



## ◀ Estudio Regional sobre Lectoría de Medios Escritos y Audiencia de Radios ▶



Investigación financiada por el Fondo de Estudios sobre el Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (Conicyt)

feedback

 **udp**  
UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES

escuela de periodismo

# Ficha Técnica

**Técnica:** Encuestas cara a cara en hogares

**Tamaño de la Muestra:** 3.637 casos distribuidos en las regiones IV, V y VII.

**Trabajo de Campo:** Realizado entre el 6 y el 31 de mayo de 2011.

**Diseño de la Muestra:** probabilístico, estratificado de acuerdo a conglomerados de viviendas, según mapas actualizados de comunas.

**Universo representado:** Habitantes de sectores urbanos de las regiones IV (Región de Coquimbo), V (Región de Valparaíso) y VIII (Región de Bio-Bío).

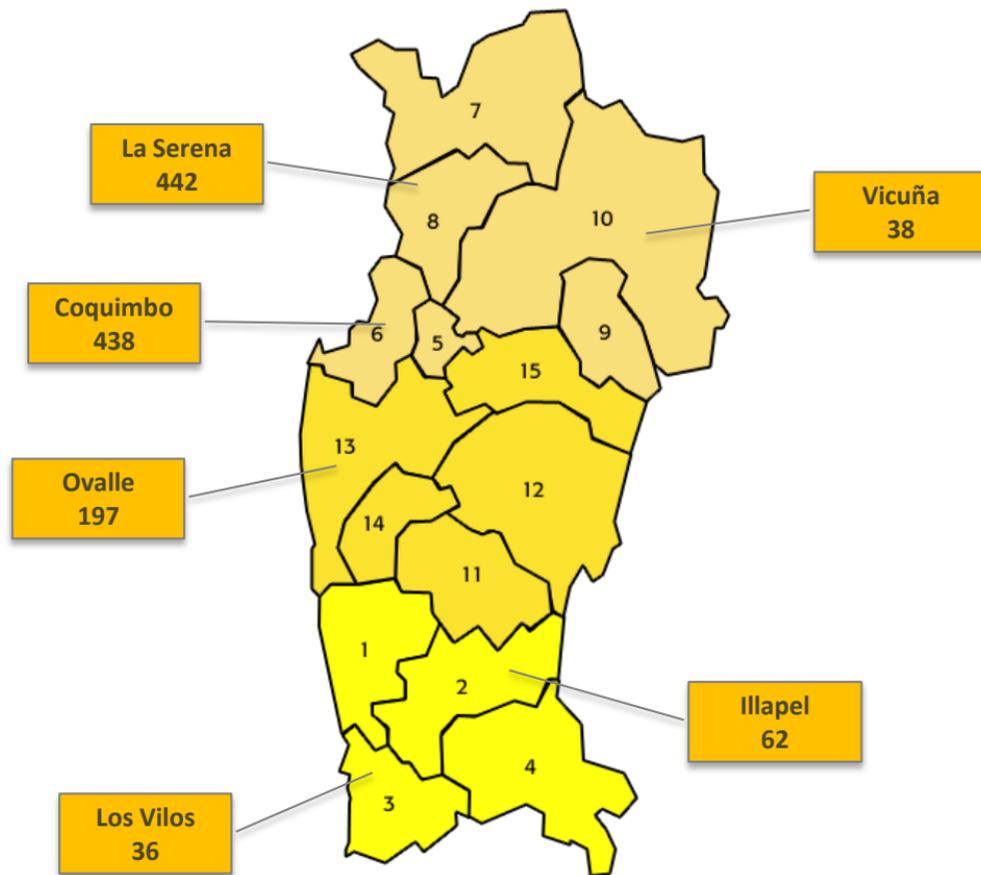
**Unidad de Muestreo:** Hombres y Mujeres, mayores de 15 años, residentes permanentes del hogar.

**Ajuste del diseño:** Resultados ponderados por edad y género de los entrevistados en cada región según datos del Censo de Población y Vivienda, INE 2002.

# Ficha Técnica

## Región de Coquimbo

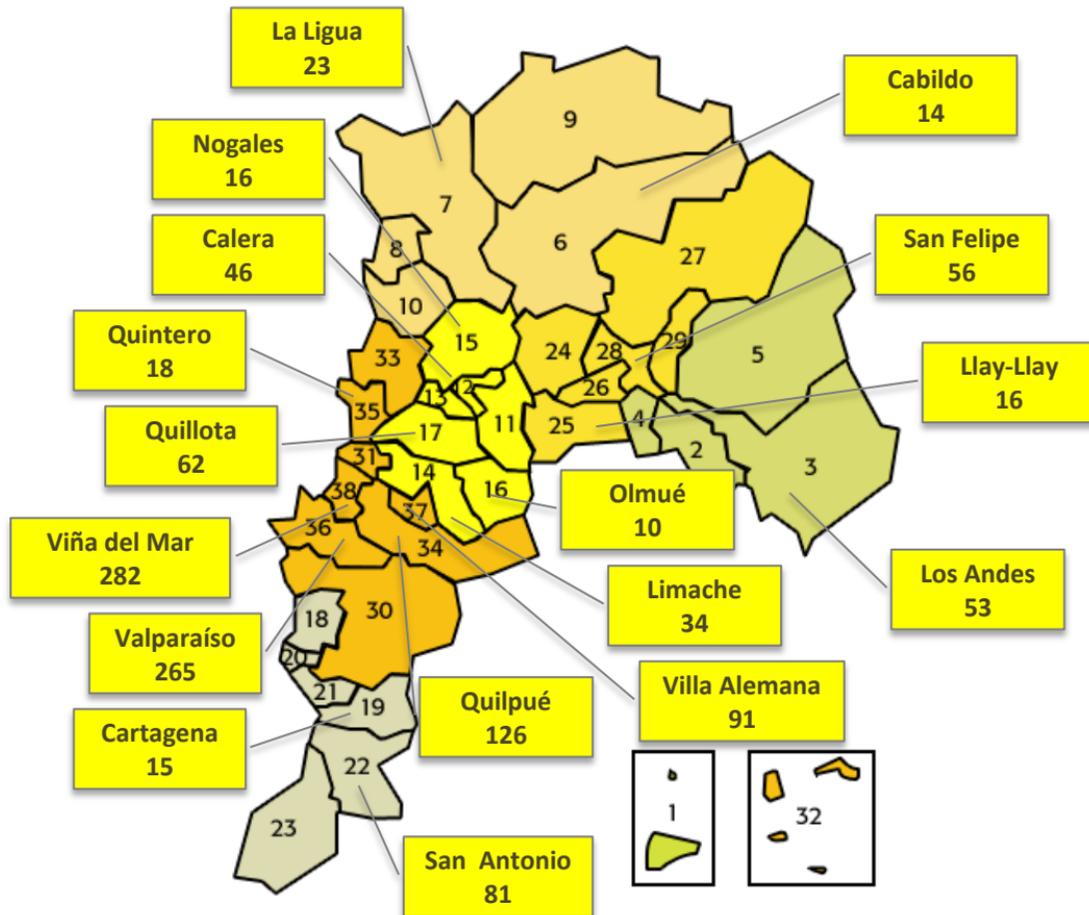
**Tamaño de la muestra:** 1.213 casos. Error  $\pm 2,8\%$  para las estimaciones sobre el total de la región, para 95% de confiabilidad y varianza máxima (bajo supuesto de muestreo aleatorio simple).



# Ficha Técnica

## Región de Valparaíso

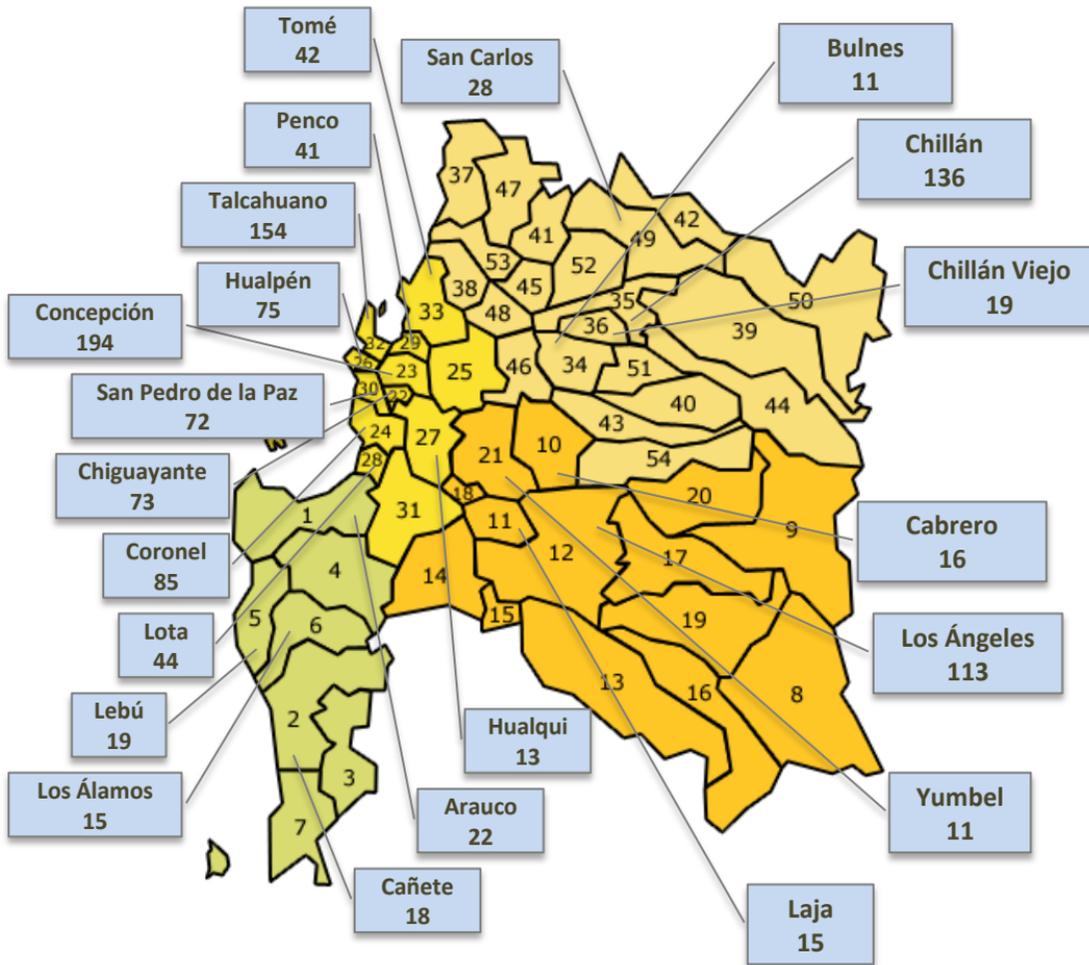
**Tamaño de la muestra:** 1.208 casos. Error  $\pm 2,8\%$  para las estimaciones sobre el total de la región, para 95% de confiabilidad y varianza máxima (bajo supuesto de muestreo aleatorio simple).



# Ficha Técnica

## Región del Bio-Bío

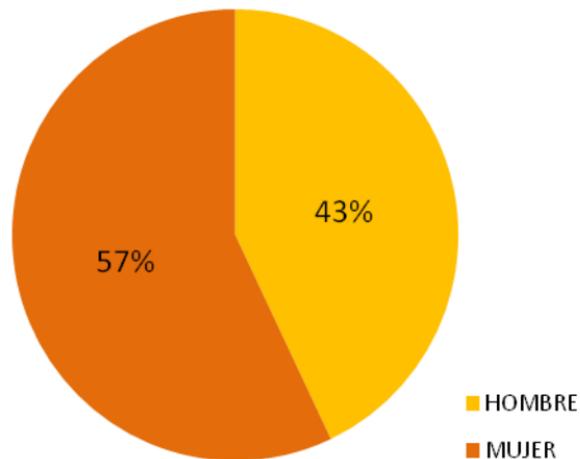
**Tamaño de la muestra:** 1.216 casos. Error  $\pm 2,8 \%$  para las estimaciones sobre el total de la región, para 95% de confiabilidad y varianza máxima (bajo supuesto de muestreo aleatorio simple).



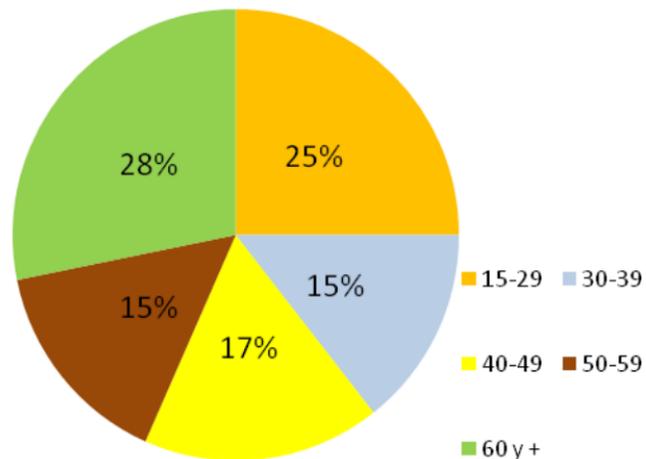
# Características Sociodemográficas

## IV REGIÓN

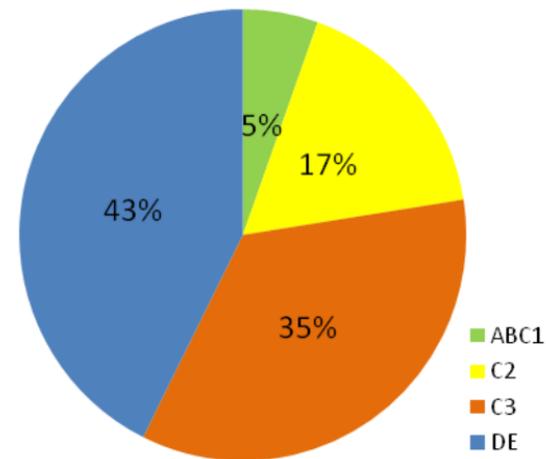
### SEXO



### EDAD



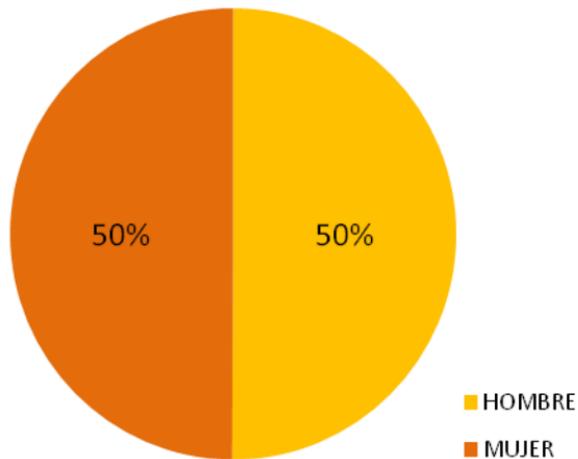
### NSE



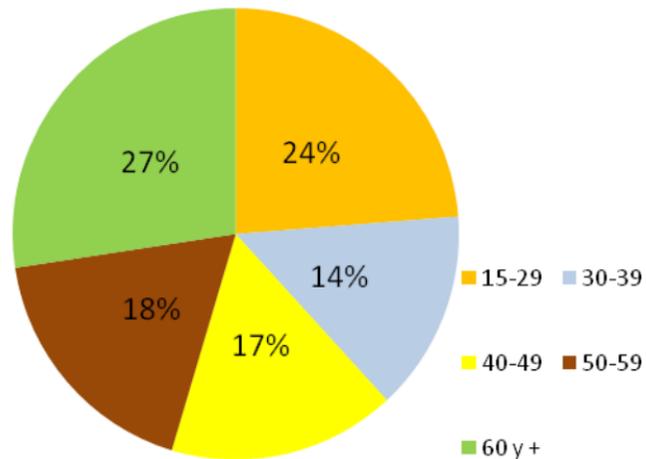
# Características Sociodemográficas

## V REGIÓN

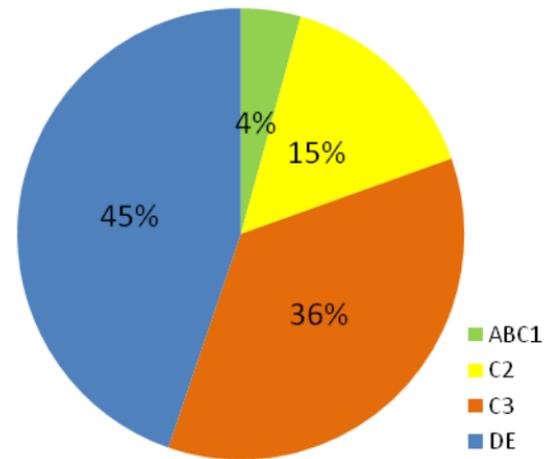
### SEXO



### EDAD



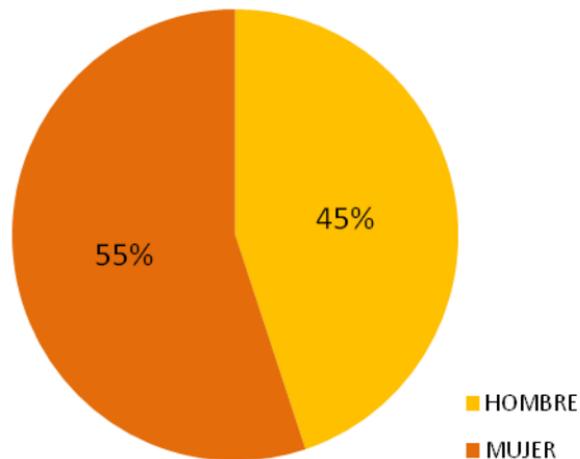
### NSE



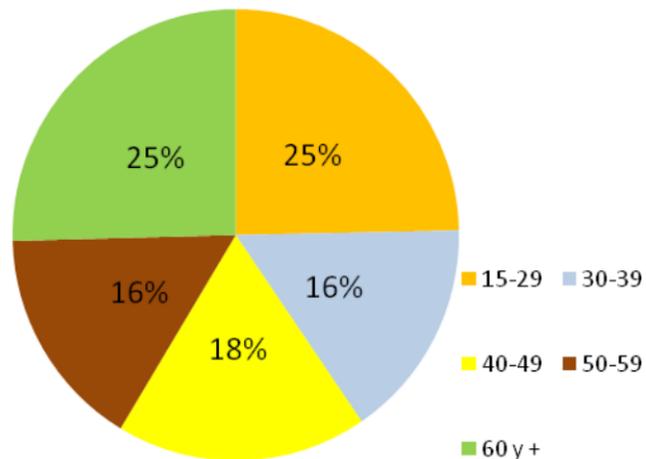
# Características Sociodemográficas

## VIII REGIÓN

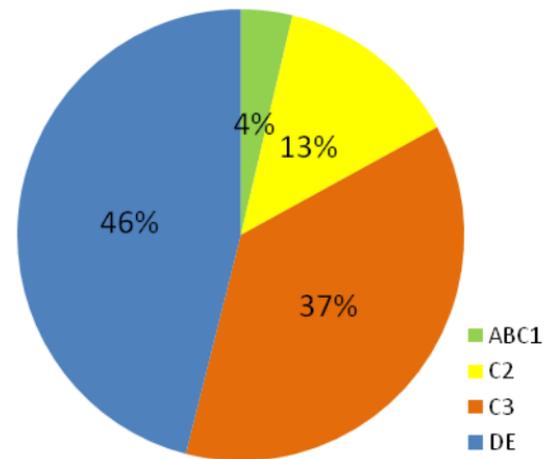
### SEXO



### EDAD



### NSE



# ◀ Equipo



feedback



- Juan Pardo
- Alejandro Barrera

- Andrés Scherman
- Andrés Azócar

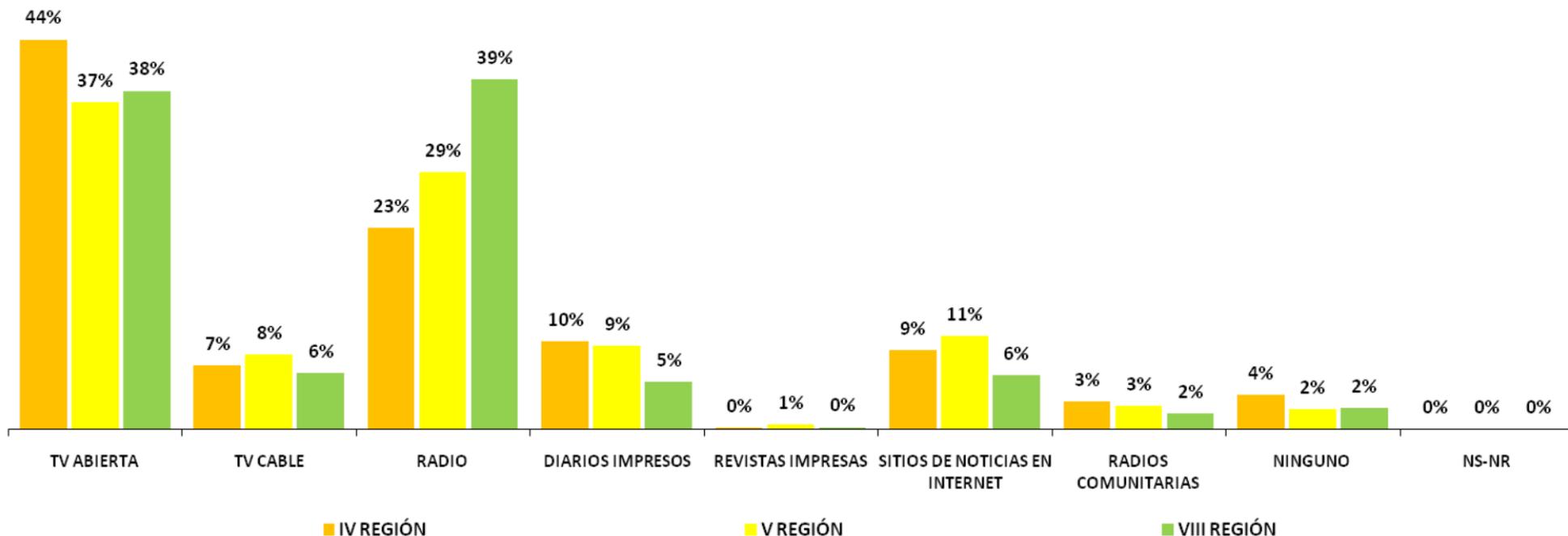


# Posicionamiento

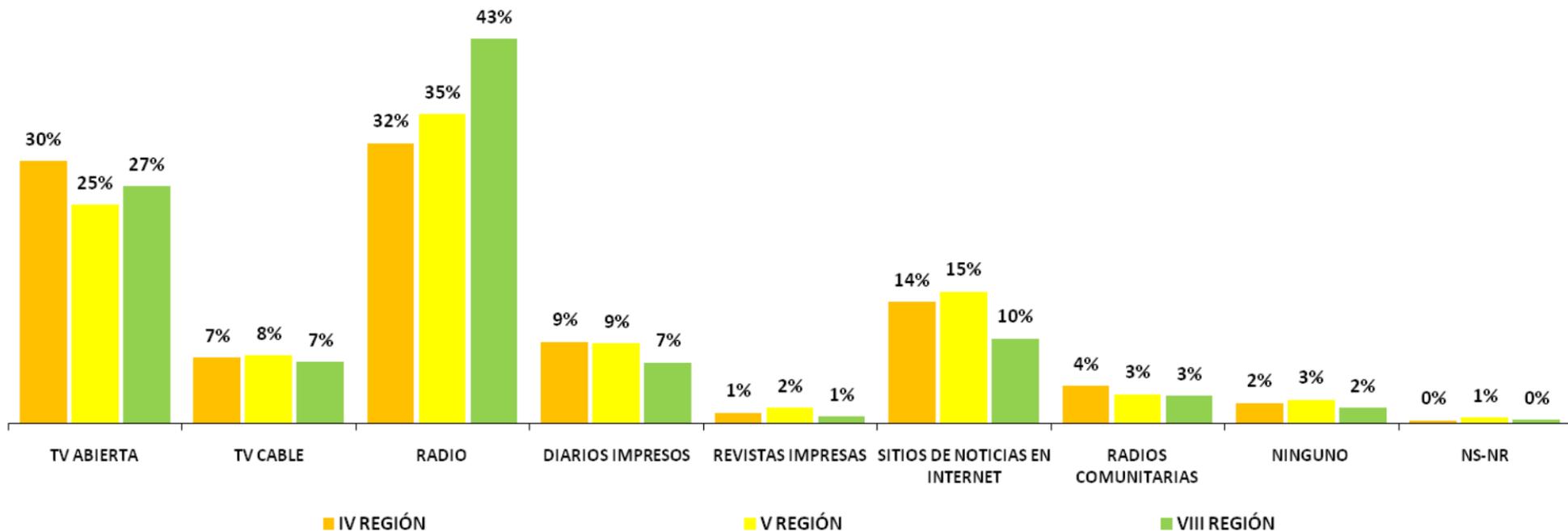
de los medios de comunicación



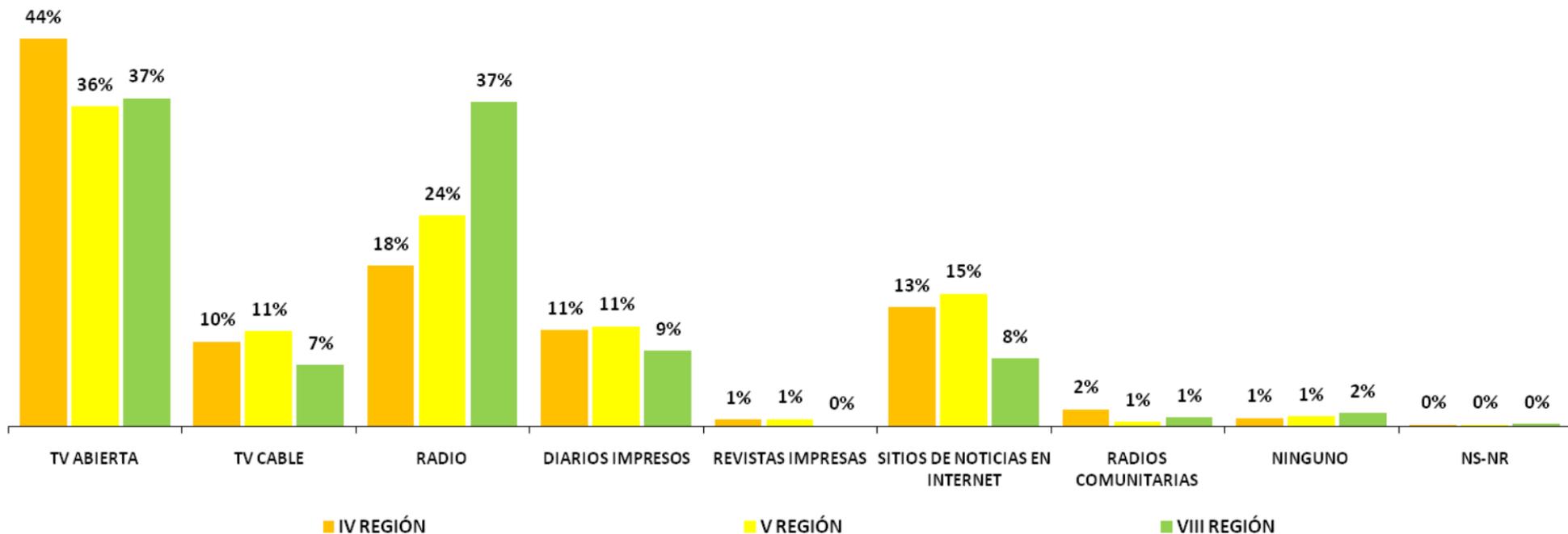
# A SU JUICIO, ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN ES EL MÁS CREÍBLE?



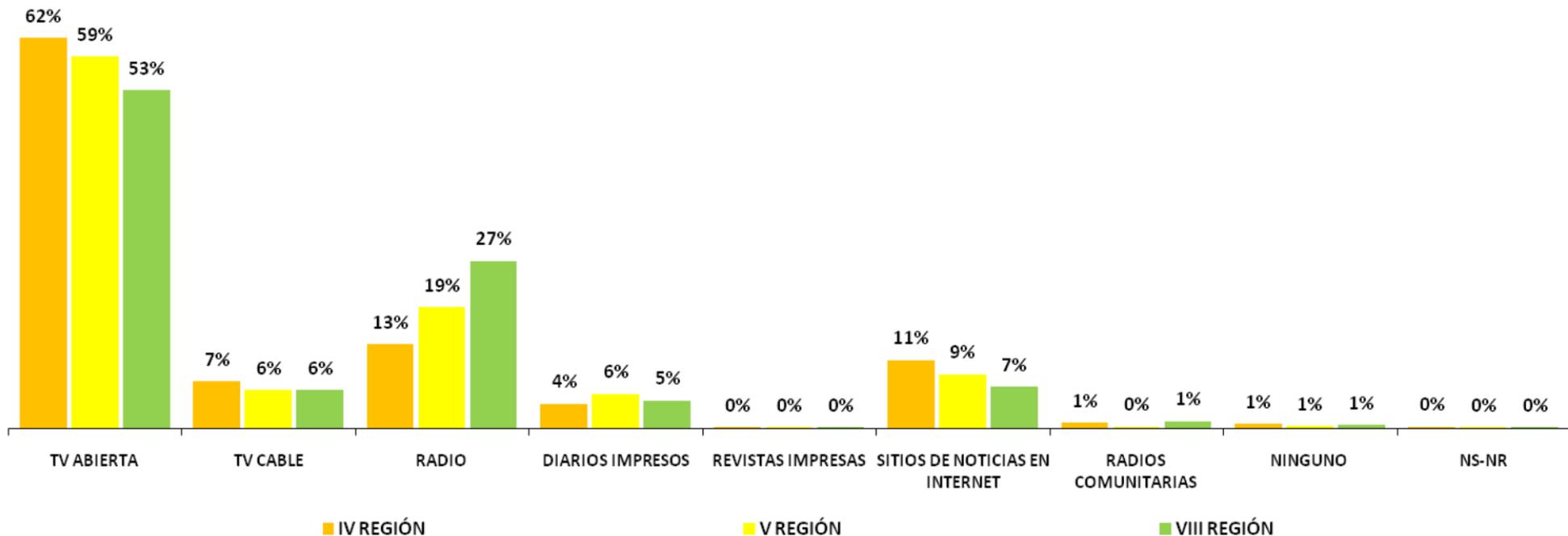
# A SU JUICIO, ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN ES EL MÁS INDEPENDIENTE PARA INFORMAR?



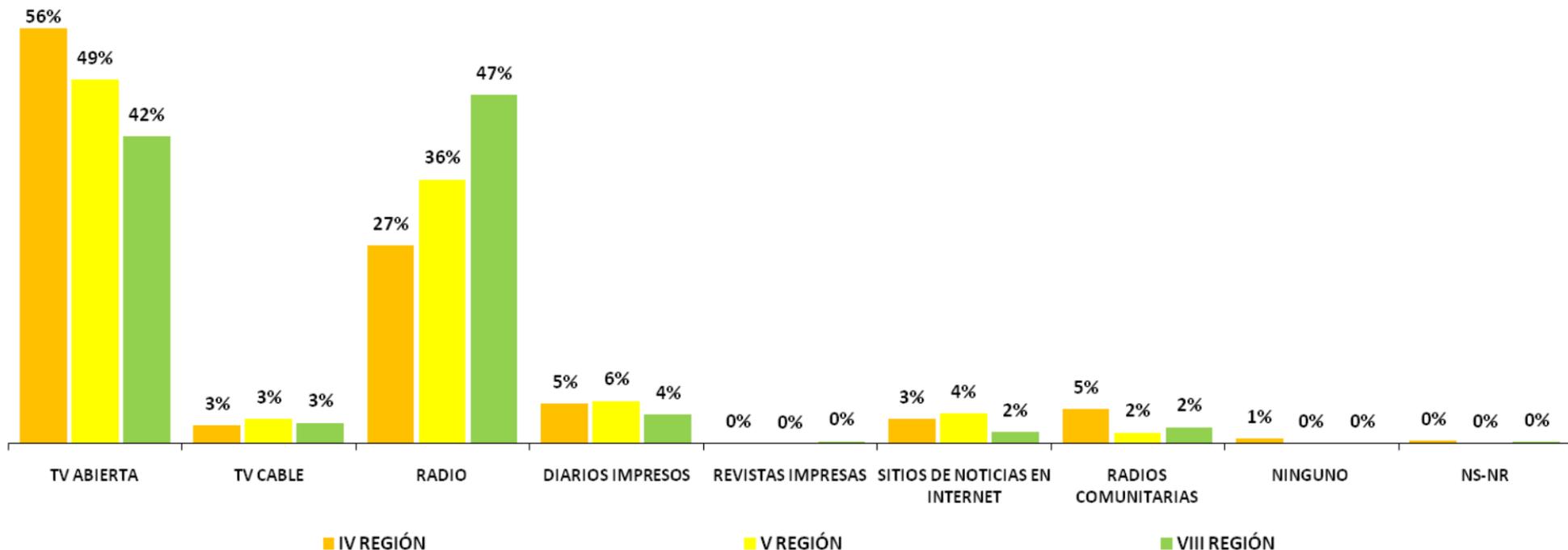
# A SU JUICIO, ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN ES EL QUE ENTREGA INFORMACIÓN DE MAYOR CALIDAD?



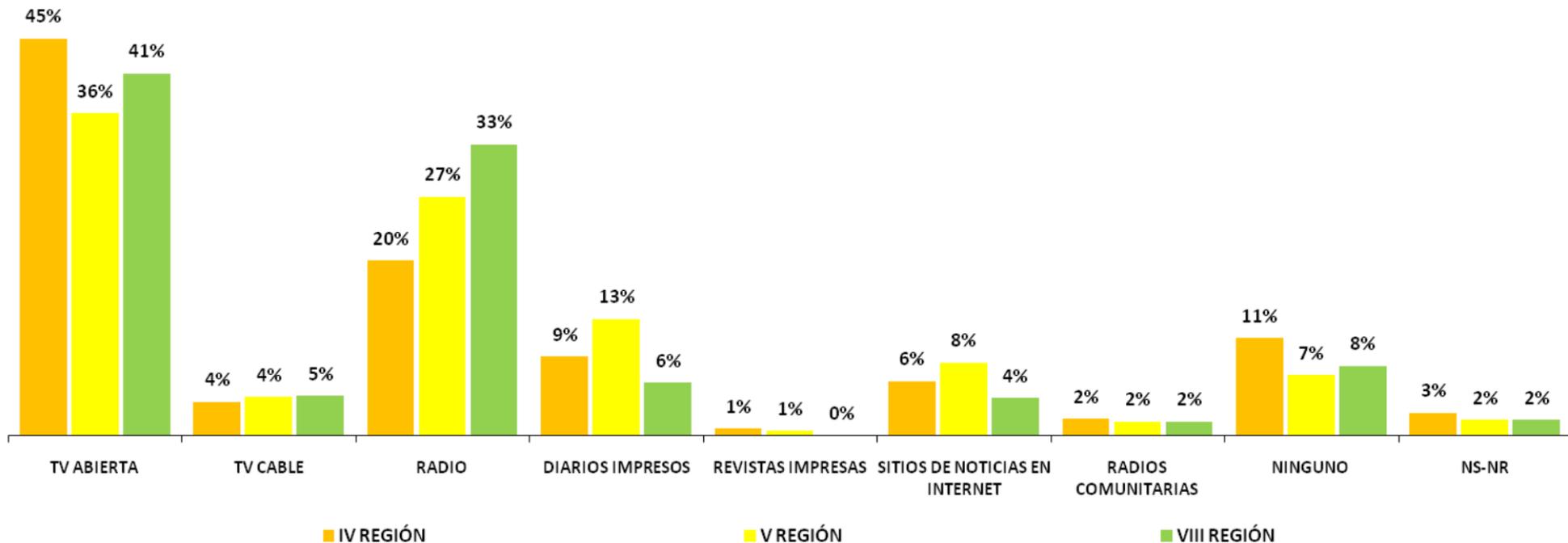
# A SU JUICIO, ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN ES EL MÁS INFLUYENTE?



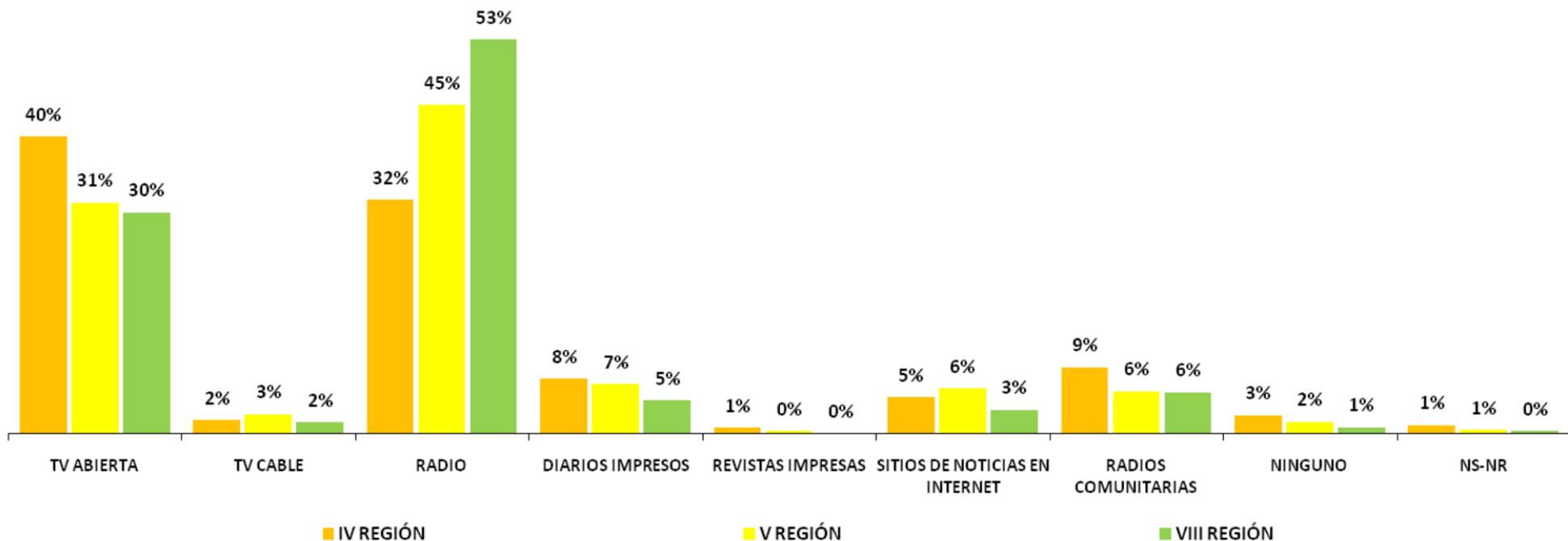
# A SU JUICIO, ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTRIBUYE MÁS A MANTENER INFORMADA A LA POBLACIÓN?



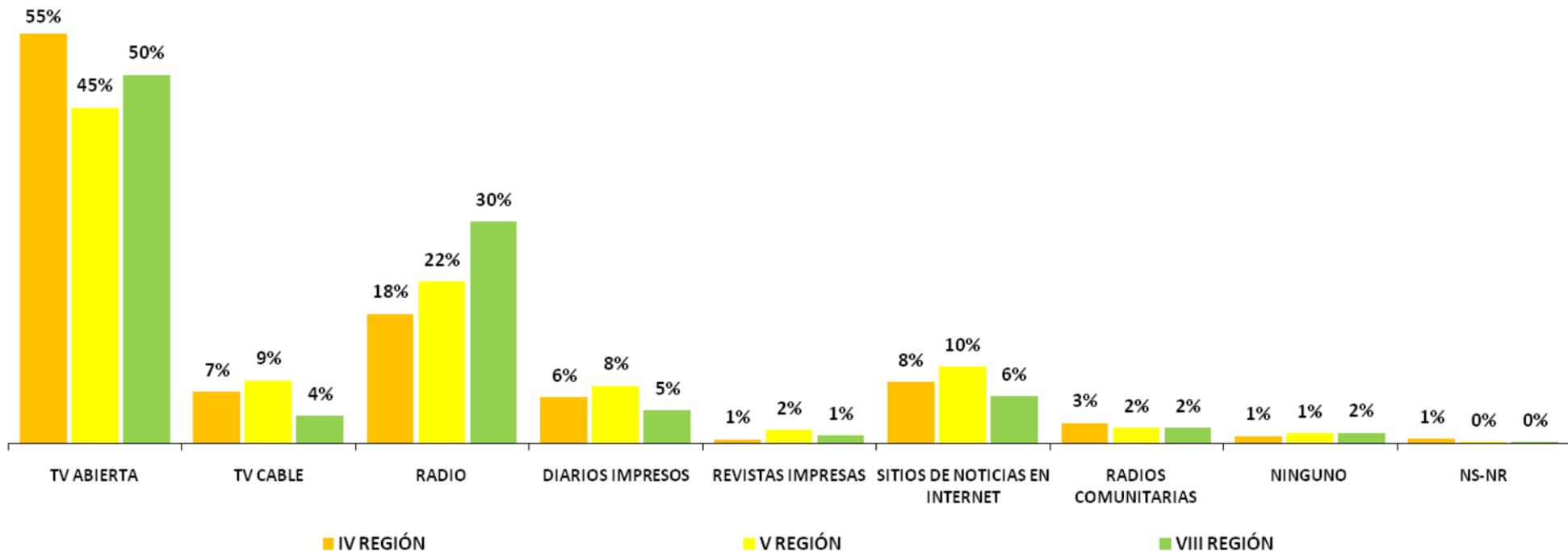
# A SU JUICIO, ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTRIBUYE MÁS A HACER MÁS TRANSPARENTE EL FUNCIONAMIENTO DE LA POLÍTICA?



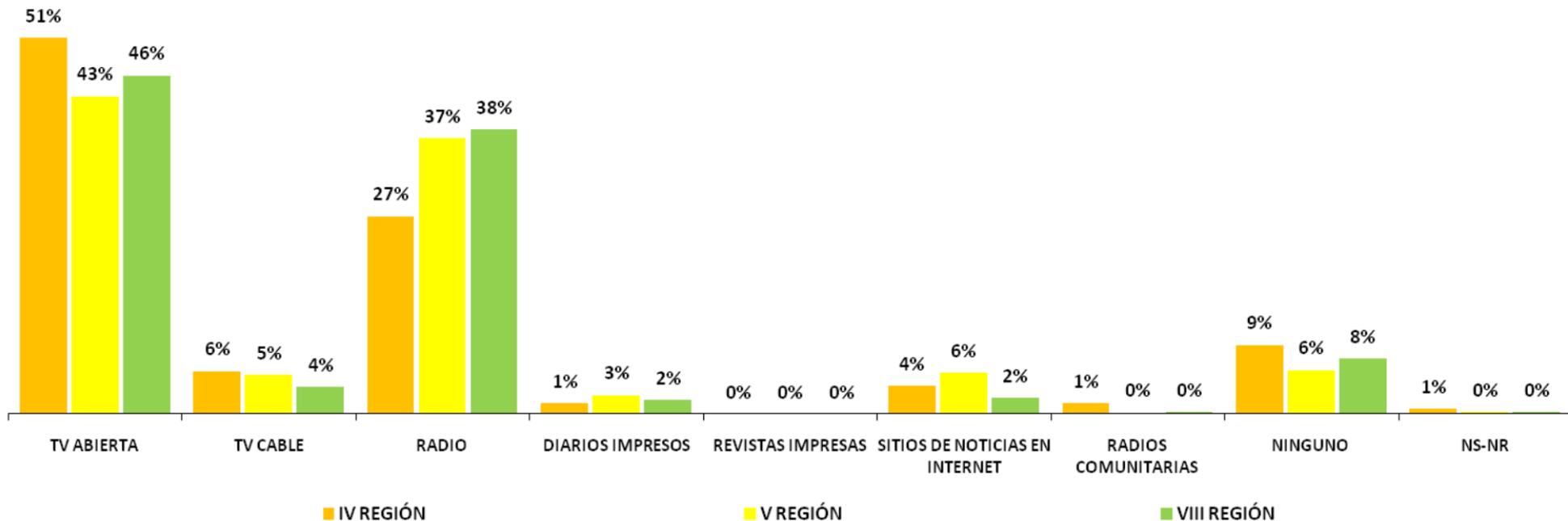
# A SU JUICIO, ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTRIBUYE MÁS A DIFUNDIR LA OPINIÓN DE LA POBLACIÓN?



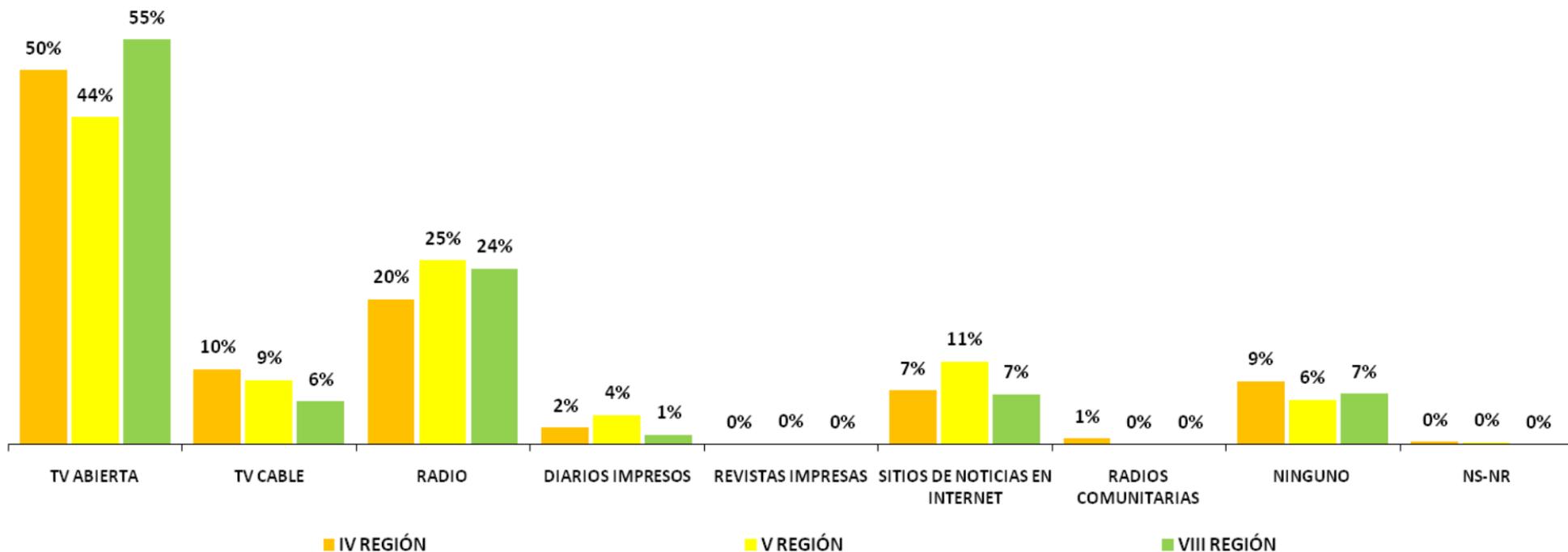
# A SU JUICIO, ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTRIBUYE MÁS A MOSTRAR LOS TEMAS QUE A LAS PERSONAS LES INTERESAN MÁS?



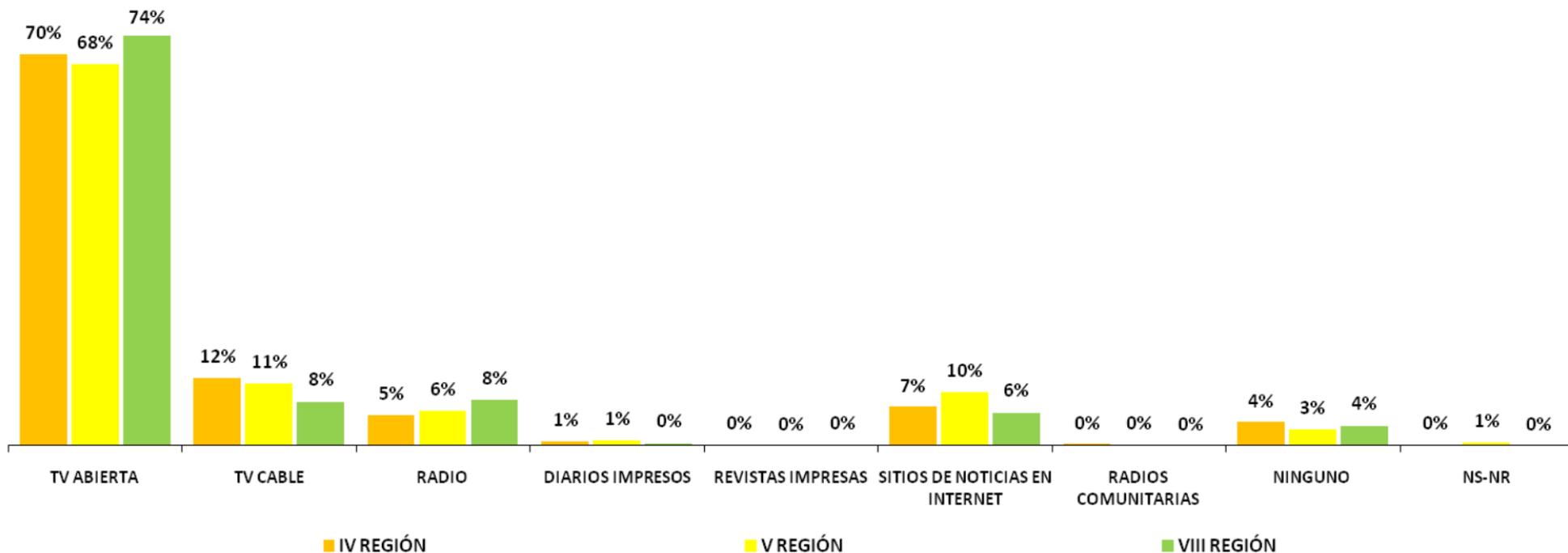
# ¿QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFIERE USTED PARA INFORMARSE EN LA MAÑANA?



# ¿QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFIERE USTED PARA INFORMARSE EN LA TARDE?



# ¿QUÉ MEDIO DE COMUNICACIÓN PREFIERE USTED PARA INFORMARSE EN LA NOCHE?



- En general, los medios de comunicación mejor posicionados en los atributos medidos son la televisión abierta y la radio. La televisión abierta destaca particularmente en los temas asociados a presencia y visibilidad, siendo el medio más creíble, el de mayor calidad y el que contribuye más a mantener a la población informada en las regiones IV y V. En estos dos últimos atributos, la VIII Región marca una diferencia, ya que la radio aparece en posición similar o mejor que la TV abierta. Este buen posicionamiento de la radio en la Región del Bio-Bío se seguirá observando a lo largo del estudio.

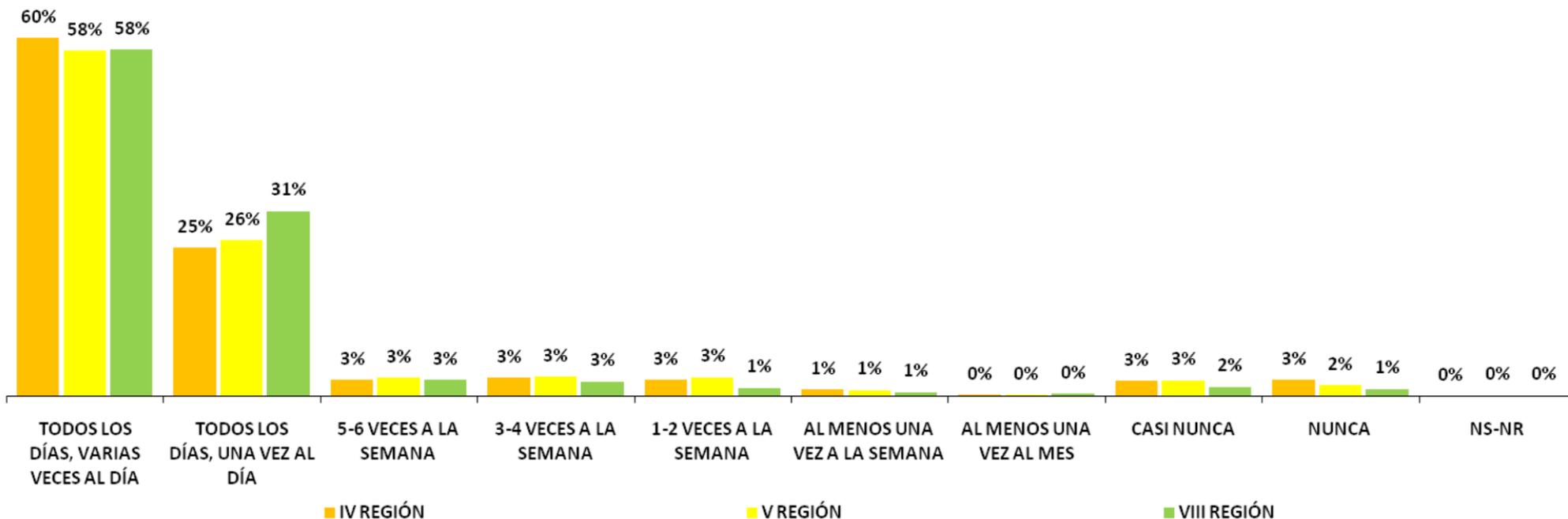
- La televisión abierta también es señalada mayoritariamente en las tres regiones como el medio más influyente, el que hace más transparente el funcionamiento de la política, el que muestra temas que son de mayor interés para la población. Además, es el preferido para informarse en la mañana, en la tarde y en la noche.
- En el caso de la radio, aparece mayoritariamente mencionado como el medio con mayor independencia en las tres regiones, también como el que mejor difunde las opiniones de la población en general (con excepción de la IV región, donde se menciona mayoritariamente a la TV abierta en este ítem).



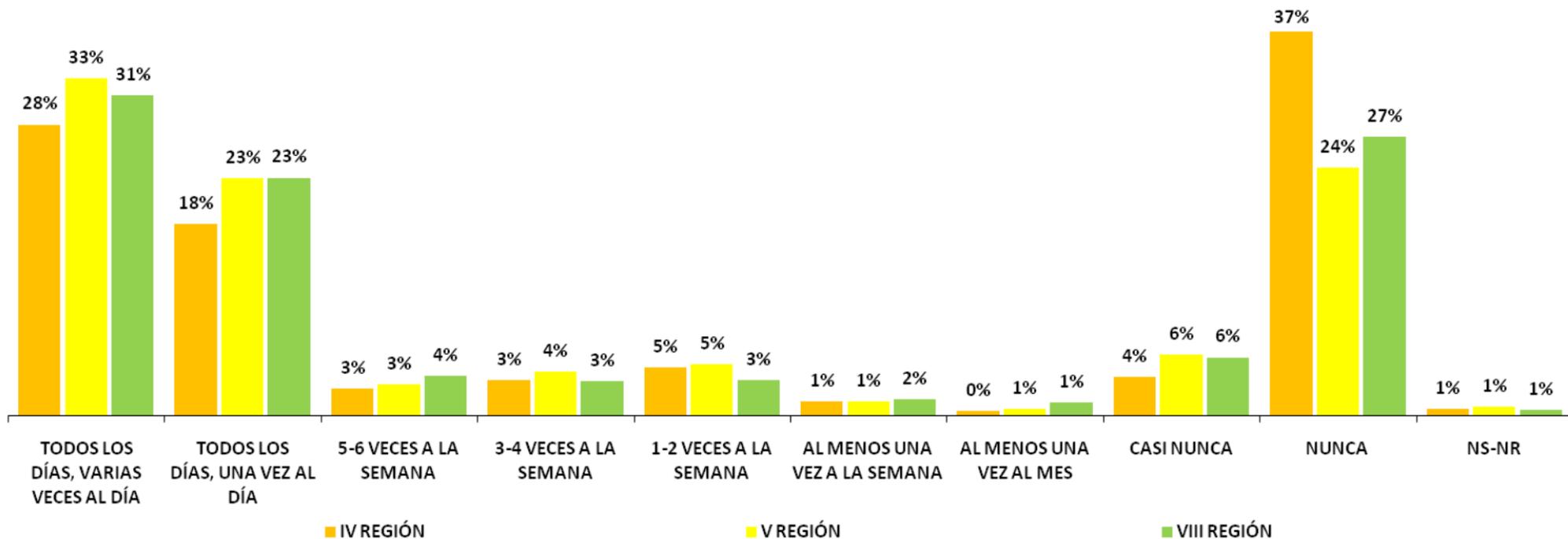
# Uso general

de los medios de comunicación

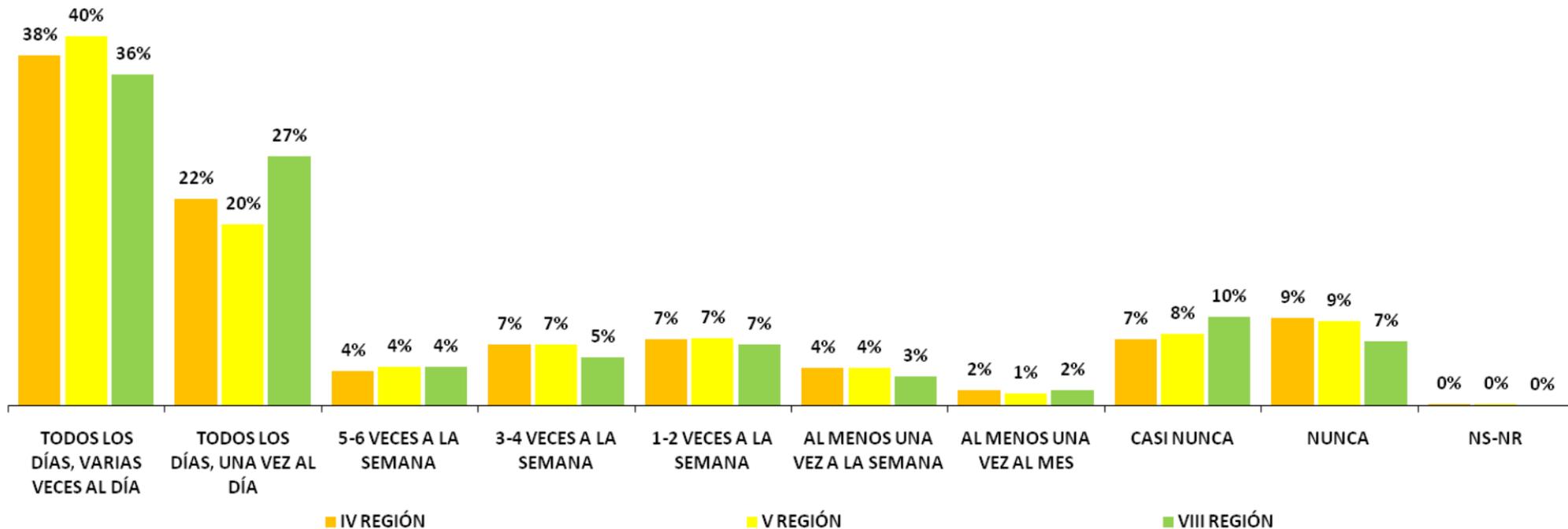
# ¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZA USTED LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? TV ABIERTA



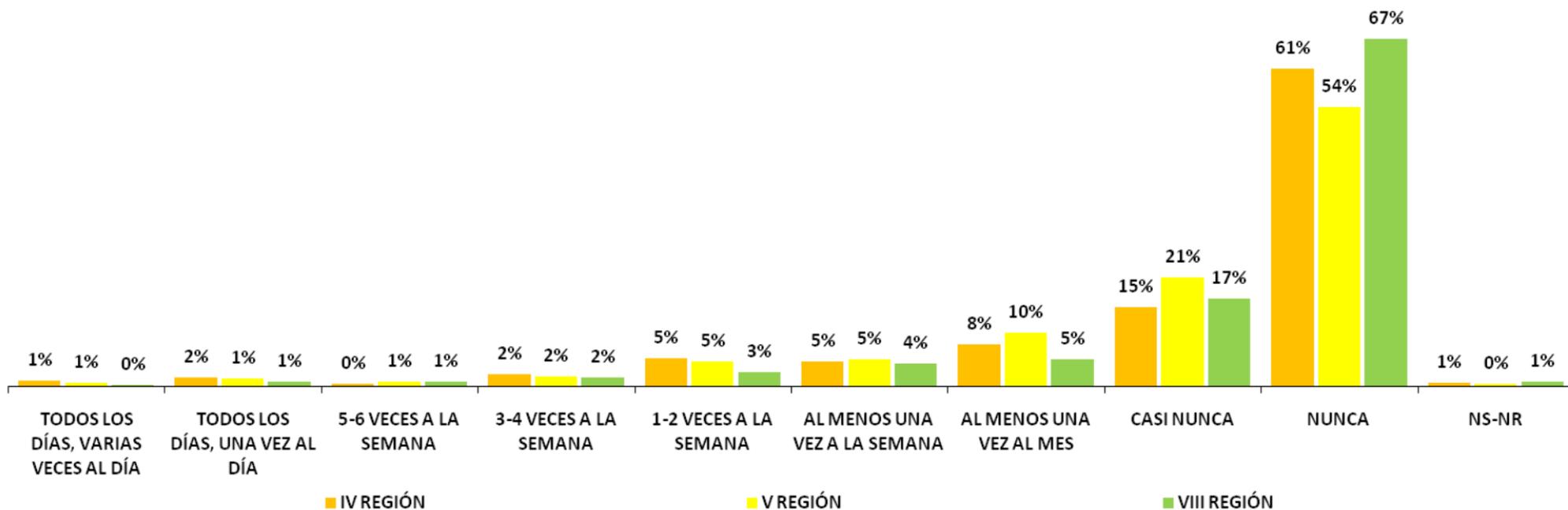
# ¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZA USTED LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? TV CABLE



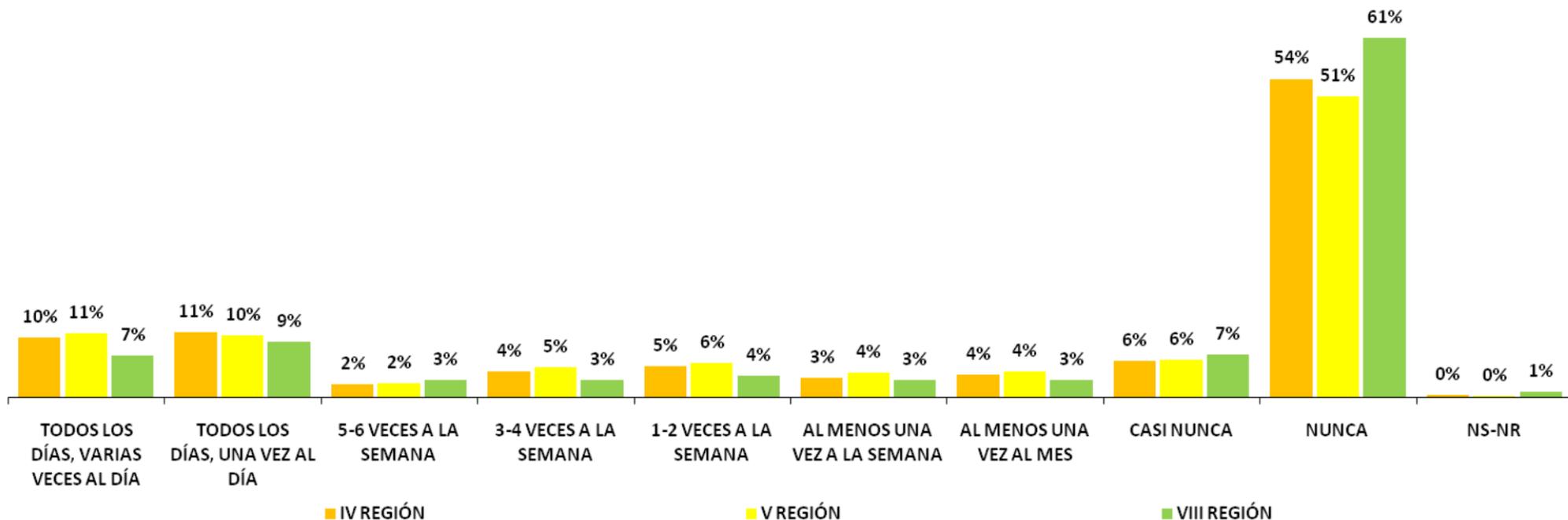
# ¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZA USTED LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? RADIO



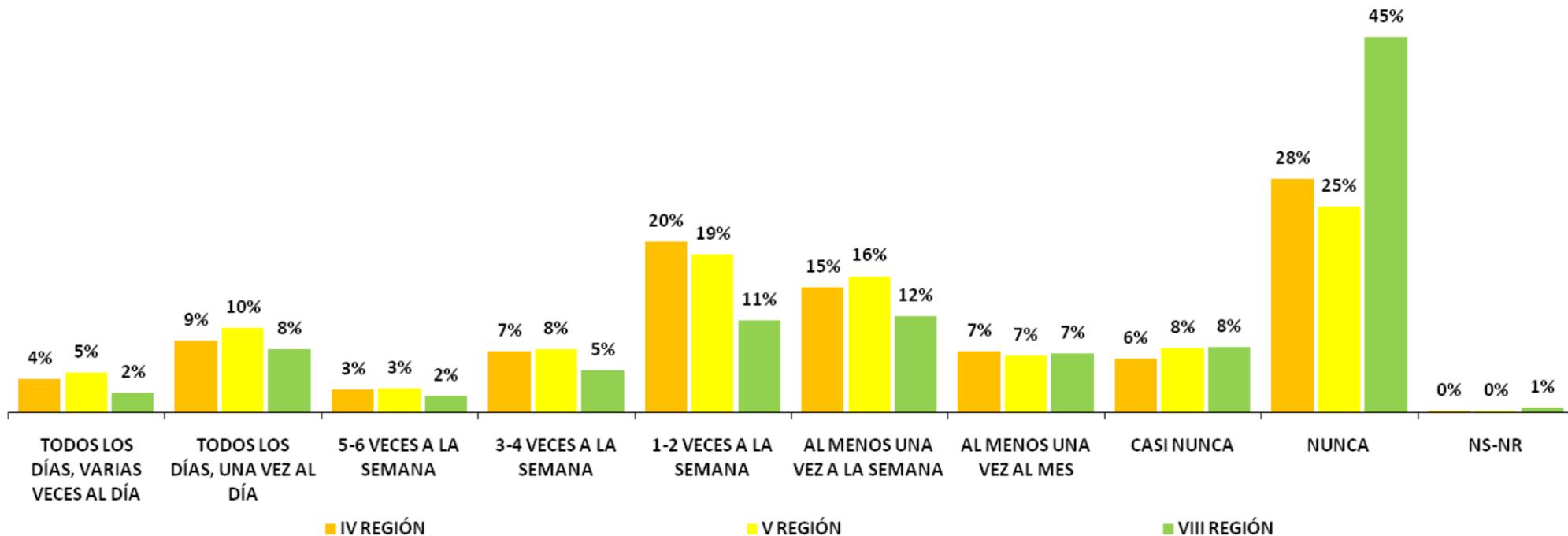
# ¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZA USTED LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? REVISTAS IMPRESAS



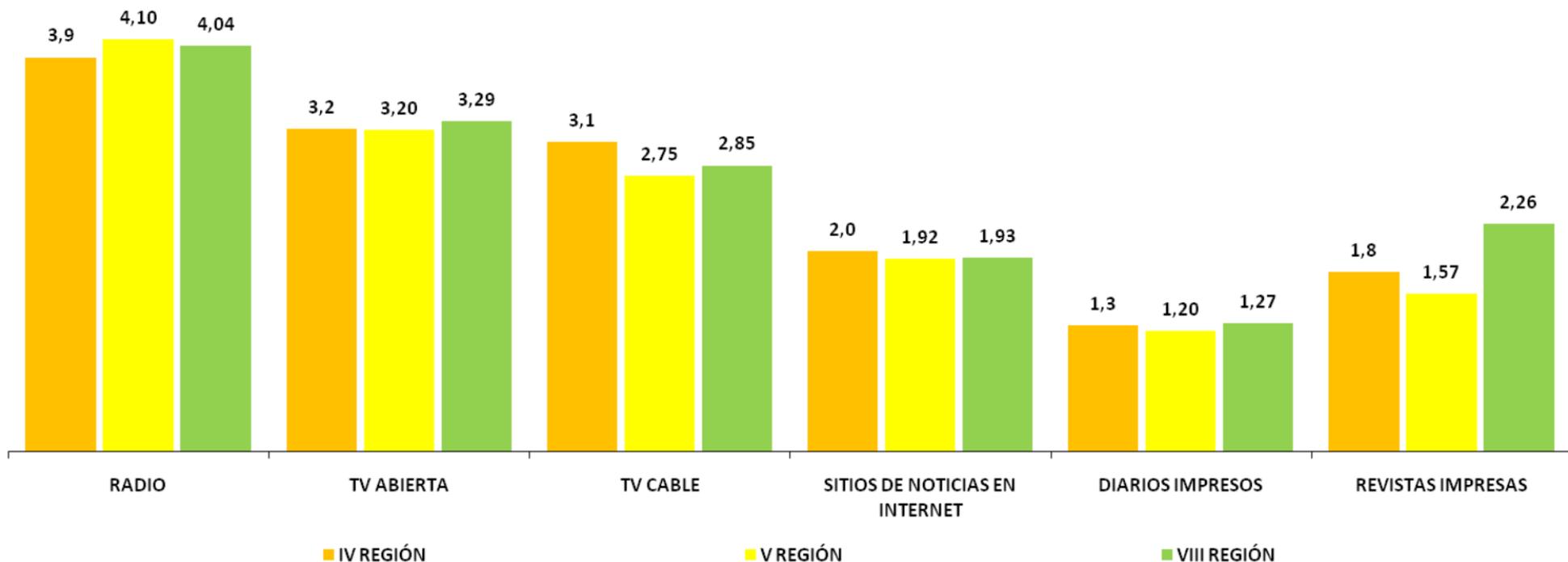
# ¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZA USTED LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET



# ¿CON QUÉ FRECUENCIA UTILIZA USTED LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? DIARIOS IMPRESOS



# APROXIMADAMENTE, ¿CUÁNTAS HORAS AL DÍA UTILIZA LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? (PROMEDIO: SÓLO QUIENES USAN AL MENOS 5 VECES A LA SEMANA A CADA MEDIO)



# APROXIMADAMENTE, ¿CUÁNTAS HORAS AL DÍA UTILIZA LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? IV REGIÓN (PROMEDIO)

|                                | SEXO ENCUESTADO |       | GRUPO ETAREO |       |       |       |        | ÍNDICE GRUPOS SOCIOECONÓMICOS |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA RECODIFICADA |        |         |
|--------------------------------|-----------------|-------|--------------|-------|-------|-------|--------|-------------------------------|-----|-----|-----|--------------------------------|--------|---------|
|                                | HOMBRE          | MUJER | 15-29        | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                          | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA                      | CENTRO | DERECHA |
| TV ABIERTA                     | 2,8             | 3,6   | 3,4          | 3,3   | 3     | 3,2   | 3,4    | 2,7                           | 2,8 | 3,3 | 3,5 | 3                              | 3,3    | 3,5     |
| TV CABLE                       | 3,1             | 2,9   | 3,3          | 3     | 2,8   | 2,9   | 2,8    | 2,6                           | 2,8 | 3,2 | 3,1 | 3                              | 2,8    | 3       |
| RADIO                          | 3,9             | 4     | 3,3          | 3,6   | 4,1   | 4,7   | 4,1    | 3,6                           | 3,5 | 4,3 | 3,9 | 3,7                            | 4,1    | 4,3     |
| REVISTAS IMPRESAS              | 2,1             | 1,2   | 1,3          | 2,3   | 1,5   | 2,8   | 1,1    | 3                             | 1,6 | 1,1 | 1,9 | 1,7                            | 1,6    | 1,7     |
| SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET | 2               | 1,9   | 2,2          | 2,1   | 1,7   | 1,3   | 1,4    | 1,9                           | 1,7 | 2,1 | 2,1 | 1,8                            | 2,1    | 2,3     |
| DIARIOS IMPRESOS               | 1,4             | 1,2   | 1,2          | 1,2   | 1     | 1,2   | 1,4    | 1,3                           | 1,3 | 1,2 | 1,2 | 1,1                            | 1,3    | 1,7     |

# APROXIMADAMENTE, ¿CUÁNTAS HORAS AL DÍA UTILIZA LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? V REGIÓN (PROMEDIO)

|                                | SEXO ENCUESTADO |       | GRUPO ETAREO |       |       |       |        | ÍNDICE GRUPOS SOCIOECONÓMICOS |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA RECODIFICADA |        |         |
|--------------------------------|-----------------|-------|--------------|-------|-------|-------|--------|-------------------------------|-----|-----|-----|--------------------------------|--------|---------|
|                                | HOMBRE          | MUJER | 15-29        | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                          | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA                      | CENTRO | DERECHA |
| TV ABIERTA                     | 2,9             | 3,4   | 3,1          | 3,3   | 3,2   | 3,1   | 3,2    | 2,4                           | 2,6 | 3,2 | 3,4 | 3,1                            | 3,2    | 3       |
| TV CABLE                       | 2,7             | 2,8   | 2,9          | 2,5   | 2,7   | 2,6   | 2,9    | 2                             | 2,6 | 2,7 | 2,9 | 2,7                            | 2,8    | 2,6     |
| RADIO                          | 4,2             | 4,1   | 3,7          | 3,9   | 4,4   | 4,5   | 4,1    | 3,8                           | 3,7 | 4,1 | 4,3 | 4,1                            | 4,1    | 4,1     |
| REVISTAS IMPRESAS              | 1,3             | 1,8   | 1,6          | 1,1   | 2     | 1     | 1,8    | 1,4                           | 1,3 | 2,3 | 1,4 | 1,1                            | 1,4    | 2,3     |
| SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET | 2               | 1,7   | 2,2          | 1,8   | 1,8   | 1,3   | 1,7    | 1,7                           | 1,8 | 1,9 | 2,1 | 1,9                            | 1,8    | 1,7     |
| DIARIOS IMPRESOS               | 1,2             | 1,1   | 1,2          | 1,2   | 1,2   | 1,1   | 1,2    | 1,1                           | 1,2 | 1,2 | 1,2 | 1,4                            | 1,1    | 1,2     |

# APROXIMADAMENTE, ¿CUÁNTAS HORAS AL DÍA UTILIZA LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? VIII REGIÓN (PROMEDIO)

|                                | SEXO ENCUESTADO |       | GRUPO ETAREO |       |       |       |        | ÍNDICE GRUPOS SOCIOECONÓMICOS |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA RECODIFICADA |        |         |
|--------------------------------|-----------------|-------|--------------|-------|-------|-------|--------|-------------------------------|-----|-----|-----|--------------------------------|--------|---------|
|                                | HOMBRE          | MUJER | 15-29        | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                          | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA                      | CENTRO | DERECHA |
| TV ABIERTA                     | 3,3             | 3,3   | 3,5          | 3,2   | 3,4   | 2,9   | 3,1    | 2,7                           | 3,2 | 3,2 | 3,3 | 3,2                            | 3,3    | 3,4     |
| TV CABLE                       | 3               | 2,6   | 2,9          | 2,9   | 2,9   | 2,3   | 2,7    | 2,4                           | 2,6 | 2,8 | 2,9 | 2,7                            | 2,8    | 3       |
| RADIO                          | 4               | 4,1   | 3,9          | 4,6   | 4     | 4,1   | 3,7    | 3,9                           | 4   | 4,3 | 3,8 | 4,1                            | 4      | 4,2     |
| REVISTAS IMPRESAS              | 2,4             | 2,6   | 2            | 1,7   | 1     | 2     | 4,3    | 3                             | 1,3 | 1,5 | 4,4 | 1,3                            | 2,8    | 2       |
| SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET | 1,9             | 1,8   | 2            | 1,8   | 1,6   | 1,2   | 2      | 2,2                           | 1,9 | 1,8 | 1,7 | 1,8                            | 2      | 2,5     |
| DIARIOS IMPRESOS               | 1,3             | 1,2   | 1,2          | 1     | 1,3   | 1,3   | 1,4    | 1,1                           | 1,1 | 1,4 | 1,3 | 1,3                            | 1,3    | 1,2     |

- El medio de comunicación con un consumo más frecuente es la televisión abierta, al punto que un 85% en la IV, un 84% en la V y un 89% en la VIII región declara verla diariamente.
- Por otra parte, la televisión por cable bordea en las tres regiones el 50% de uso diario declarado, siendo superada por la radio, medio que presenta una audiencia diaria de alrededor del 60% de los entrevistados.

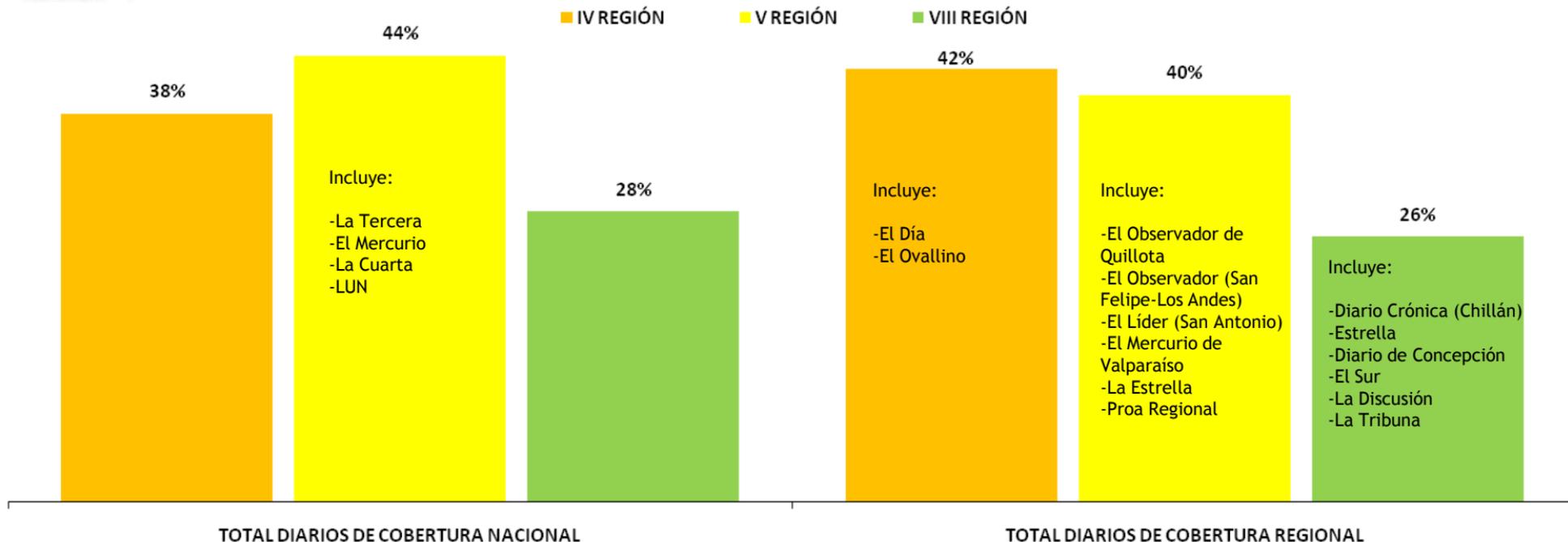
- En el caso de los diarios impresos, la mayoría de los entrevistados declara leerlos, pero la frecuencia de lectura es más bien baja, siendo mayoritariamente semanal o incluso menor.
- Entre los usuarios que declaran consumir diariamente los distintos medios, la mayor intensidad de uso la presenta la radio, con alrededor de 4 horas diarias de consumo en promedio. Le sigue la televisión abierta, con alrededor de 3,2 horas promedio al día, y la televisión por cable, con alrededor de 3 horas promedio al día.



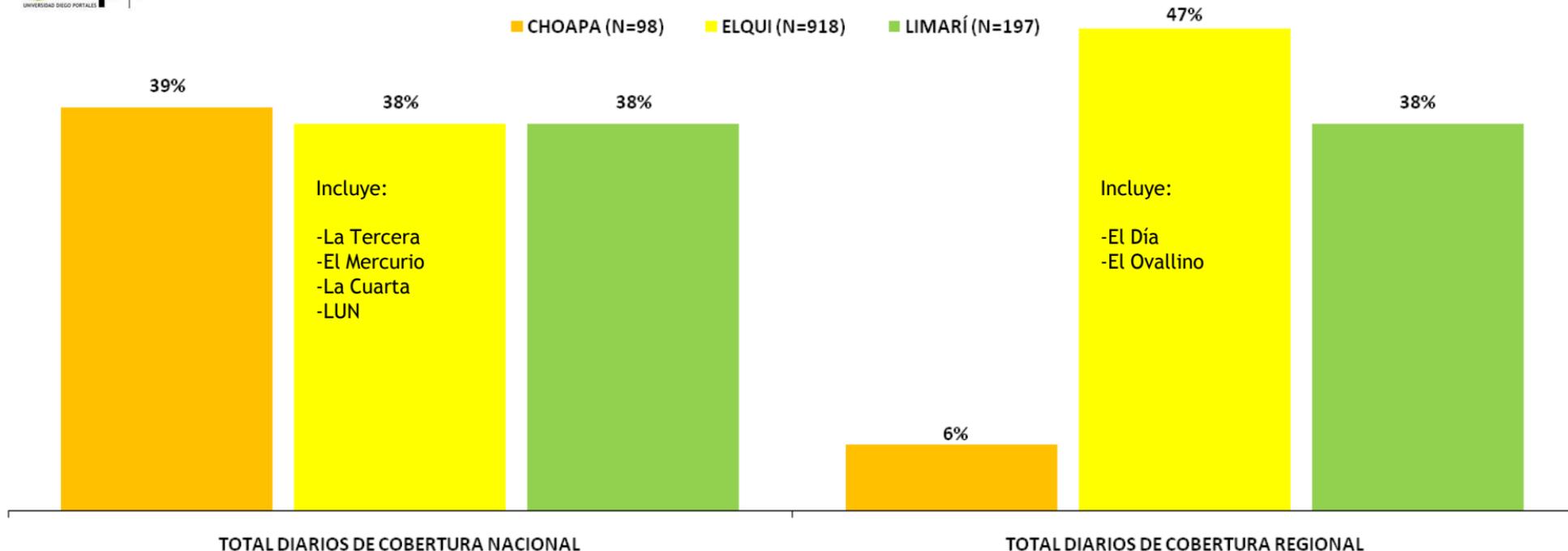
# Lectoría diarios y revistas

medios escritos

# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE LOS ÚLTIMO 7 DÍAS - NIVEL REGIONAL



# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE LOS ÚLTIMO 7 DÍAS - PROVINCIAS DE LA IV REGIÓN

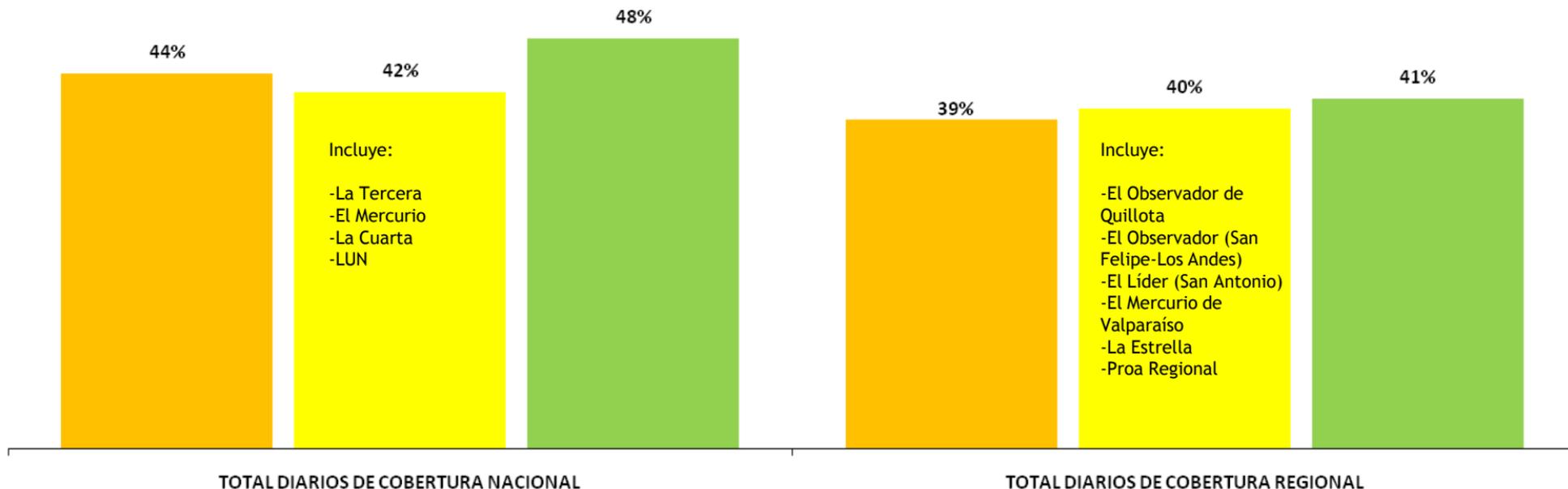


# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE LOS ÚLTIMO 7 DÍAS - PROVINCIAS DE LA V REGIÓN

■ LOS ANDES+PETRORCA+QUILLOTA+SAN FELIPE (N=286)

■ VALPARAÍSO+SAN ANTONIO (N=661)

■ MARGA MARGA (N=261)



# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE LOS ÚLTIMO 7 DÍAS - PROVINCIAS DE LA VIII REGIÓN

32%

■ ARAUCO+BIO BIO+ÑUBLE (N=423)

■ CONCEPCIÓN (N=793)

31%

Incluye:

- La Tercera
- El Mercurio
- La Cuarta
- LUN

27%

Incluye:

- Diario Crónica (Chillán)
- Estrella
- Diario de Concepción
- El Sur
- La Discusión
- La Tribuna

23%

TOTAL DIARIOS DE COBERTURA NACIONAL

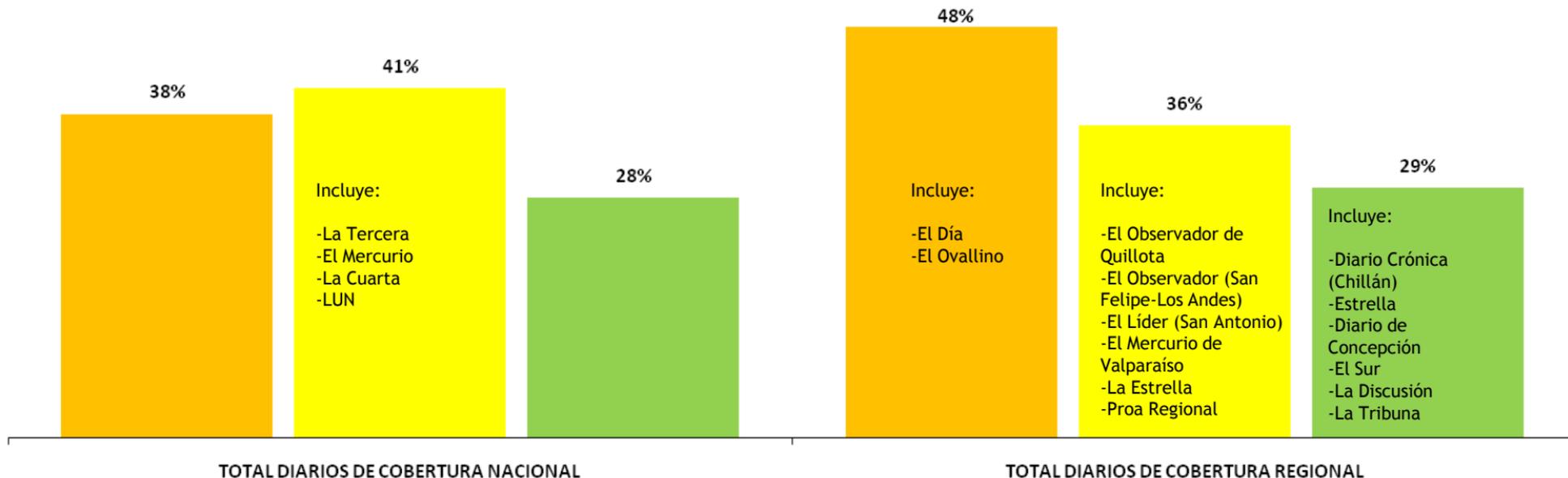
TOTAL DIARIOS DE COBERTURA REGIONAL

# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE LOS ÚLTIMO 7 DÍAS - PRINCIPALES CIUDADES REGIONALES

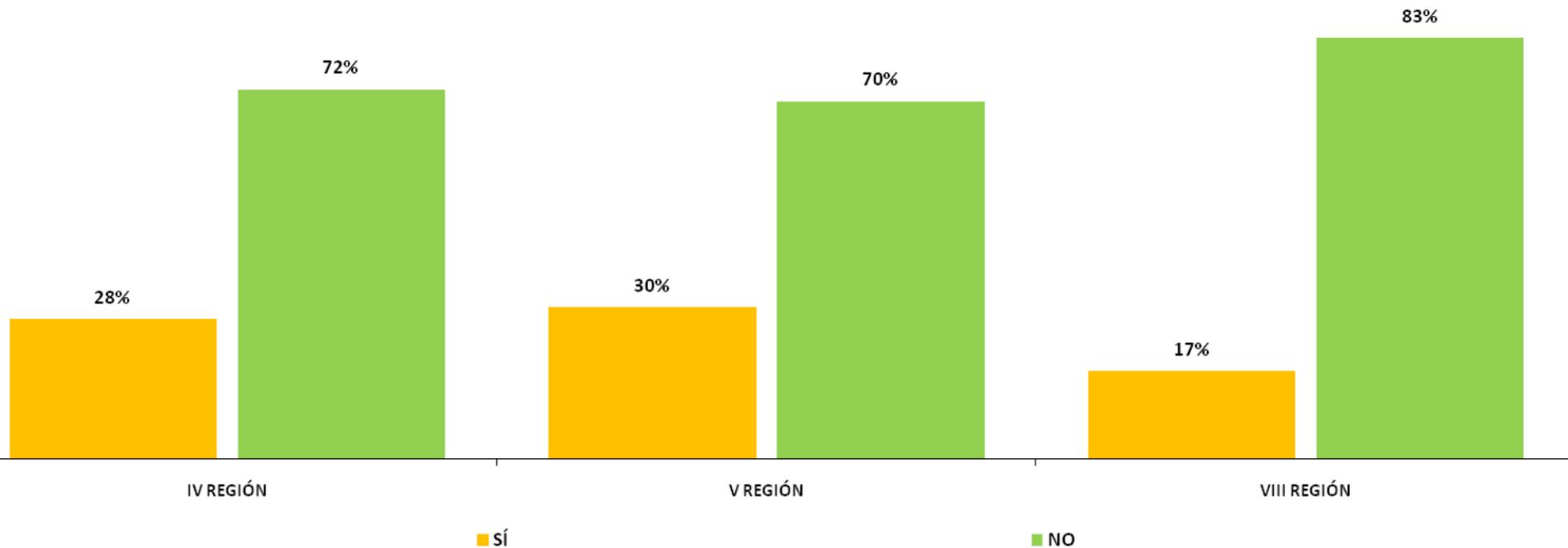
■ COQUIMBO+LA SERENA (N=880)

■ VALPARAÍSO+VIÑA DEL MAR (N=547)

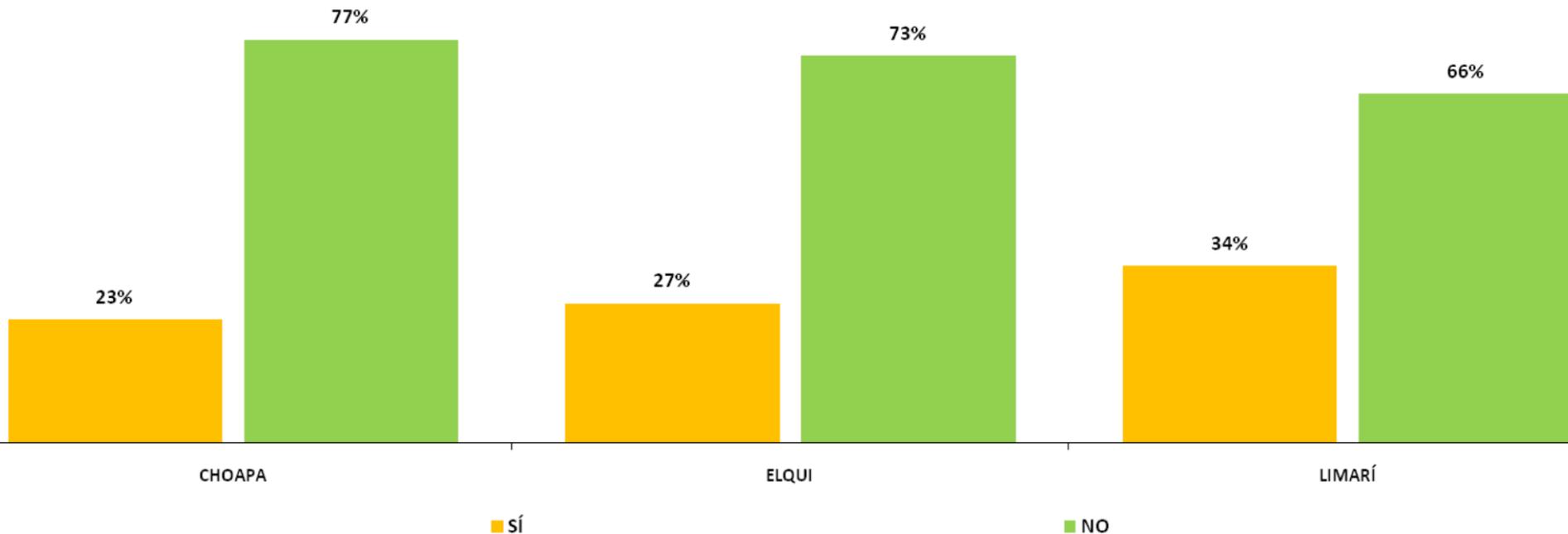
■ CONCEPCIÓN+TALCAHUANO (N=348)



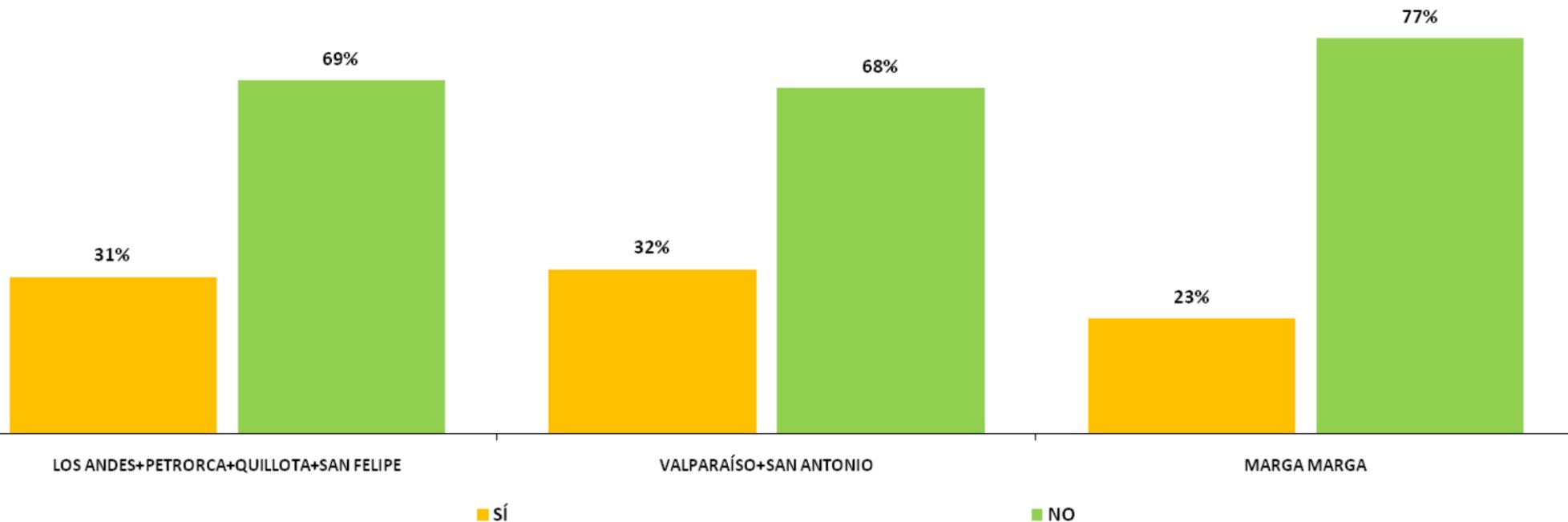
# PORCENTAJE QUE LEYÓ UN DIARIO (NACIONAL O REGIONAL) DURANTE EL DÍA DE AYER



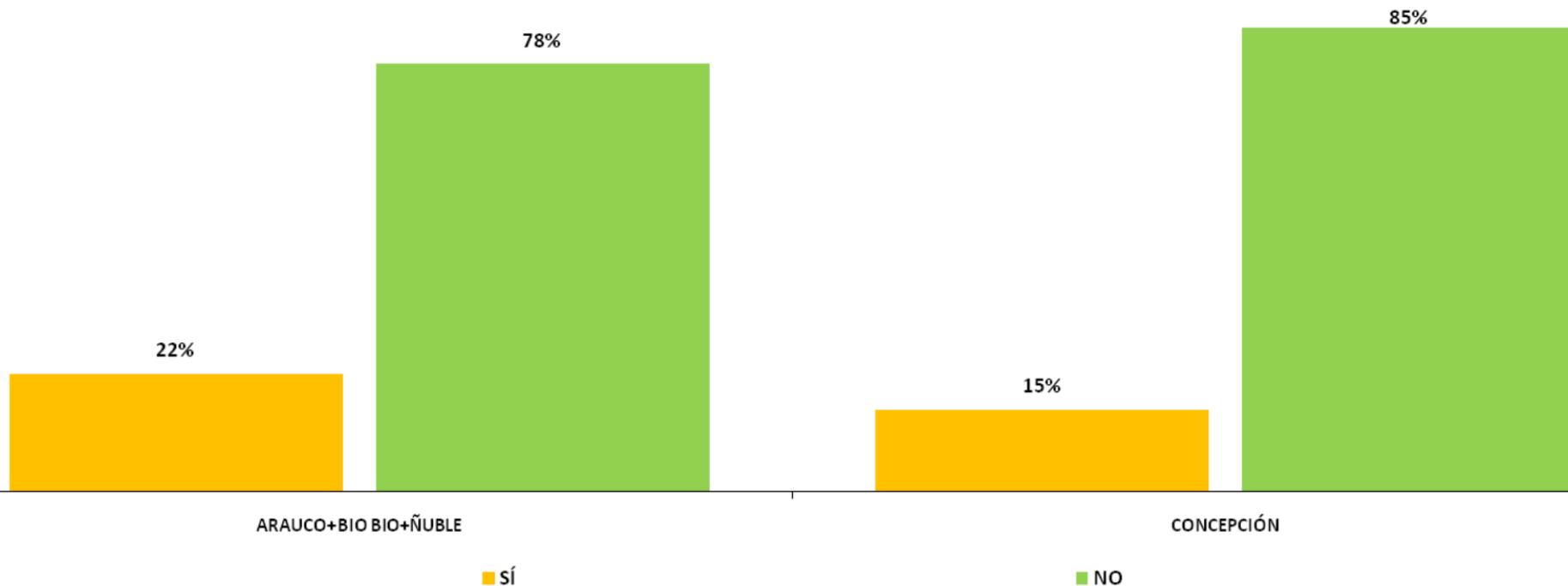
# PORCENTAJE QUE LEYÓ UN DIARIO (NACIONAL O REGIONAL) DURANTE EL DÍA DE AYER - PROVINCIAS IV REGIÓN



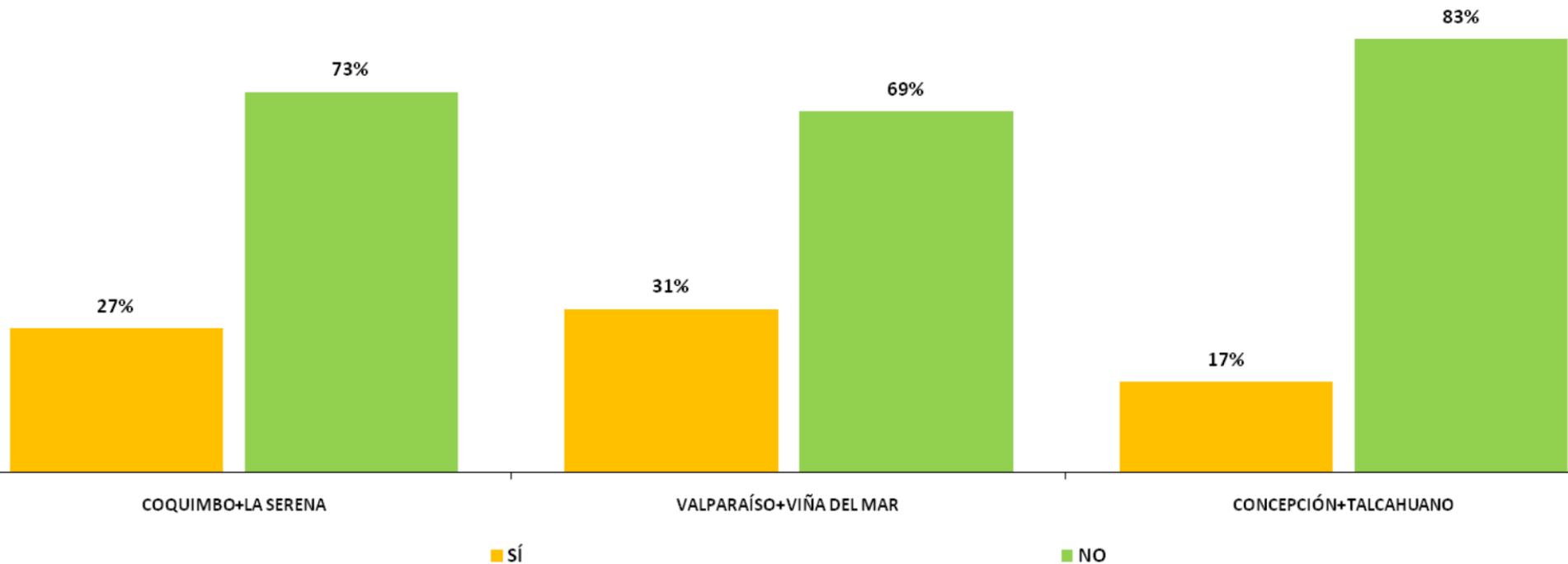
# PORCENTAJE QUE LEYÓ UN DIARIO (NACIONAL O REGIONAL) DURANTE EL DÍA DE AYER- PROVINCIAS V REGIÓN



# PORCENTAJE QUE LEYÓ UN DIARIO (NACIONAL O REGIONAL) DURANTE EL DÍA DE AYER- PROVINCIAS VIII REGIÓN



# PORCENTAJE QUE LEYÓ UN DIARIO (NACIONAL O REGIONAL) DURANTE EL DÍA DE AYER



# PORCENTAJE QUE LEYÓ UN DIARIO (NACIONAL O REGIONAL) DURANTE EL DÍA DE AYER - IV REGIÓN

|           | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|-----------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|           | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| <b>SÍ</b> | 31%    | 24%   | 21%   | 30%   | 32%   | 32%   | 30%    | 38%                  | 26% | 30% | 24% | 32%               | 26%    | 31%     |
| <b>NO</b> | 69%    | 76%   | 79%   | 70%   | 68%   | 68%   | 70%    | 62%                  | 74% | 70% | 76% | 68%               | 74%    | 69%     |

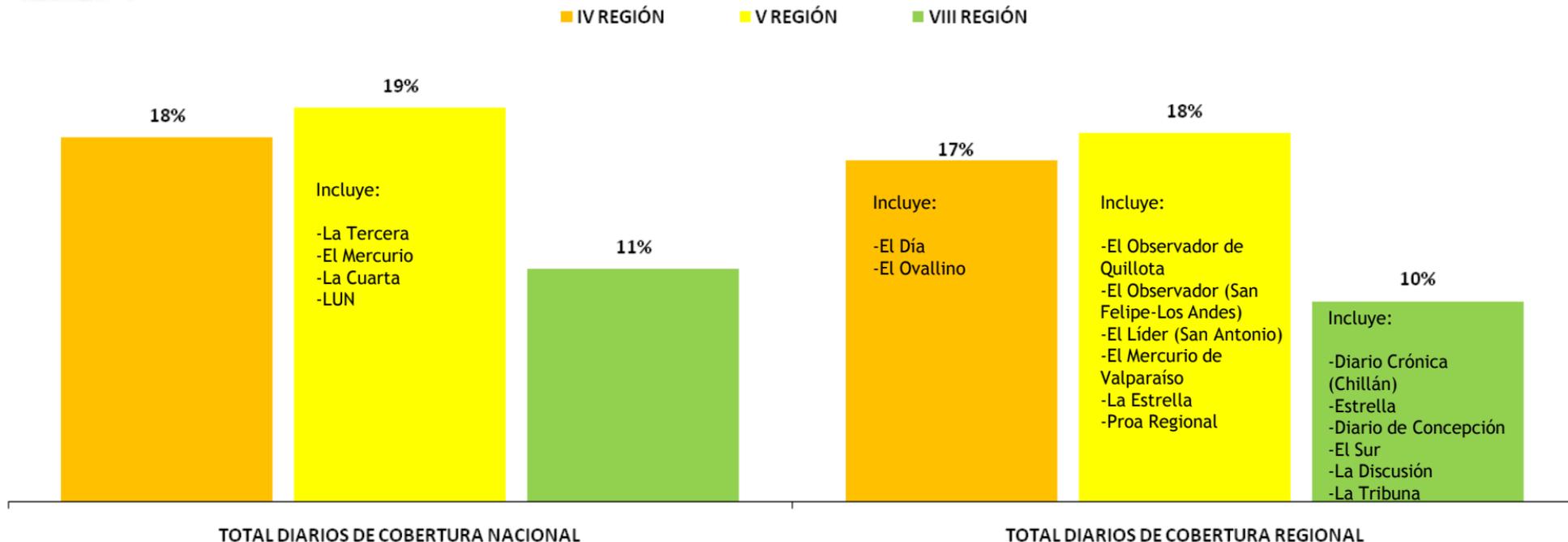
# PORCENTAJE QUE LEYÓ UN DIARIO (NACIONAL O REGIONAL) DURANTE EL DÍA DE AYER - V REGIÓN

|           | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|-----------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|           | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| <b>SÍ</b> | 34%    | 26%   | 23%   | 35%   | 31%   | 35%   | 31%    | 45%                  | 29% | 29% | 30% | 31%               | 29%    | 36%     |
| <b>NO</b> | 66%    | 74%   | 77%   | 65%   | 69%   | 65%   | 69%    | 55%                  | 71% | 71% | 70% | 69%               | 71%    | 64%     |

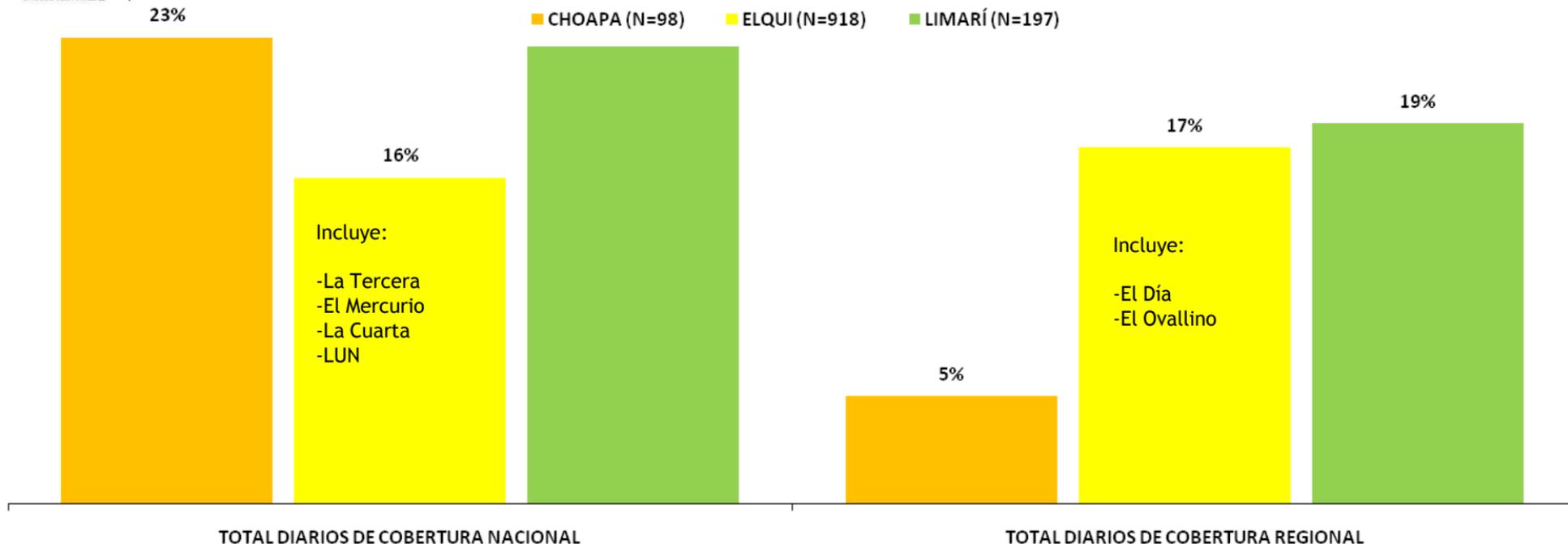
# PORCENTAJE QUE LEYÓ UN DIARIO (NACIONAL O REGIONAL) DURANTE EL DÍA DE AYER - VIII REGIÓN

|           | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|-----------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|           | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| <b>SÍ</b> | 22%    | 13%   | 16%   | 15%   | 20%   | 20%   | 17%    | 20%                  | 24% | 18% | 14% | 21%               | 16%    | 22%     |
| <b>NO</b> | 78%    | 87%   | 84%   | 85%   | 80%   | 80%   | 83%    | 80%                  | 76% | 82% | 86% | 79%               | 84%    | 78%     |

# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE EL DÍA DE AYER - NIVEL REGIONAL



# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE EL DÍA DE AYER - PROVINCIAS DE LA IV REGIÓN

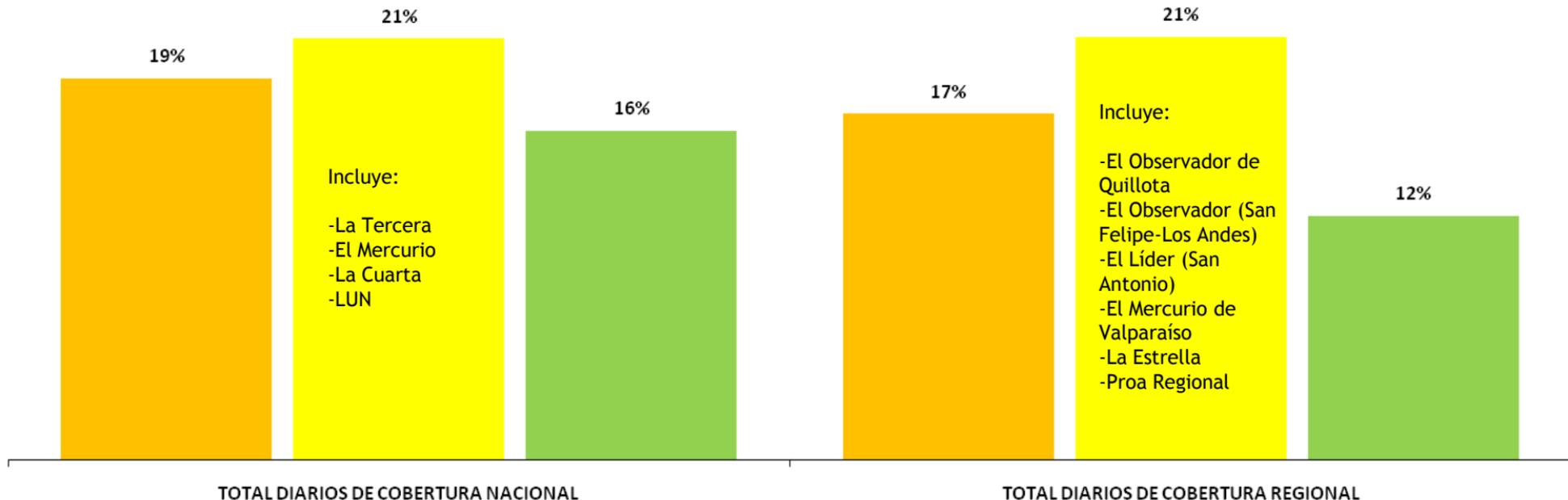


# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE EL DÍA DE AYER - PROVINCIAS DE LA V REGIÓN

■ LOS ANDES+PETRORCA+QUILLOTA+SAN FELIPE (N=286)

■ VALPARAÍSO+SAN ANTONIO (N=661)

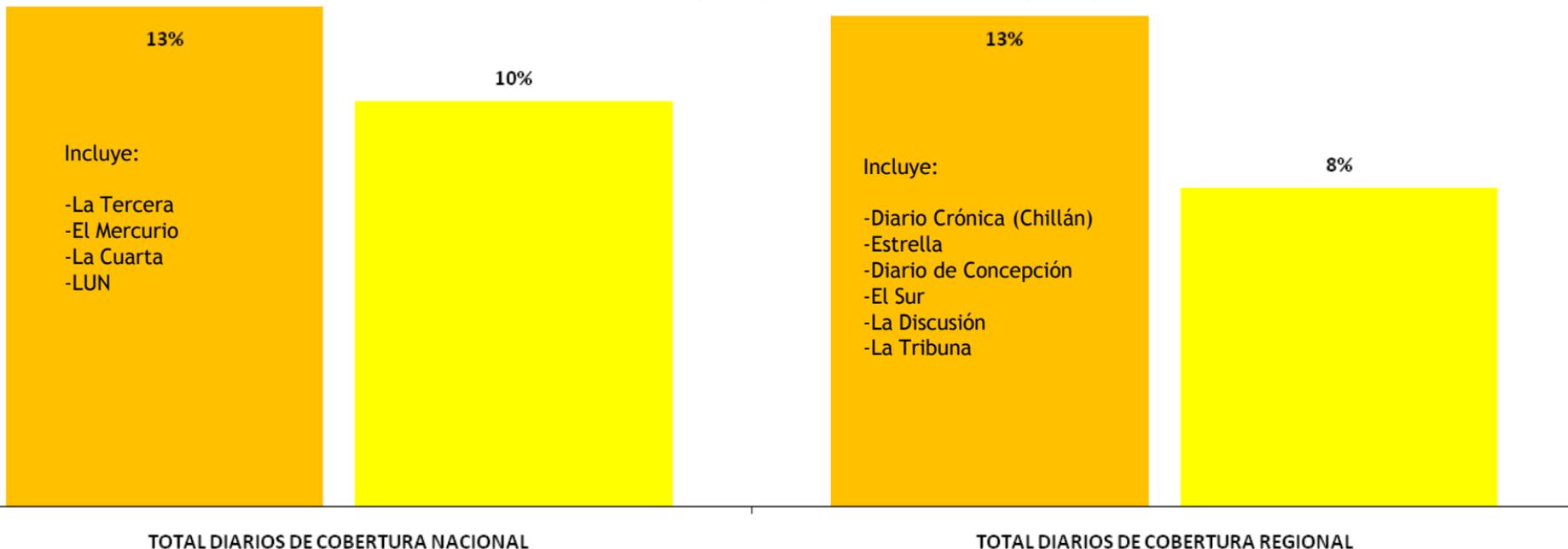
■ MARGA MARGA (N=261)



# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE EL DÍA DE AYER - PROVINCIAS DE LA VIII REGIÓN

■ ARAUCO+BIO BIO+ÑUBLE (N=423)

■ CONCEPCIÓN (N=793)

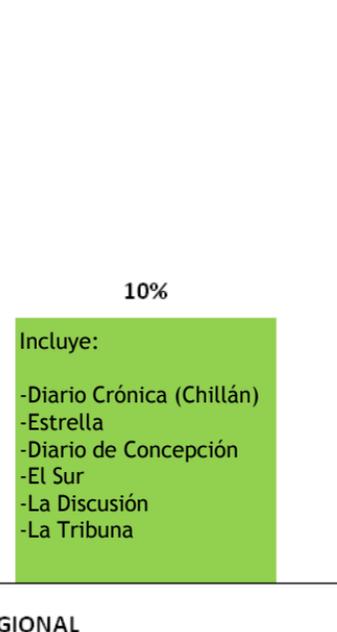
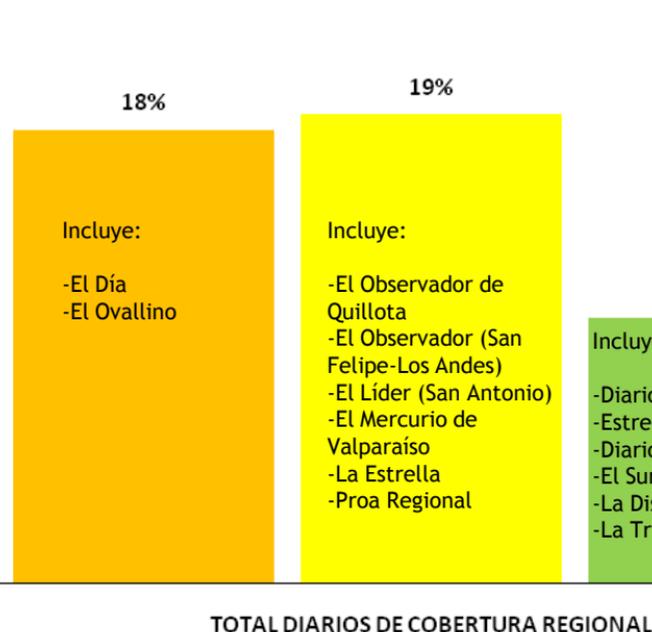
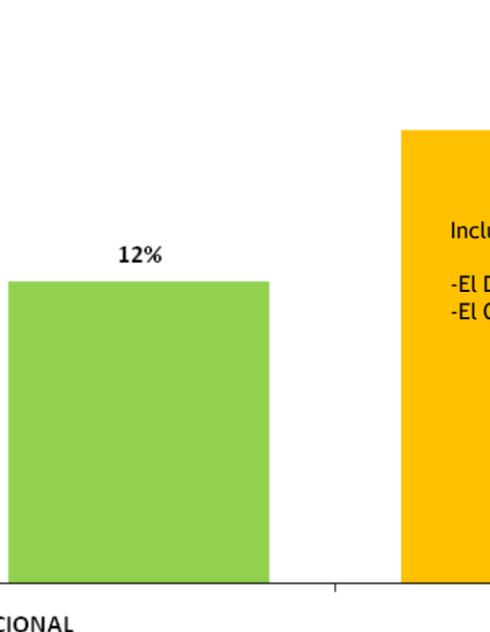


# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE EL DÍA DE AYER - PRINCIPALES CIUDADES REGIONALES

■ COQUIMBO+LA SERENA (N=880)

■ VALPARAÍSO+VIÑA DEL MAR (N=547)

■ CONCEPCIÓN+TALCAHUANO (N=348)



# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE EL DÍA DE AYER - IV REGIÓN

|   | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|---|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|   | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| <b>CONSUMO DE DIARIOS IMPRESOS NACIONALES EN EL DÍA DE AYER</b> | 20%    | 15%   | 13%   | 20%   | 21%   | 20%   | 19%    | 31%                  | 17% | 20% | 14% | 17%               | 16%    | 24%     |
| <b>CONSUMO DE DIARIOS IMPRESOS REGIONALES EN EL DÍA DE AYER</b> | 18%    | 16%   | 13%   | 18%   | 19%   | 18%   | 17%    | 18%                  | 18% | 17% | 16% | 21%               | 16%    | 19%     |

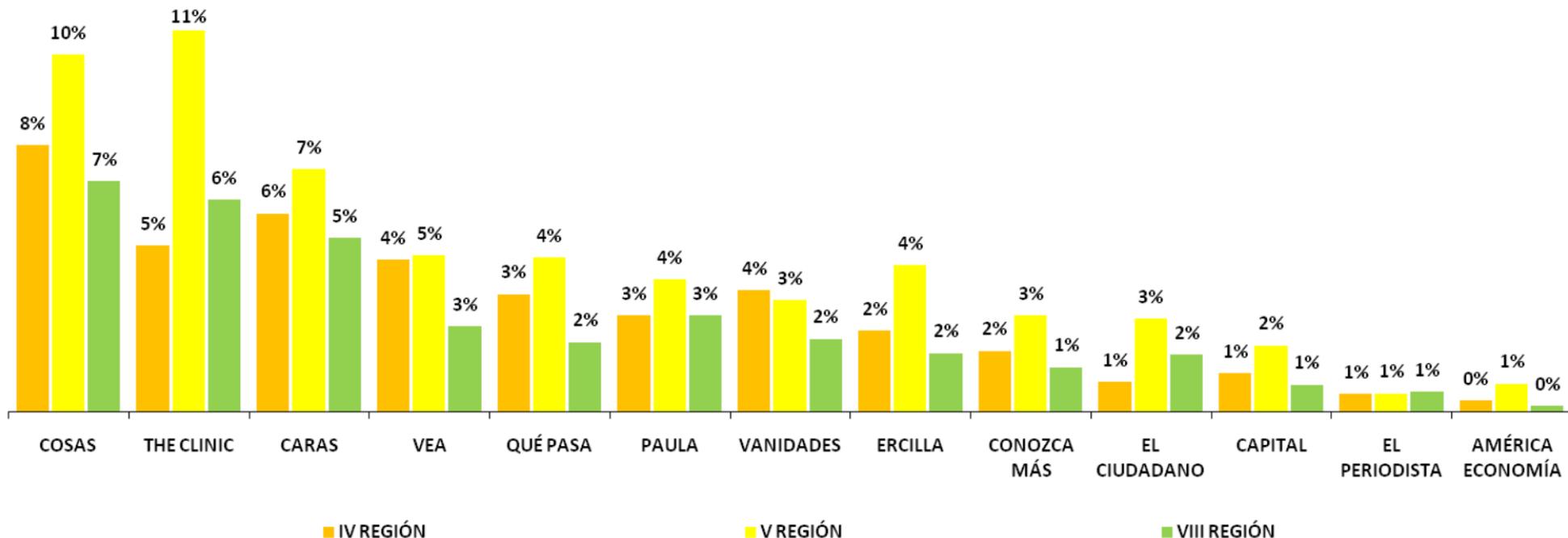
# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE EL DÍA DE AYER - V REGIÓN

|   | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|---|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|   | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| <b>CONSUMO DE DIARIOS IMPRESOS NACIONALES EN EL DÍA DE AYER</b> | 23%    | 15%   | 16%   | 22%   | 20%   | 23%   | 19%    | 34%                  | 22% | 19% | 17% | 21%               | 19%    | 23%     |
| <b>CONSUMO DE DIARIOS IMPRESOS REGIONALES EN EL DÍA DE AYER</b> | 19%    | 17%   | 13%   | 22%   | 19%   | 21%   | 18%    | 22%                  | 14% | 17% | 20% | 16%               | 17%    | 19%     |

# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN LEÍDO MEDIOS DE COBERTURA NACIONAL O REGIONAL DURANTE EL DÍA DE AYER - VIII REGIÓN

|  | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |    | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|--|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|----|-------------------|--------|---------|
|  | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| CONSUMO DE DIARIOS IMPRESOS NACIONALES EN EL DÍA DE AYER | 14%    | 9%    | 12%   | 9%    | 13%   | 14%   | 10%    | 13%                  | 16% | 13% | 8% | 11%               | 11%    | 17%     |
| CONSUMO DE DIARIOS IMPRESOS REGIONALES EN EL DÍA DE AYER | 12%    | 8%    | 8%    | 10%   | 11%   | 11%   | 11%    | 12%                  | 14% | 9%  | 9% | 15%               | 8%     | 10%     |

# DURANTE LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS, ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES PUBLICACIONES IMPRESAS LEYÓ? NIVEL REGIONAL (SÓLO QUIENES RESPONDEN AFIRMATIVAMENTE)



# DURANTE LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS, ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES PUBLICACIONES IMPRESAS LEYÓ? IV REGIÓN

|                   | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |    |    | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|-------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|----|----|-------------------|--------|---------|
|                   | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3 | DE | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| QUÉ PASA          | 4%     | 3%    | 2%    | 5%    | 5%    | 3%    | 3%     | 9%                   | 6%  | 2% | 3% | 2%                | 4%     | 4%      |
| CAPITAL           | 1%     | 1%    | 0%    | 1%    | 2%    | 3%    | 1%     | 4%                   | 1%  | 1% | 0% | 1%                | 1%     | 1%      |
| THE CLINIC        | 7%     | 2%    | 6%    | 8%    | 3%    | 1%    | 3%     | 12%                  | 9%  | 4% | 2% | 8%                | 4%     | 1%      |
| EL PERIODISTA     | 0%     | 1%    | 1%    | 0%    | 1%    | 0%    | 1%     | 5%                   | 0%  | 0% | 0% | 0%                | 1%     | 0%      |
| AMÉRICA ECONÓMICA | 0%     | 0%    | 0%    | 1%    | 1%    | 0%    | 0%     | 0%                   | 0%  | 0% | 1% | 0%                | 0%     | 1%      |
| EL CIUDADANO      | 1%     | 1%    | 1%    | 2%    | 1%    | 0%    | 1%     | 5%                   | 2%  | 0% | 0% | 2%                | 1%     | 0%      |
| COSAS             | 4%     | 11%   | 6%    | 9%    | 10%   | 7%    | 8%     | 5%                   | 13% | 7% | 6% | 2%                | 10%    | 13%     |
| CARAS             | 2%     | 9%    | 5%    | 10%   | 5%    | 3%    | 7%     | 3%                   | 6%  | 6% | 5% | 4%                | 6%     | 9%      |
| PAULA             | 2%     | 4%    | 2%    | 2%    | 3%    | 1%    | 6%     | 3%                   | 3%  | 3% | 2% | 4%                | 3%     | 2%      |
| ERCILLA           | 3%     | 2%    | 1%    | 5%    | 2%    | 2%    | 4%     | 2%                   | 5%  | 2% | 2% | 3%                | 3%     | 4%      |
| VANIDADES         | 2%     | 5%    | 3%    | 4%    | 4%    | 2%    | 5%     | 5%                   | 4%  | 4% | 3% | 3%                | 3%     | 6%      |
| CONOZCA MÁS       | 3%     | 1%    | 2%    | 4%    | 1%    | 1%    | 1%     | 15%                  | 1%  | 1% | 1% | 3%                | 1%     | 1%      |
| VEA               | 2%     | 6%    | 6%    | 5%    | 4%    | 3%    | 3%     | 5%                   | 6%  | 3% | 5% | 4%                | 5%     | 4%      |

# DURANTE LOS ÚLTIMO 30 DÍAS, ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES PUBLICACIONES IMPRESAS LEYÓ? V REGIÓN

|                   | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|-------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|                   | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| QUÉ PASA          | 4%     | 5%    | 6%    | 2%    | 7%    | 3%    | 3%     | 15%                  | 7%  | 3%  | 3%  | 5%                | 5%     | 6%      |
| CAPITAL           | 3%     | 1%    | 2%    | 1%    | 2%    | 2%    | 3%     | 10%                  | 3%  | 2%  | 1%  | 1%                | 1%     | 5%      |
| THE CLINIC        | 16%    | 7%    | 18%   | 11%   | 6%    | 7%    | 8%     | 22%                  | 18% | 12% | 6%  | 21%               | 10%    | 8%      |
| EL PERIODISTA     | 1%     | 0%    | 0%    | 1%    | 0%    | 1%    | 2%     | 0%                   | 0%  | 1%  | 1%  | 1%                | 0%     | 1%      |
| AMÉRICA ECONÓMICA | 1%     | 1%    | 0%    | 0%    | 2%    | 1%    | 1%     | 3%                   | 2%  | 0%  | 1%  | 0%                | 1%     | 3%      |
| EL CIUDADANO      | 4%     | 1%    | 4%    | 2%    | 2%    | 1%    | 3%     | 8%                   | 3%  | 3%  | 2%  | 7%                | 2%     | 2%      |
| COSAS             | 6%     | 15%   | 13%   | 8%    | 11%   | 10%   | 9%     | 17%                  | 12% | 8%  | 11% | 6%                | 13%    | 15%     |
| CARAS             | 4%     | 10%   | 8%    | 7%    | 8%    | 5%    | 6%     | 15%                  | 5%  | 6%  | 8%  | 6%                | 10%    | 7%      |
| PAULA             | 2%     | 6%    | 3%    | 3%    | 4%    | 4%    | 7%     | 11%                  | 3%  | 3%  | 5%  | 4%                | 3%     | 8%      |
| ERCILLA           | 5%     | 4%    | 5%    | 4%    | 4%    | 3%    | 5%     | 6%                   | 6%  | 4%  | 4%  | 4%                | 4%     | 4%      |
| VANIDADES         | 1%     | 5%    | 3%    | 2%    | 4%    | 3%    | 5%     | 13%                  | 3%  | 3%  | 2%  | 3%                | 3%     | 9%      |
| CONOZCA MÁS       | 3%     | 3%    | 4%    | 3%    | 2%    | 2%    | 2%     | 14%                  | 5%  | 1%  | 2%  | 2%                | 3%     | 7%      |
| VEA               | 3%     | 6%    | 5%    | 4%    | 4%    | 4%    | 5%     | 14%                  | 2%  | 4%  | 5%  | 3%                | 5%     | 8%      |

# DURANTE LOS ÚLTIMO 30 DÍAS, ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES PUBLICACIONES IMPRESAS LEYÓ? VIII REGIÓN

|                   | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |    |    | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|-------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|----|----|-------------------|--------|---------|
|                   | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3 | DE | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| QUÉ PASA          | 2%     | 2%    | 2%    | 2%    | 1%    | 3%    | 2%     | 3%                   | 3%  | 2% | 2% | 2%                | 2%     | 3%      |
| CAPITAL           | 1%     | 0%    | 1%    | 0%    | 2%    | 0%    | 1%     | 0%                   | 3%  | 1% | 0% | 1%                | 0%     | 3%      |
| THE CLINIC        | 6%     | 6%    | 7%    | 8%    | 6%    | 4%    | 5%     | 20%                  | 11% | 4% | 5% | 12%               | 4%     | 3%      |
| EL PERIODISTA     | 1%     | 0%    | 1%    | 0%    | 1%    | 1%    | 0%     | 3%                   | 2%  | 0% | 0% | 1%                | 1%     | 0%      |
| AMÉRICA ECONÓMICA | 0%     | 0%    | 0%    | 0%    | 1%    | 0%    | 0%     | 0%                   | 0%  | 0% | 0% | 0%                | 0%     | 0%      |
| EL CIUDADANO      | 2%     | 2%    | 2%    | 3%    | 1%    | 2%    | 2%     | 3%                   | 5%  | 1% | 1% | 3%                | 1%     | 1%      |
| COSAS             | 1%     | 12%   | 8%    | 4%    | 9%    | 6%    | 6%     | 17%                  | 6%  | 7% | 6% | 4%                | 6%     | 17%     |
| CARAS             | 1%     | 9%    | 7%    | 5%    | 4%    | 3%    | 5%     | 13%                  | 7%  | 4% | 5% | 7%                | 4%     | 8%      |
| PAULA             | 0%     | 5%    | 3%    | 3%    | 1%    | 4%    | 3%     | 6%                   | 1%  | 4% | 3% | 2%                | 3%     | 1%      |
| ERCILLA           | 2%     | 1%    | 2%    | 1%    | 2%    | 4%    | 0%     | 0%                   | 2%  | 2% | 1% | 1%                | 2%     | 0%      |
| VANIDADES         | 1%     | 4%    | 2%    | 3%    | 1%    | 3%    | 3%     | 0%                   | 3%  | 3% | 1% | 1%                | 2%     | 1%      |
| CONOZCA MÁS       | 1%     | 2%    | 3%    | 0%    | 2%    | 0%    | 1%     | 6%                   | 1%  | 2% | 0% | 2%                | 1%     | 2%      |
| VEA               | 1%     | 4%    | 4%    | 3%    | 1%    | 1%    | 3%     | 0%                   | 2%  | 3% | 3% | 2%                | 1%     | 3%      |

- 23,8% de la población que habita en las tres regiones asegura haber leído ayer algún diario, ya sea de cobertura nacional o regional.
- La VIII Región presenta un nivel de lectoría de diarios (tanto nacionales como regionales) muy inferior a las otras dos regiones del estudio. De hecho, en esta zona la cifra asciende a 17,2%; frente a 27,5% en la IV y 29,8% en la VIII.
- Se observa gran similitud en los niveles de lectoría de diarios impresos de carácter nacional y regional en cada una de las regiones tanto al considerar los últimos 30 días, como la última semana o el día de ayer.

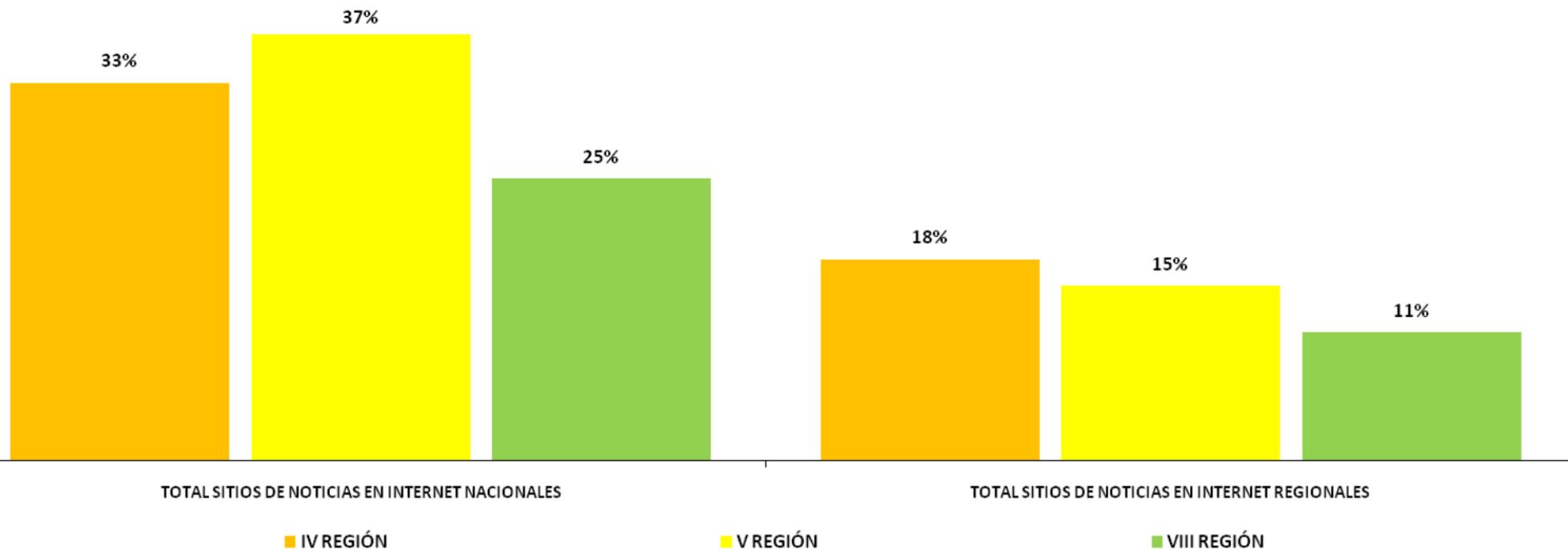
- Respecto a las características de los lectores, hay dos grandes diferencias entre los medios nacionales y regionales:
  - 1) Medios nacionales tienen mayores niveles de lectoría entre hombres que los regionales
  - 2) Medios nacionales tienen mayores niveles de lectoría entre sectores de altos ingresos, particularmente el segmento ABC1
- En términos etarios, se observa un muy bajo nivel de lectoría en los jóvenes (población menor de 30 años)
- Las revistas impresas presentan un bajo nivel de lectoría.



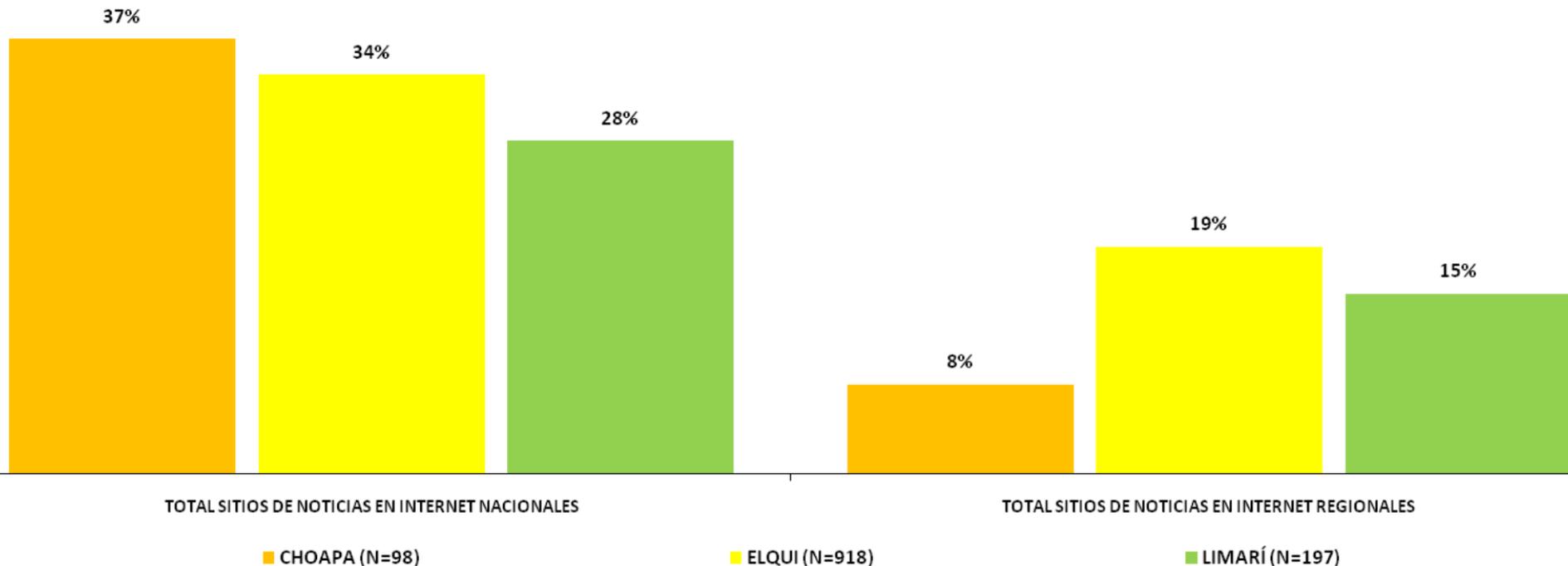
## Uso de sitios de noticias en Internet

medios escritos

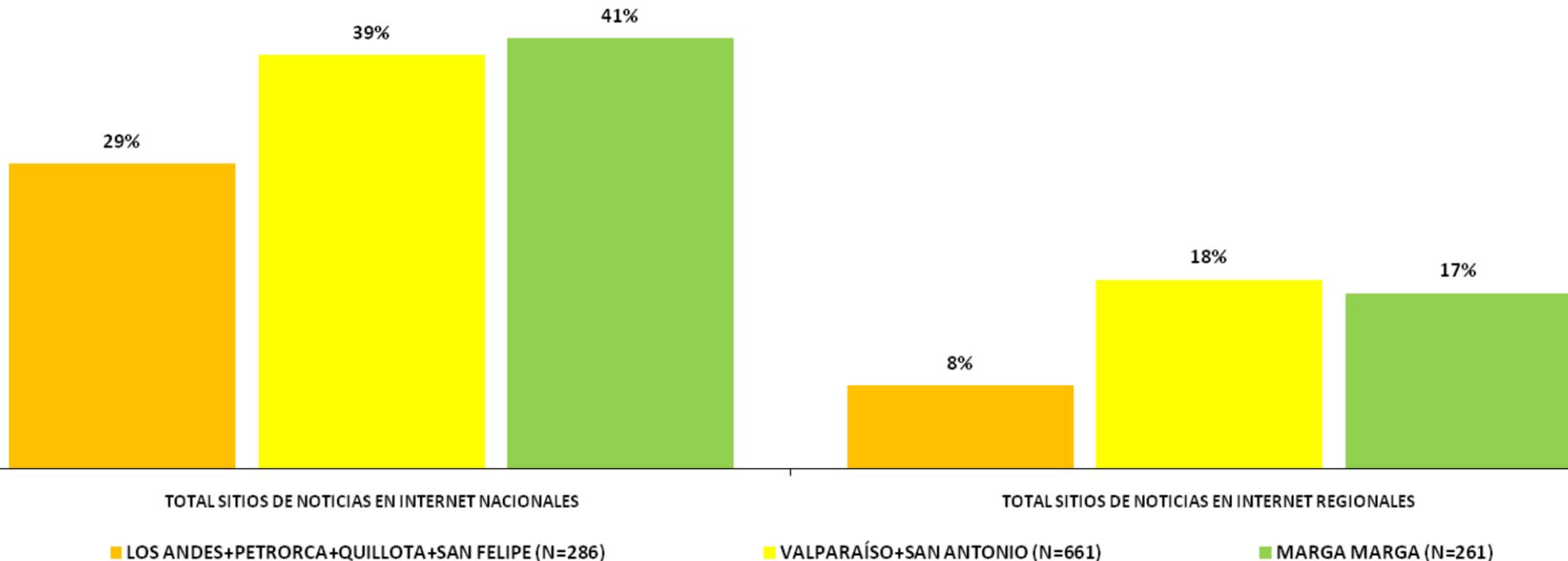
# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ACCEDIDO A SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET NACIONALES O REGIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS (SÓLO QUIENES RESPONDEN AFIRMATIVAMENTE)



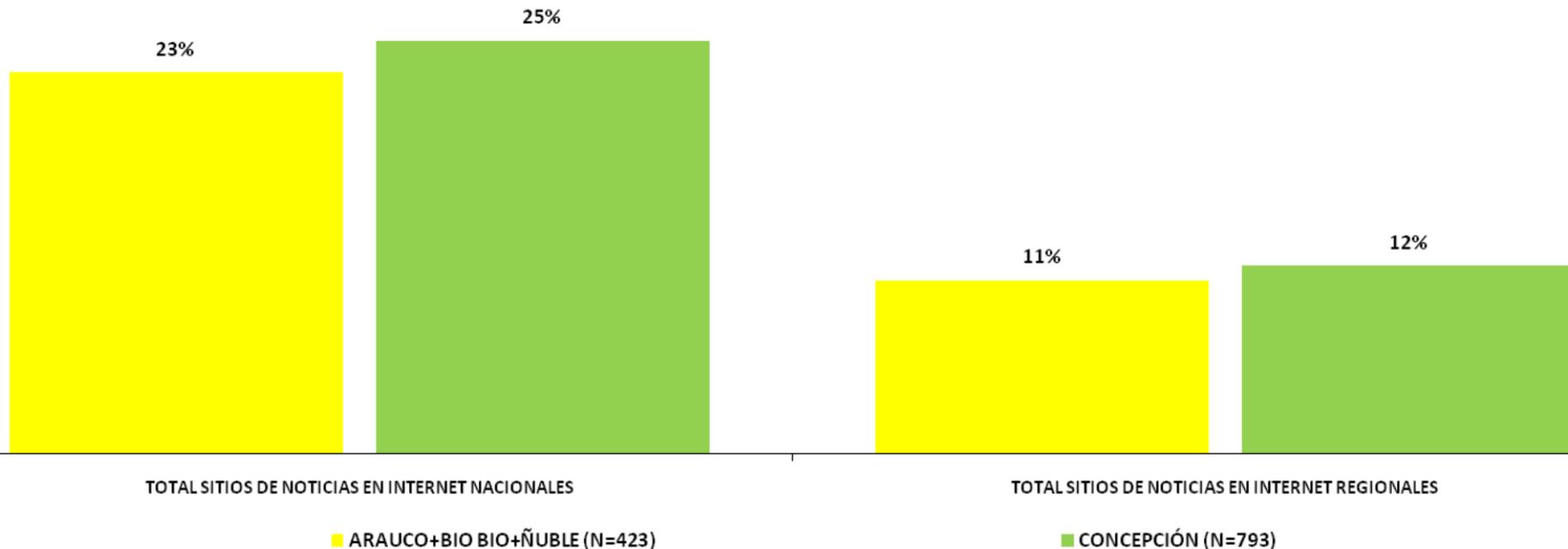
# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ACCEDIDO A SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET NACIONALES O REGIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS - PROVINCIAS DE LA IV REGIÓN (SÓLO QUIENES RESPONDEN AFIRMATIVAMENTE)



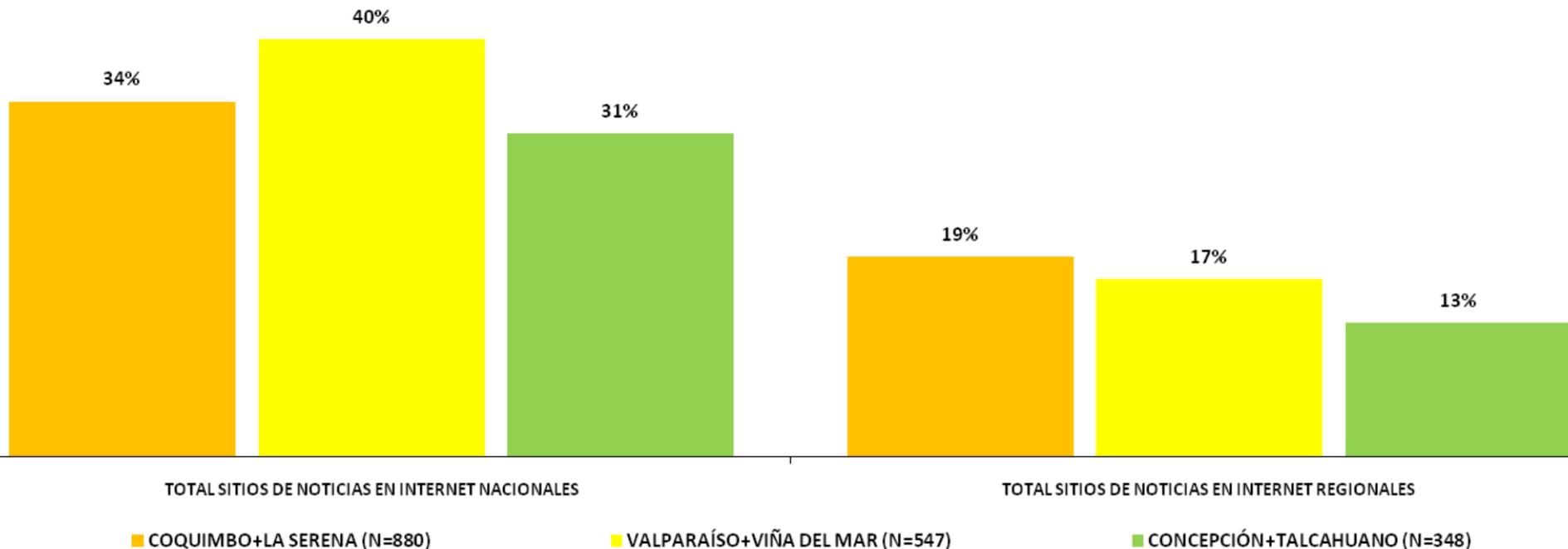
# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ACCEDIDO A SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET NACIONALES O REGIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS- PROVINCIAS DE LA V REGIÓN (SÓLO QUIENES RESPONDEN AFIRMATIVAMENTE)



# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ACCEDIDO A SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET NACIONALES O REGIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS - PROVINCIAS DE LA VIII REGIÓN (SÓLO QUIENES RESPONDEN AFIRMATIVAMENTE)



# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ACCEDIDO A SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET NACIONALES O REGIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS - PRINCIPALES CIUDADES REGIONALES (SÓLO QUIENES RESPONDEN AFIRMATIVAMENTE)



# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ACCEDIDO A SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET NACIONALES O REGIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS - IV REGIÓN

|  | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|--|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|  | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| CONSUMO DE SITIOS DE NOTIIAS EN INTERNET NACIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS | 40%    | 26%   | 48%   | 48%   | 28%   | 17%   | 7%     | 68%                  | 52% | 37% | 15% | 40%               | 37%    | 33%     |
| CONSUMO DE SITIOS DE NOTIIAS EN INTERNET REGIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS | 20%    | 16%   | 22%   | 31%   | 16%   | 8%    | 5%     | 26%                  | 31% | 19% | 9%  | 22%               | 19%    | 20%     |

# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ACCEDIDO A SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET NACIONALES O REGIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS - V REGIÓN

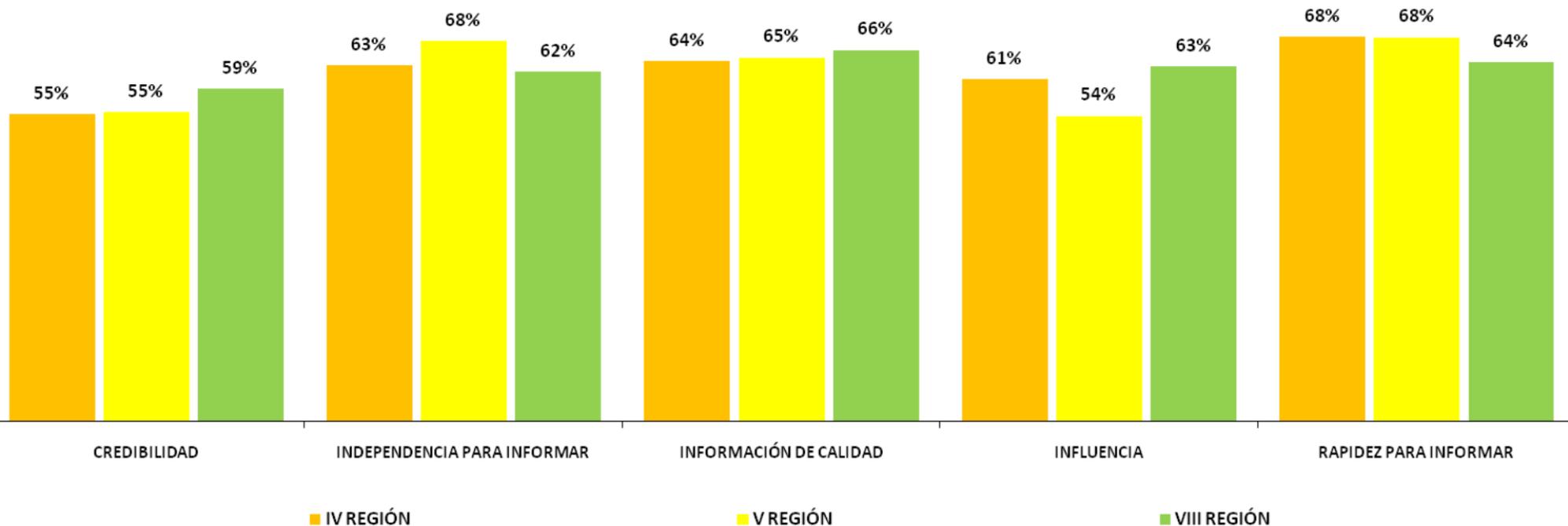
|  | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|--|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|  | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| CONSUMO DE SITIOS DE NOTIIAS EN INTERNET NACIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS | 43%    | 32%   | 58%   | 49%   | 29%   | 25%   | 8%     | 66%                  | 63% | 39% | 21% | 46%               | 36%    | 40%     |
| CONSUMO DE SITIOS DE NOTIIAS EN INTERNET REGIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS | 17%    | 14%   | 23%   | 24%   | 13%   | 8%    | 2%     | 38%                  | 27% | 14% | 8%  | 21%               | 14%    | 11%     |

# PORCENTAJE DE PERSONAS QUE HAN ACCEDIDO A SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET NACIONALES O REGIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS - VIII REGIÓN

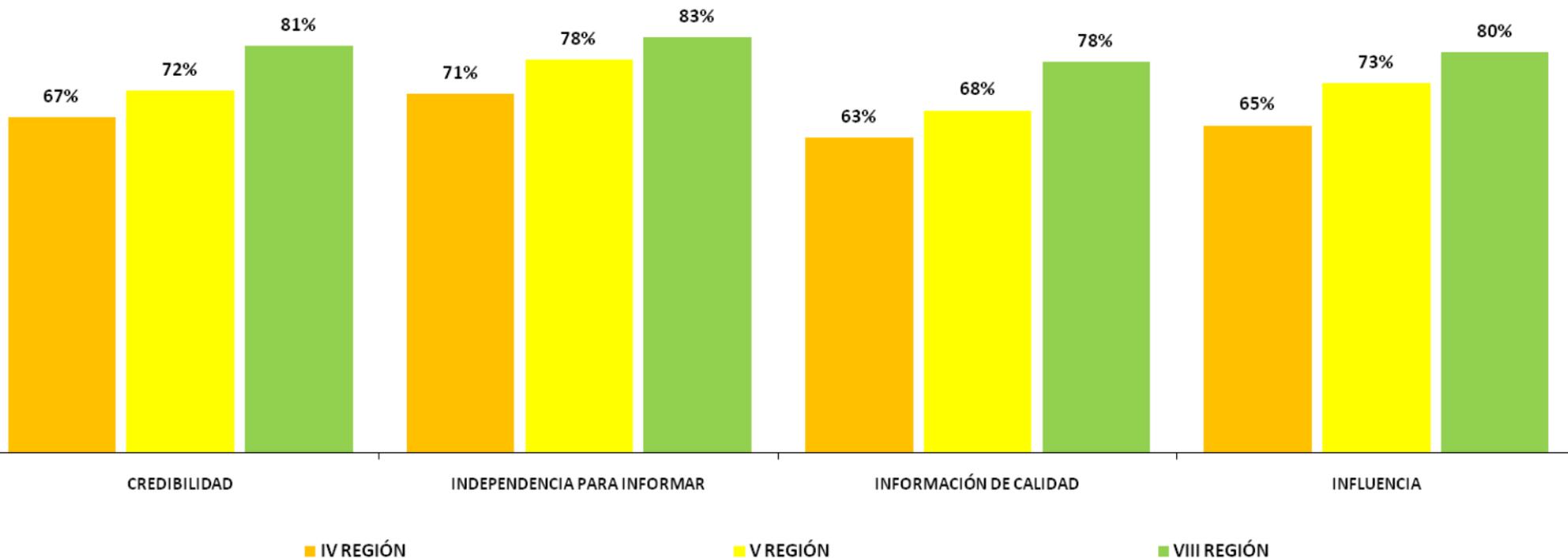
|   | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|---|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|   | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| CONSUMO DE SITIOS DE NOTIAS EN INTERNET NACIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS | 27%    | 22%   | 45%   | 25%   | 18%   | 14%   | 2%     | 67%                  | 42% | 26% | 13% | 31%               | 22%    | 25%     |
| CONSUMO DE SITIOS DE NOTIAS EN INTERNET REGIONALES DURANTE LOS ÚLTIMOS 7 DÍAS | 12%    | 10%   | 19%   | 13%   | 9%    | 7%    | 1%     | 27%                  | 15% | 14% | 6%  | 10%               | 13%    | 8%      |

# COMPARANDO CON LAS RADIOS EN GENERAL, ¿USTED DIRÍA QUE SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET TIENEN MÁS O MENOS LOS SIGUIENTES ATRIBUTOS? (TIENEN MÁS)

(SÓLO PARA QUIENES AFIRMAN LEER AL MENOS UN SITIO DE NOTICIAS EN INTERNET)

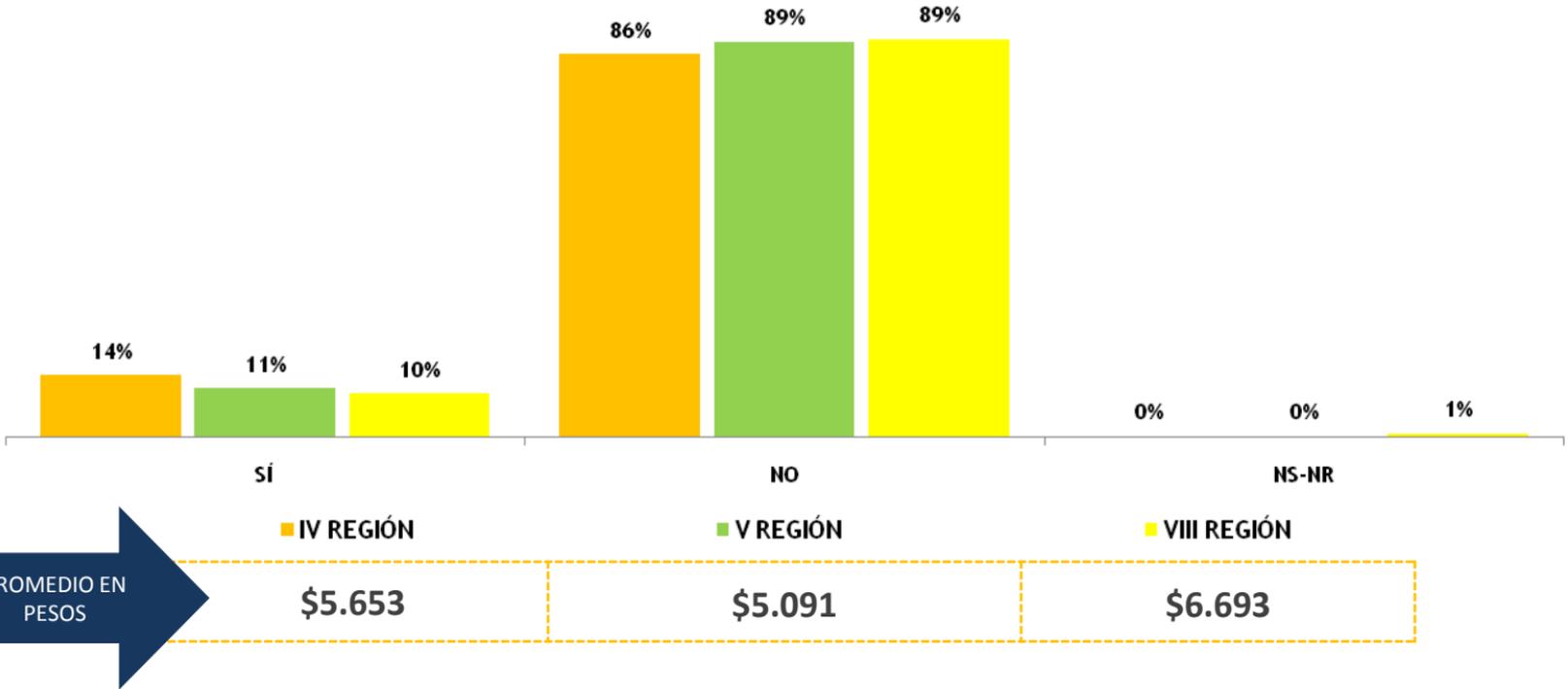


# COMPARANDO CON LOS DIARIOS EN PAPEL, EN GENERAL, ¿USTED DIRÍA QUE LAS RADIOS TIENEN MÁS O MENOS LOS SIGUIENTES ATRIBUTOS? (TIENEN MÁS)

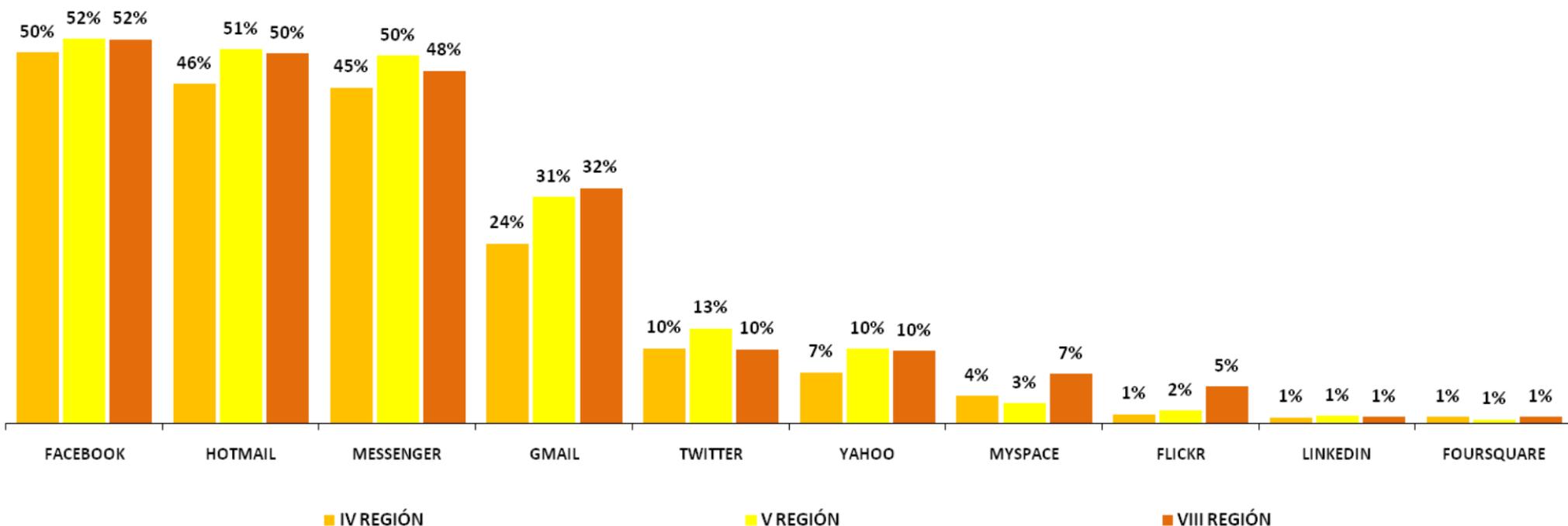


# - SI LE COBRARAN UN PRECIO RAZONABLE, ¿USTED ESTARÍA O NO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR PARA INGRESAR A UN SITIO DE NOTICIAS EN INTERNET?

- (SÓLO QUIENES RESPONDEN AFIRMATIVAMENTE) ¿HASTA CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR MENSUALMENTE?



# ACTUALMENTE, ¿USTED TIENE O NO TIENE UNA CUENTA ACTIVA EN ALGUNO DE LOS SIGUIENTES SITIOS DE INTERNET? (SÓLO QUIENES RESPONDEN AFIRMATIVAMENTE)



- En cada una de las regiones, los medios online todavía obtienen niveles de lectoría inferiores a los diarios impresos (cuando se pregunta por el uso de ambos medios durante los últimos siete días). Las diferencias en cada zona son estadísticamente significativas, pero no de una gran magnitud.
- La V Región es la que presenta mayor penetración de los sitios de noticias online.
- Los medios nacionales online presentan niveles de lectoría muy superiores a sus competidores de regiones.
- Perfil de lectores de medios de noticias online: fuerte presencia de hombres, grupos jóvenes y segmentos de altos ingresos.

- Nivel de lectoría de jóvenes (entre 15 y 29 años) es muy superior respecto a los medios impresos. Mientras los diarios impresos de cobertura nacional presentaban niveles de lectoría 34% en la IV Región, 39% en la V y 28% en la VIII; estas cifras para los medios en sus versión online sube a 48%, 58%, 45% respectivamente.
- En comparación con los medios impresos, aumenta el número de lectores que declara tener una posición política de “izquierda”.
- Horarios peak de consumo: 1) Entre 8:00 y 10:00 hrs.; 2) Entre 20:30 y 22:30 hrs.

- 80% de las personas que usan medios de noticias de online destinan una hora o menos al día a esta actividad.
- Las personas dispuestas a pagar por noticias a través de Internet aún forman un grupo minoritario, que oscila entre 10% y 14% de aquéllos que actualmente acceden a esos sitios.
- La red social más utilizada, por lejos, es Facebook con una penetración en torno al 50% en cada región, bastante más atrás se encuentra Twitter con un alcance entre 8 y 12% de la población de cada zona.

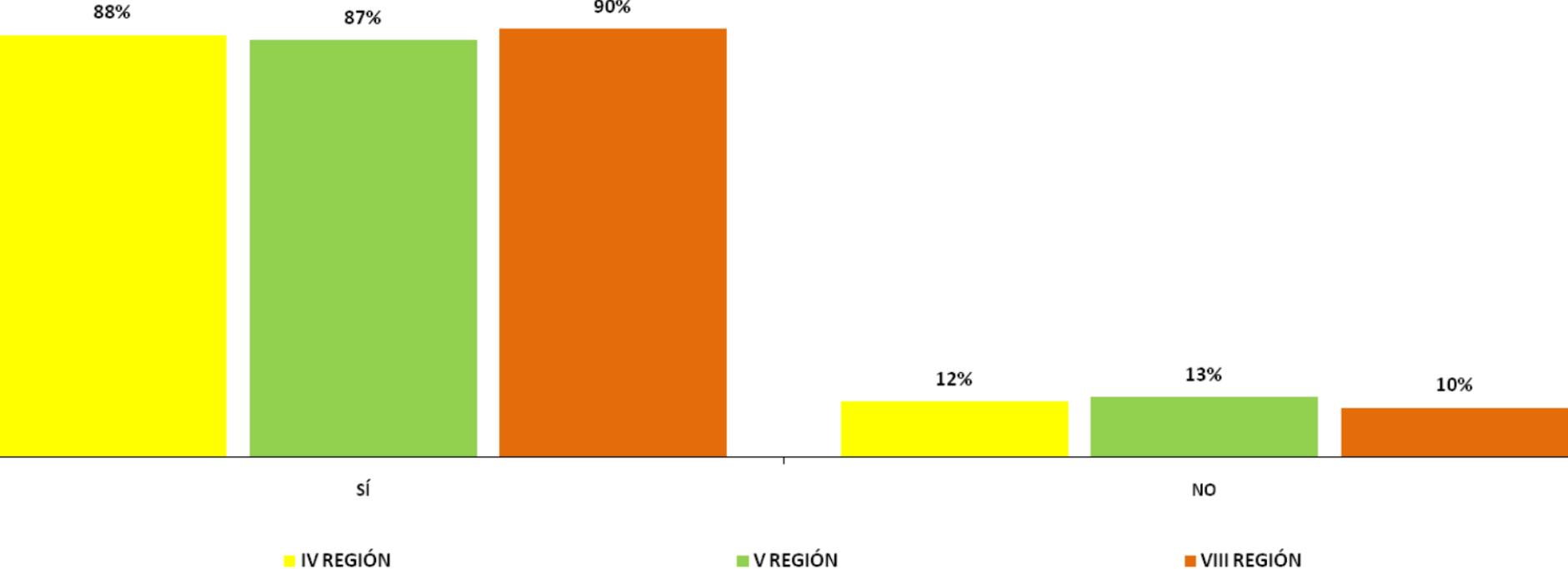


# Uso de Radio

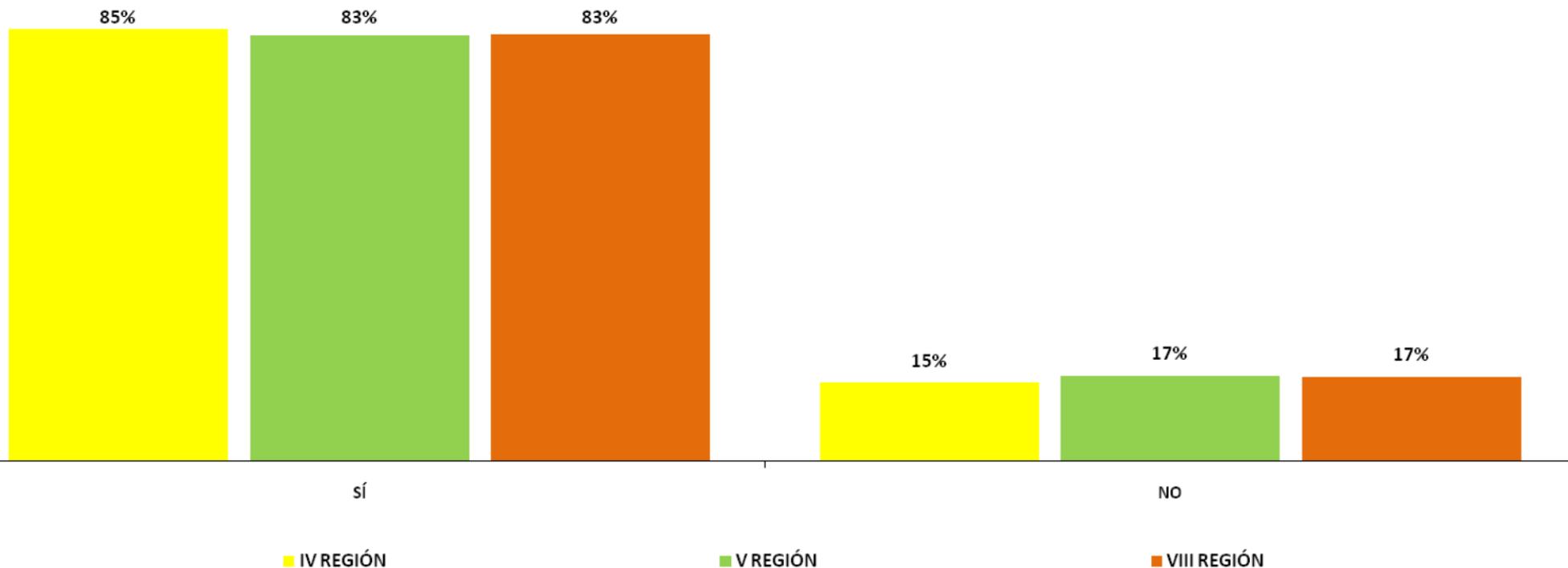
Consumo de Medios



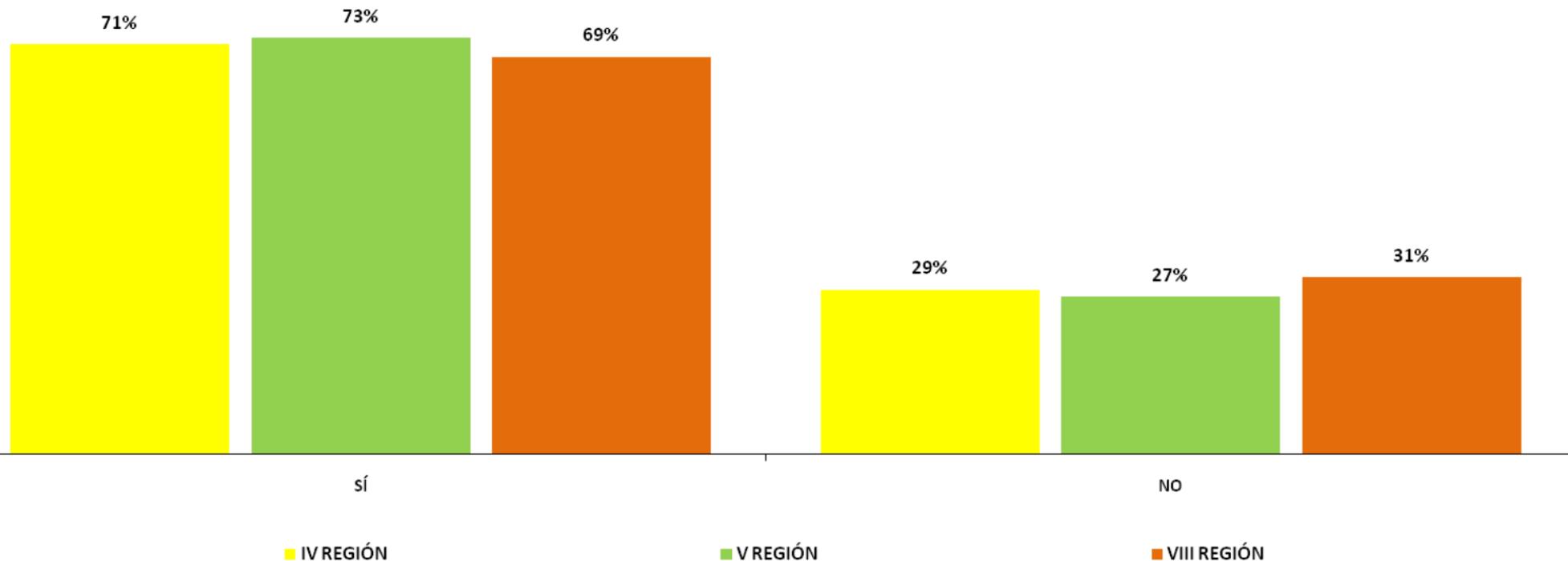
# EN LOS ÚLTIMO 30 DÍAS, ¿USTED ESCUCHÓ O NO ESCUCHÓ LA RADIO?



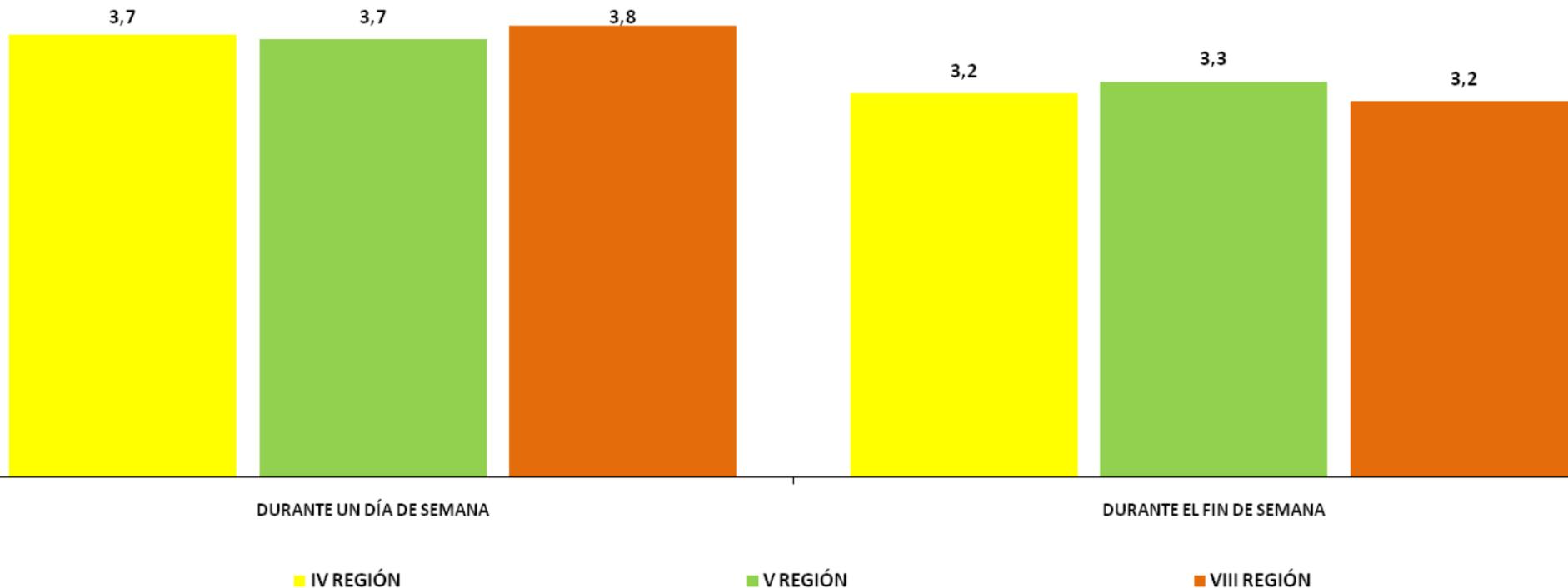
# EN LOS ÚLTIMO 7 DÍAS, ¿USTED ESCUCHÓ O NO ESCUCHÓ LA RADIO?



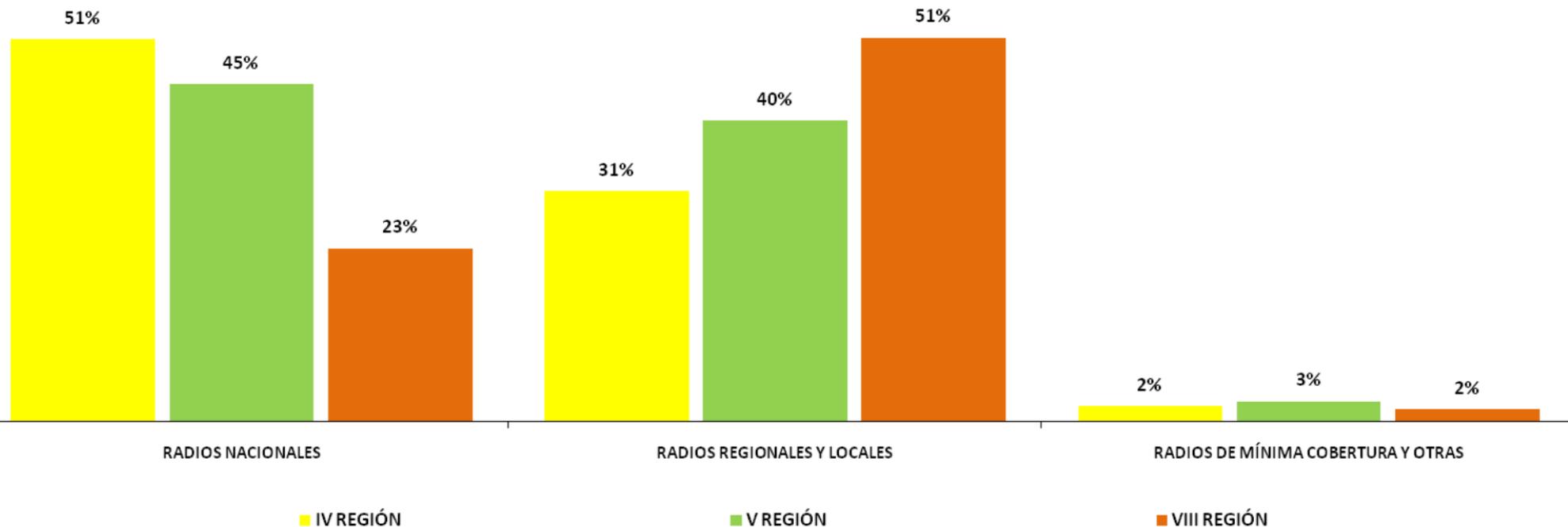
# EN EL DÍA DE AYER, ¿USTED ESCUCHÓ O NO ESCUCHÓ LA RADIO?



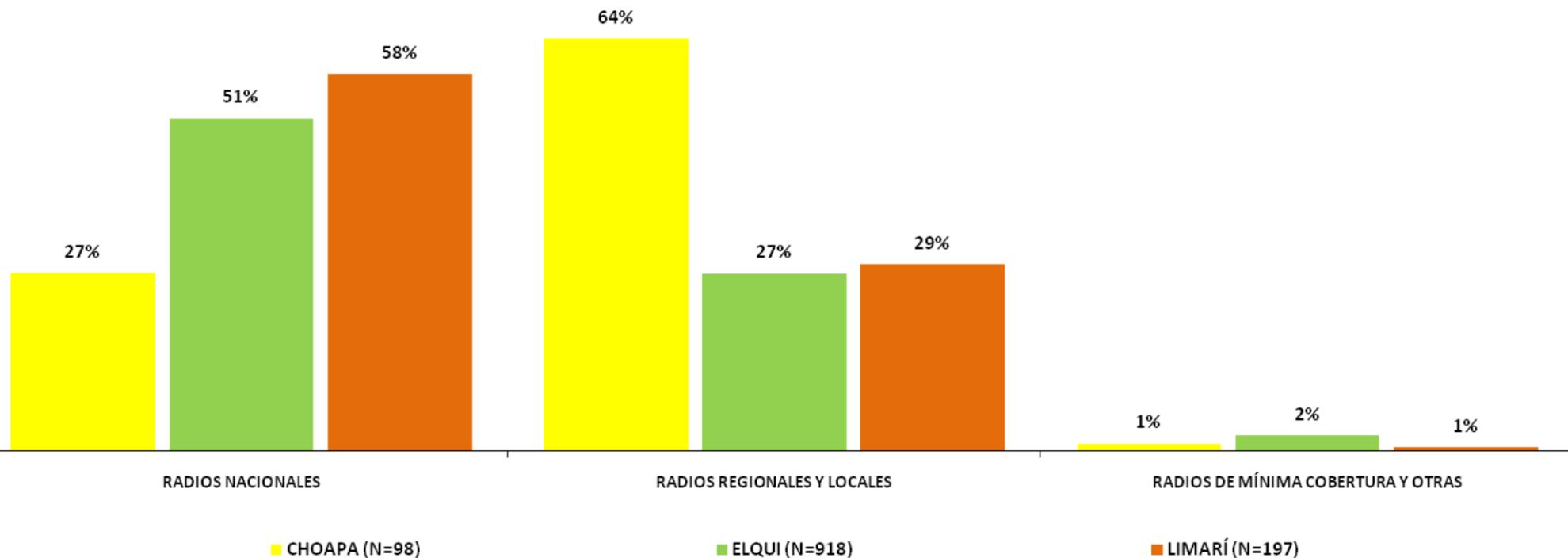
# HABITUALMENTE, ¿CUÁNTAS HORAS DE RADIO ESCUCHA USTED DIARIAMENTE? (PROMEDIO)



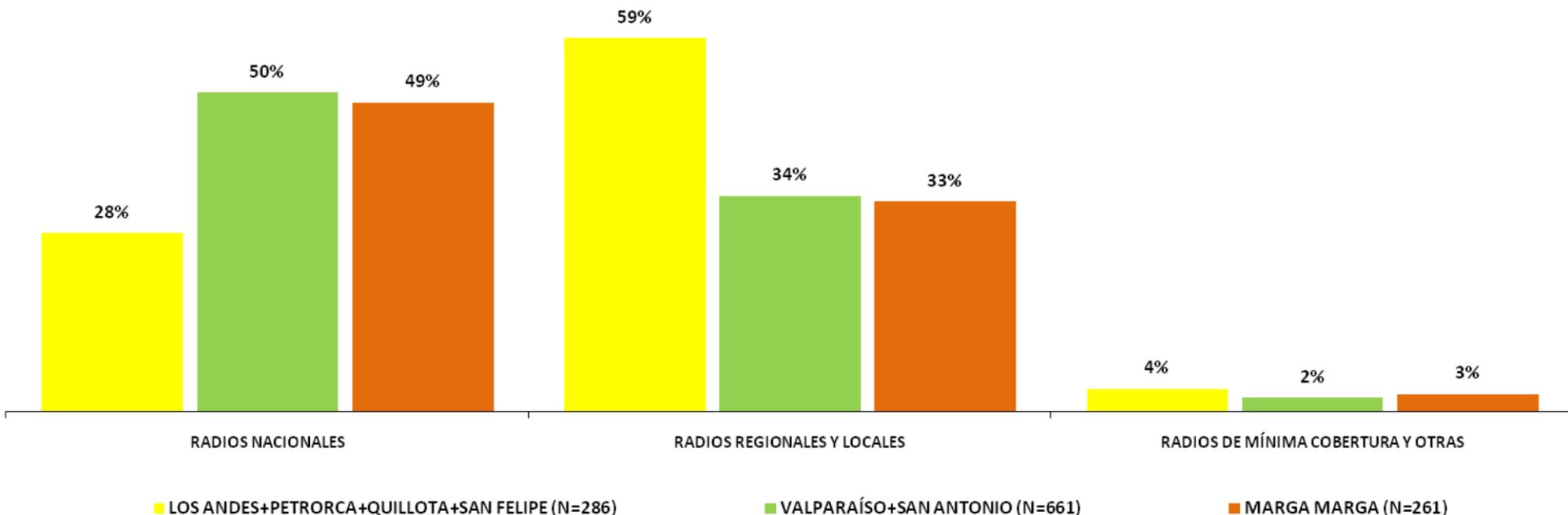
# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHÓ AYER



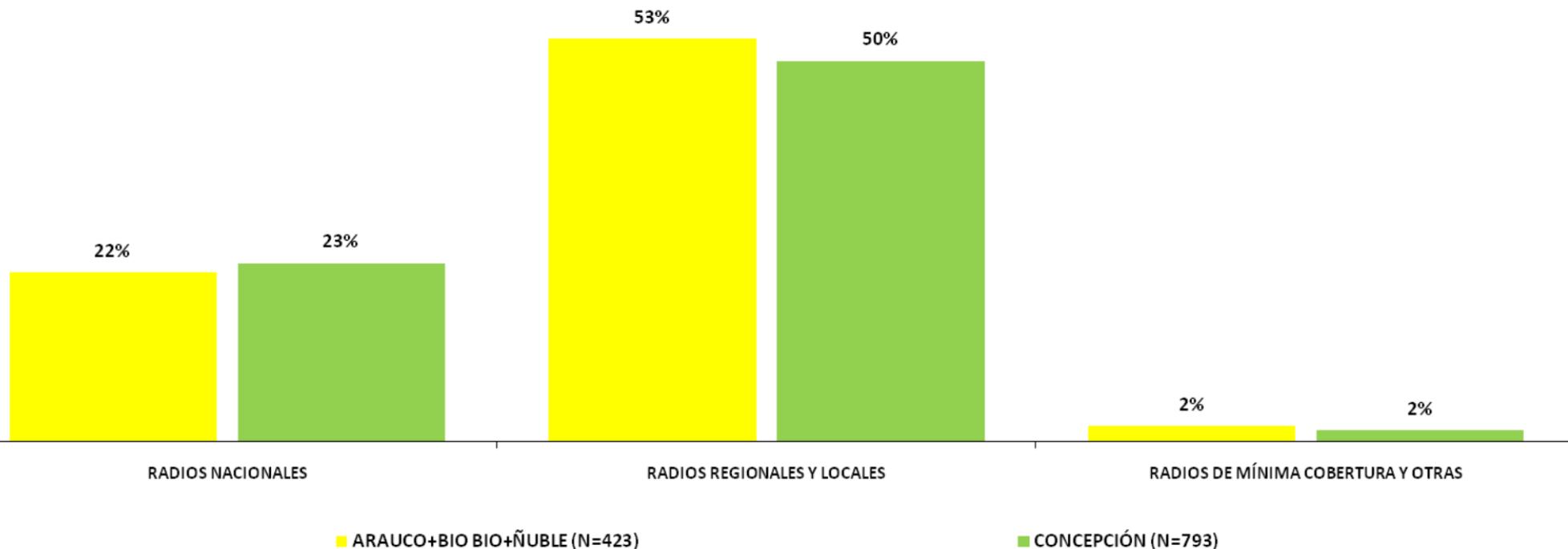
# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHÓ AYER - PROVINCIAS DE LA IV REGIÓN



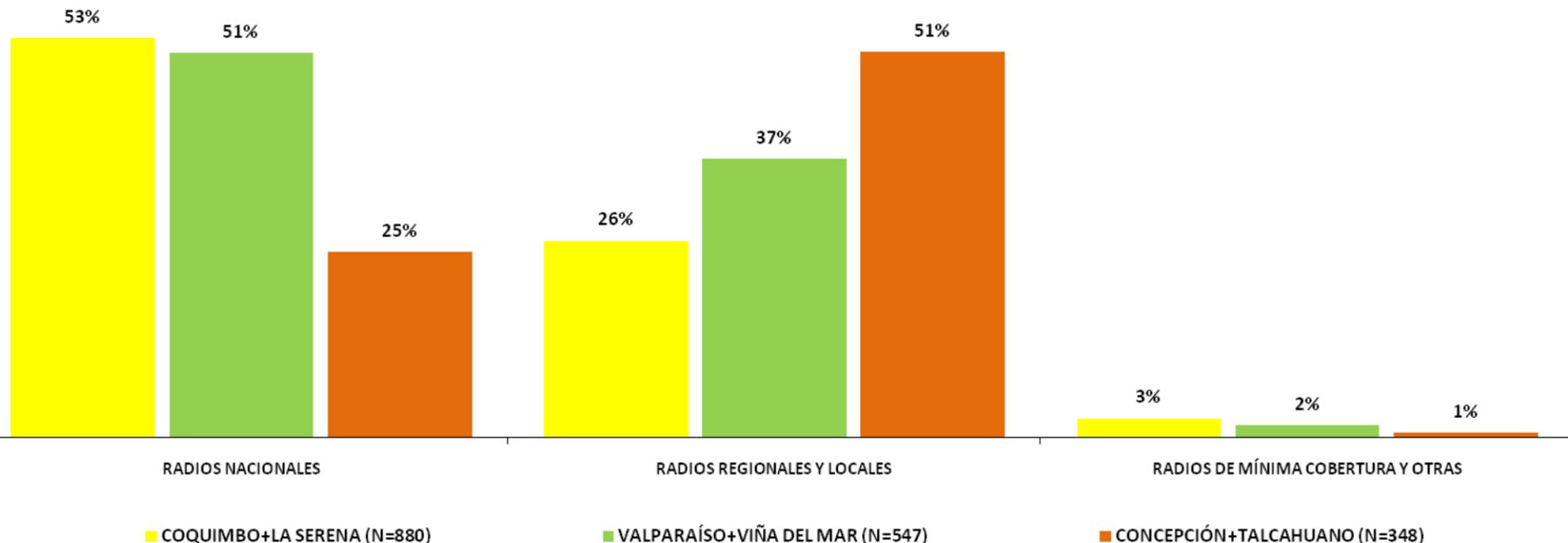
# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHÓ AYER - PROVINCIAS DE LA V REGIÓN



# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHÓ AYER - PROVINCIAS DE LA VIII REGIÓN



# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHÓ AYER - PRINCIPALES CIUDADES REGIONALES



# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHÓ AYER - IV REGIÓN

|  | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|--|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|  | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| CONSUMO DE RADIOS NACIONALES DURANTE EL DÍA DE AYER                  | 53%    | 49%   | 53%   | 56%   | 52%   | 46%   | 43%    | 55%                  | 54% | 54% | 44% | 53%               | 47%    | 52%     |
| CONSUMO DE RADIOS REGIONALES O LOCALES DURANTE EL DÍA DE AYER        | 27%    | 34%   | 13%   | 35%   | 36%   | 44%   | 41%    | 19%                  | 19% | 29% | 39% | 29%               | 31%    | 27%     |
| CONSUMO DE RADIOS DE MÍNIMA COBERTURA U OTRAS DURANTE EL DÍA DE AYER | 1%     | 3%    | 0%    | 1%    | 1%    | 5%    | 4%     | 2%                   | 2%  | 2%  | 2%  | 1%                | 3%     | 2%      |

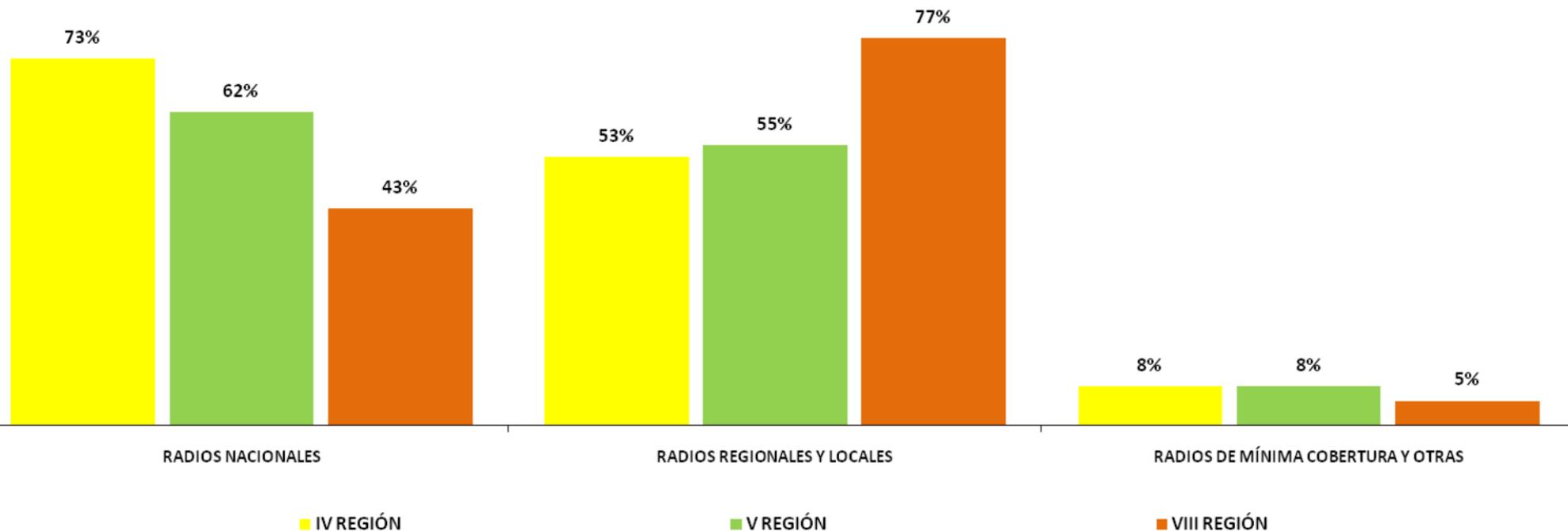
# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHÓ AYER - V REGIÓN

|  | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|--|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|  | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| CONSUMO DE RADIOS NACIONALES DURANTE EL DÍA DE AYER                  | 47%    | 42%   | 47%   | 49%   | 45%   | 45%   | 36%    | 55%                  | 46% | 47% | 41% | 46%               | 45%    | 42%     |
| CONSUMO DE RADIOS REGIONALES O LOCALES DURANTE EL DÍA DE AYER        | 39%    | 41%   | 26%   | 34%   | 46%   | 50%   | 55%    | 15%                  | 28% | 39% | 48% | 36%               | 39%    | 36%     |
| CONSUMO DE RADIOS DE MÍNIMA COBERTURA U OTRAS DURANTE EL DÍA DE AYER | 3%     | 2%    | 1%    | 2%    | 4%    | 6%    | 3%     | 0%                   | 3%  | 2%  | 3%  | 4%                | 3%     | 1%      |

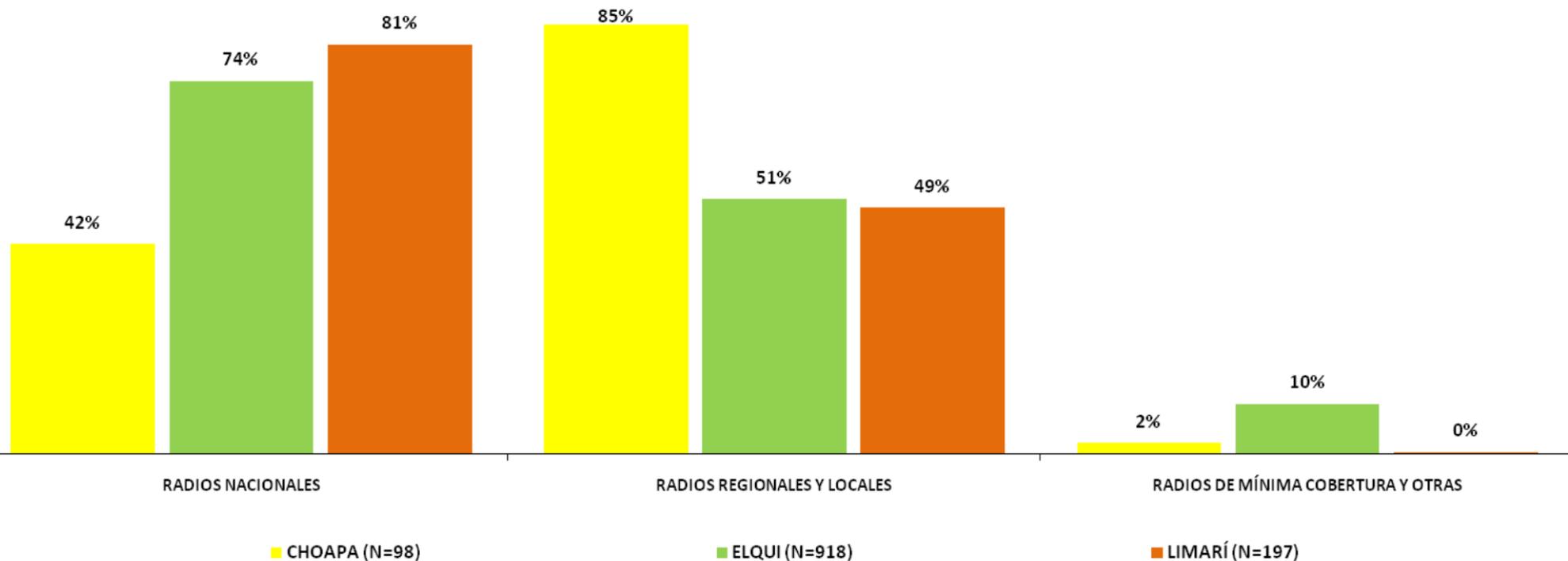
# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHÓ AYER - VIII REGIÓN

|  | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|--|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|  | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| CONSUMO DE RADIOS NACIONALES DURANTE EL DÍA DE AYER                  | 25%    | 21%   | 31%   | 24%   | 16%   | 23%   | 15%    | 40%                  | 27% | 23% | 20% | 26%               | 20%    | 26%     |
| CONSUMO DE RADIOS REGIONALES O LOCALES DURANTE EL DÍA DE AYER        | 49%    | 52%   | 38%   | 47%   | 59%   | 61%   | 59%    | 39%                  | 48% | 54% | 50% | 49%               | 51%    | 51%     |
| CONSUMO DE RADIOS DE MÍNIMA COBERTURA U OTRAS DURANTE EL DÍA DE AYER | 2%     | 2%    | 1%    | 2%    | 2%    | 1%    | 2%     | 0%                   | 0%  | 2%  | 3%  | 1%                | 2%     | 0%      |

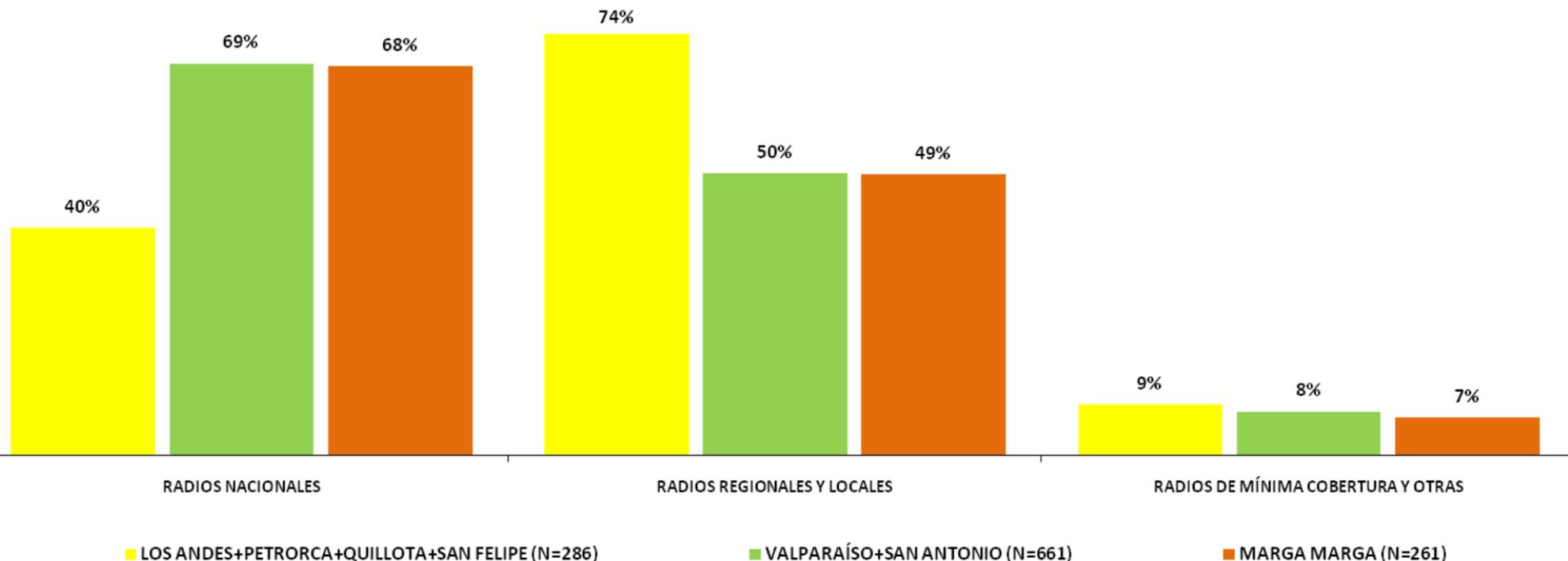
# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHA HABITUALMENTE



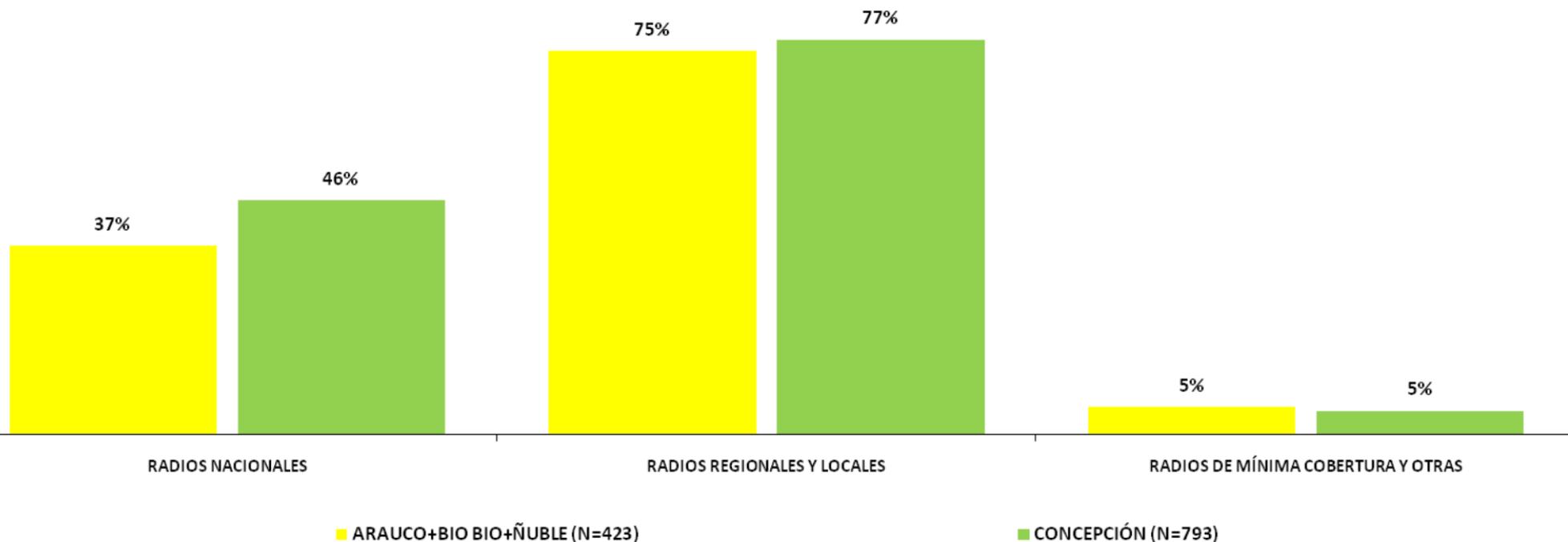
# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHA HABITUALMENTE - PROVINCIAS DE LA IV REGIÓN



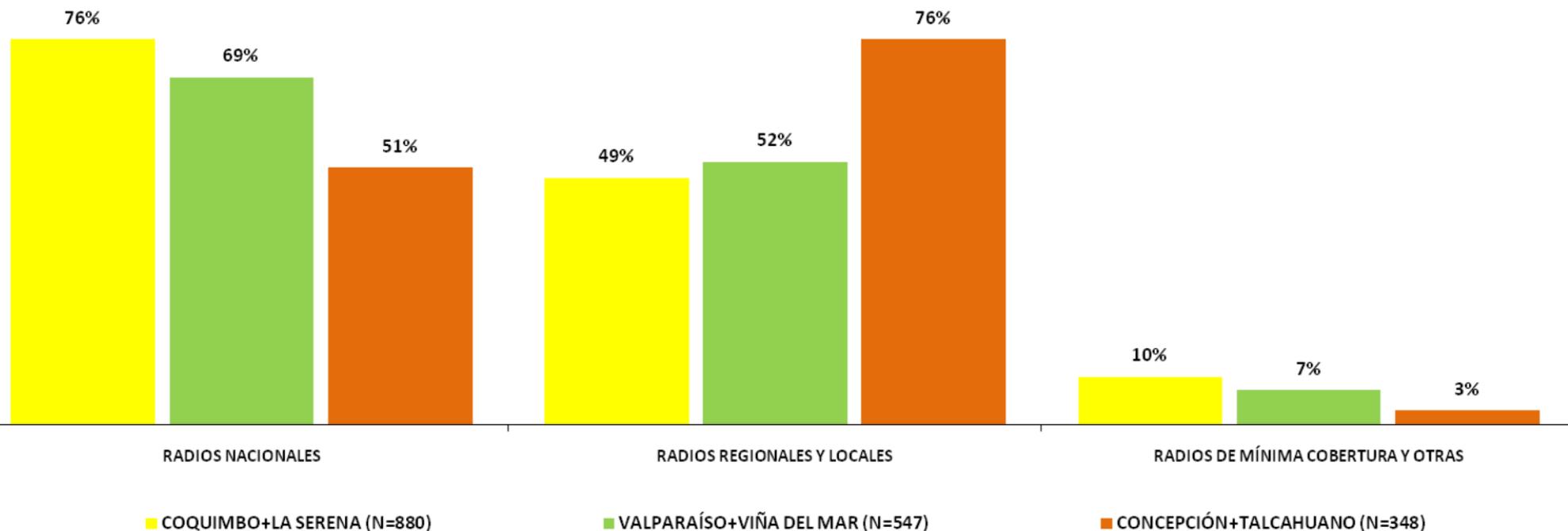
# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHA HABITUALMENTE - PROVINCIAS DE LA V REGIÓN



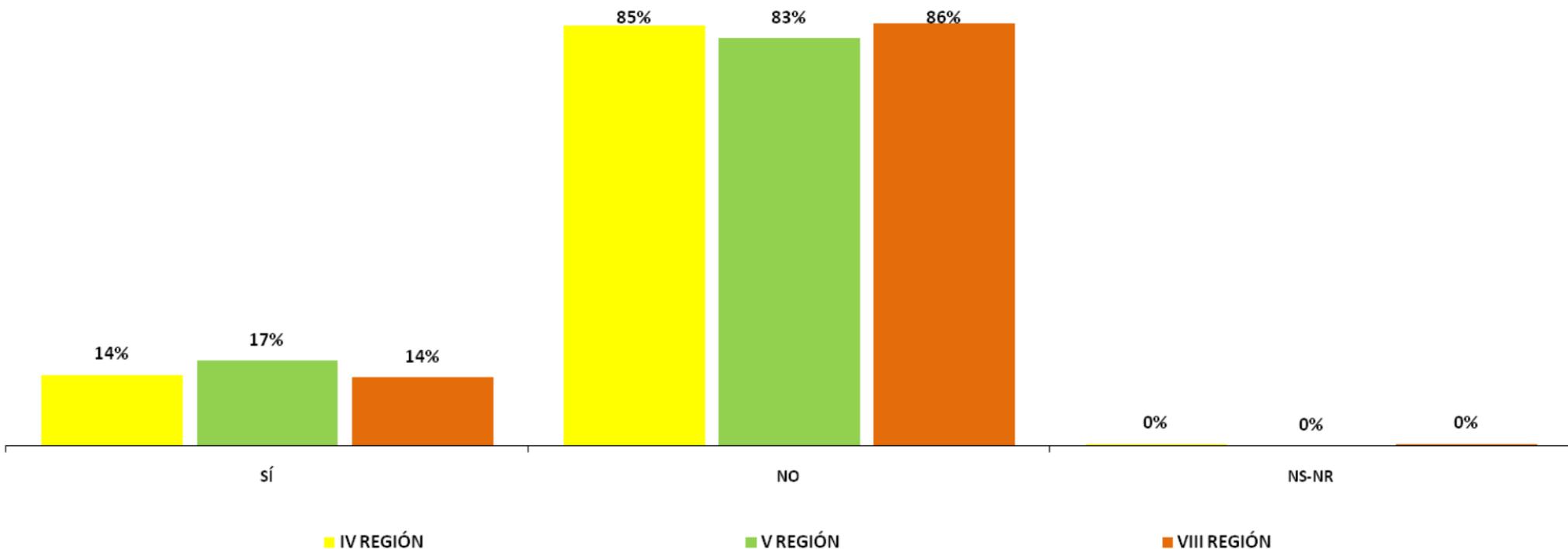
# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHA HABITUALMENTE - PROVINCIAS DE LA VIII REGIÓN



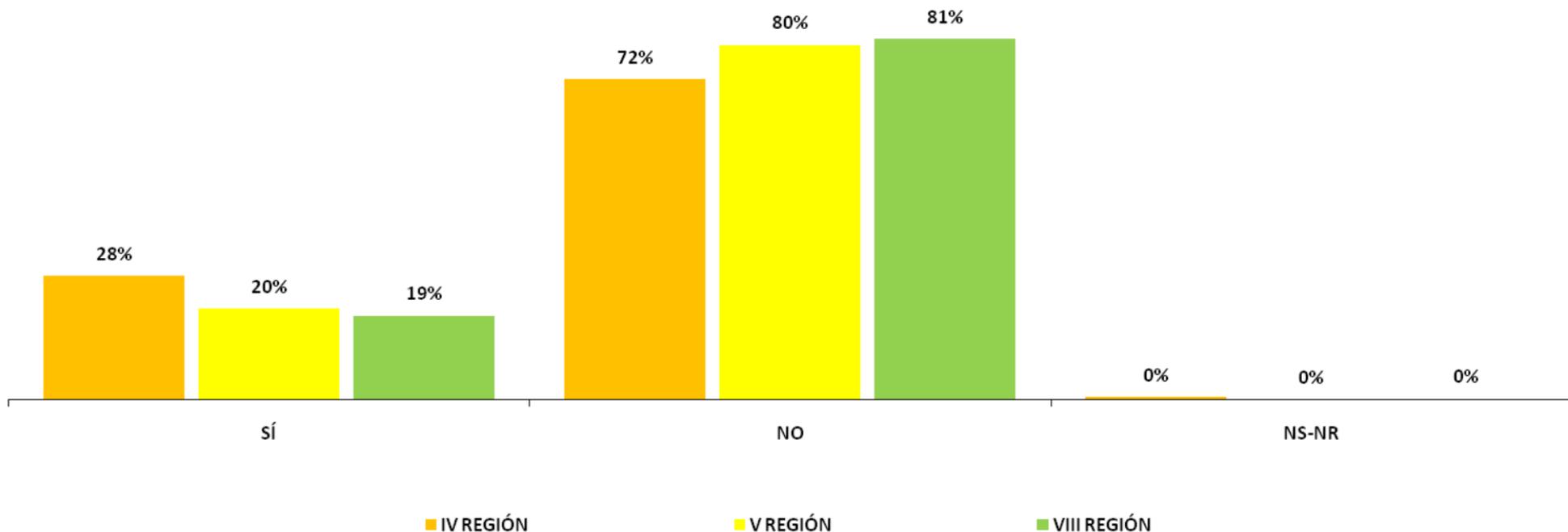
# TIPO DE RADIO QUE ESCUCHA HABITUALMENTE



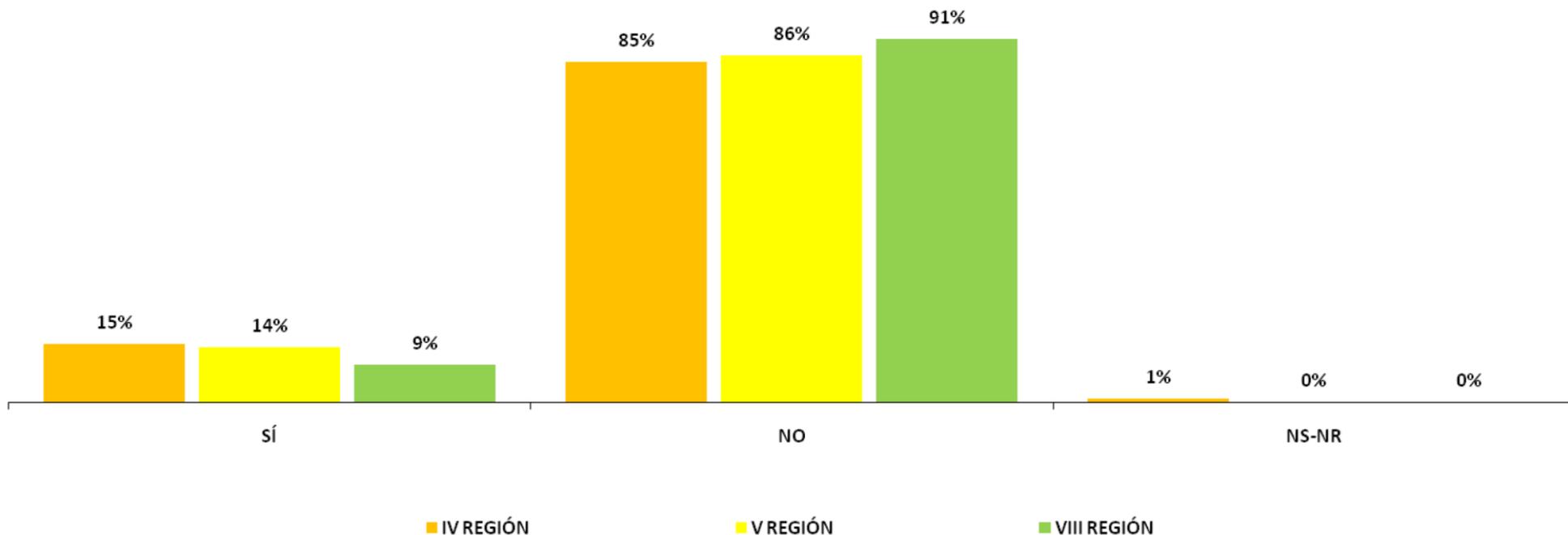
# ¿USTED HA ESCUCHADO RADIO POR INTERNET INGRESANDO AL WEB DE LA RADIO?



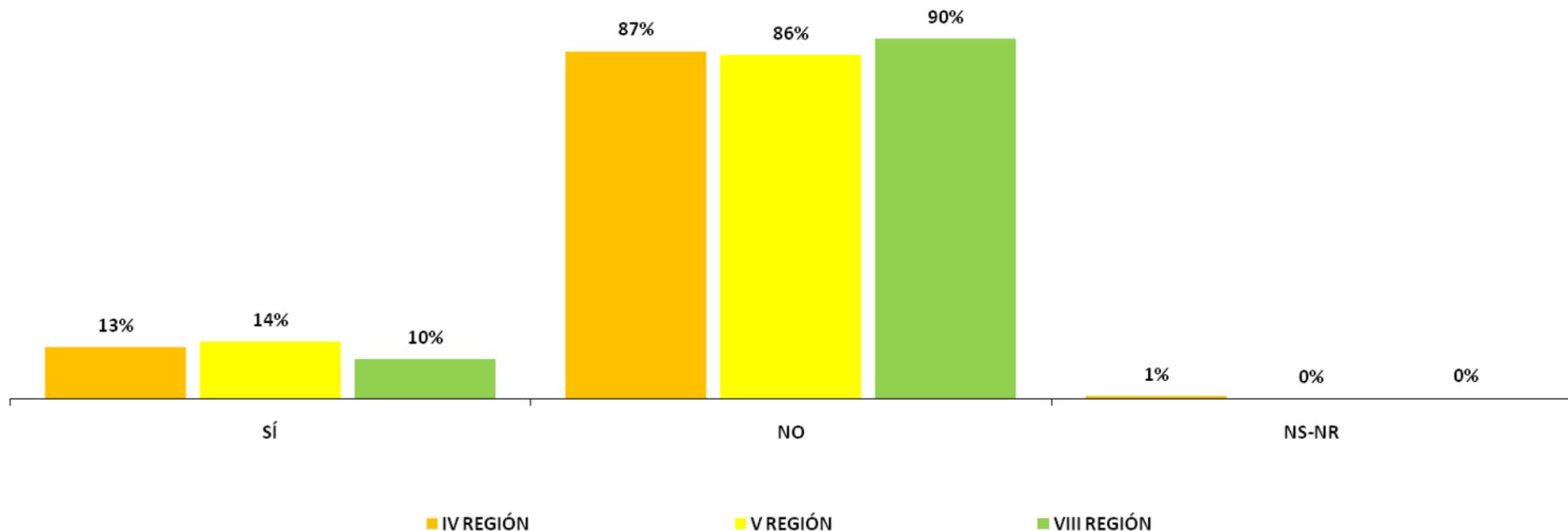
# ¿USTED HA ESCUCHADO RADIO A TRAVÉS DEL TELÉFONO MÓVIL?



# ¿USTED HA ESCUCHADO RADIO A TRAVÉS DE ALGÚN REPRODUCTOR MP3 O MP4?



# ¿USTED HA DESCARGADO A TRAVÉS DE INTERNET LOS ARCHIVOS DE AUDIO DE PROGRAMAS QUE LE INTERESAN?



- En las tres regiones analizadas, la radio se presenta como un medio altamente popular, con un 70% que afirma haberla escuchado en el día de ayer.
- Tanto en la IV como en la V Región, las radios de cobertura nacional son las que tienen mayores niveles de popularidad, siendo escuchadas habitualmente por más del 60% de los auditores. En la VIII Región, en tanto, las radios regionales y locales son las que concentran habitualmente a la mayoría del público, con 77% que afirma escucharlas habitualmente. Se estima que esta diferencia es producto de la gran audiencia que tiene la radio Bío Bío en la región, que lidera ampliamente los índices de audiencia de la zona.

- Respecto a las provincias de cada región, es posible observar que la densidad poblacional de éstas influiría en los porcentajes de sintonía que tendrían los diferentes tipos de radioemisoras. En ese sentido, Las zonas con menor densidad poblacional, como las provincias de Choapa y Limarí (IV Región), y los Andes, Petorca, Quillota y San Felipe (V Región), escuchan principalmente radios regionales o locales. Las provincias con mayor densidad poblacional, en cambio, como Elqui en la IV Región, y Valparaíso en la V Región, prefieren las radios de cobertura nacional. En el caso de la VIII Región, no existe una diferencia tan marcada, debido al ya mencionado fenómeno de la radio Bío Bío.

- Sobre las características sociodemográficas de los auditores, para todas las regiones existe una relación entre el tipo de radio sintonizada y la edad y el nivel socioeconómico de los auditores. Mientras los grupos más jóvenes escuchan con más frecuencia radios de cobertura nacional, los grupos de mayor edad tienden a sintonizar frecuencias regionales o locales. Del mismo modo, las clases más acomodadas acostumbran a escuchar radios nacionales, mientras que las clases más bajas sintonizan en mayor medida radios regionales y locales.

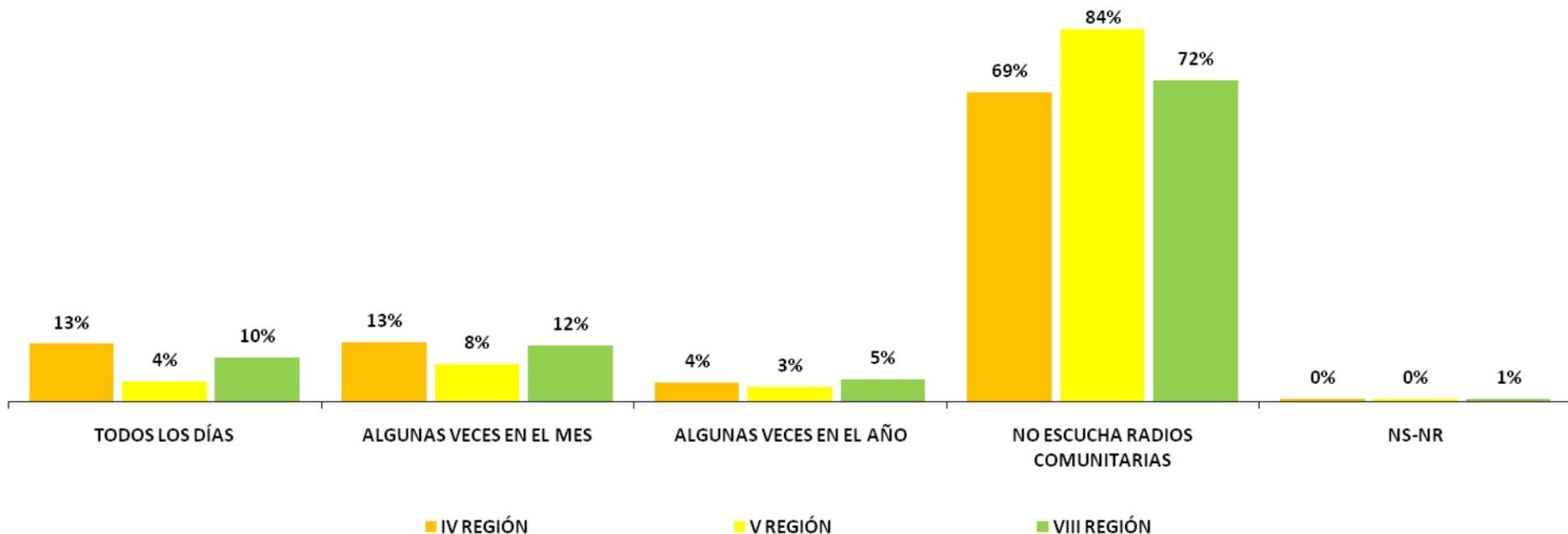


# Uso de Radios Comunitarias

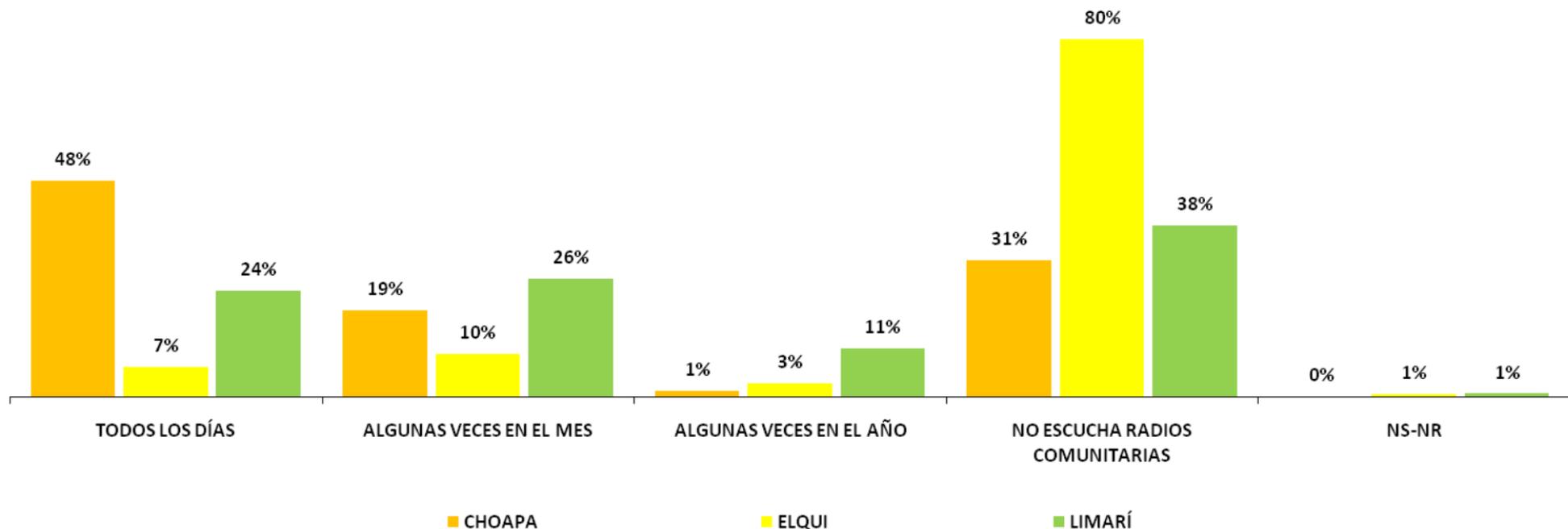
Consumo de Medios



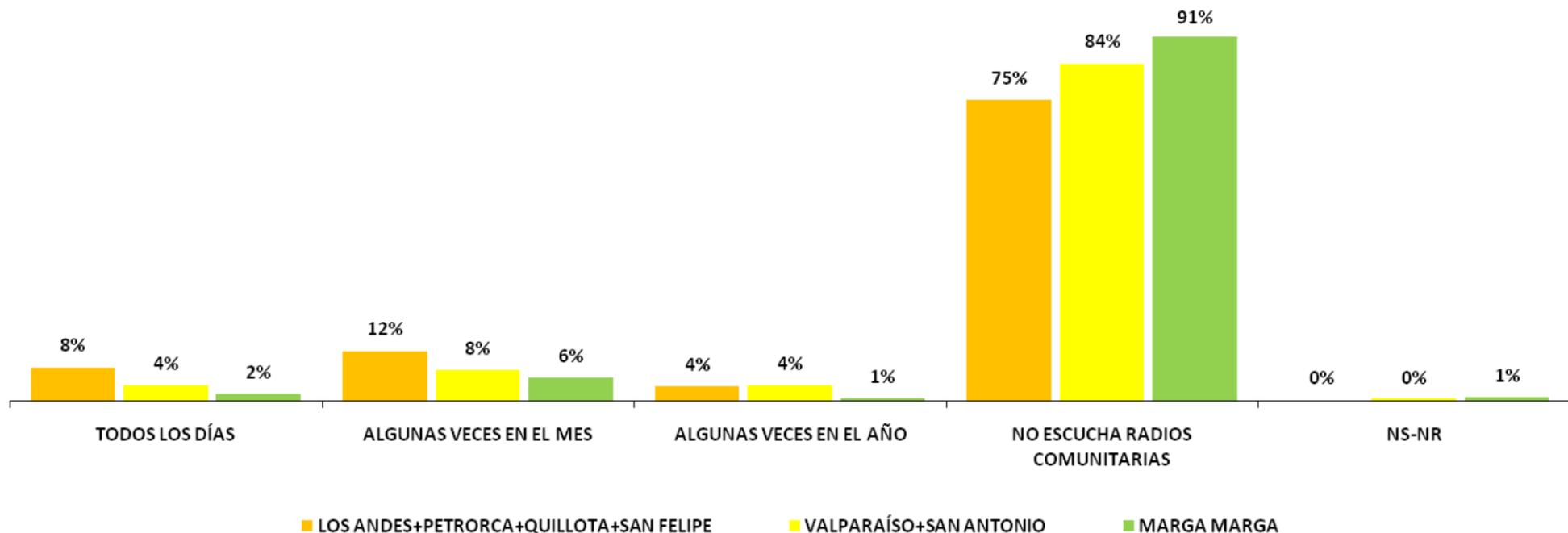
# EN GENERAL, ¿CON QUÉ FRECUENCIA ESCUCHA USTED RADIOS COMUNITARIAS QUE TRANSMITEN EN SU BARRIO O COMUNA?



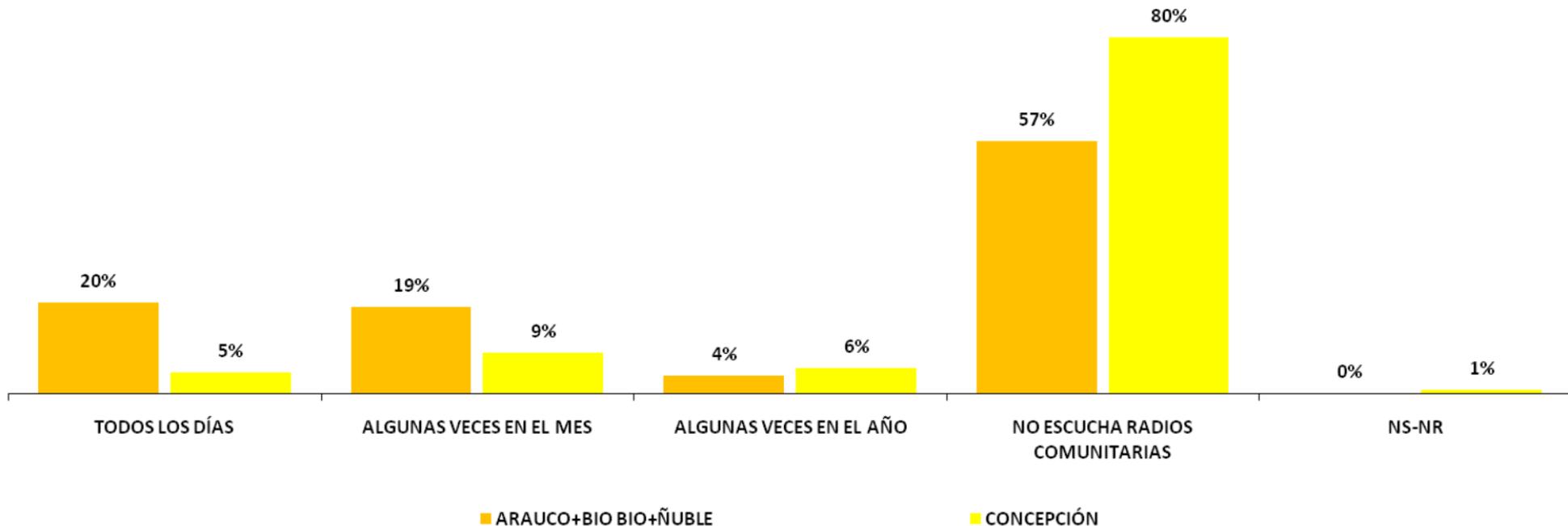
# EN GENERAL, ¿CON QUÉ FRECUENCIA ESCUCHA USTED RADIOS COMUNITARIAS QUE TRANSMITEN EN SU BARRIO O COMUNA? - PROVINCIAS DE LA IV REGIÓN



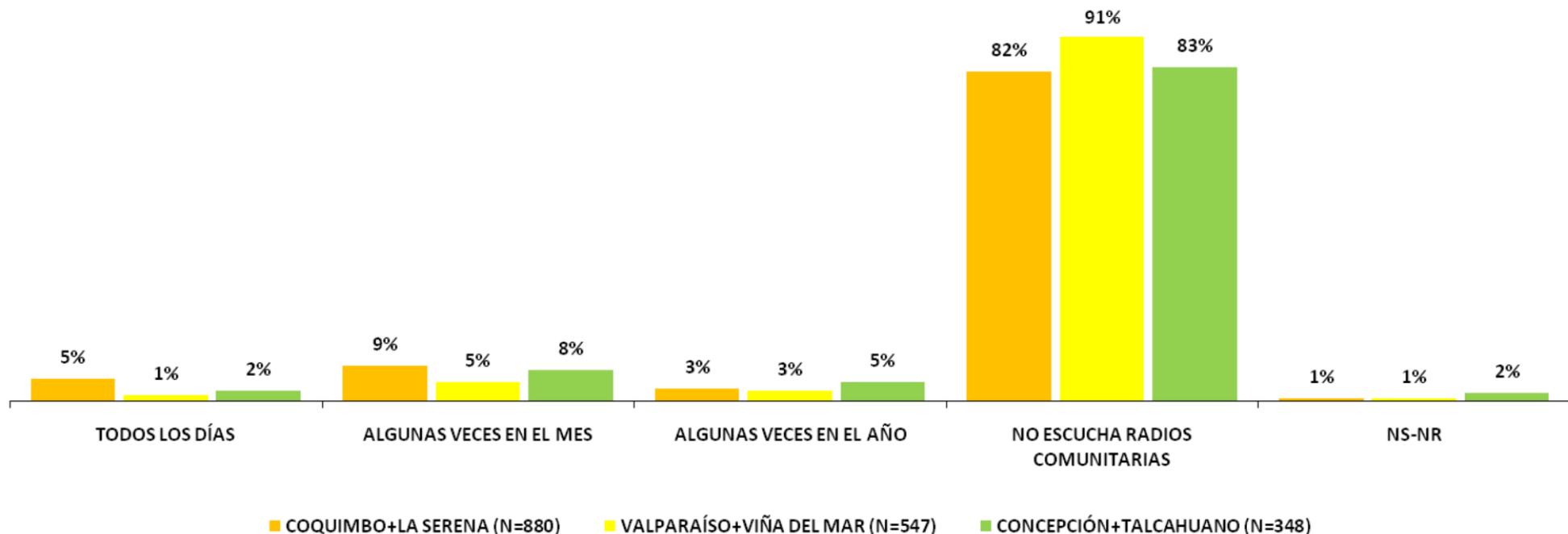
# EN GENERAL, ¿CON QUÉ FRECUENCIA ESCUCHA USTED RADIOS COMUNITARIAS QUE TRANSMITEN EN SU BARRIO O COMUNA? - PROVINCIAS DE LA V REGIÓN



# EN GENERAL, ¿CON QUÉ FRECUENCIA ESCUCHA USTED RADIOS COMUNITARIAS QUE TRANSMITEN EN SU BARRIO O COMUNA? - PROVINCIAS DE LA VIII REGIÓN



# EN GENERAL, ¿CON QUÉ FRECUENCIA ESCUCHA USTED RADIOS COMUNITARIAS QUE TRANSMITEN EN SU BARRIO O COMUNA?



# EN GENERAL, ¿CON QUÉ FRECUENCIA ESCUCHA USTED RADIOS COMUNITARIAS QUE TRANSMITEN EN SU BARRIO O COMUNA? - IV REGIÓN

|                                | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|--------------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|                                | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| TODOS LOS DÍAS                 | 11%    | 14%   | 7%    | 13%   | 13%   | 19%   | 18%    | 10%                  | 12% | 11% | 16% | 14%               | 13%    | 8%      |
| ALGUNAS VECES EN EL MES        | 15%    | 12%   | 12%   | 16%   | 12%   | 16%   | 12%    | 18%                  | 11% | 12% | 15% | 11%               | 14%    | 14%     |
| ALGUNAS VECES EN EL AÑO        | 5%     | 3%    | 4%    | 6%    | 5%    | 3%    | 2%     | 6%                   | 1%  | 4%  | 6%  | 6%                | 5%     | 3%      |
| NO ESCUCHA RADIOS COMUNITARIAS | 69%    | 70%   | 77%   | 65%   | 70%   | 61%   | 66%    | 66%                  | 76% | 72% | 63% | 69%               | 67%    | 75%     |
| NS-NR                          | 0%     | 1%    | 0%    | 0%    | 0%    | 0%    | 1%     | 0%                   | 0%  | 1%  | 0%  | 0%                | 0%     | 1%      |

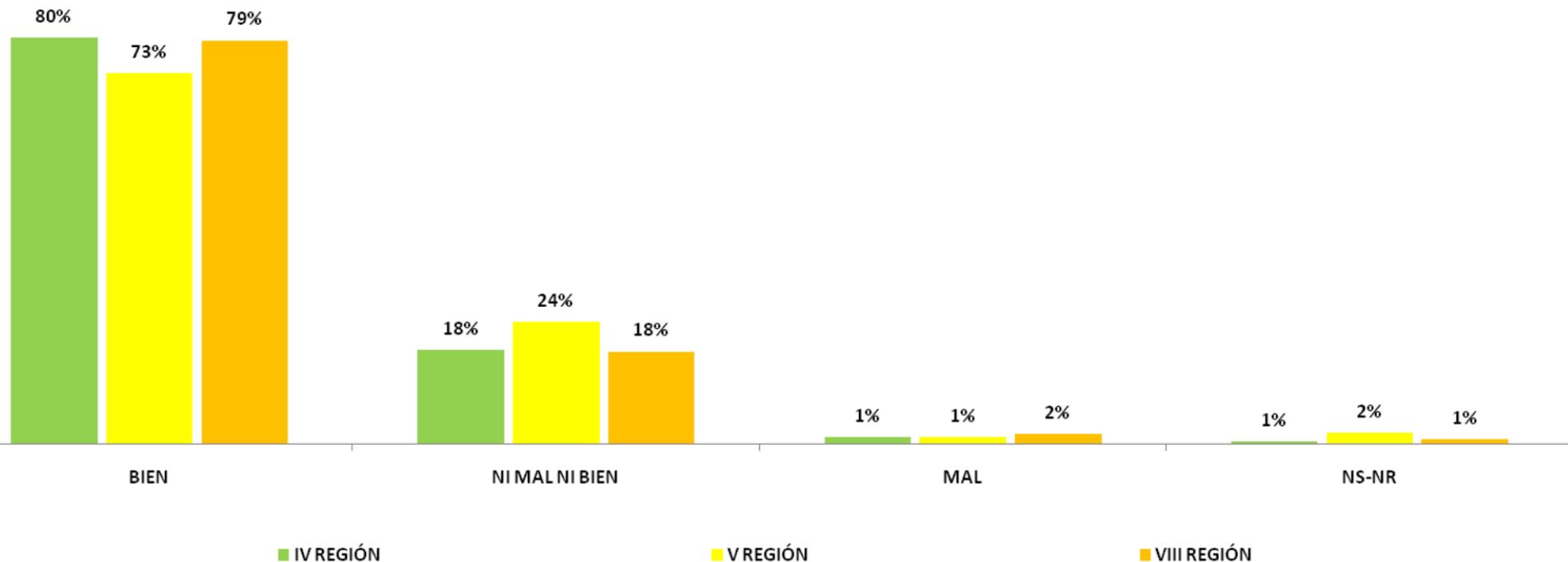
# EN GENERAL, ¿CON QUÉ FRECUENCIA ESCUCHA USTED RADIOS COMUNITARIAS QUE TRANSMITEN EN SU BARRIO O COMUNA? - V REGIÓN

|                                | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|--------------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|                                | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| TODOS LOS DÍAS                 | 5%     | 4%    | 3%    | 4%    | 7%    | 5%    | 4%     | 7%                   | 3%  | 4%  | 4%  | 6%                | 4%     | 3%      |
| ALGUNAS VECES EN EL MES        | 9%     | 8%    | 8%    | 11%   | 11%   | 5%    | 6%     | 14%                  | 6%  | 9%  | 9%  | 8%                | 8%     | 8%      |
| ALGUNAS VECES EN EL AÑO        | 3%     | 3%    | 3%    | 4%    | 3%    | 4%    | 2%     | 2%                   | 5%  | 3%  | 3%  | 5%                | 3%     | 3%      |
| NO ESCUCHA RADIOS COMUNITARIAS | 83%    | 84%   | 85%   | 80%   | 79%   | 86%   | 87%    | 76%                  | 86% | 84% | 84% | 81%               | 85%    | 86%     |
| NS-NR                          | 0%     | 1%    | 1%    | 0%    | 0%    | 0%    | 0%     | 0%                   | 0%  | 1%  | 0%  | 1%                | 0%     | 0%      |

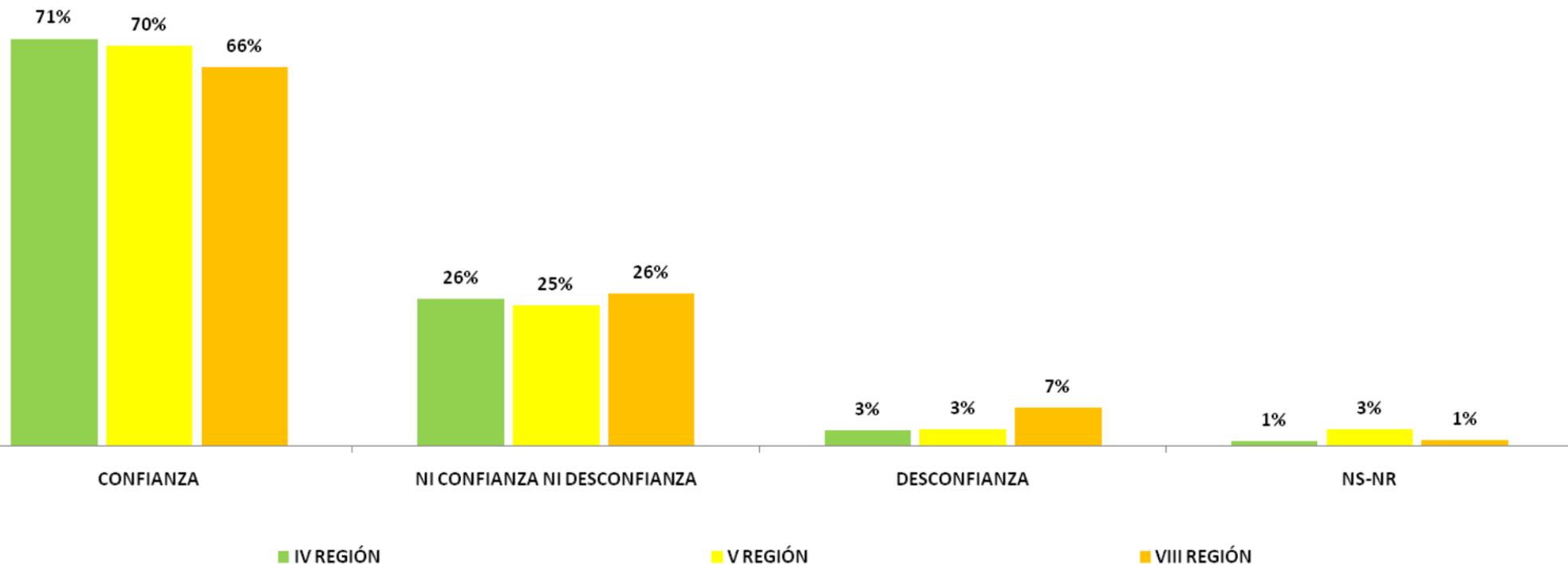
# EN GENERAL, ¿CON QUÉ FRECUENCIA ESCUCHA USTED RADIOS COMUNITARIAS QUE TRANSMITEN EN SU BARRIO O COMUNA? - VIII REGIÓN

|                                | SEXO   |       | EDAD  |       |       |       |        | GRUPO SOCIOECONÓMICO |     |     |     | POSICIÓN POLÍTICA |        |         |
|--------------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|----------------------|-----|-----|-----|-------------------|--------|---------|
|                                | HOMBRE | MUJER | 15-29 | 30-39 | 40-49 | 50-59 | 60 y + | ABC1                 | C2  | C3  | DE  | IZQUIERDA         | CENTRO | DERECHA |
| TODOS LOS DÍAS                 | 9%     | 11%   | 6%    | 8%    | 16%   | 11%   | 12%    | 6%                   | 4%  | 8%  | 14% | 12%               | 10%    | 10%     |
| ALGUNAS VECES EN EL MES        | 12%    | 13%   | 12%   | 15%   | 12%   | 12%   | 11%    | 18%                  | 12% | 12% | 13% | 13%               | 14%    | 11%     |
| ALGUNAS VECES EN EL AÑO        | 4%     | 6%    | 7%    | 4%    | 4%    | 5%    | 4%     | 11%                  | 5%  | 6%  | 4%  | 5%                | 6%     | 4%      |
| NO ESCUCHA RADIOS COMUNITARIAS | 74%    | 70%   | 74%   | 73%   | 68%   | 71%   | 73%    | 66%                  | 79% | 74% | 69% | 70%               | 69%    | 76%     |
| NS-NR                          | 1%     | 1%    | 1%    | 0%    | 0%    | 1%    | 0%     | 0%                   | 0%  | 1%  | 1%  | 1%                | 0%     | 0%      |

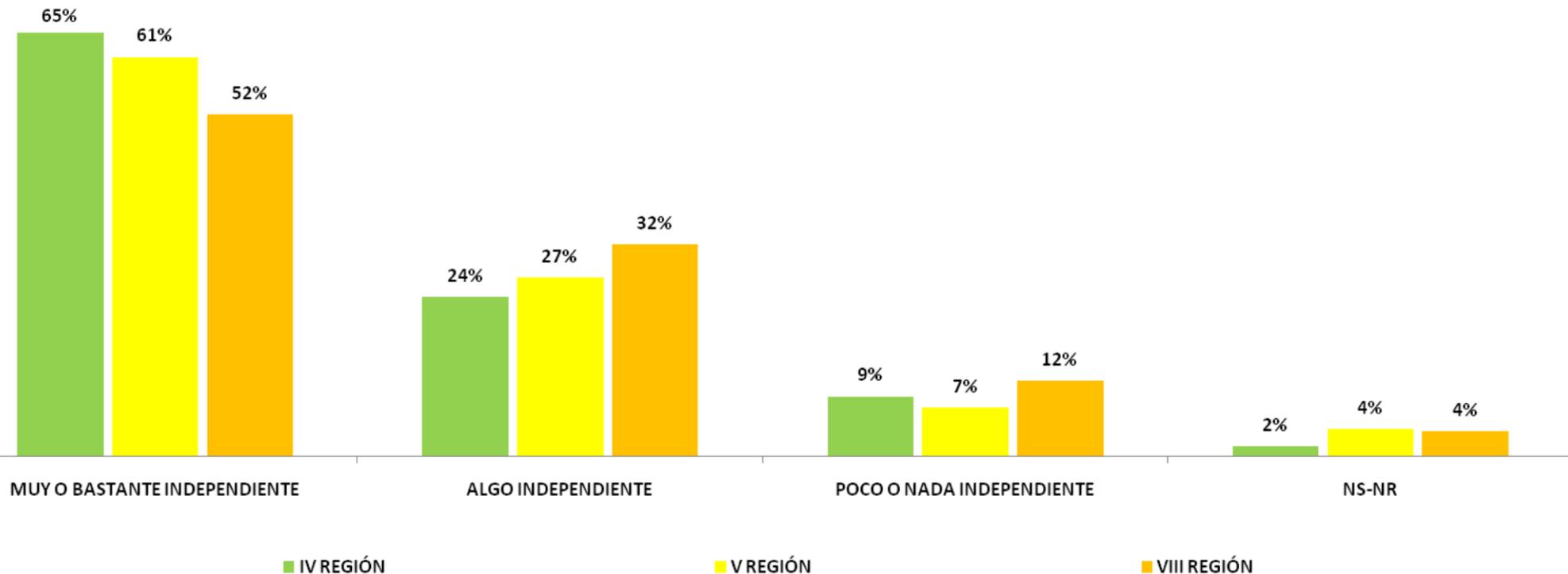
# EN GENERAL, ¿CÓMO EVALUARÍA USTED A LAS RADIOS COMUNITARIAS?



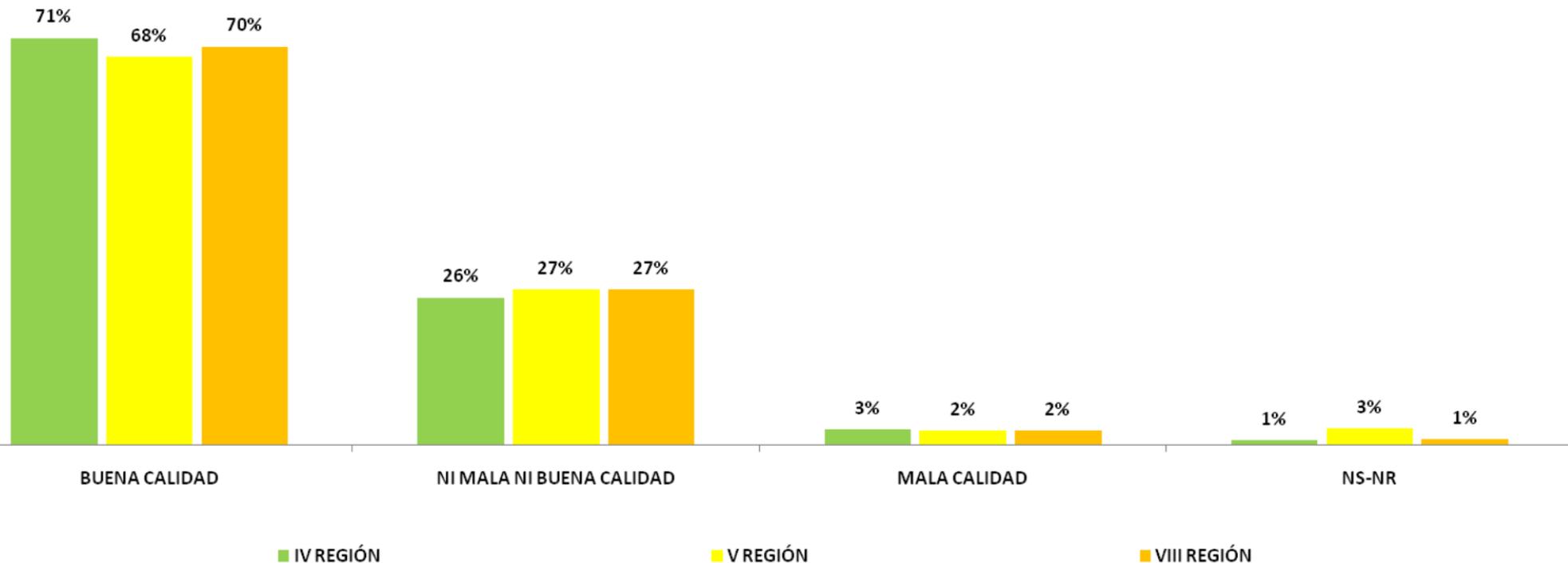
# ¿CUÁNTA CONFIANZA TIENE USTED EN LAS RADIOS COMUNITARIAS?



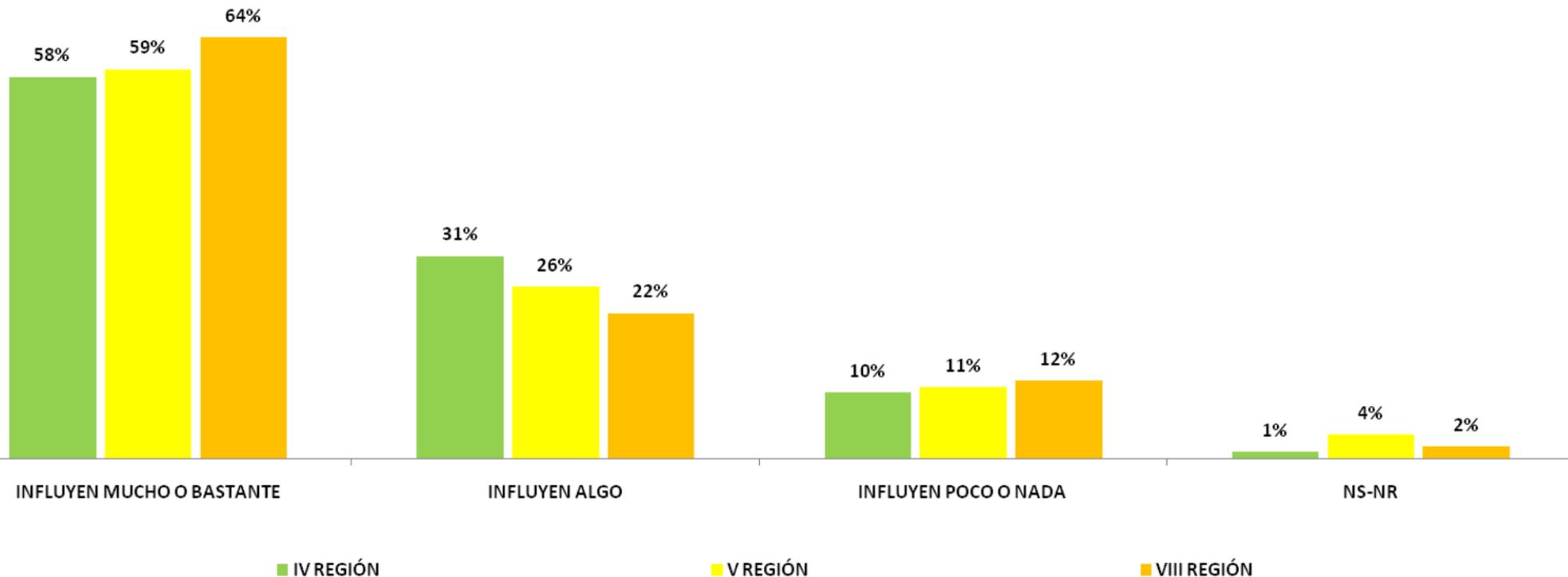
# ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED EL NIVEL DE INDEPENDENCIA PARA INFORMAR QUE TIENEN LAS RADIOS COMUNITARIAS?



# ¿USTED DIRÍA QUE LAS RADIOS COMUNITARIAS ENTREGAN INFORMACIÓN DE...?



# ¿CÓMO EVALUARÍA USTED EL NIVEL DE INFLUENCIA QUE TIENEN LAS RADIOS COMUNITARIAS?



- Entre 4 y 13% de la población afirma escuchar diariamente radios comunitarias, mientras que entre 69 y 85% declara no escucharlas nunca.
- En provincias de baja densidad poblacional (es decir, en aquéllas en que no se ubican las capitales regionales), las radios comunitarias presentan niveles de audiencia considerablemente más altos. Especialmente elevada es la penetración la provincia de Choapa en la IV Región (48% declara escucharlas todos los días) o en el conglomerado que forman las provincias de Bío Bío, Ñuble y Arauco en la VIII Región (20%).

- Respecto al perfil socioeconómico de las personas que declaran escuchar diariamente las radios comunitarias, en las regiones IV y VIII predominan las personas con 40 años o más y los grupos socioeconómicos más pobres. En tanto, en la V Región el uso de las radios comunitarias parece ser más transversal en términos económicos, aunque igualmente se concentra en los sectores de edad media y avanzada.
- Pese a tener niveles de audiencia inferiores a otros medios, la población evalúa de forma muy positiva atributos de las radios comunitarias como la entrega de información que realizan, su independencia y manifiestan una alta confianza en ellas.

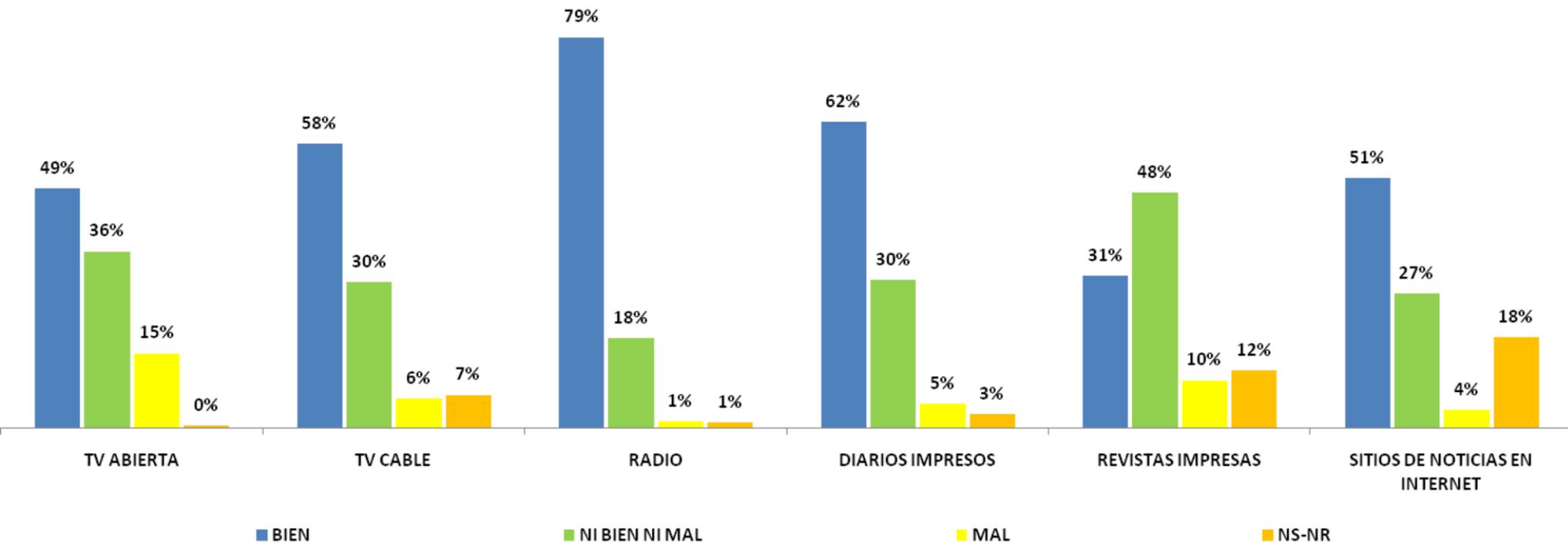


# Imagen y Posicionamiento

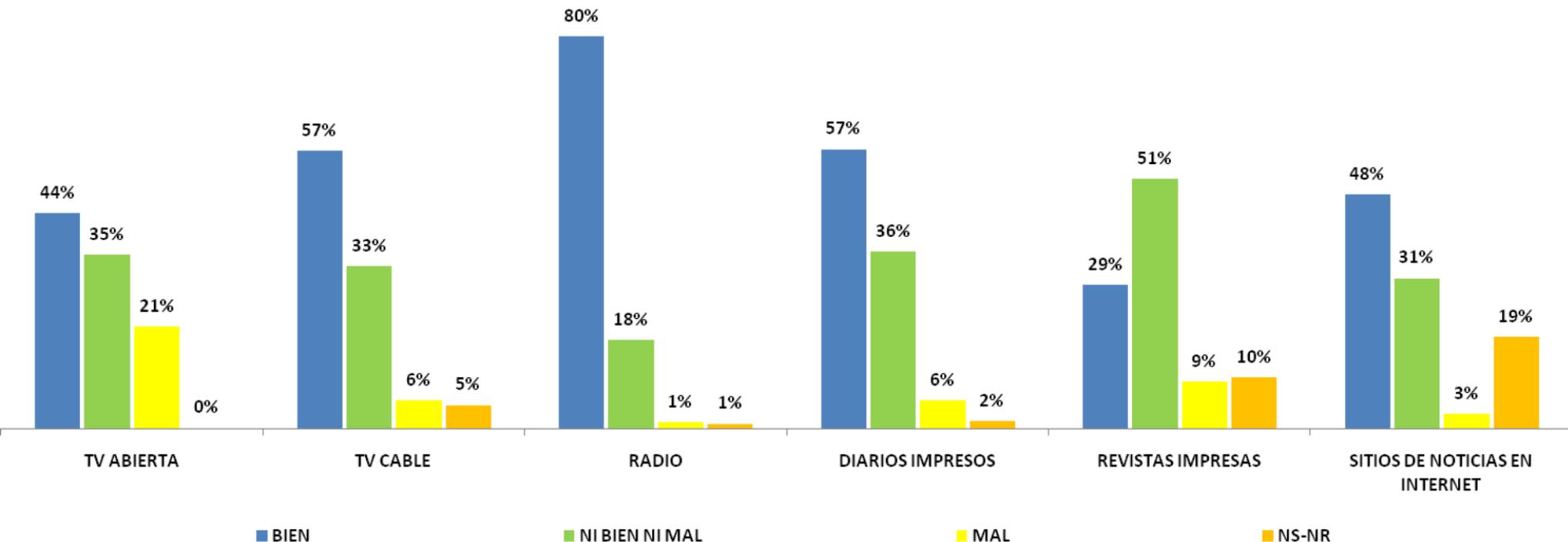
de los medios en general



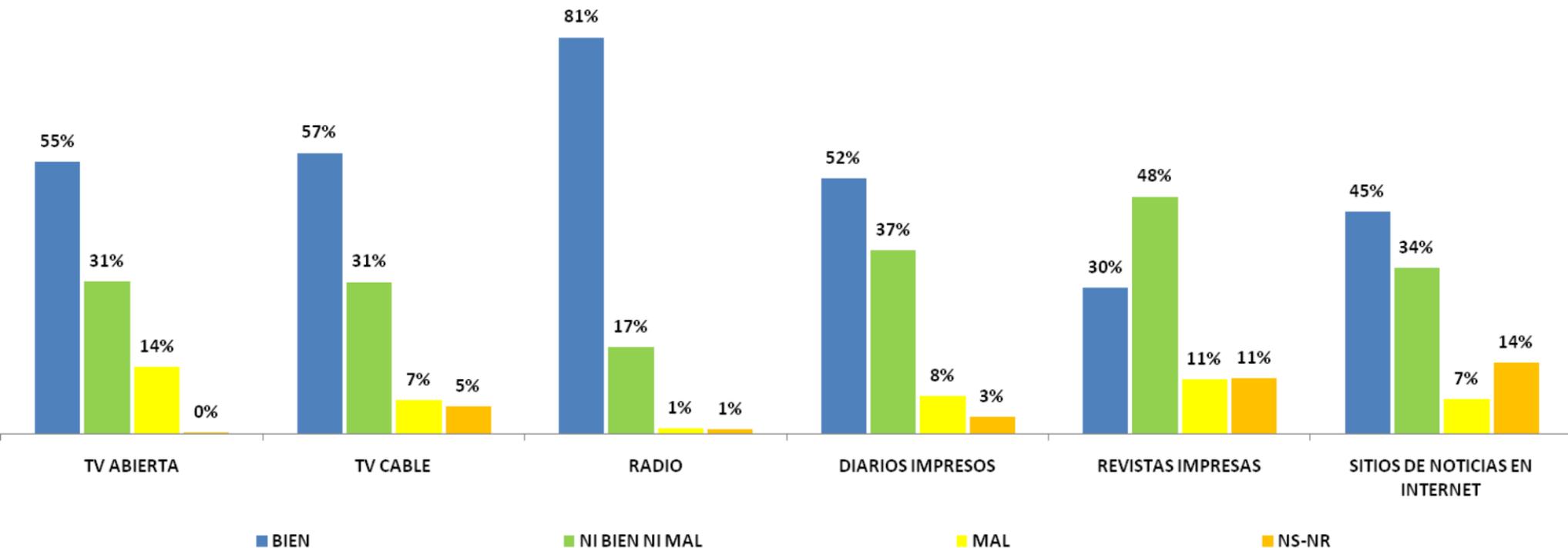
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, EN GENERAL, ¿CÓMO EVALUARÍA USTED A LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? IV REGIÓN



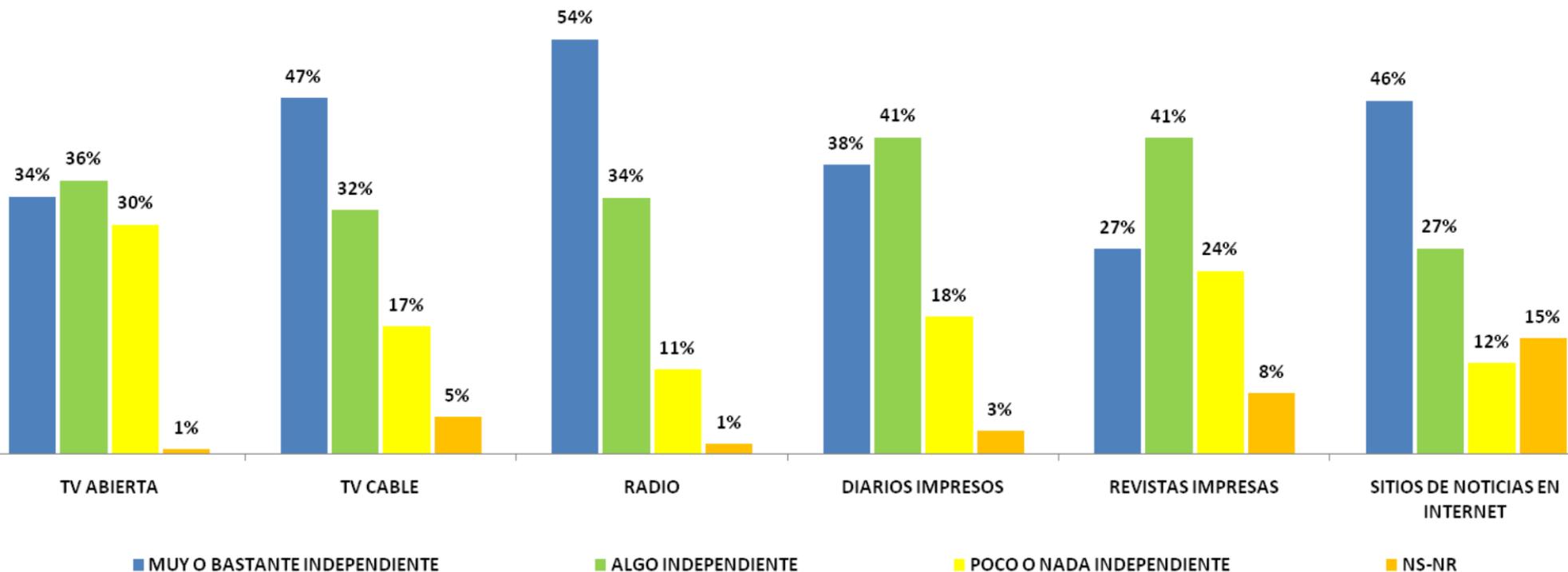
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, EN GENERAL, ¿CÓMO EVALUARÍA USTED A LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? V REGIÓN



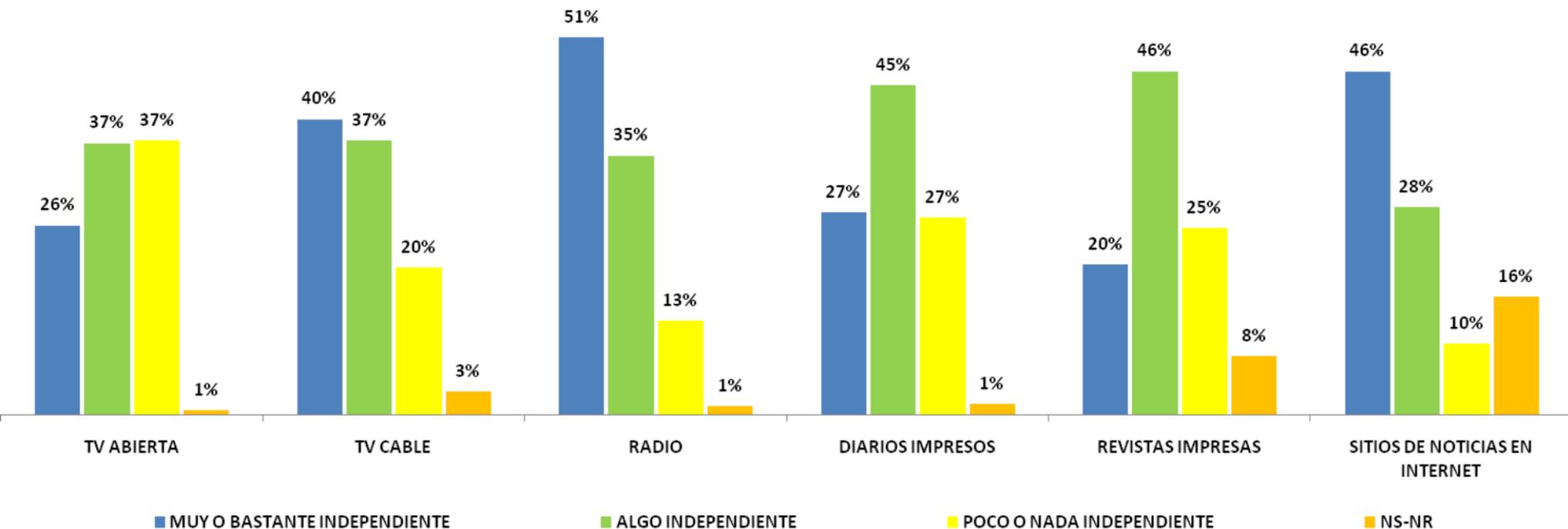
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, EN GENERAL, ¿CÓMO EVALUARÍA USTED A LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? VIII REGIÓN



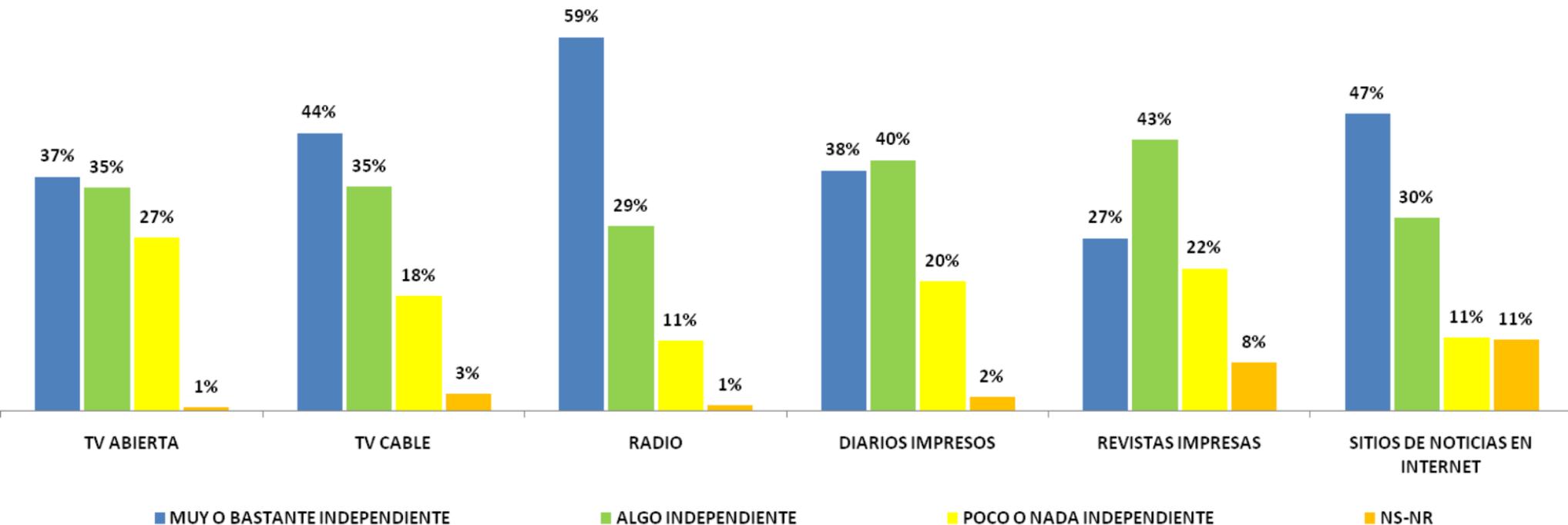
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED EL NIVEL DE INDEPENDENCIA PARA INFORMAR QUE TIENEN LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? IV REGIÓN



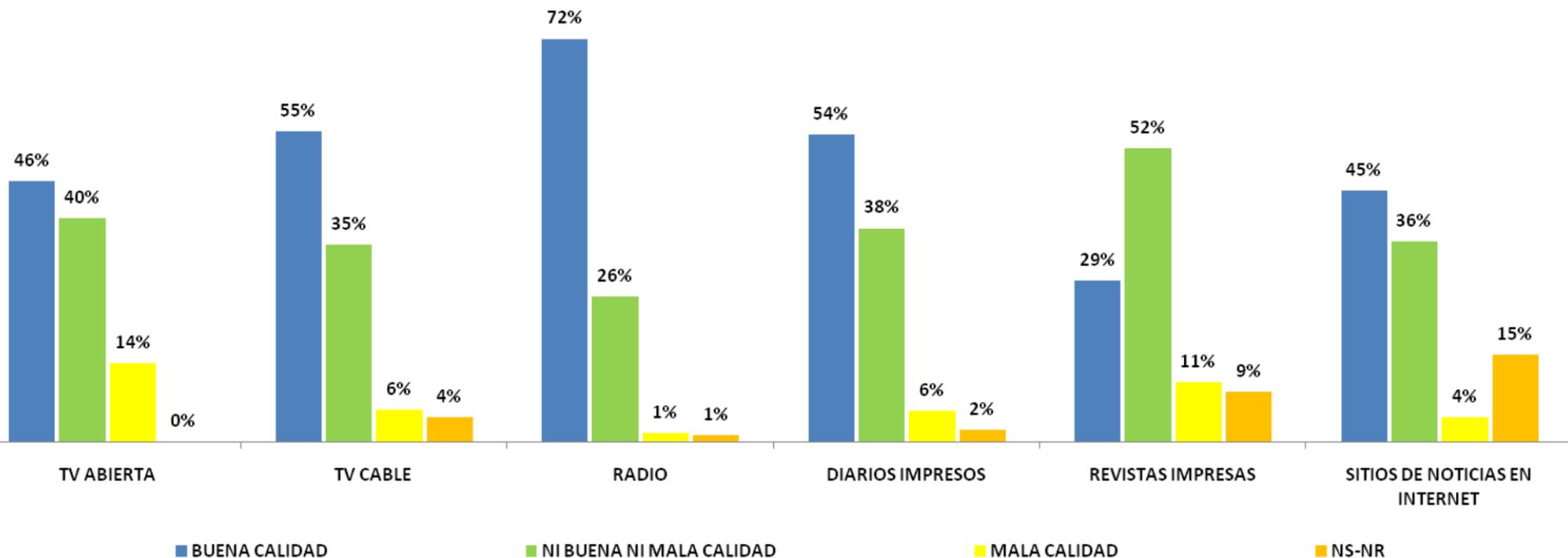
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED EL NIVEL DE INDEPENDENCIA PARA INFORMAR QUE TIENEN LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? V REGIÓN



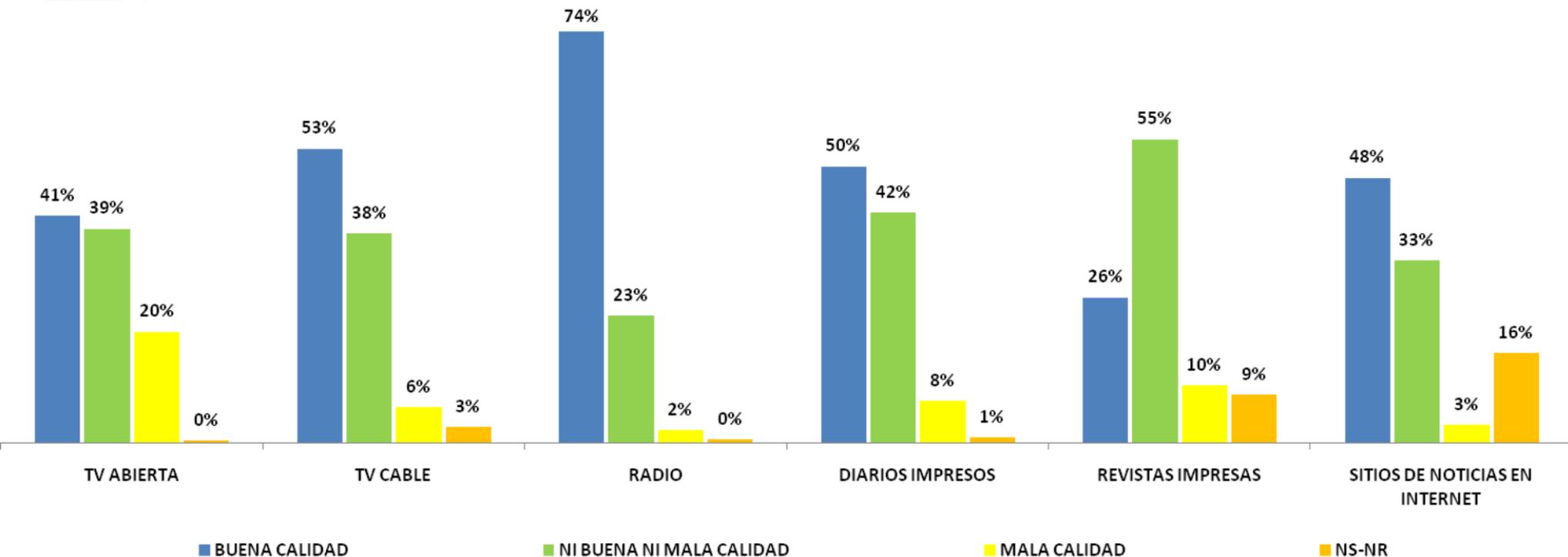
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED EL NIVEL DE INDEPENDENCIA PARA INFORMAR QUE TIENEN LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN? VIII REGIÓN



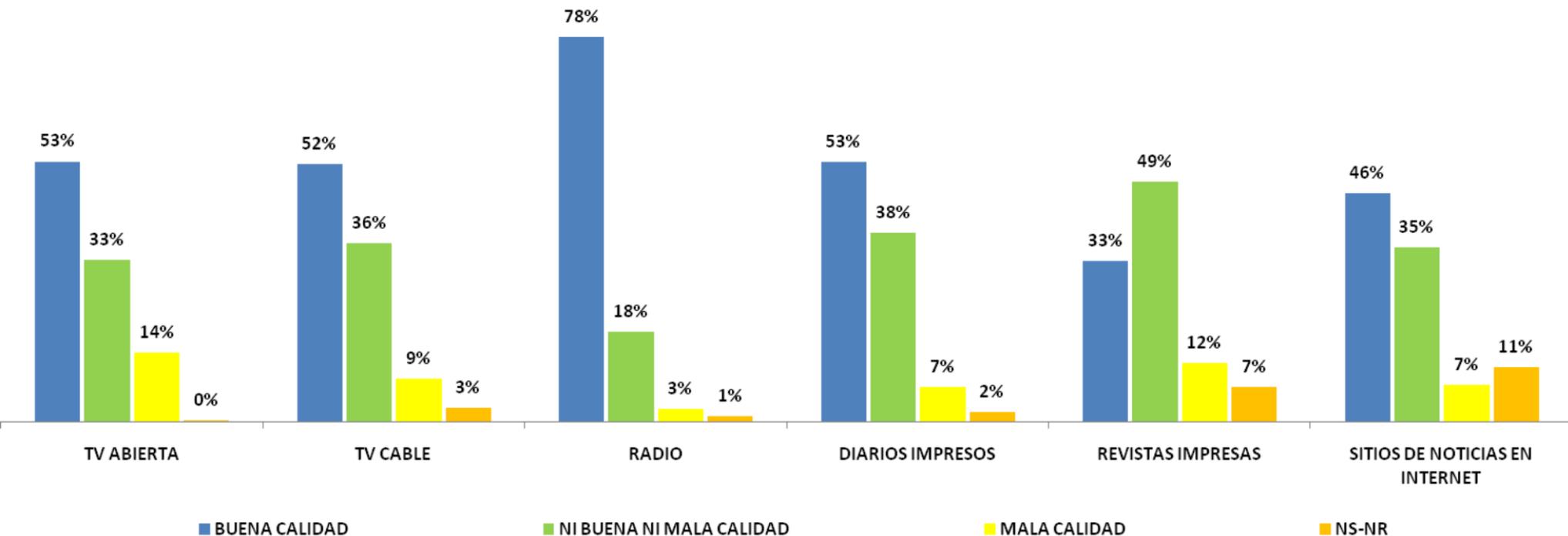
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, ¿USTED DIRÍA QUE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN ENTREGAN INFORMACIÓN DE...? IV REGIÓN



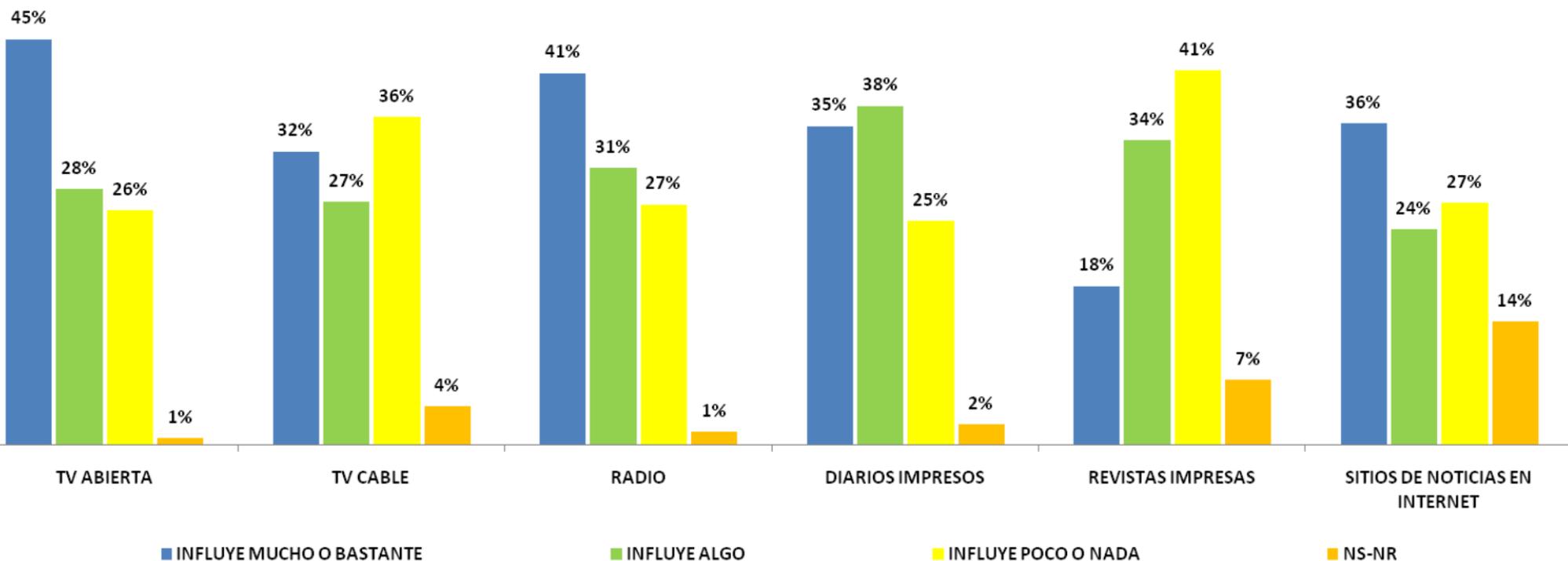
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, ¿USTED DIRÍA QUE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN ENTREGAN INFORMACIÓN DE...? V REGIÓN



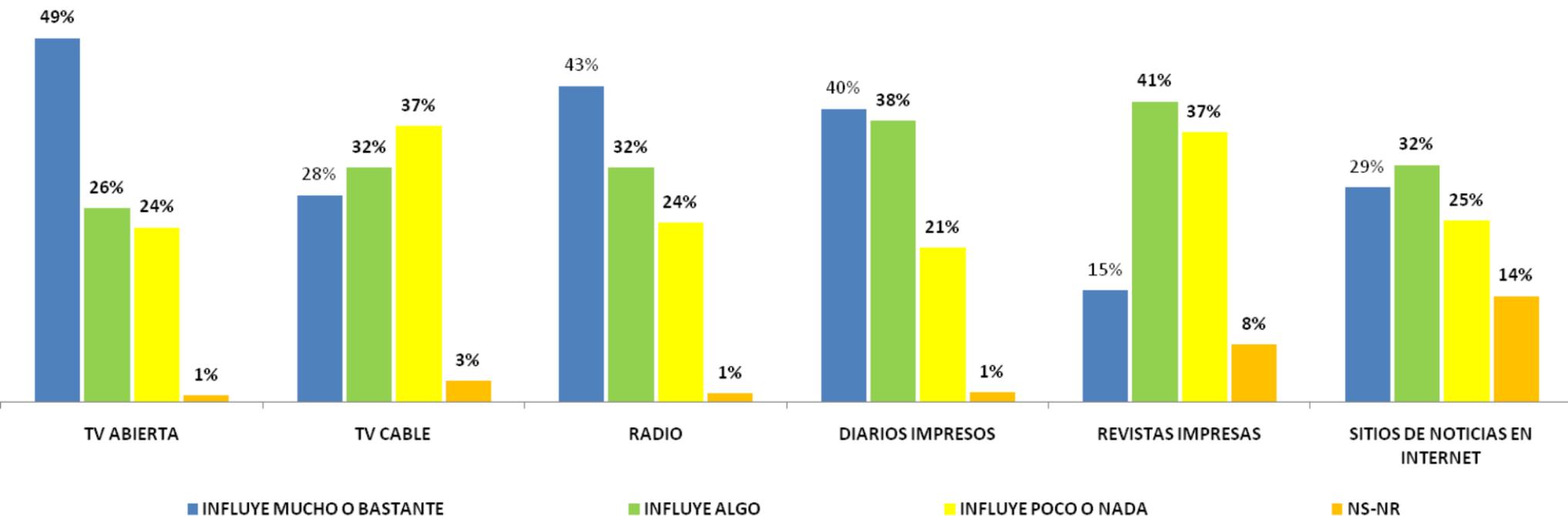
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, ¿USTED DIRÍA QUE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN ENTREGAN INFORMACIÓN DE...? VIII REGIÓN



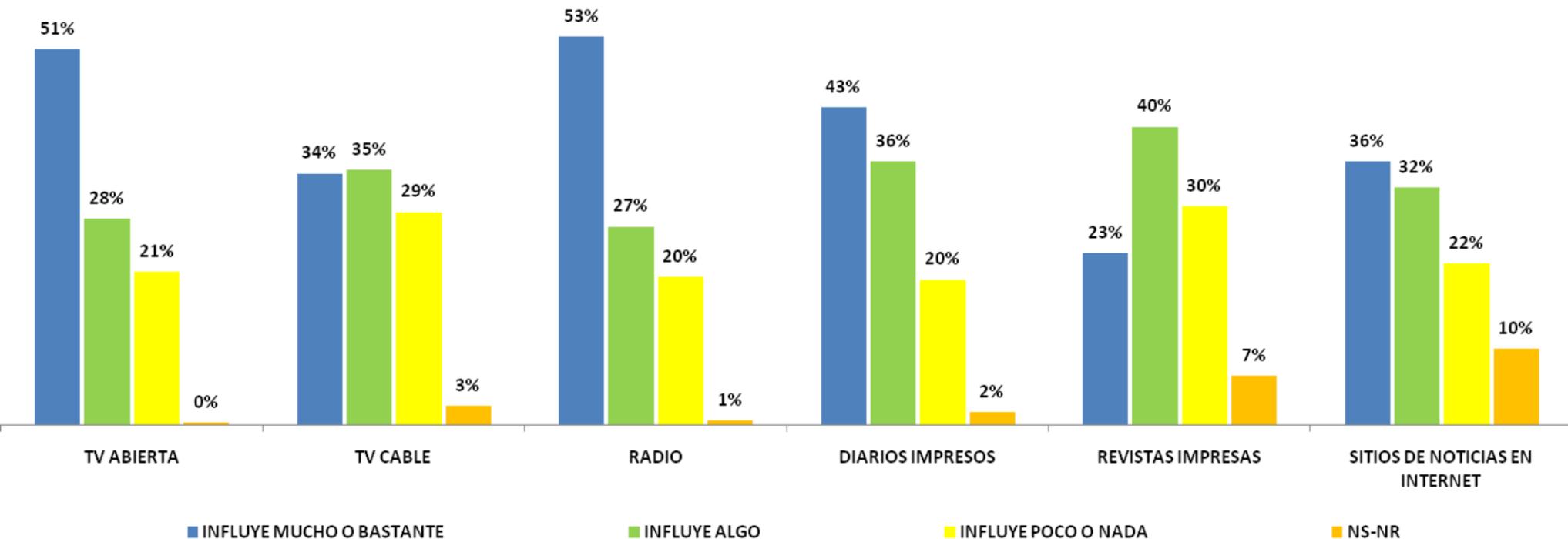
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, ¿CÓMO EVALUARÍA USTED EL NIVEL DE INFLUENCIA QUE TIENEN LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE LAS DECISIONES DE LAS AUTORIDADES DE GOBIERNO? IV REGIÓN



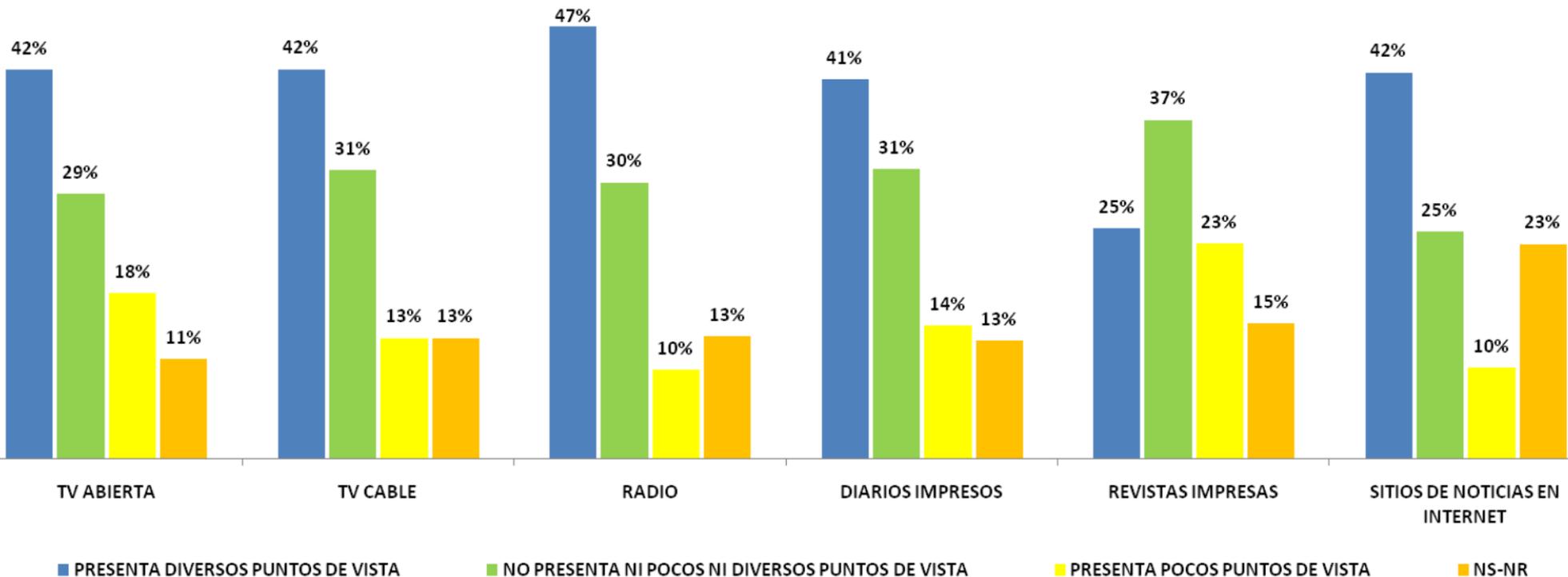
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, ¿CÓMO EVALUARÍA USTED EL NIVEL DE INFLUENCIA QUE TIENEN LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE LAS DECISIONES DE LAS AUTORIDADES DE GOBIERNO? V REGIÓN



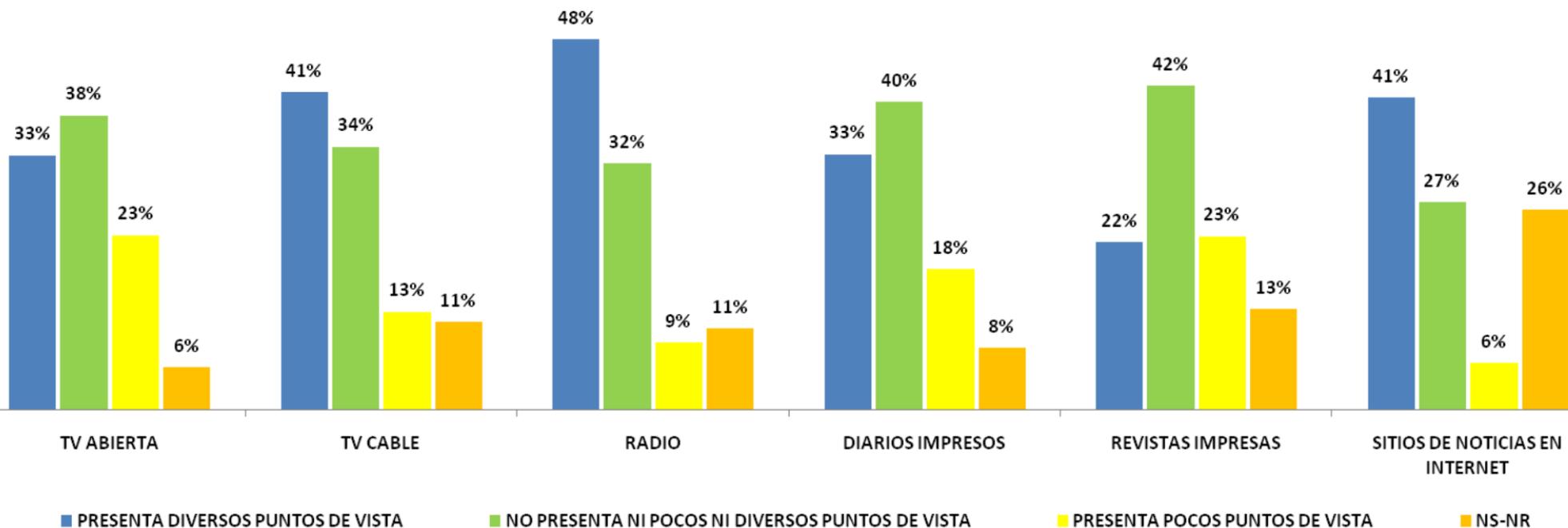
# INDEPENDIENTE SI LO UTILIZA O NO, ¿CÓMO EVALUARÍA USTED EL NIVEL DE INFLUENCIA QUE TIENEN LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOBRE LAS DECISIONES DE LAS AUTORIDADES DE GOBIERNO? VIII REGIÓN



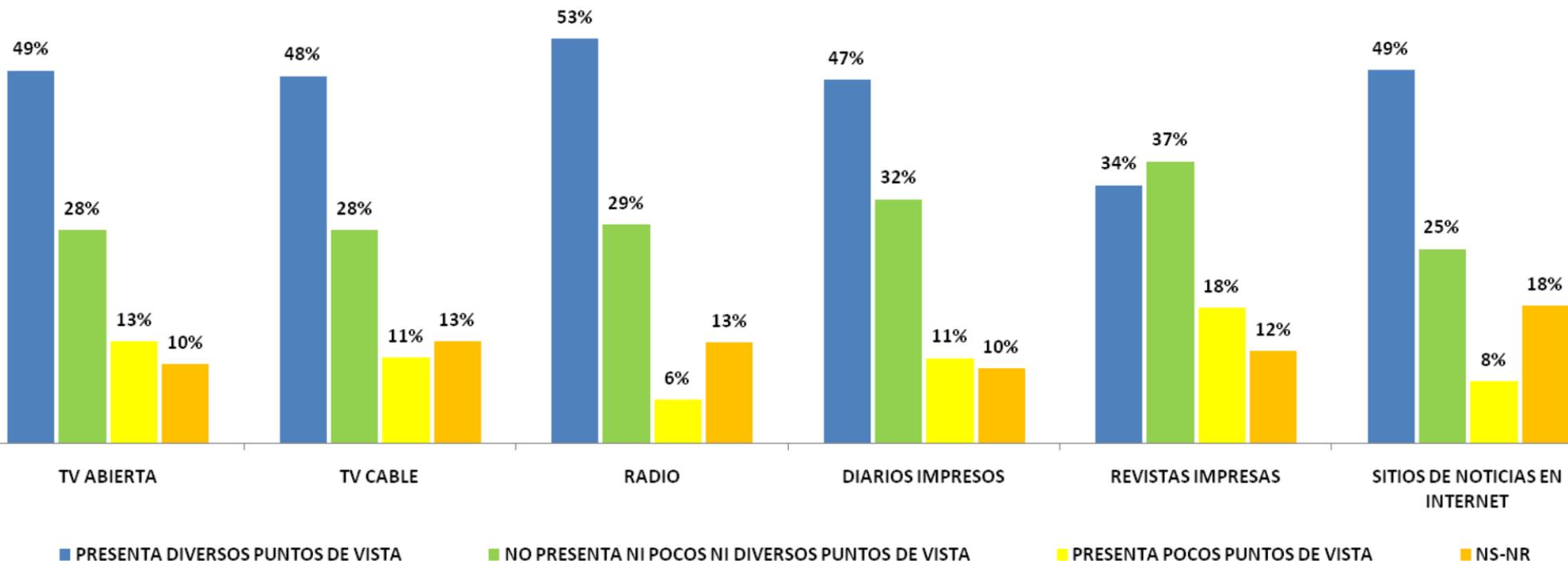
# EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10, DONDE 1 SIGNIFICA QUE “PRESENTA SÓLO UN PUNTO DE VISTA U OPINIÓN POLÍTICA” Y 10 QUE “PRESENTA DISTINTOS PUNTOS DE VISTA Y OPINIONES POLÍTICAS”, ¿DÓNDE UBICARÍA USTED A...? IV REGIÓN



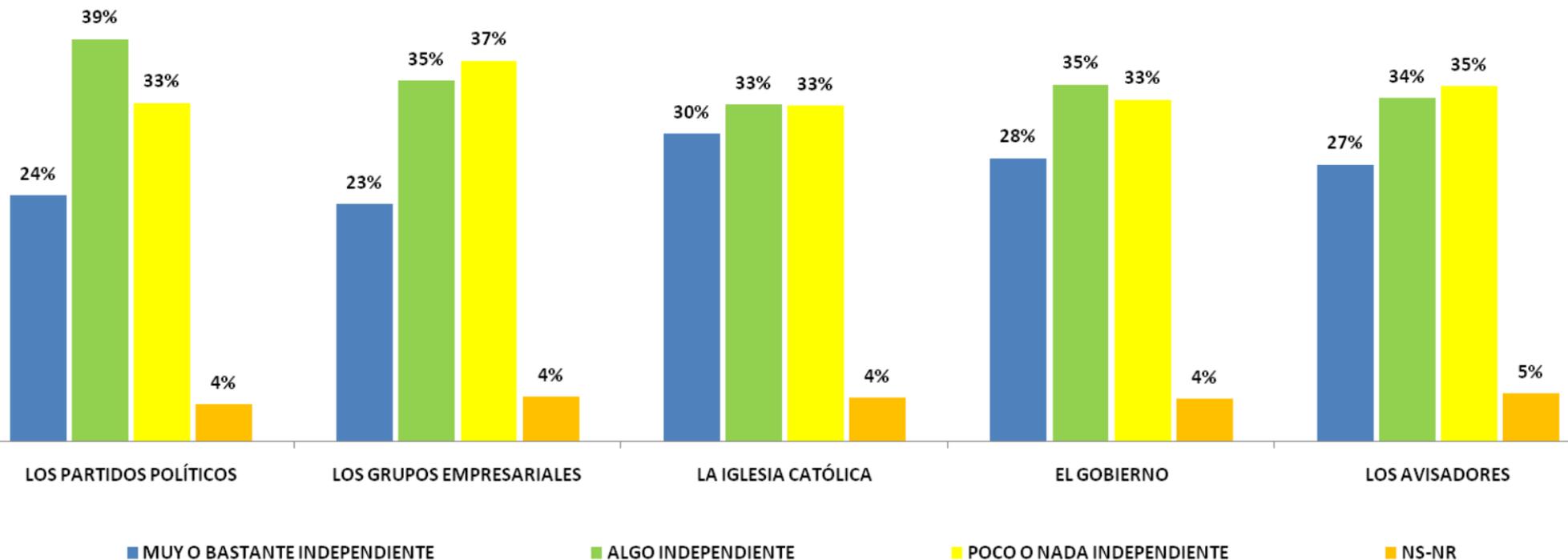
# EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10, DONDE 1 SIGNIFICA QUE “PRESENTA SÓLO UN PUNTO DE VISTA U OPINIÓN POLÍTICA” Y 10 QUE “PRESENTA DISTINTOS PUNTOS DE VISTA Y OPINIONES POLÍTICAS”, ¿DÓNDE UBICARÍA USTED A...? V REGIÓN



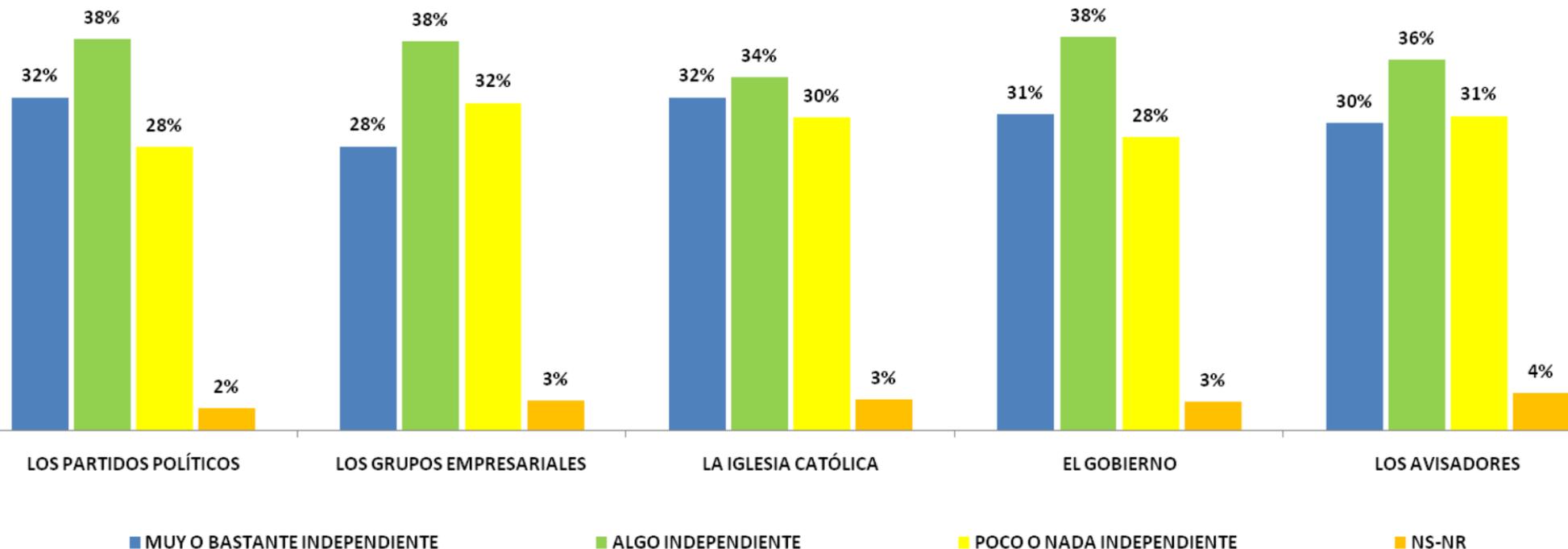
# EN UNA ESCALA DEL 1 AL 10, DONDE 1 SIGNIFICA QUE “PRESENTA SÓLO UN PUNTO DE VISTA U OPINIÓN POLÍTICA” Y 10 QUE “PRESENTA DISTINTOS PUNTOS DE VISTA Y OPINIONES POLÍTICAS”, ¿DÓNDE UBICARÍA USTED A...? VIII REGIÓN



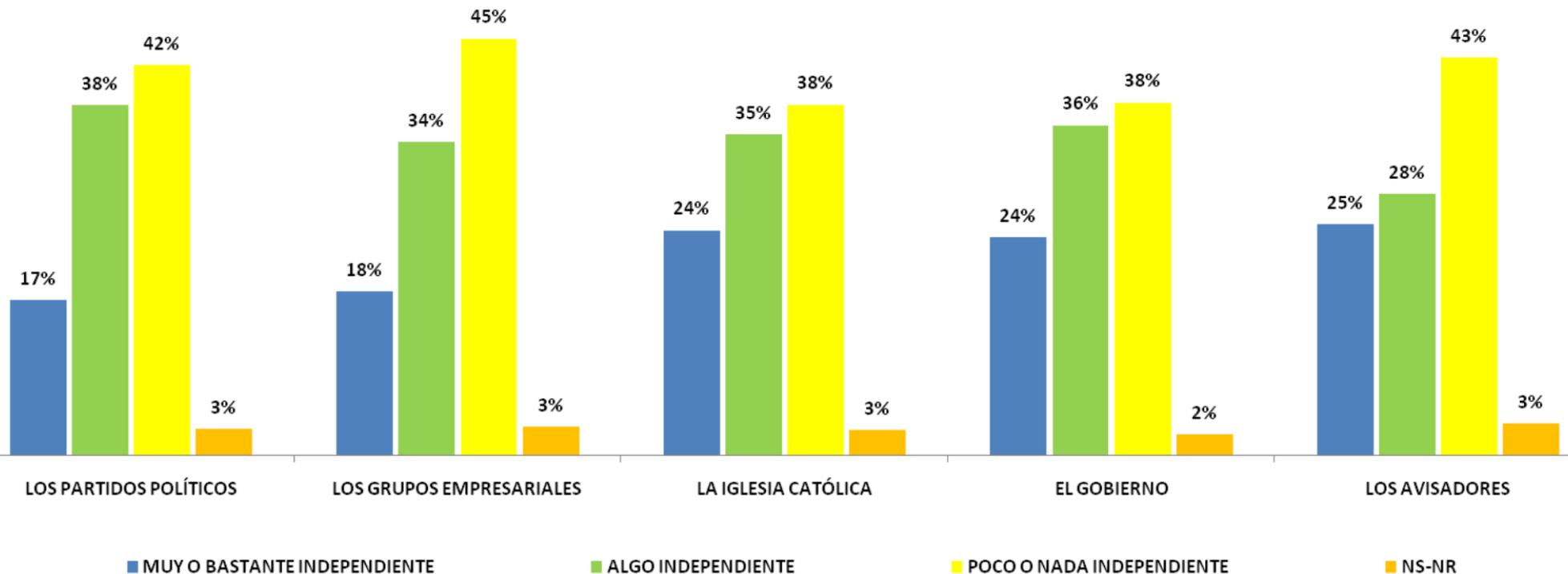
# ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED EL NIVEL DE INDEPENDENCIA QUE TIENEN LOS DIARIOS CHILENOS RESPECTO DE LOS SIGUIENTES SECTORES? IV REGIÓN



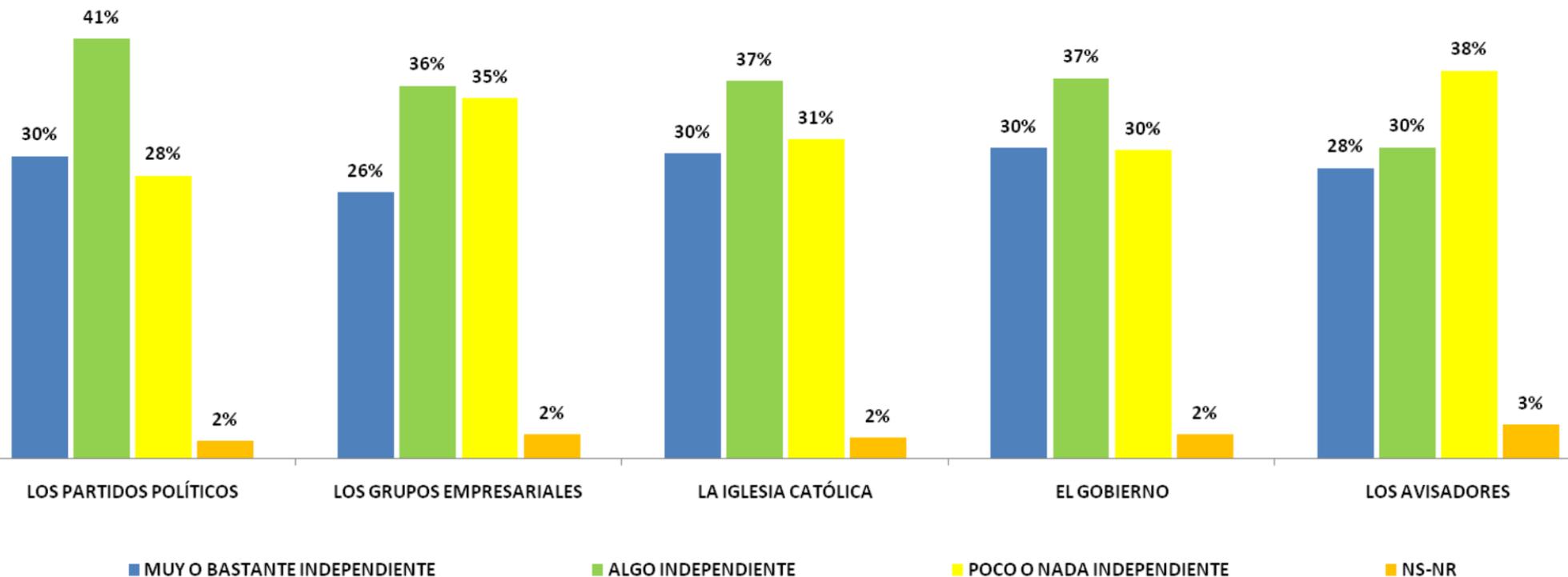
# ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED EL NIVEL DE INDEPENDENCIA QUE TIENEN LAS RADIOS CHILENAS RESPECTO DE LOS SIGUIENTES SECTORES? IV REGIÓN



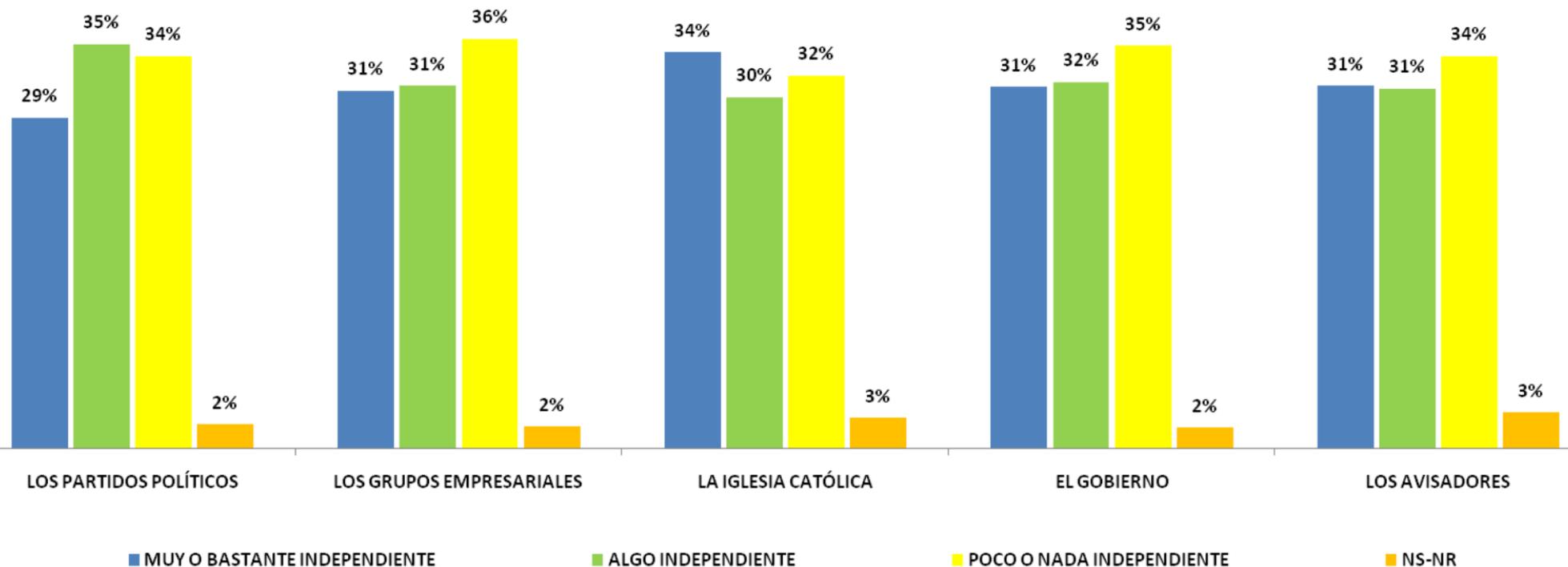
# ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED EL NIVEL DE INDEPENDENCIA QUE TIENEN LOS DIARIOS CHILENOS RESPECTO DE LOS SIGUIENTES SECTORES? V REGIÓN



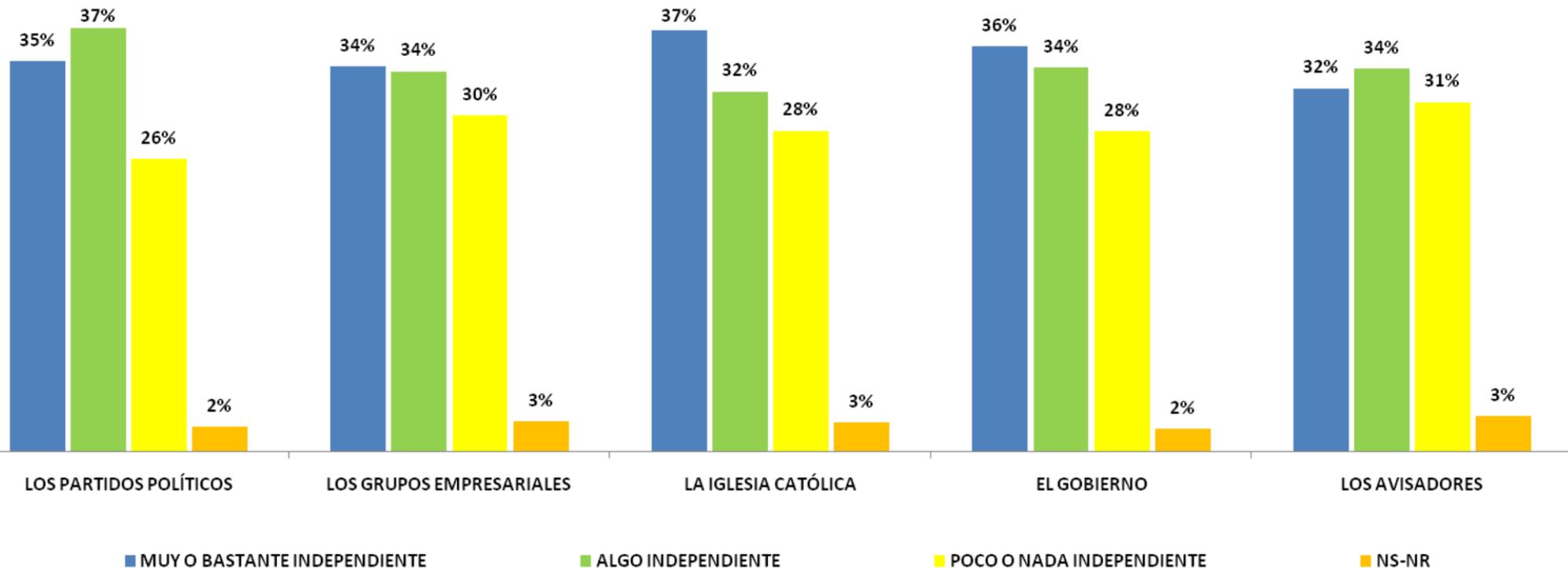
# ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED EL NIVEL DE INDEPENDENCIA QUE TIENEN LAS RADIOS CHILENAS RESPECTO DE LOS SIGUIENTES SECTORES? V REGIÓN



# ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED EL NIVEL DE INDEPENDENCIA QUE TIENEN LOS DIARIOS CHILENOS RESPECTO DE LOS SIGUIENTES SECTORES? VIII REGIÓN



# ¿CÓMO CALIFICARÍA USTED EL NIVEL DE INDEPENDENCIA QUE TIENEN LAS RADIOS CHILENAS RESPECTO DE LOS SIGUIENTES SECTORES? VIII REGIÓN



- Cuando los entrevistados evalúan de manera independiente a cada medio en distintos aspectos, la radio es el que obtiene las mejores evaluaciones en prácticamente todos los indicadores: es el que tiene la mejor evaluación general, el mayor nivel de confianza, es percibido como el más independiente, es el mejor evaluado en términos de la calidad de la información y, finalmente, también recibe la mejor evaluación en términos de pluralismo. En la única categoría que es superada por la televisión abierta es en el nivel de la influencia que se percibe que posee sobre las autoridades de gobierno.

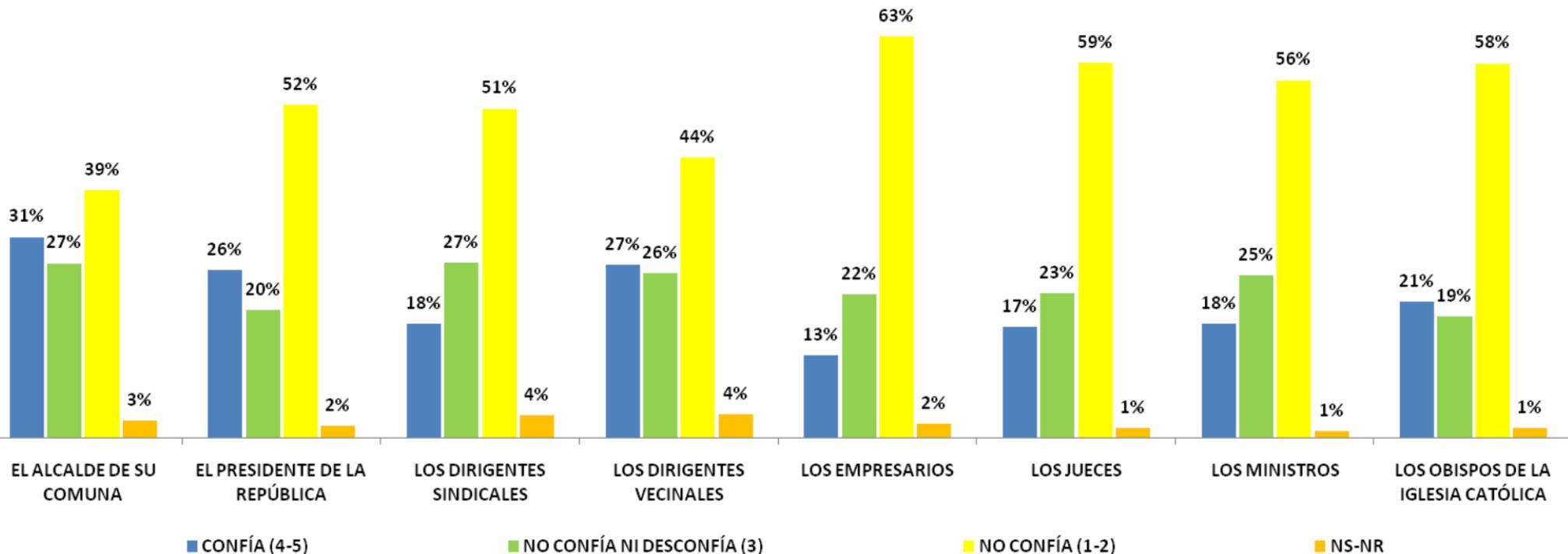
- La población percibe que, en comparación a los diarios, las radios tienen un mayor grado de independencia frente a distintos actores como los partidos políticos, los grupos empresariales, la Iglesia Católica, el Gobierno y los avisadores.



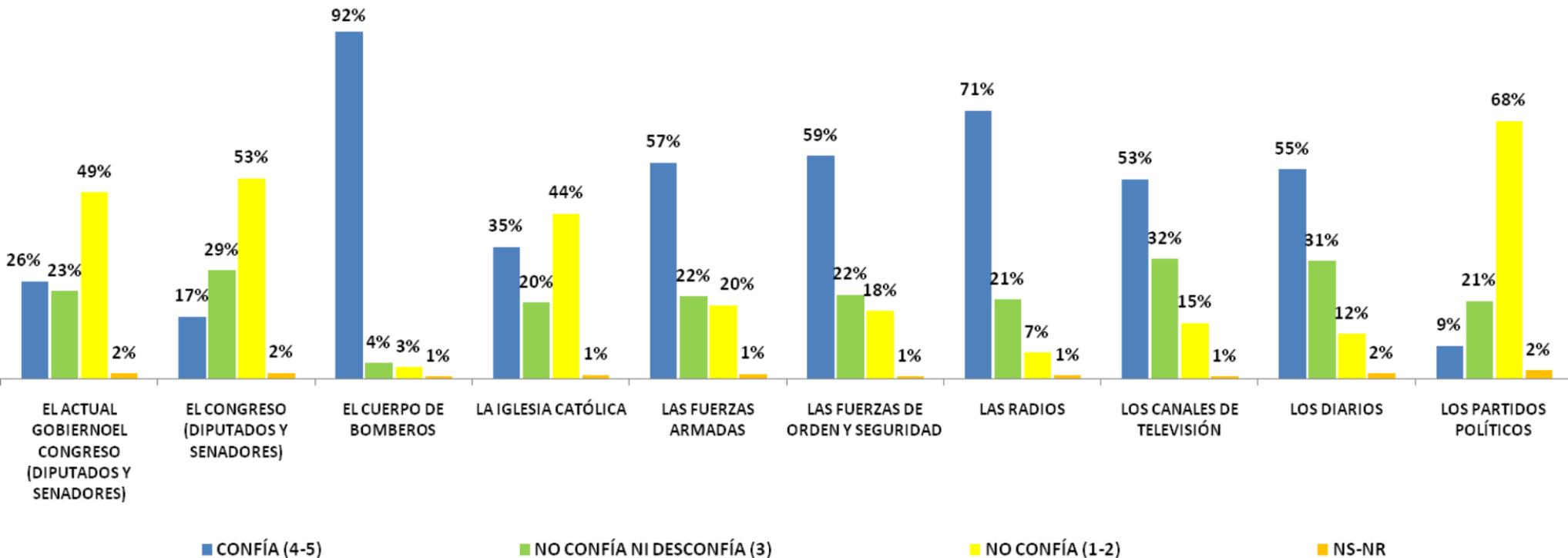
Confianza

en las instituciones

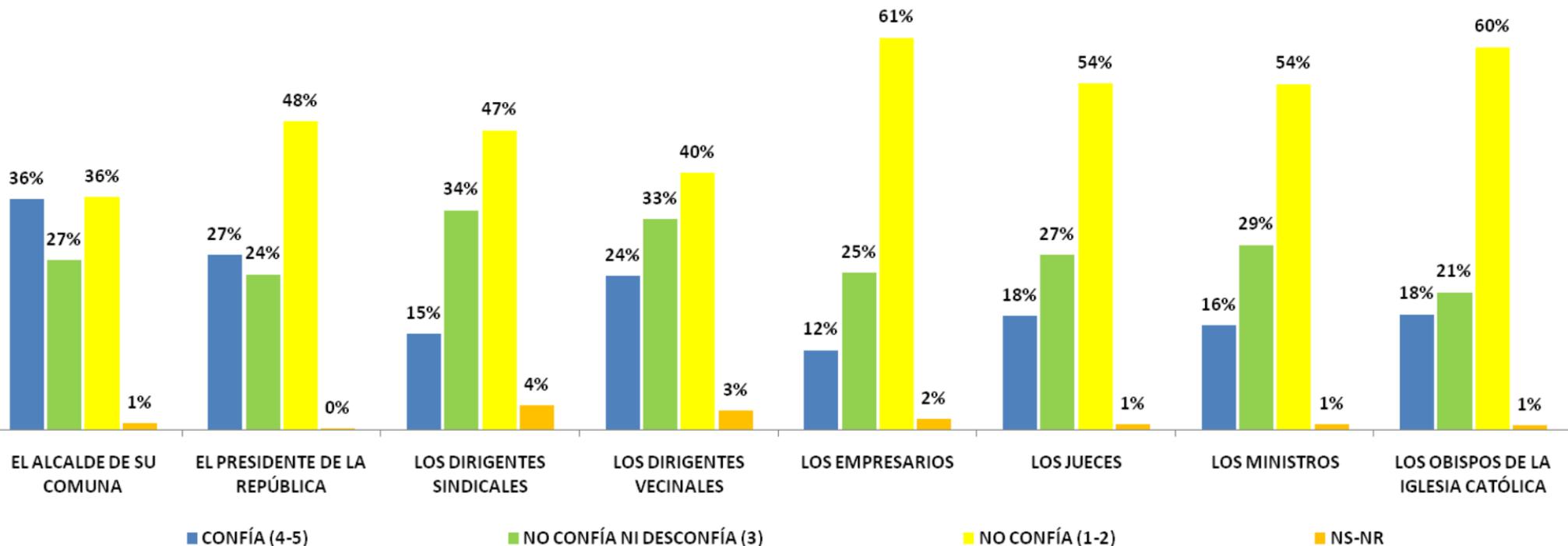
# EN UNA ESCALA DE 1 A 5, DONDE 1 SIGNIFICA QUE "NO CONFÍA NADA" Y 5 QUE "CONFÍA MUCHO", EN ESTE MOMENTO, ¿CUÁNTO CONFÍA USTED EN LAS SIGUIENTES PERSONAS? - IV REGIÓN



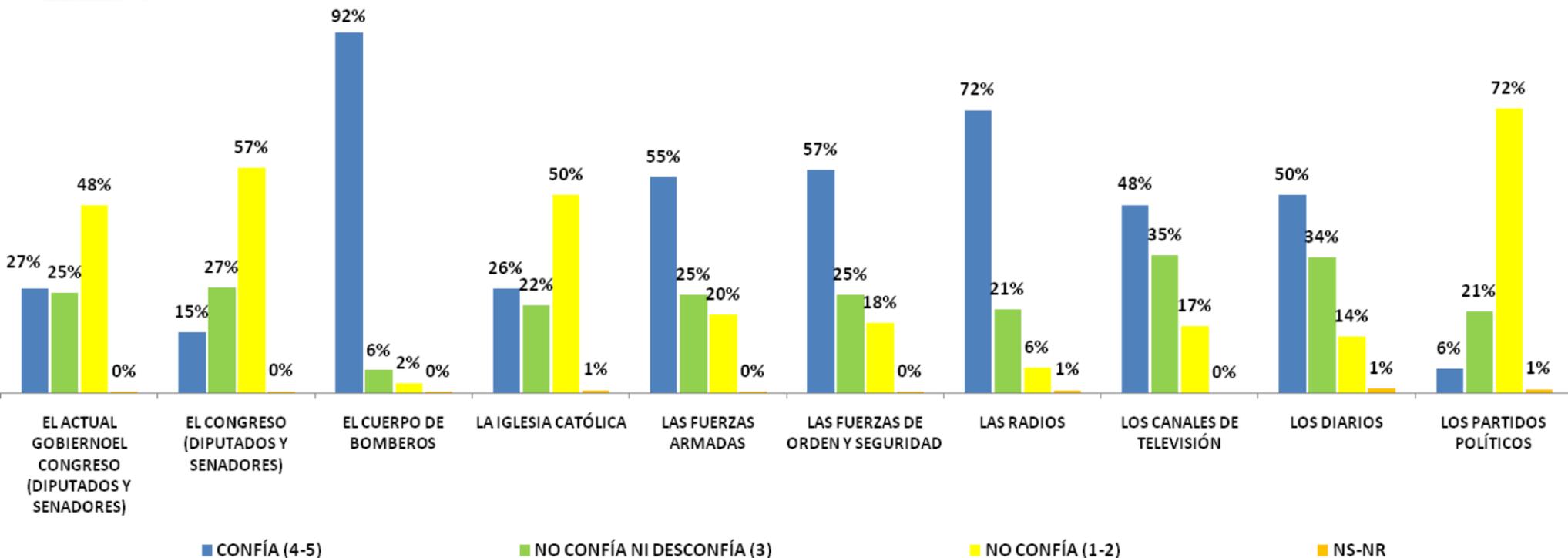
# EN UNA ESCALA DE 1 A 5, DONDE 1 SIGNIFICA QUE "NO CONFÍA NADA" Y 5 QUE "CONFÍA MUCHO", EN ESTE MOMENTO, ¿CUÁNTO CONFÍA USTED EN LAS SIGUIENTES INSTITUCIONES DEL PAÍS? - IV REGIÓN



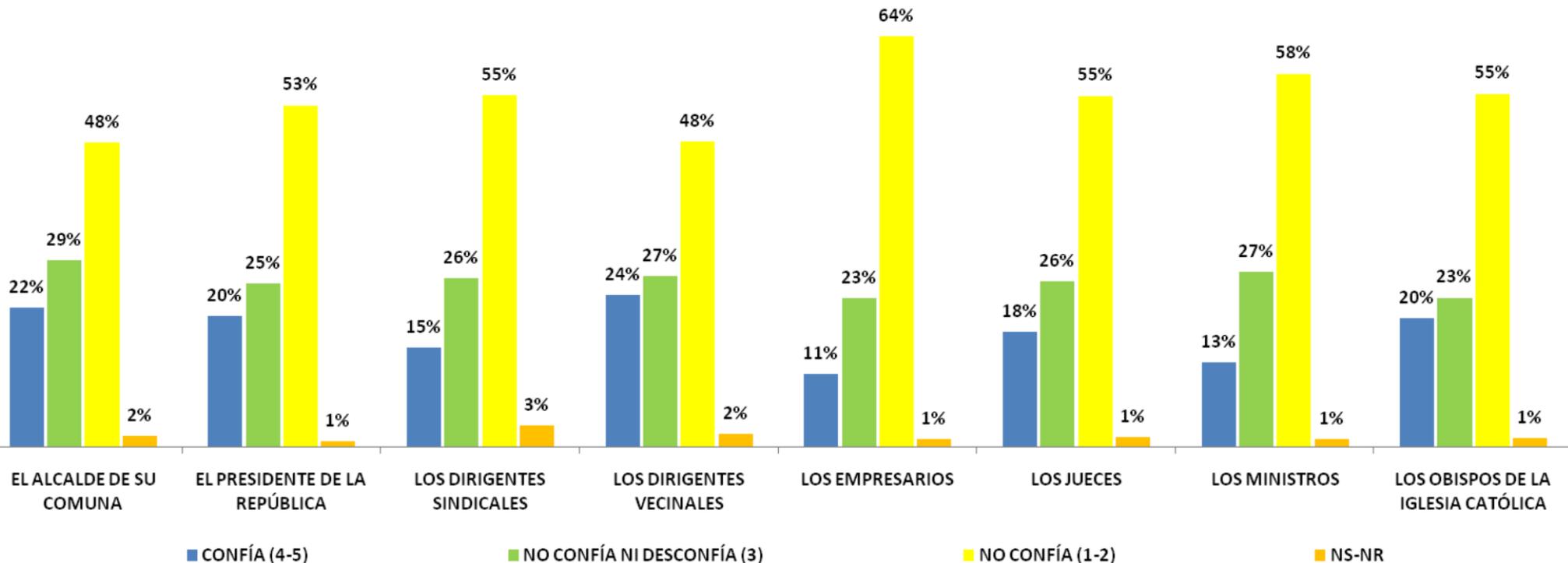
# EN UNA ESCALA DE 1 A 5, DONDE 1 SIGNIFICA QUE "NO CONFÍA NADA" Y 5 QUE "CONFÍA MUCHO", EN ESTE MOMENTO, ¿CUÁNTO CONFÍA USTED EN LAS SIGUIENTES PERSONAS? - V REGIÓN



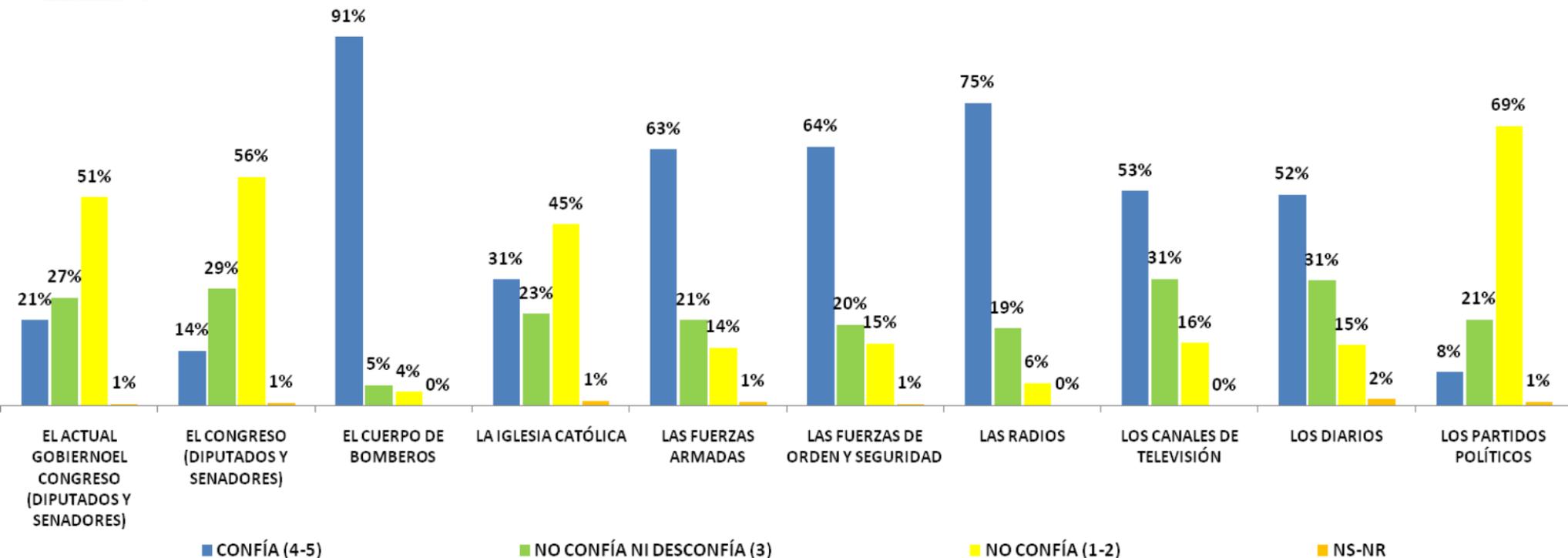
# EN UNA ESCALA DE 1 A 5, DONDE 1 SIGNIFICA QUE "NO CONFÍA NADA" Y 5 QUE "CONFÍA MUCHO", EN ESTE MOMENTO, ¿CUÁNTO CONFÍA USTED EN LAS SIGUIENTES INSTITUCIONES DEL PAÍS? - V REGIÓN



# EN UNA ESCALA DE 1 A 5, DONDE 1 SIGNIFICA QUE "NO CONFÍA NADA" Y 5 QUE "CONFÍA MUCHO", EN ESTE MOMENTO, ¿CUÁNTO CONFÍA USTED EN LAS SIGUIENTES PERSONAS? - VIII REGIÓN



# EN UNA ESCALA DE 1 A 5, DONDE 1 SIGNIFICA QUE "NO CONFÍA NADA" Y 5 QUE "CONFÍA MUCHO", EN ESTE MOMENTO, ¿CUÁNTO CONFÍA USTED EN LAS SIGUIENTES INSTITUCIONES DEL PAÍS? - VIII REGIÓN



- La radio es la segunda institución que genera mayor nivel de confianza, sólo siendo superada por Bomberos.
- Los diarios y los canales de televisión ocupan el quinto y sexto lugar respectivamente, tras las Fuerzas de Orden y Seguridad (Carabineros) y Las Fuerzas Armadas.
- Los partidos políticos y los empresas son los dos grupos que en más desconfía la población de las tres zonas.



Análisis

multivariado

# ANÁLISIS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA: VARIABLES DETERMINANTES DE LECTORÍA DE DIARIOS DURANTE EL DÍA DE AYER (\*p<0,05; \*\*p<0,01)

|  | Exp (B)  | Chi cuadrado de Wald | Significación |
|--|----------|----------------------|---------------|
| Sexo (Mujer)                                 |          |                      |               |
| Hombre                                       | 1,532**  | 25,358               | 0,000         |
| Edad   | 1,013**  | 26,266               | 0,000         |
| Región (VIII Región)                         |          |                      |               |
| IV Región                                    | 1,770**  | 21,639               | 0,000         |
| V Región                                     | 2,062**  | 60,765               | 0,000         |
| GSE (DE)                                     |          |                      |               |
| ABC1   | 2,085**  | 14,914               | 0,000         |
| C2   | 1,482**  | 10,170               | 0,001         |
| C3   | 1,200    | 3,406                | 0,065         |
| Confianza en instituciones                   | 0,905    | 3,212                | 0,073         |
| Partidario de regular sistema de medios      | 1,023    | 0,214                | 0,644         |
| Posición política (Izquierda-Derecha)        | 0,999    | 0,549                | 0,459         |
| Confianza en diarios impresos                | 1,476*** | 75,321               | 0,000         |
| Percepción de pluralismo de diarios impresos | 1,002    | 1,532                | 0,216         |
| N  | 3.342    |                      |               |
| R cuadrado de Nagelkerke                     | 0,089    |                      |               |

El análisis de regresión logística muestra qué variables permiten predecir si una persona leyó o no un diario (nacional o regional) el día de ayer. De acuerdo a este análisis, las variables relacionadas con la lectoría son:

- a) Sexo: ser hombre incrementa la posibilidad de haber leído un diario ayer
- b) Edad: cada año de edad adicional de una persona incrementa la chance de que sea lectora de diarios
- c) Nivel socioeconómico: los grupos de mayores ingresos (ABC1 y C2) tienen más posibilidades de ser lectores.
- d) Tener confianza en los medios escritos también está relacionado con una mayor lectura.

# ANÁLISIS DE REGRESIÓN LOGÍSTICA: VARIABLES DETERMINANTES DE LE LA AUDIENCIA DE RADIOS DURANTE EL DÍA DE AYER (\*p<0,05; \*\*p<0,01)

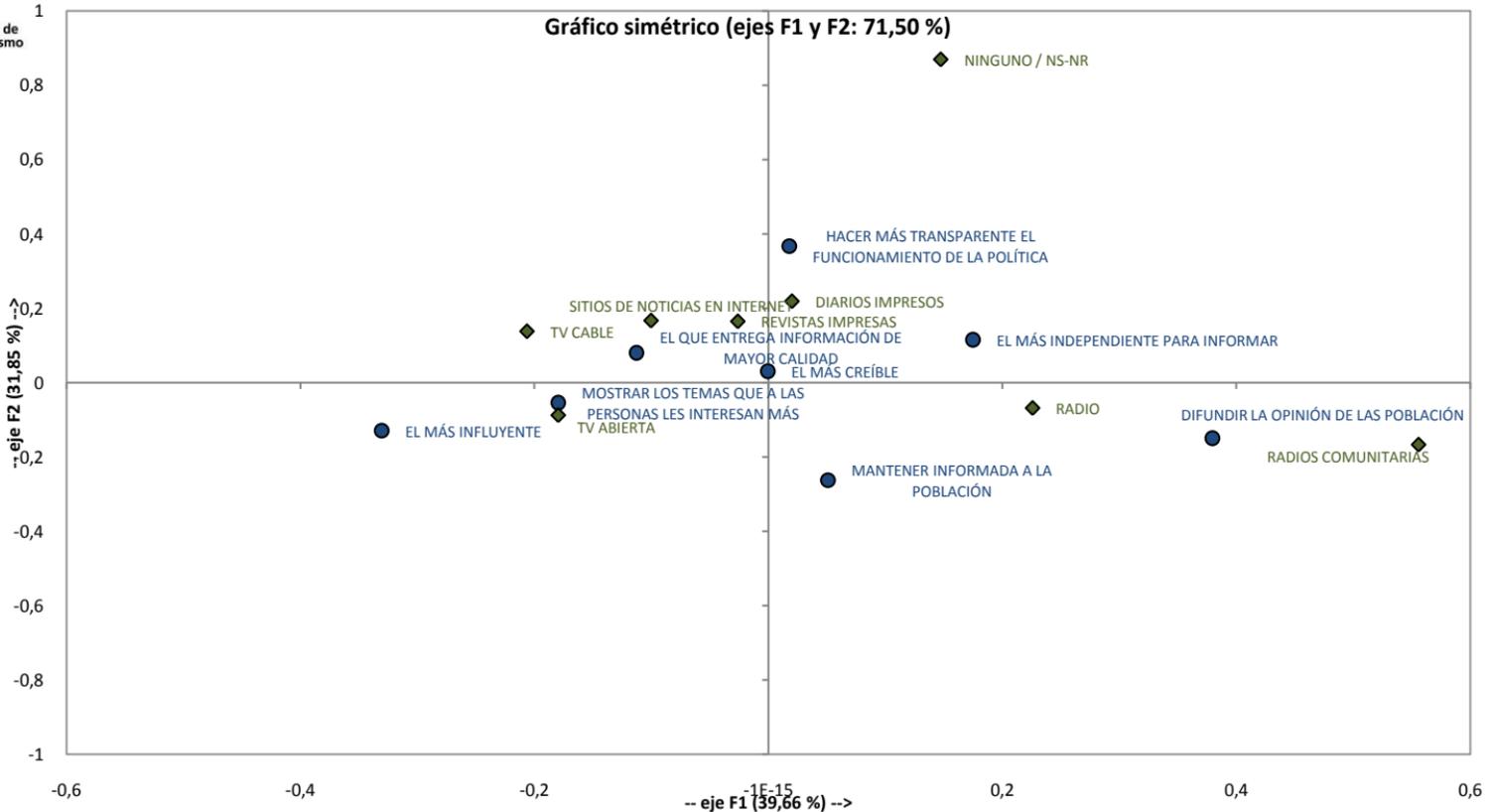
|   | Exp (B)  | Chi cuadrado de Wald | Significación |
|---|----------|----------------------|---------------|
| Sexo (Mujer)                            |          |                      |               |
| Hombre                                  | 1,040    | 0,244                | 0,622         |
| Edad                                    | 1,014*** | 36,166               | 0,000         |
| Región (VIII Región)                    |          |                      |               |
| IV Región                               | 1,139    | 1,210                | 0,271         |
| V Región                                | 1.179    | 3,643                | 0,056         |
| GSE (DE)                                |          |                      |               |
| ABC1                                    | 1,066    | 0,113                | 0,737         |
| C2                                      | 1,080    | 0,435                | 0,509         |
| C3                                      | 1,189    | 3,546                | 0,060         |
| Confianza en instituciones              | 0,921    | 2.432                | 0,119         |
| Partidario de regular sistema de medios | 0,920    | 3,202                | 0,074         |
| Posición política (Izquierda-Derecha)   | 1,001    | 0,326                | 0,568         |
| Confianza en la radio                   | 1,667*** | 145,400              | 0,000         |
| Percepción de pluralismo en las radios  | 1,002    | 2,164                | 0,141         |
| N                                       | 3.361    |                      |               |
| R cuadrado de Nagelkerke                | 0,089    |                      |               |

En el caso en que la variable dependiente es haber escuchado radio el día de ayer, las variables explicativas que arroja el modelo son las siguientes:

- a) Edad: cada año adicional de edad incrementa la posibilidad de ser parte de la audiencia de radio
- b) Tener una alta confianza en la radio está relacionado con un mayor uso de este medios de comunicación.

A diferencia de los diarios, el sexo y las características socioeconómicas no son variables relevantes para explicar si las personas consumen o no radio. Lo que muestra que el uso de este medio es bastante más transversal en la población de las tres regiones consideradas.

# IMAGEN DE LOS MEDIOS - ANÁLISIS FACTORIAL DE CORRESPONDENCIAS



# IMAGEN DE LOS MEDIOS - ANÁLISIS FACTORIAL DE CORRESPONDENCIAS

- En general, la televisión se asocia con más fuerza a atributos como influencia y a la capacidad de mostrar los temas que a las personas les interesan más. Se mantiene similar a la radio en los atributos de credibilidad y en mantener informada a la población.
- La radio aparece también como el medio más independiente para informar y, además, comparte con las radios comunitarias el atributo de difundir la opinión de la población.
- En tanto, los diarios impresos se asocian con mayor fuerza a la contribución a la transparencia en el funcionamiento de la política.

# USO DE LOS MEDIOS - ANÁLISIS DE CLUSTERS

- Al realizar un análisis de clusters para las variables de uso declarado de los distintos medios (a través de la técnica de k-medios), se obtuvo un número óptimo de 5 grupos, que perfilan distintas formas de consumo, además de distintos perfiles sociodemográficos. En la siguiente tabla se describe el porcentaje de consumo diario de cada medio para cada uno de los conglomerados.

|  | CLUSTER |       |       |       |       |
|--|---------|-------|-------|-------|-------|
|  | 1       | 2     | 3     | 4     | 5     |
| CONSUME DIARIAMENTE TV ABIERTA                     | 88%     | 84%   | 90%   | 90% ↑ | 70% ↓ |
| CONSUME DIARIAMENTE TV CABLE                       | 0% ↓    | 85%   | 82%   | 84%   | 0% ↓  |
| CONSUME DIARIAMENTE RADIO                          | 69%     | 51% ↓ | 80% ↑ | 45% ↓ | 60%   |
| CONSUME DIARIAMENTE REVISTAS IMPRESAS              | 1% ↓    | 3% ↑  | 2%    | 1% ↓  | 4% ↑  |
| CONSUME DIARIAMENTE SITIOS DE NOTICIAS EN INTERNET | 0% ↓    | 69% ↑ | 0% ↓  | 0% ↓  | 58% ↑ |
| CONSUME DIARIAMENTE DIARIOS IMPRESOS               | 7% ↓    | 17%   | 27% ↑ | 0% ↓  | 18%   |



Relativamente más alto que otros clusters



Relativamente más bajo que otros clusters

# USO DE LOS MEDIOS - ANÁLISIS DE CLUSTERS

- También se observan diferencias en las características sociodemográficas de los grupos obtenidos, resumidas en el siguiente cuadro:

|      |        | CLUSTER |     |     |     |     |
|------|--------|---------|-----|-----|-----|-----|
|      |        | 1       | 2   | 3   | 4   | 5   |
| SEXO | HOMBRE | 44%     | 60% | 49% | 44% | 51% |
|      | MUJER  | 56%     | 40% | 51% | 56% | 49% |
| NSE  | ABC1   | 2%      | 12% | 2%  | 2%  | 10% |
|      | C2     | 9%      | 29% | 15% | 14% | 23% |
|      | C3     | 33%     | 41% | 41% | 39% | 39% |
|      | DE     | 57%     | 19% | 41% | 45% | 28% |
| EDAD | 15-29  | 17%     | 50% | 23% | 34% | 54% |
|      | 30-39  | 16%     | 23% | 15% | 16% | 20% |
|      | 40-49  | 18%     | 15% | 21% | 21% | 14% |
|      | 50-59  | 20%     | 9%  | 21% | 10% | 8%  |
|      | 60 y + | 29%     | 4%  | 20% | 19% | 4%  |

↑ Relativamente más alto que otros clusters

↓ Relativamente más bajo que otros clusters

# USO DE LOS MEDIOS - ANÁLISIS DE CLUSTERS

En Resumen:

- El primer grupo de usuarios de medios se caracteriza por no tener niveles de uso particularmente altos en ninguno de los medios analizados, teniendo generalmente un consumo más bajo que el promedio. Este grupo se caracteriza también por una proporción significativamente mayor de mujeres, una mayor proporción de personas de nivel socioeconómico D-E y una mayor proporción de mayores de 60 años que el resto de los grupos.
- El segundo grupo se caracteriza por un consumo más alto de revistas impresas que la mayoría de los grupos y por ser el que utiliza diariamente Internet en mayor medida. También tienen un consumo más bien bajo de radio. Se caracterizan por ser mayoritariamente hombres, con una alta predominancia de los niveles socioeconómicos ABC1 y C2, y estar compuestos en un 50% por menores de 30 años.

# USO DE LOS MEDIOS - ANÁLISIS DE CLUSTERS

- El tercer grupo se caracteriza por un muy alto nivel de consumo de radio y diarios impresos. También destaca por su nulo consumo de noticias en Internet. En este segmento no se observa que predominen hombres o mujeres y hay una mayor proporción de personas de nivel socioeconómico C3 y entre 40 y 59 años.
- El cuarto grupo presenta niveles altos de consumo televisivo, tanto a nivel de televisión abierta como pagada, y un nivel de uso significativamente más bajo en todos los demás medios. Se caracteriza también por ser mayoritariamente femenino, y concentrar en mayor proporción a adultos entre 40 y 49 años.
- El quinto grupo, al igual que el segundo, destaca por un mayor uso frecuente de noticias en Internet y revistas impresas, pero se diferencia de aquél por tener los niveles más bajos de consumo televisivo, tanto en TV abierta como por cable. Se caracteriza además por su alta proporción de jóvenes menores de 30 años (un 54%), lo que nuevamente lo hace similar al segundo grupo, pero vuelve a distinguirse de éste en términos socioeconómicos, ya que su distribución no tiene predominancias muy marcadas.



## ◀ Estudio Regional sobre Lectoría de Medios Escritos y Audiencia de Radios ▶



Investigación financiada por el Fondo de Estudios sobre el Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (Conicyt)

feedback

 **udp**  
UNIVERSIDAD DIEGO PORTALES

escuela de periodismo