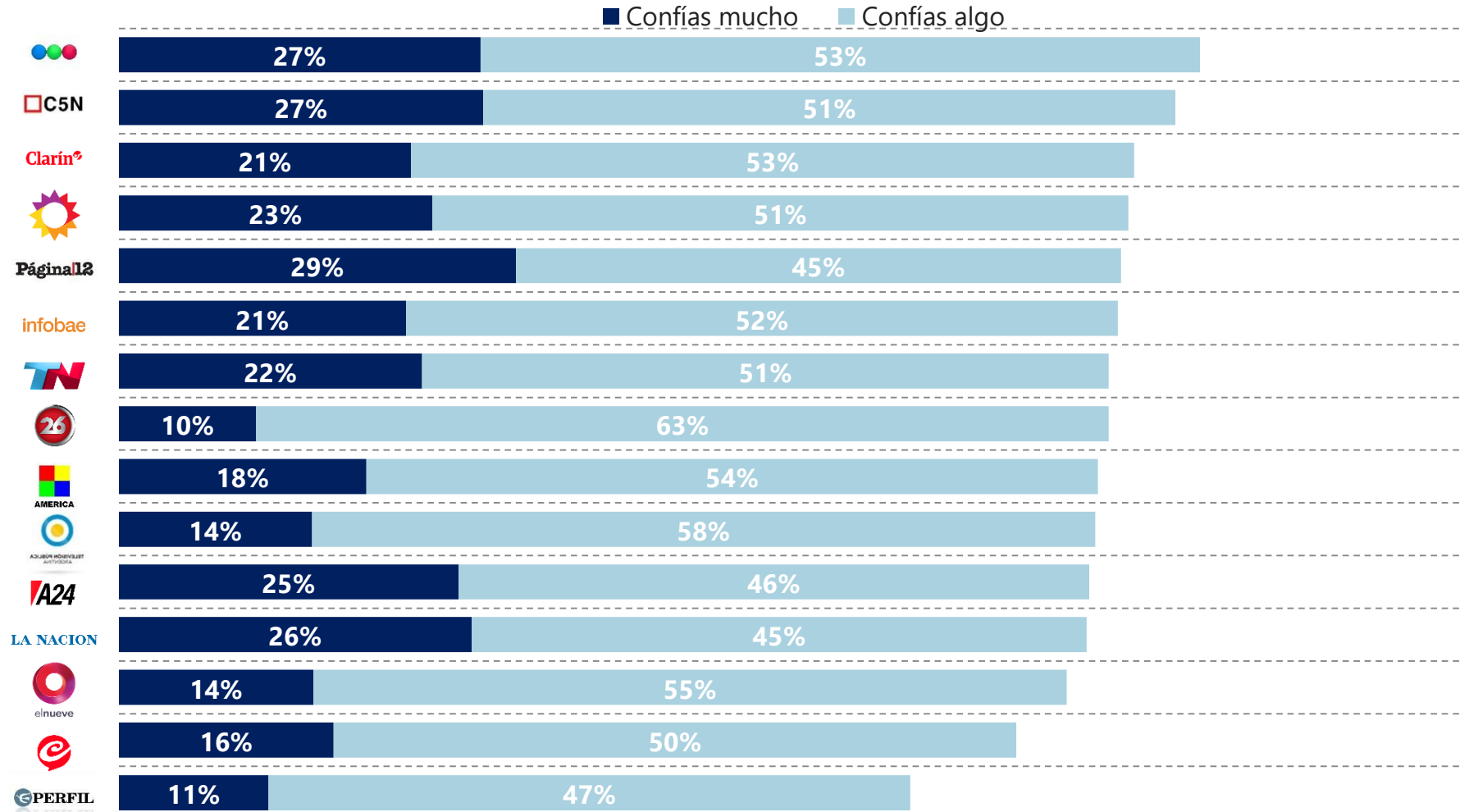


Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

La confianza de los consumidores frecuentes de cada medio supera el 50% en todos los casos

Por cada uno de los siguientes medios informativos nos gustaría que nos digas, ¿Con qué frecuencia recurres a ellos para informarte sobre política, economía o actualidad? (Frecuencia: Siempre + Algunas veces)



Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

CONSUMO DE MEDIOS

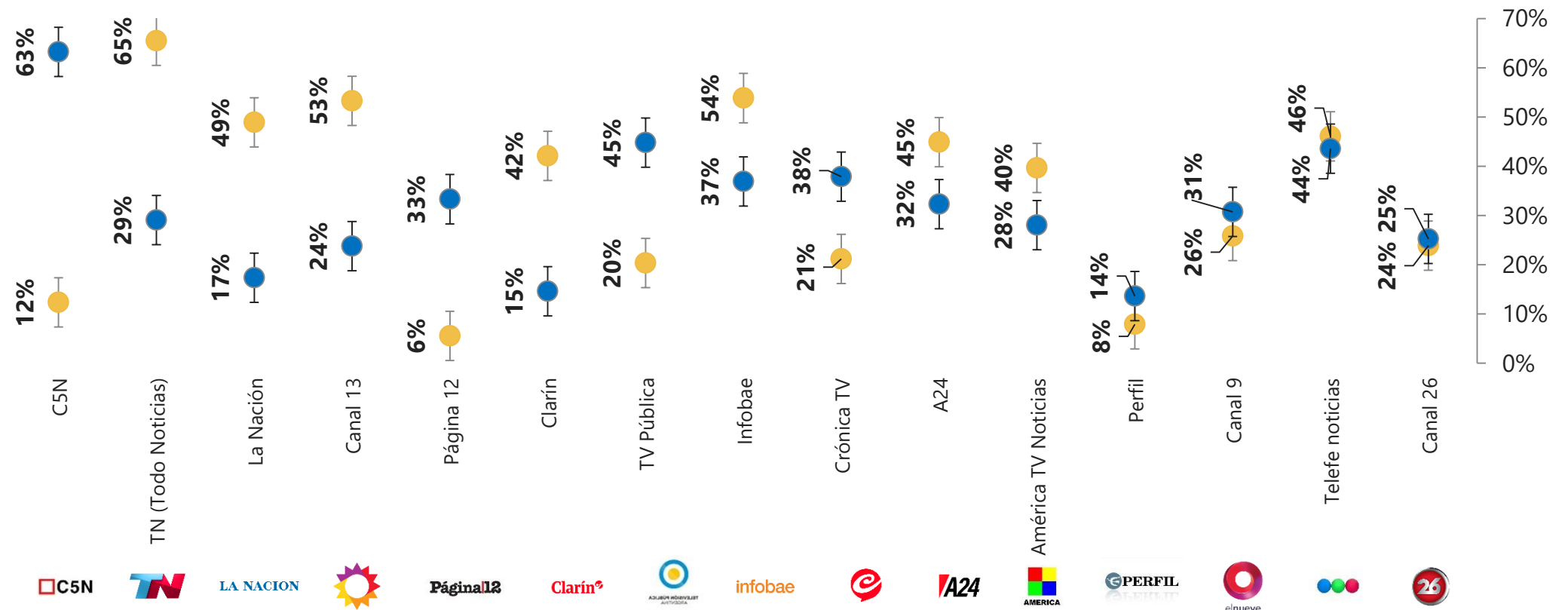
Análisis de frecuencia de consumo de los medios de comunicación

- Consumo segmentado por voto
- Consumo segmentado por interés en la política
- Consumo de acuerdo a la opinión sobre medidas del Gobierno frente a la pandemia



C5N, TN y La Nación reflejan las mayores diferencias de consumo entre votantes de Macri y de Fernández

Por cada uno de los siguientes medios informativos nos gustaría que nos digas, ¿Con qué frecuencia recurre a ellos para informarte sobre política, economía o actualidad? Frecuencia (Siempre + Algunas veces)



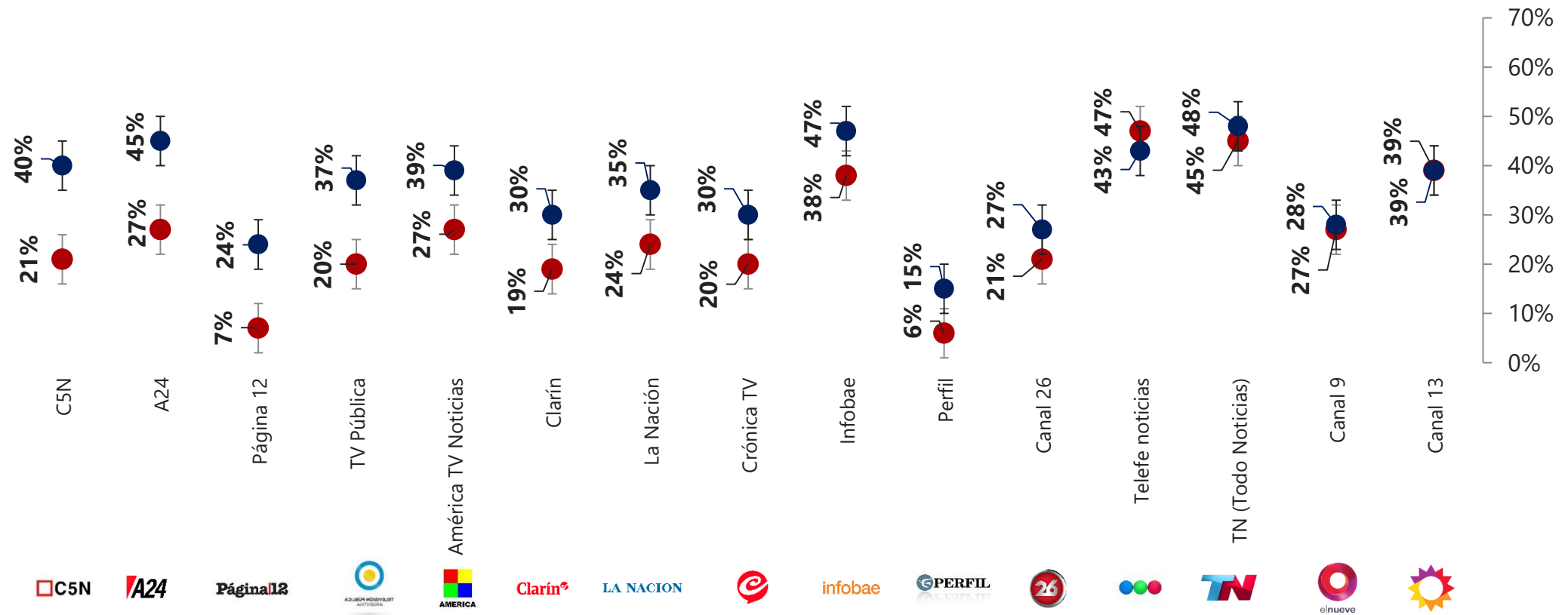
- Votantes de Macri
- Votantes de Fernández

Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

La mayor diferencia de consumo entre los interesados y no interesados en política se observa en C5N, A24, Página 12 y TV Pública

Por cada uno de los siguientes medios informativos nos gustaría que nos digas, ¿Con qué frecuencia recurre a ellos para informarte sobre política, economía o actualidad? Frecuencia (Siempre + Algunas veces)



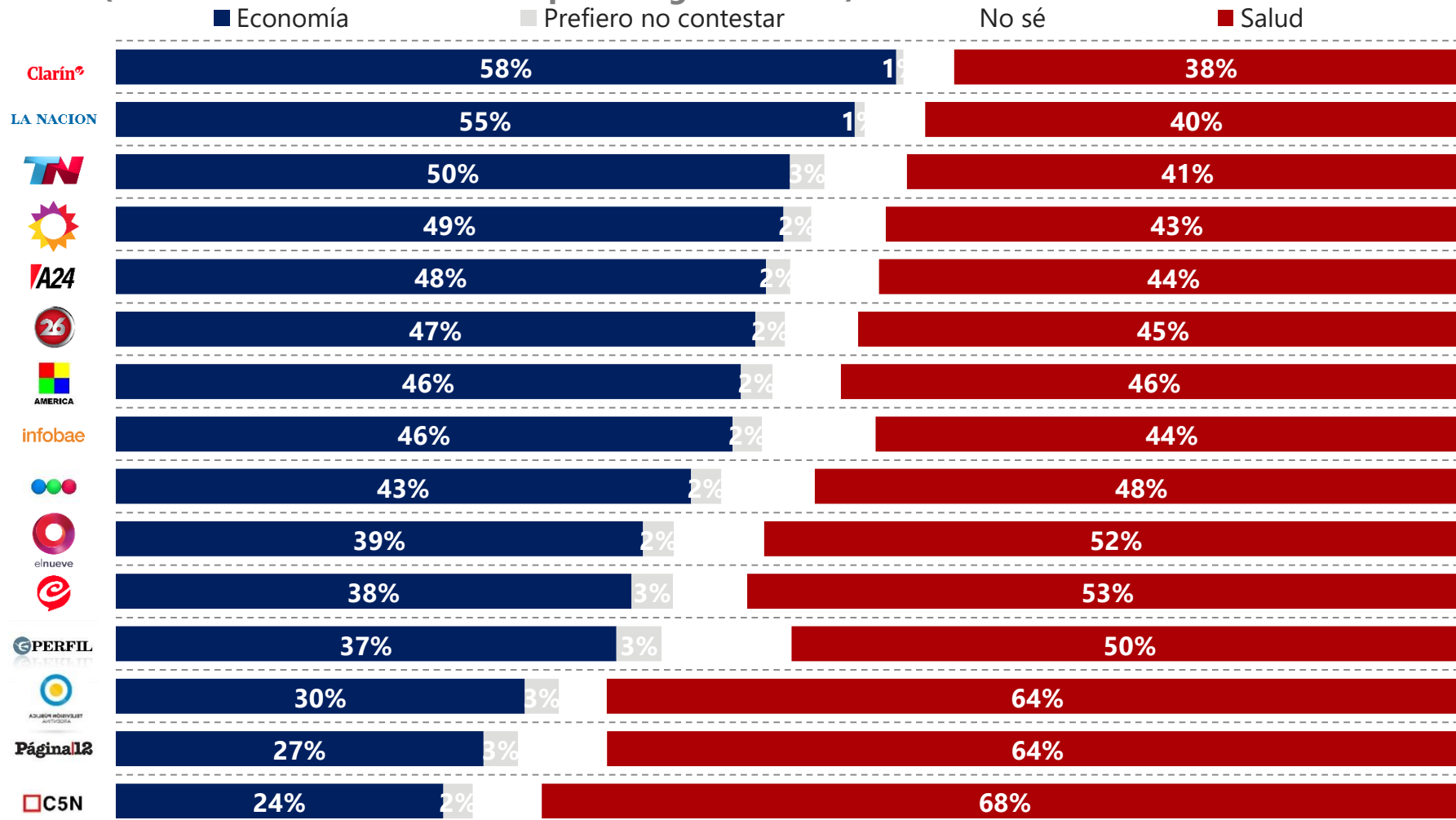
- No interesados en política
- Interesados en política

Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

Opinión de los consumidores de cada medio sobre las prioridades del Gobierno frente a la pandemia de COVID-19

Según su opinión, ¿qué debería priorizar el gobierno? La apertura para reactivar la economía o la prevención del colapso del sistema de salud (Frecuencia de consumo: Siempre + Algunas veces)



Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

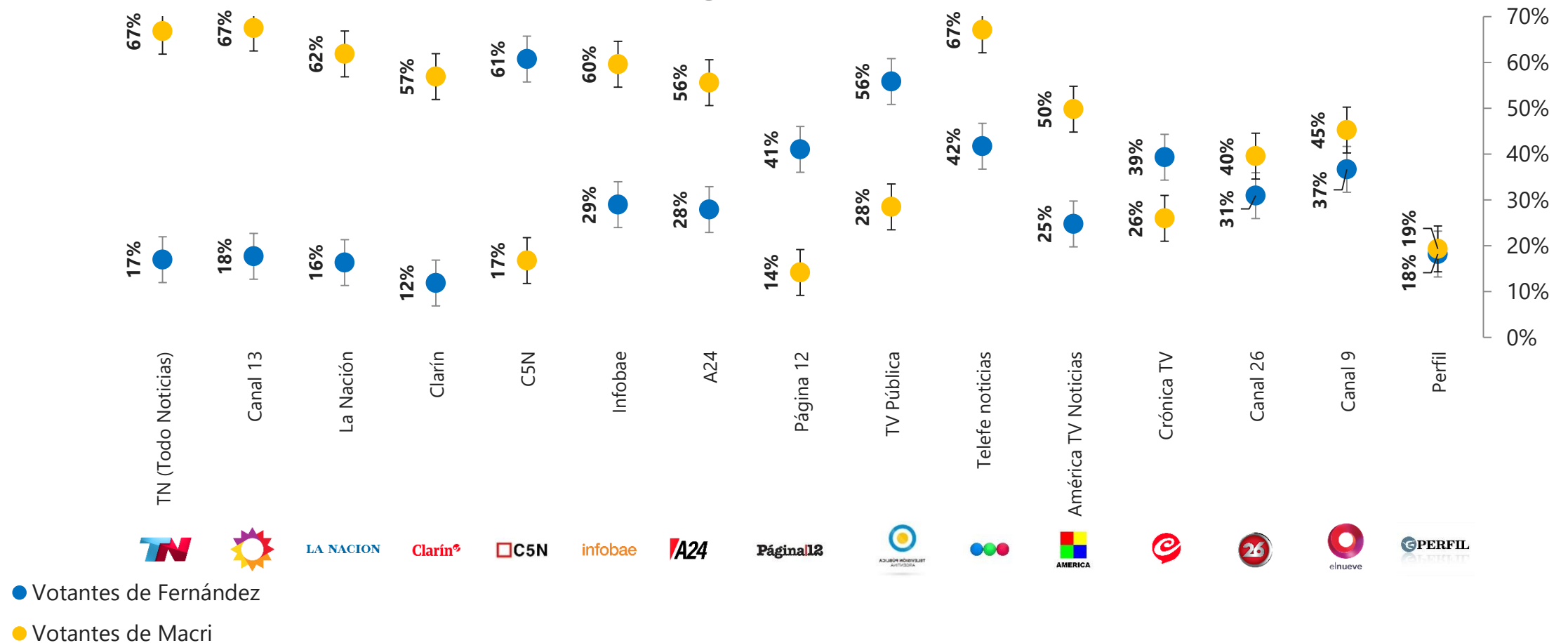
CONFIANZA EN LOS MEDIOS

Análisis de la confianza en los medios de comunicación

- **Confianza segmentado por voto**
- **Confianza segmentado por interés en la política**
- **Confianza de acuerdo a la opinión sobre medidas del Gobierno frente a la pandemia**

TN, Canal 13, La Nación, Clarín y C5N reflejan las mayores diferencias de confianza entre votantes de Macri y Fernández

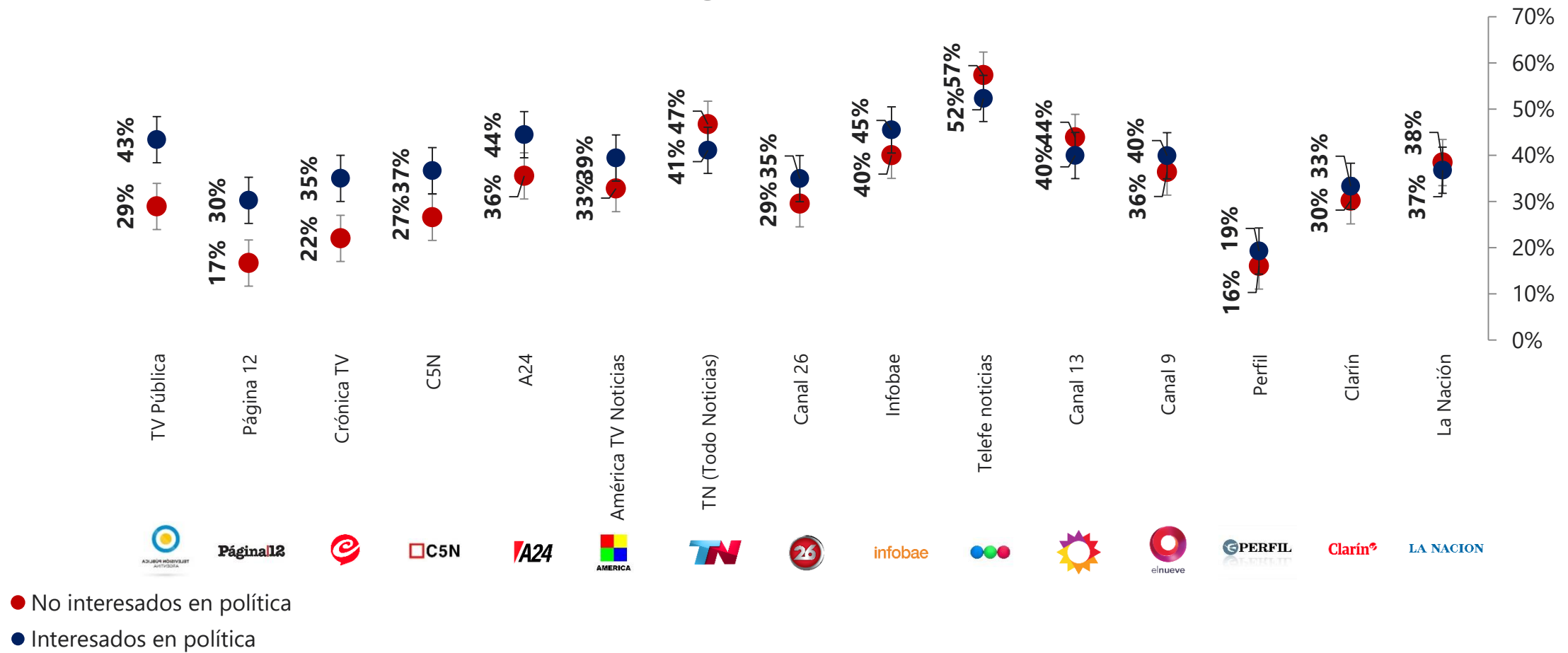
De nuevo, teniendo en cuenta todas las cosas que crees que son importantes, ¿Cuánto confías o desconfías en cada uno de estos medios de comunicación? (Confías Mucho + Confías Algo)



Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]
 Fuente: Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública – Universidad de San Andrés

La confianza en TV Pública, Página 12 y Crónica TV refleja diferencias significativas según interesados y no interesados en política

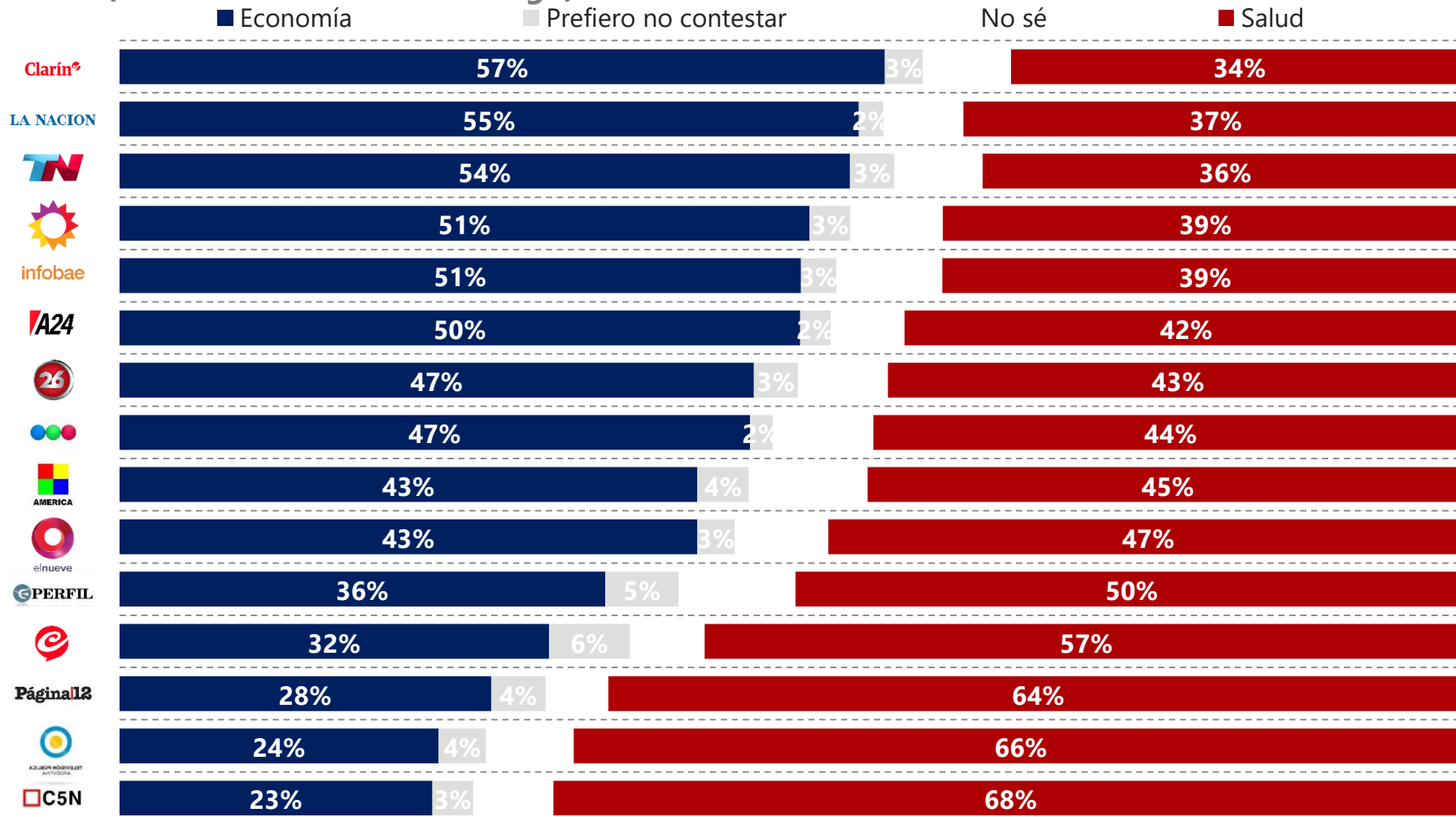
De nuevo, teniendo en cuenta todas las cosas que crees que son importantes, ¿Cuánto confías o desconfías en cada uno de estos medios de comunicación? (Confías Mucho + Confías Algo)



Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]
 Fuente: Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública – Universidad de San Andrés

Confianza en cada medio y opinión sobre las prioridades del Gobierno frente a la pandemia de COVID-19

Según su opinión, ¿qué debería priorizar el gobierno? La apertura para reactivar la economía o la prevención del colapso del sistema de salud (Confías Mucho + Confías Algo)



Base: 1010 casos (Total), Julio 01-09, 2020 [Datos Ponderados Según NSE y Edad]

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

Resumen

Confianza y consumo de los medios de comunicación

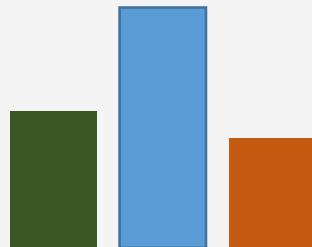
- Los resultados obtenidos en Julio de 2020 nos muestran que, respecto al consumo de los medios de comunicación, los encuestados recurren con mayor frecuencia, a TN (Todo Noticias) (47%), Telefe (45%) e Infobae (42%).
- Por otra parte, en lo que respecta a los medios televisivos de aire, los datos señalan que la frecuencia de consumo aumenta a medida que aumenta la edad. Del mismo modo, en los medios televisivos de cable, en los casos de TN (Todo Noticias) y A24 encontramos porcentajes más elevados de consumo en las generaciones mayores (Silenciosa y Baby Boomers). No obstante, no todos los medios televisivos de cable presentan esta misma tendencia entre las generaciones etarias: el consumo de C5N cae entre los miembros de la Generación Silenciosa, y Crónica TV se mantiene estable entre los distintos rangos etarios. Siguiendo esta línea, en lo que respecta a prensa escrita, se observa un aumento significativo en el consumo de Infobae, La Nación y Clarín a medida que aumenta la edad.
- En cuanto a la confianza en los medios de comunicación, se observa que el 55% de los encuestados confía en Telefe, el 43% en TN (Todo Noticias) y el 43% en Infobae. Cabe destacar que, si bien no se posicionan en el mismo orden, los tres medios con mayor confianza son también los tres más consumidos. Por otro lado, los medios que presentan un mayor diferencial negativo (i.e. tienen un porcentaje superior de desconfianza total en comparación con la confianza total) son C5N (-21), Página 12 (-23) y Perfil (-24). En general, la confianza en los medios televisivos de aire tiende a aumentar o mantenerse estable a medida que se incrementa la edad. Por ejemplo, aumenta en el caso de Telefe Noticias (73%) y Canal 13 (65%) para la Generación Silenciosa. Sin embargo, dentro de los medios televisivos de cable, en el caso de C5N podemos notar que la confianza disminuye significativamente con el incremento de edad, pasando de tener una confianza de 36% en la Generación X, a una de 13% en la Generación Silenciosa. Asimismo, en lo que respecta a prensa escrita, se observa un aumento significativo en la confianza de Infobae, La Nación y Clarín en el segmento de Boomers y la generación Silenciosa.
- En la mayoría de los casos existe una relación lineal entre la confianza y el consumo de cada medio. En ese contexto, entre los consumidores frecuentes de cada medio la confianza neta (Confía Mucho + Confías Algo) es mayor en Telefe (80%), C5N (78%) y Clarín (74%). De todos modos, cabe aclarar que en todos los medios la confianza neta entre los consumidores frecuentes es mayor al 50%.

Resumen

Confianza y consumo de medios de comunicación segmentados por voto, interés en la política y posición frente a la pandemia

- En varios medios de comunicación se observa partidismo en su consumo y en la confianza. En efecto, se reflejan diferencias en el consumo de medios entre los votantes de Macri y de Fernández principalmente en C5N, TN (Todo Noticias), La Nación, Canal 13 y Página 12. Al contrario, se observa una mayor similitud de consumo entre votantes en los casos de Canal 26 y Telefe. Por su parte, la mayor diferencia sobre la confianza en los medios según el voto se registra en TN (Todo Noticias), Canal 13, La Nación, Clarín y C5N, pues la brecha que divide a los votantes de Macri y los de Fernández supera los 40 puntos porcentuales en estos casos.
- Asimismo, al comparar entre interesados y no interesados en la política, se observa una mayor diferencia en el consumo en C5N, A24, Página 12 y TV Pública, mientras que se percibe menor diferencia en TN (Todo Noticias), Canal 9 y Canal 13. En lo que corresponde a la confianza, comparando entre interesados y no interesados en la política, se observa una mayor diferencia en los casos de la TV Pública, Página 12 y Crónica TV. Por el contrario, los porcentajes de confianza entre interesados y no interesados en la política son similares al hacer referencia a Perfil, Clarín y La Nación.
- En relación al consumo en épocas de COVID-19, los datos expresan las opiniones que tienen los consumidores de cada medio al respecto de qué debiera priorizar el Gobierno frente al avance de la pandemia. De esta forma, podemos notar que en el caso de Clarín, la mayoría de sus consumidores opinan que el Gobierno debería priorizar la apertura para reactivar la economía (58%), mientras que en el otro extremo, en el caso de C5N, la mayoría de sus consumidores opina que el Gobierno debería priorizar prevenir el colapso del sistema de salud (68%).
- De modo similar, entre quienes confían mucho y/o algo en Clarín, La Nación y TN (Todo Noticias) la mayoría de los encuestados opina que el Gobierno debería priorizar la apertura para reactivar la economía, mientras que entre quienes confían en C5N, TV Pública y Página 12, más del 60% prioriza la prevención del colapso del sistema de salud.

#ESPOP



Encuesta de Satisfacción Política y Opinión Pública Julio 2020

Director de la Encuesta:

Diego Reynoso

54 11 6783 7592

 dreynoso@udesa.edu.ar

 @dgreynoso



Asistentes:

Paloma Alonso

María Sol Alzú

Gonzalo Vronkistinos

Co-Directora MESO:

Eugenia Mitchelstein

emitchelstein@udesa.edu.ar

@ugemitch

