



FACULTAD DE COMUNICACIONES  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATOLICA DE CHILE

Estudio de opinión pública

# Uso y evaluación de los medios de comunicación y las redes sociales durante el estallido social en Chile

4 de diciembre de 2019

Encuesta online realizada entre el 6 y el 14 de noviembre de 2019



# Antecedentes

Con el fin de contribuir a la discusión sobre el rol que están jugando los medios de comunicación, incluyendo las redes sociales, en la actual coyuntura, un equipo de investigadores de la Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile realizó un estudio de opinión pública mediante una encuesta vía correo electrónico a través del panel online del think tank Tren Digital.

La muestra total es de 1.639 adultos (18+ años), distribuidos a nivel nacional.

Los temas estudiados incluyen:

1. Uso y evaluación de la TV, radio, diarios (en papel y electrónicos).
2. Evaluación y expectativas del trabajo de los medios y periodistas.
3. Uso y evaluación de WhatsApp y otras redes sociales.
4. Percepciones de conflictividad y polarización en redes sociales.
5. Exposición, difusión, credibilidad y respuesta ante noticias falsas.
6. Familiaridad y evaluación del periodismo de verificación (*fact-checking*).



# Metodología

<b>Tipo de estudio</b>	Cuantitativo, mediante cuestionario autoaplicado de 20 minutos al panel online administrado por TrenDigital, think tank de la Facultad de Comunicaciones UC.
<b>Población objetivo</b>	Personas de 18 años en adelante, con acceso a internet, residentes en Chile.
<b>Diseño muestral</b>	<u>No probabilístico</u> . El marco muestral del panel se ajustó proporcionalmente a parámetros poblaciones en términos de género, edad y región. Se invitó a una muestra inicial de 20.000 panelistas mediante correo electrónico usando la plataforma Qualtrics. En total 2.277 usuarios abrieron el enlace y 1.639 completaron la encuesta en su totalidad (tasa de respuesta: 8%; tasa de cumplimiento: 72%). El margen de error estimado es de $\pm 2,4\%$ (bajo supuestos de varianza máxima, aleatoriedad simple, y nivel de confianza del 95%).
<b>Aplicación</b>	Del 6 al 14 de noviembre de 2019.
<b>Ponderación</b>	Con el objetivo de proyectar resultados más representativos, la muestra fue ponderada en los análisis estadísticos de acuerdo al peso real de los siguientes segmentos: género, edad, nivel educacional, ingresos del hogar, región, ideología, participación electoral y uso de redes sociales, según la Encuesta Suplementaria de Ingresos del INE (2018), la IX Encuesta de Acceso y Usos de Internet de la Subtel (2018), la Encuesta CEP N° 83 (2019), y el Reuters Institute Digital News Report (2019).
<b>Desarrollo y financiamiento</b>	Estudio desarrollado, aplicado, y financiado en 100% por el siguiente equipo de investigación de la Facultad de Comunicaciones UC: Ingrid Bachmann, Daniela Grassau, Daniel Halpern, Claudia Labarca, Constanza Mujica, Soledad Puente y Sebastián Valenzuela.



## Perfil de la muestra

Variable	Tramos	Muestra (%)	Parámetro (%)	Diferencia absoluta (%)
Sexo	Hombre	46	48	2
	Mujer	54	52	2
Edad	18 a 34 años	41	42	1
	35 a 54 años	44	39	5
	55 o más años	15	18	3
Ingresos del hogar	Hasta \$800 mil mensuales	34	47	13
	Entre \$800 mil y \$1,5 millones mensuales	40	32	8
	Más de \$1,5 millones mensuales	26	21	5
Región	Metropolitana	64	49	15
	Otras regiones	36	51	15
Usa Facebook	Sí	81	81	0
Usa WhatsApp	Sí	97	81	16
Usa YouTube	Sí	78	76	2

Nota: La distribución de la muestra es con los datos ponderados. Parámetro se refiere a los parámetros poblacionales y/o distribución según encuestas representativas detalladas en la ficha metodológica.



# Cómo citar este estudio

Grassau, D., Valenzuela, S., Bachmann, I., Labarca, C., Mujica, C., Halpern, D. y Puente, S. (2019). *Estudio de opinión pública: Uso y evaluación de los medios de comunicación y las redes sociales durante el estallido social en Chile*. Santiago, Chile: Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Disponible en <http://bit.ly/EncuestaMediosFComUC>



Parte 1:

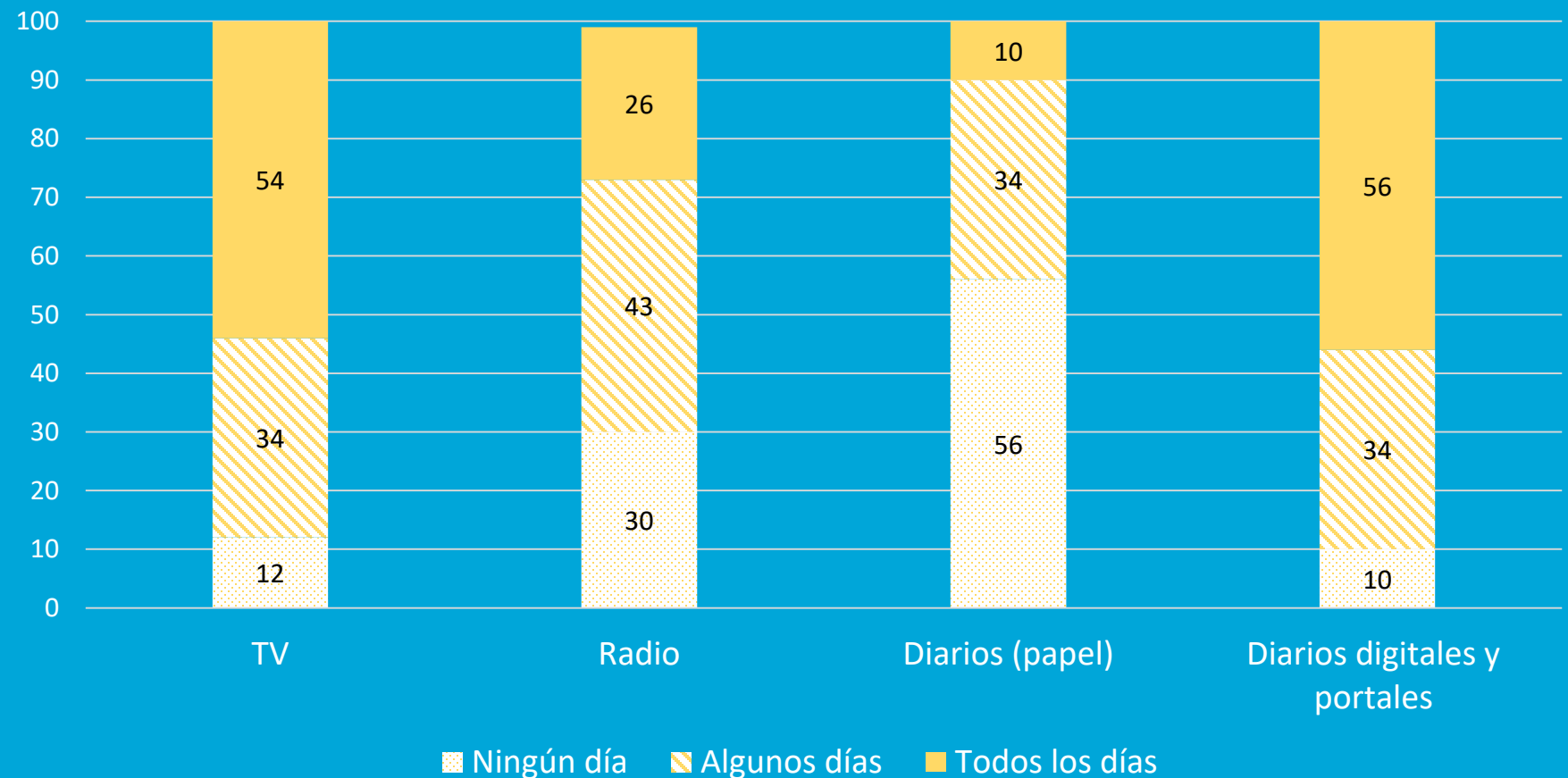
# Uso y evaluación de medios de comunicación tradicionales



## A mayor frecuencia de uso de un medio, mayor es la crítica hacia el mismo

Durante el inicio del estallido social, más del 50% de la muestra se informó a través de medios tradicionales de comunicación. Los diarios digitales/portales de noticias (56%) y la TV (54%) son los medios más usados todos los días, mientras que el diario en papel aparece en el último lugar (10%). A pesar de la frecuencia de uso, la televisión es la peor evaluada (nota 3 en escala de 1 a 7), particularmente en aquellos que apoyan la continuidad de las movilizaciones (2,6). Por el contrario, los diarios en papel son los que tienen mejor evaluación, particularmente entre las mujeres (5). La frecuencia de uso de cada medio aparece como inversamente proporcional a la evaluación del mismo medio por los encuestados, es decir, por ejemplo, quienes consumieron TV todos los días la evaluaron peor que quienes no se informaron por ella ningún día. Lo mismo ocurre con la radio, los diarios en papel y los diarios digitales y portales web.

En la última semana, ¿cuántos días has visto o escuchado noticias en los siguientes medios? (%)

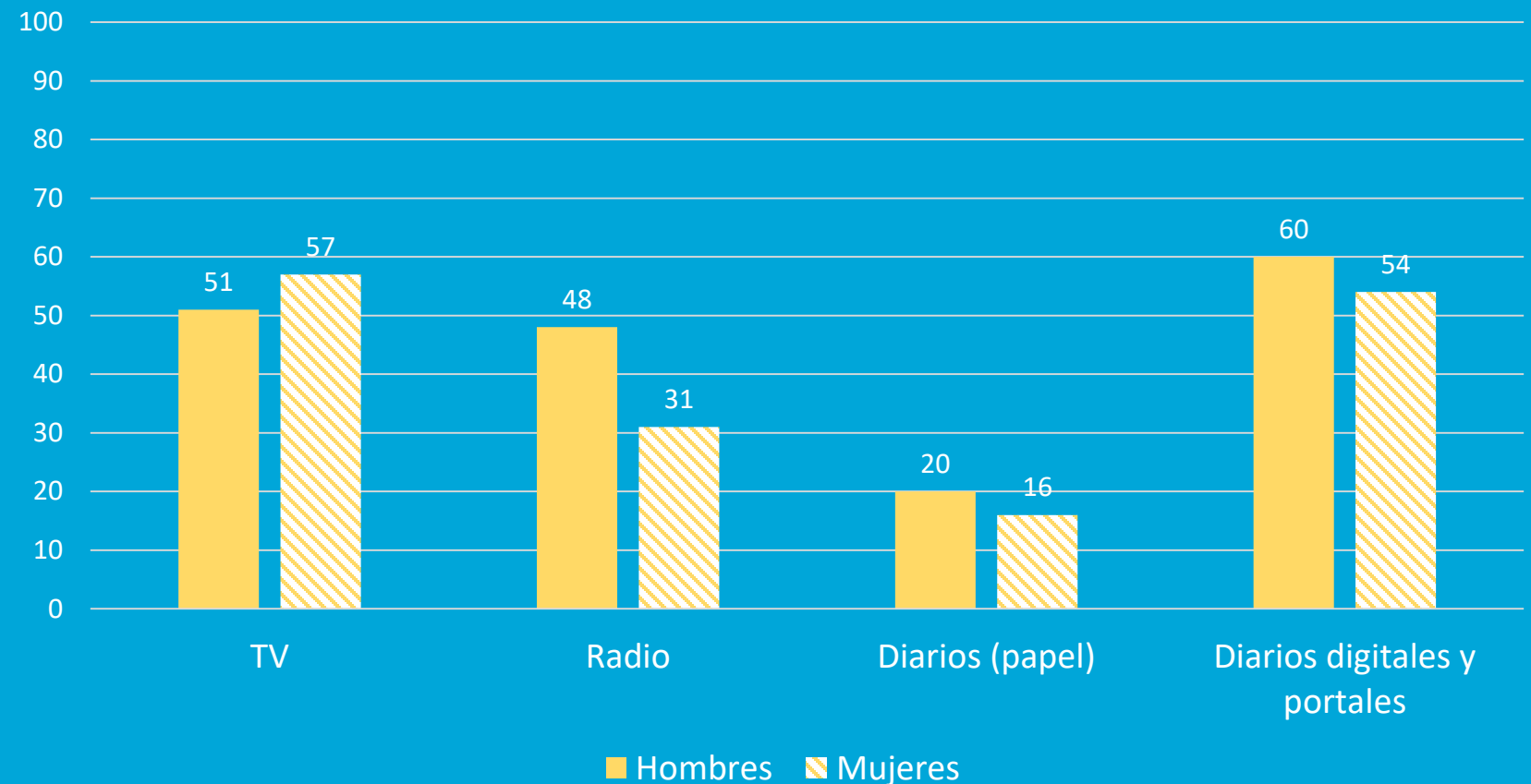


Los medios informativos tradicionales más usados son la televisión y los diarios/portales digitales.



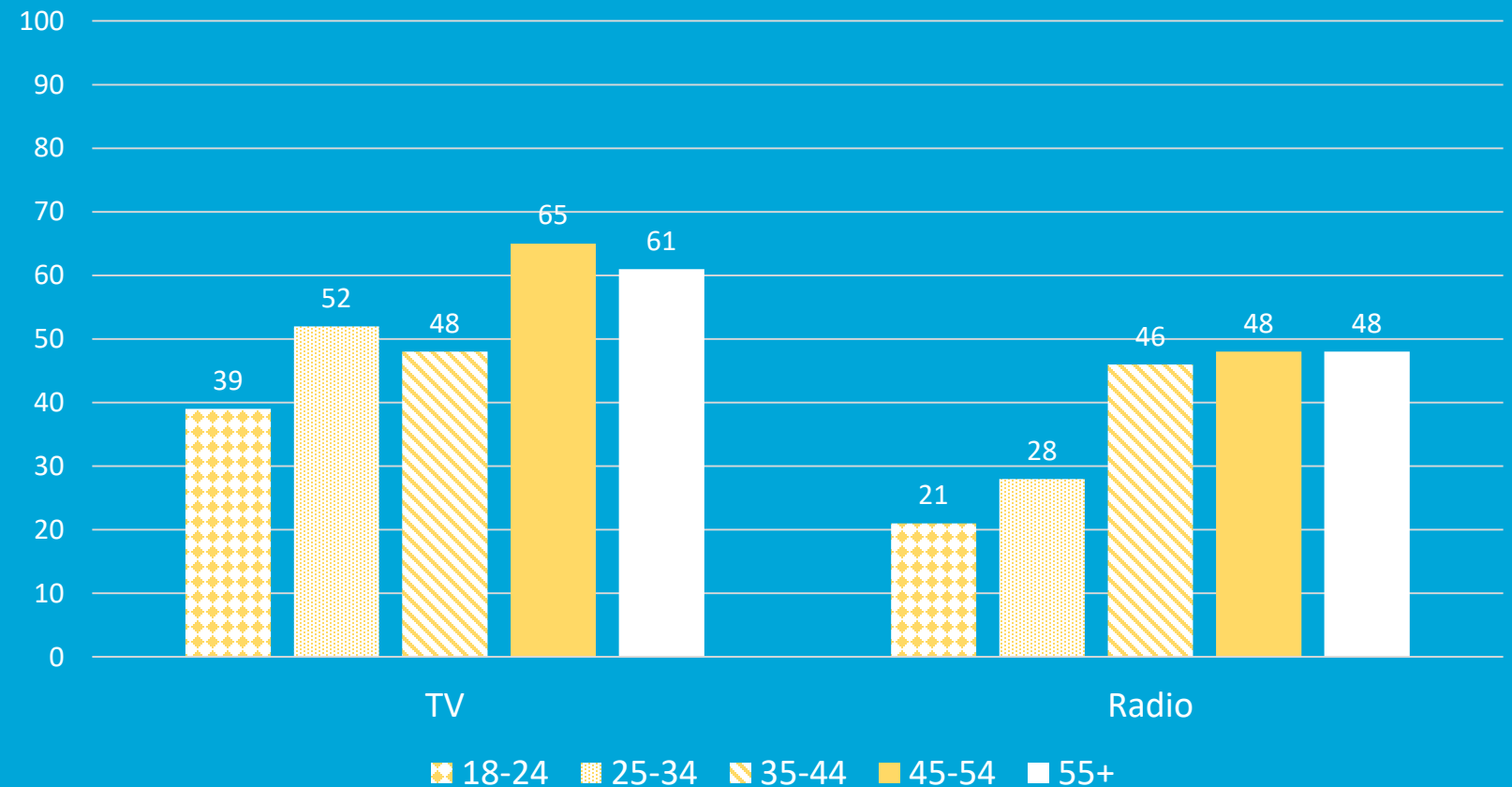


% de hombres y mujeres que se informaron todos los días por cada medio



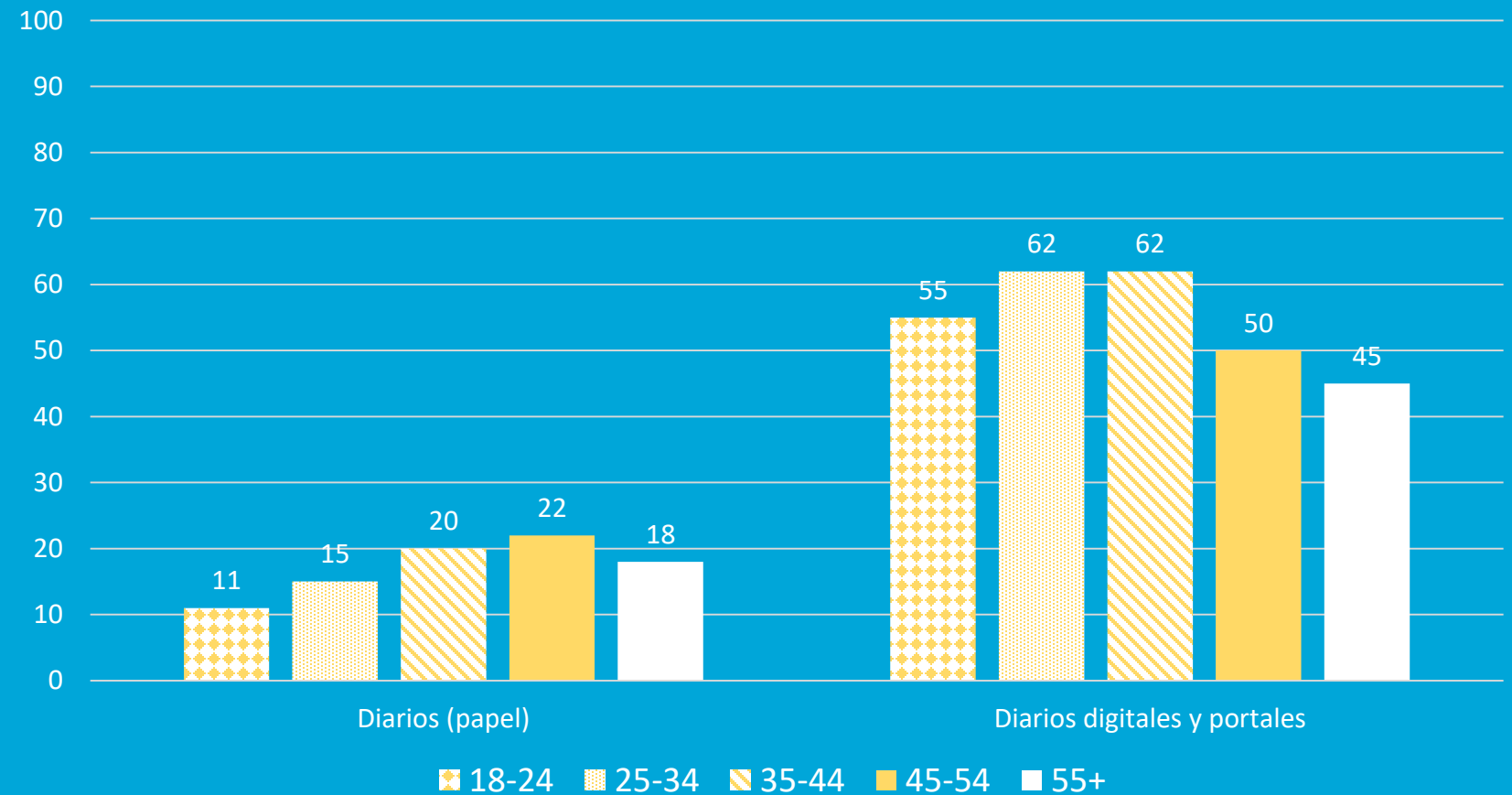
Hay diferencias significativas en el consumo de medios tradicionales entre hombres y mujeres.

% de personas por tramo de edad que se informaron todos los días por radio y TV



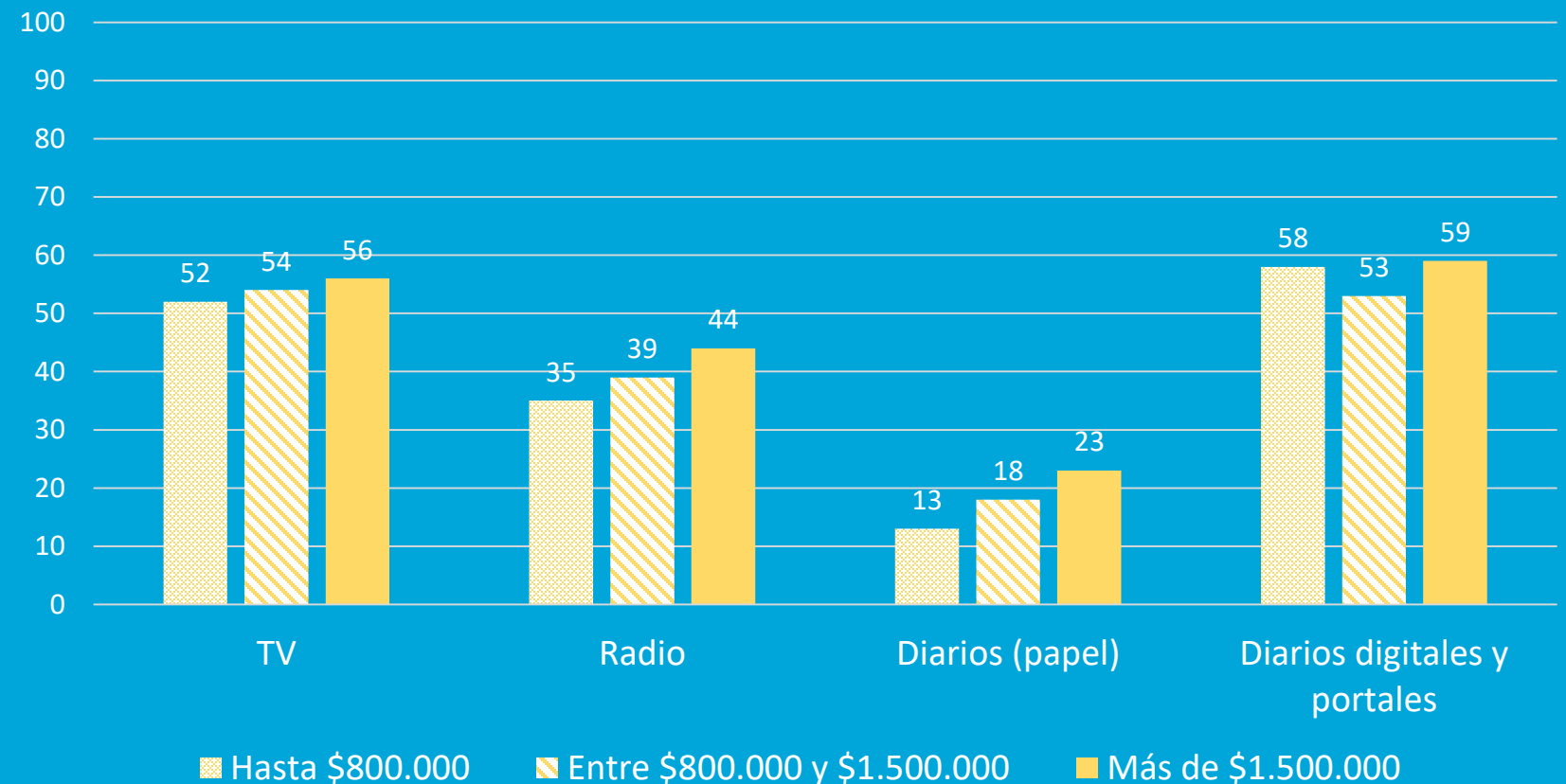
A mayor edad, mayor es el consumo de información por televisión y radio.

% de personas por tramo de edad que se informaron todos los días por diarios impresos y digitales



La exposición a noticias en diarios digitales y portales web es mayor entre los menores de 45 años.

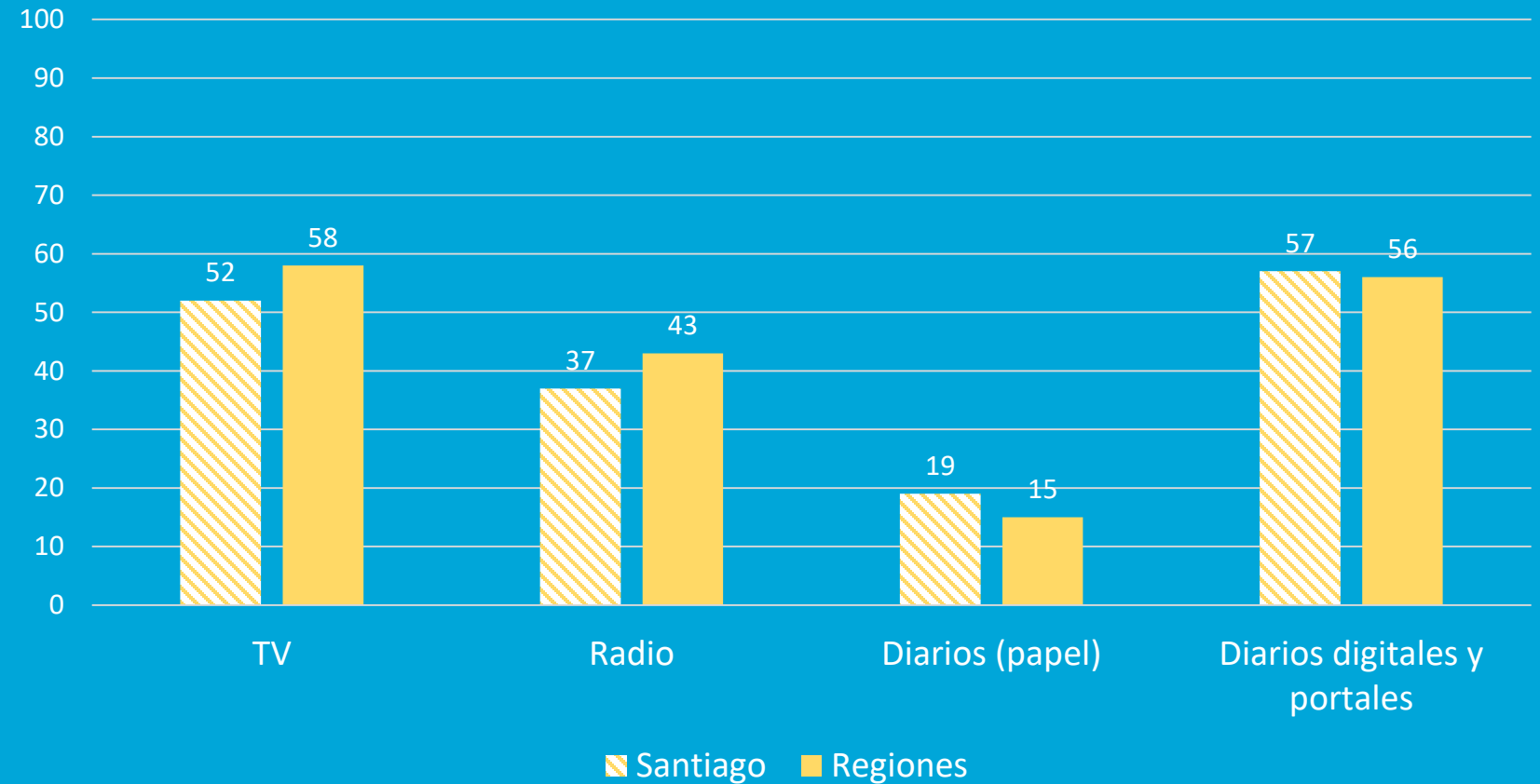
% de personas por tramo de ingreso por hogar que se informaron todos los días por cada medio



Solo el **23%** de los encuestados de hogares con ingresos más altos se informó todos los días por diarios en papel.

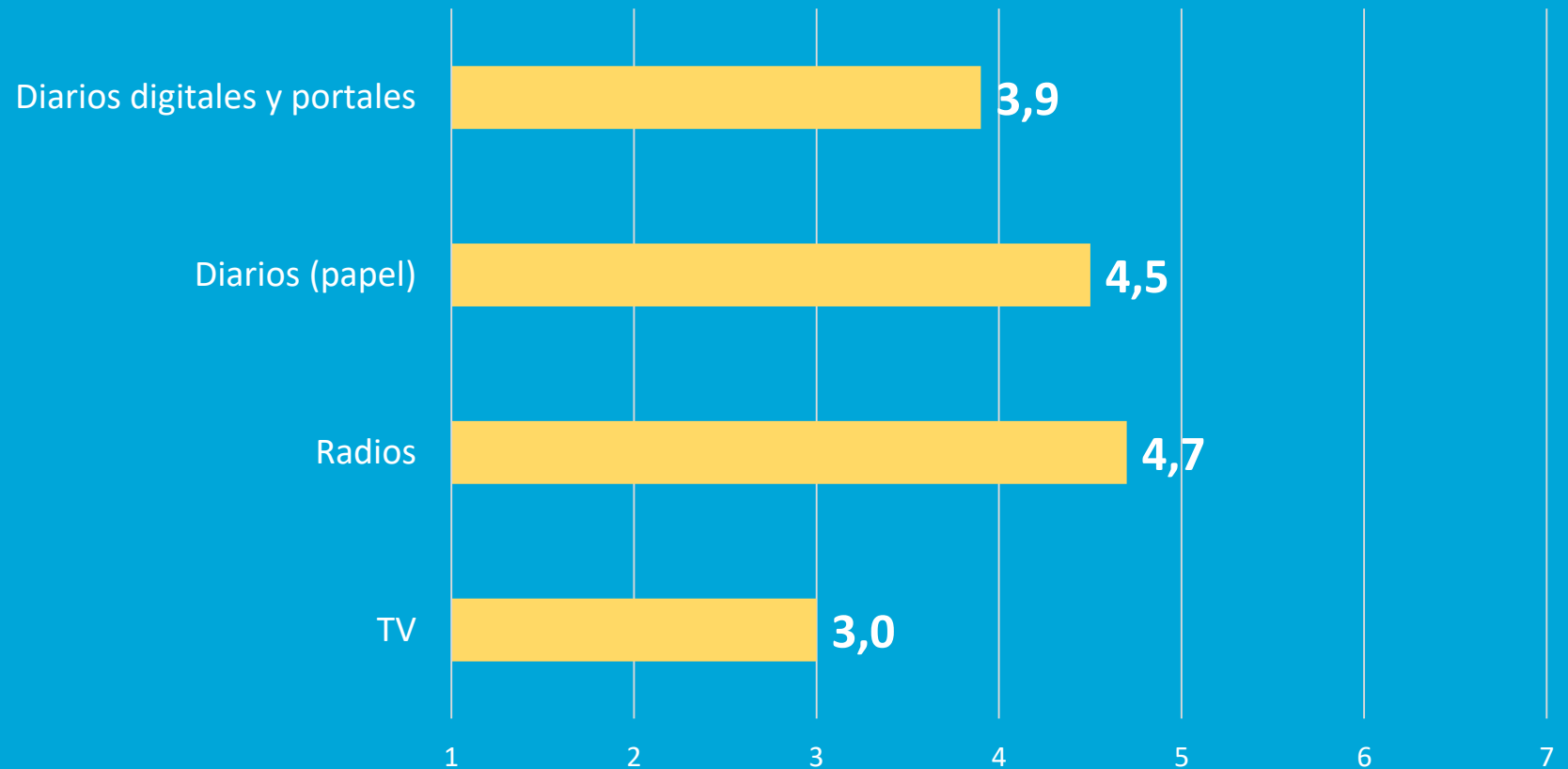


% de personas por lugar de residencia que se informaron todos los días por cada medio



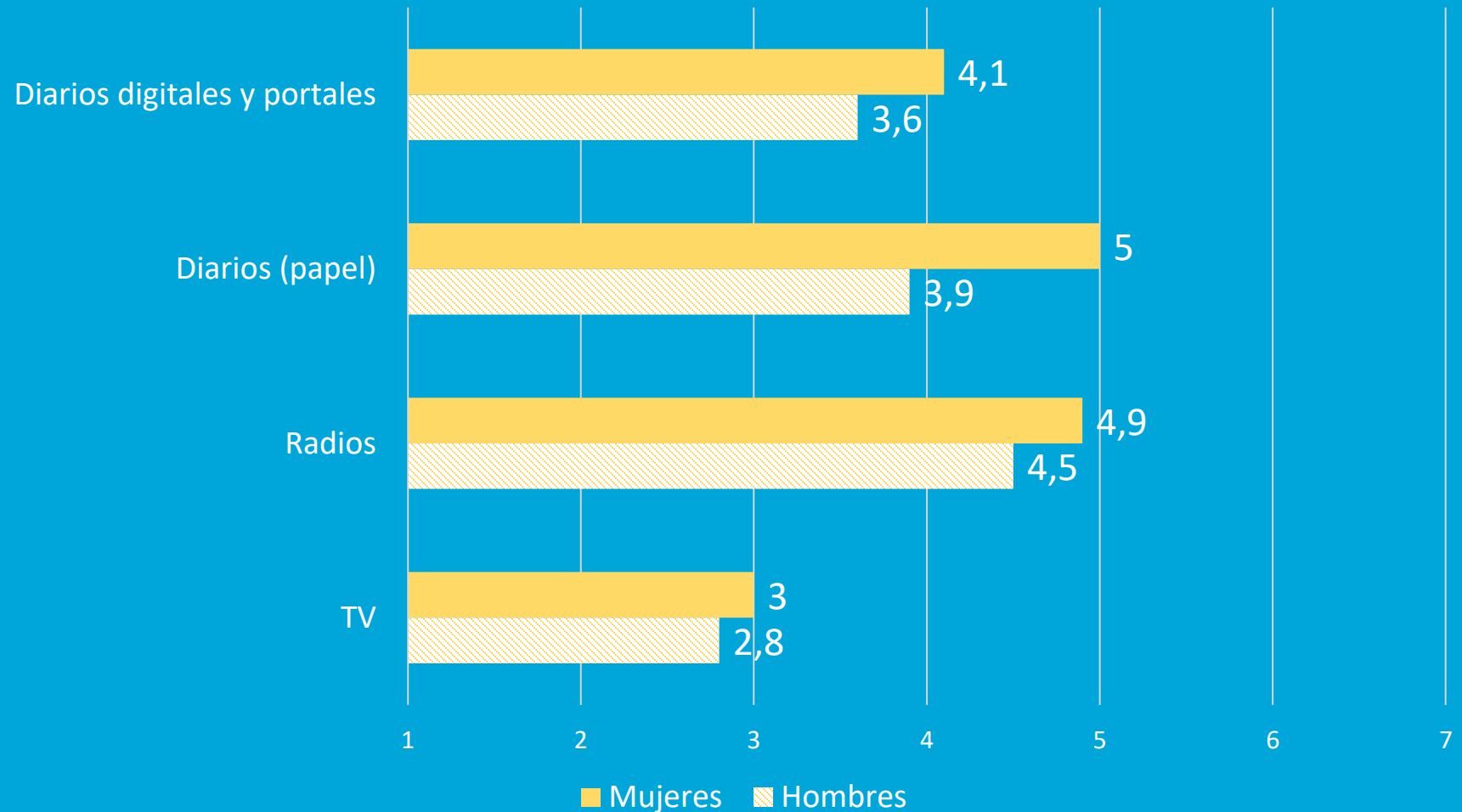
El **43%** de los encuestados de regiones se informaron todos los días por radio.

Pensando en la información que han entregado sobre las manifestaciones que comenzaron el 18 de octubre, ¿qué nota le pones a los siguientes medios y/o plataformas?



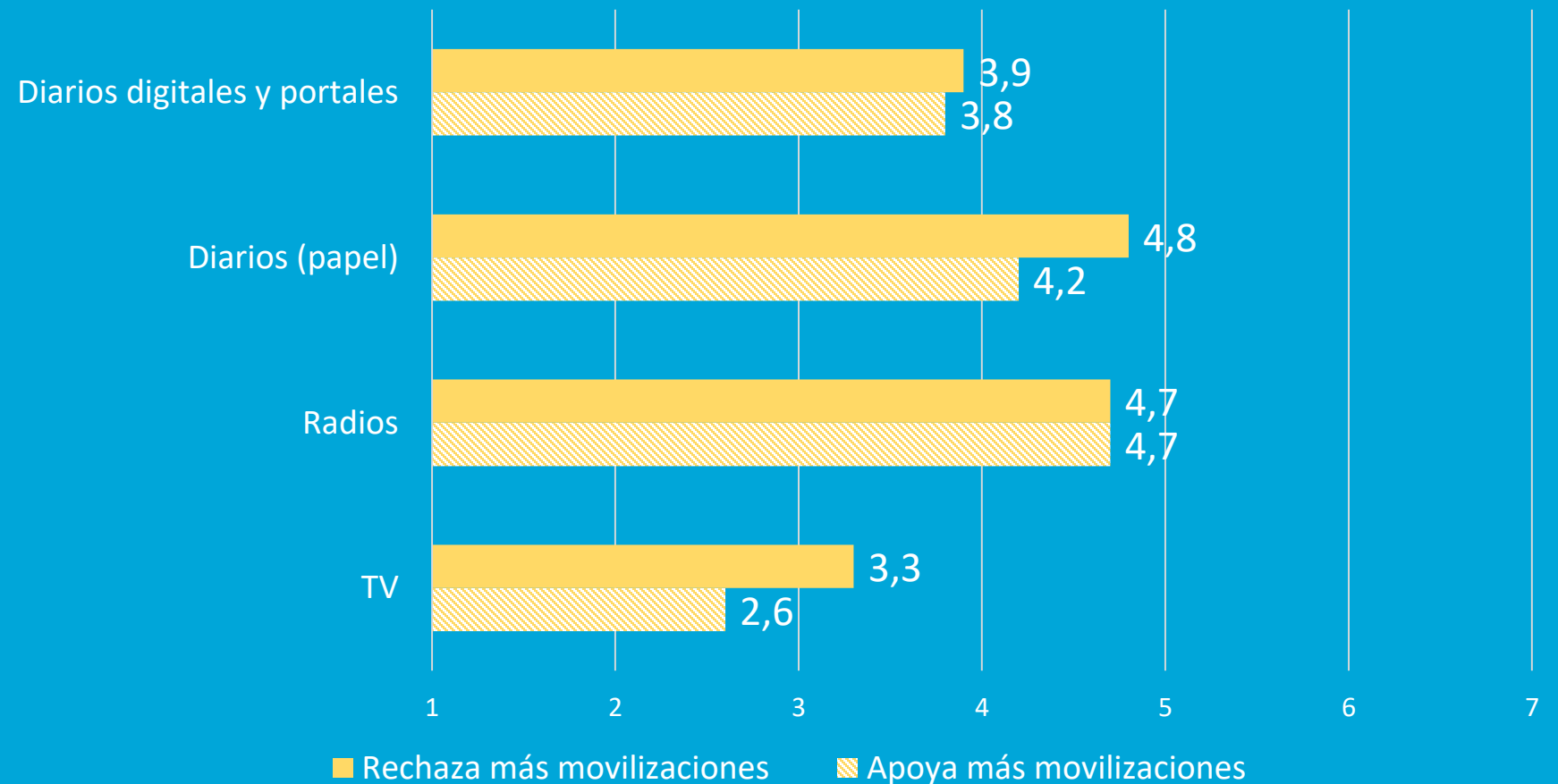
La TV es el medio tradicional peor evaluado por los encuestados que en promedio le pusieron nota **3,0**. La radio y los diarios en papel los mejores evaluados.

### Nota que hombres y mujeres le ponen a cada medio



Las mujeres encuestadas tienden a evaluar levemente mejor todos los medios tradicionales que los hombres.

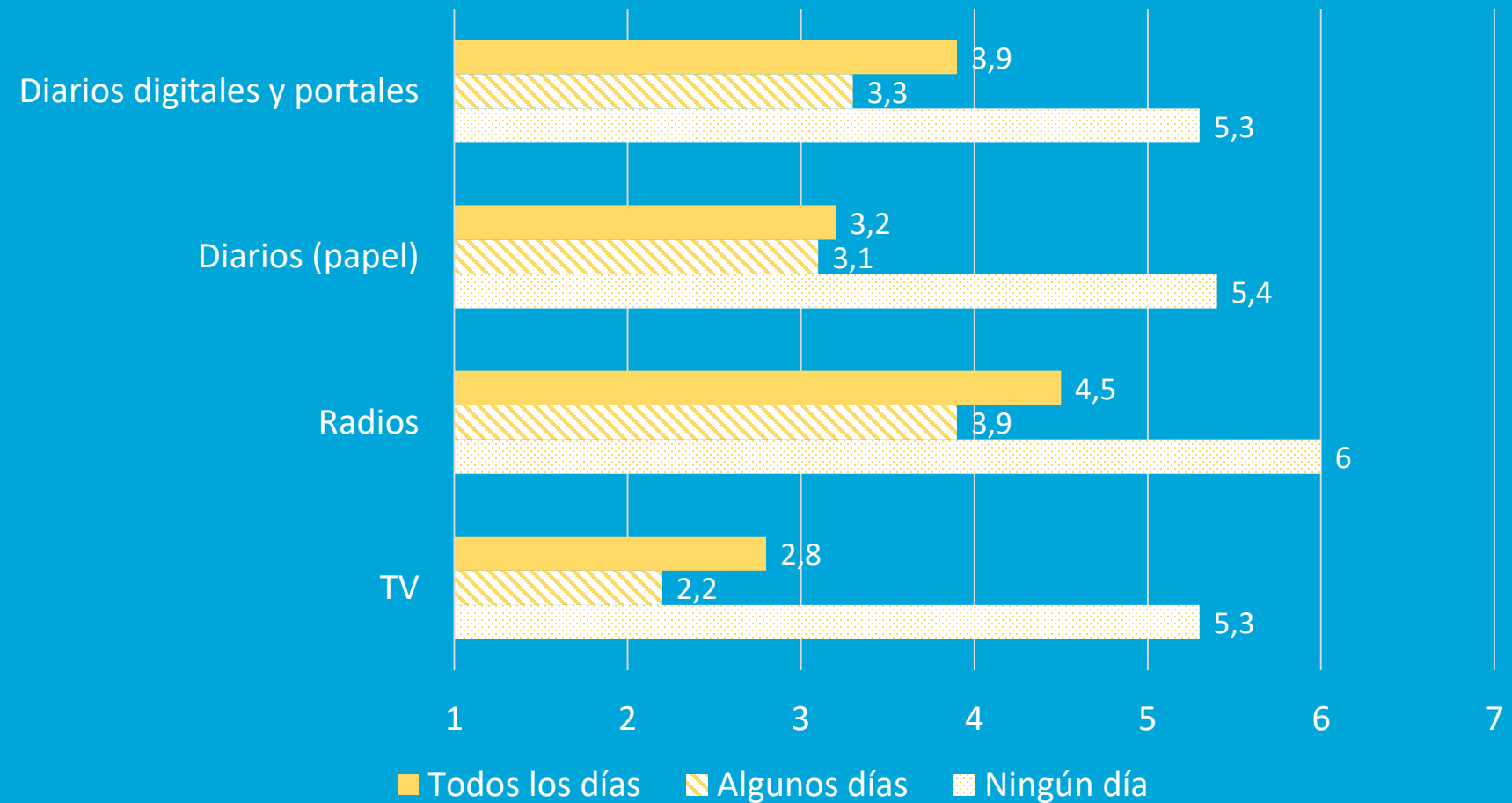
### Nota que le ponen a los medios según apoyo a la continuidad de las movilizaciones



La TV es evaluada con un **2,6** por quienes apoyan que sigan las movilizaciones.



Nota según frecuencia de uso del medio



El uso habitual de cada medio se asocia a una peor evaluación por parte de los encuestados.

Uso y evaluación de los medios de comunicación y las redes sociales durante el estallido social en Chile



FACULTAD DE COMUNICACIONES  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATOLICA DE CHILE

Parte 2:

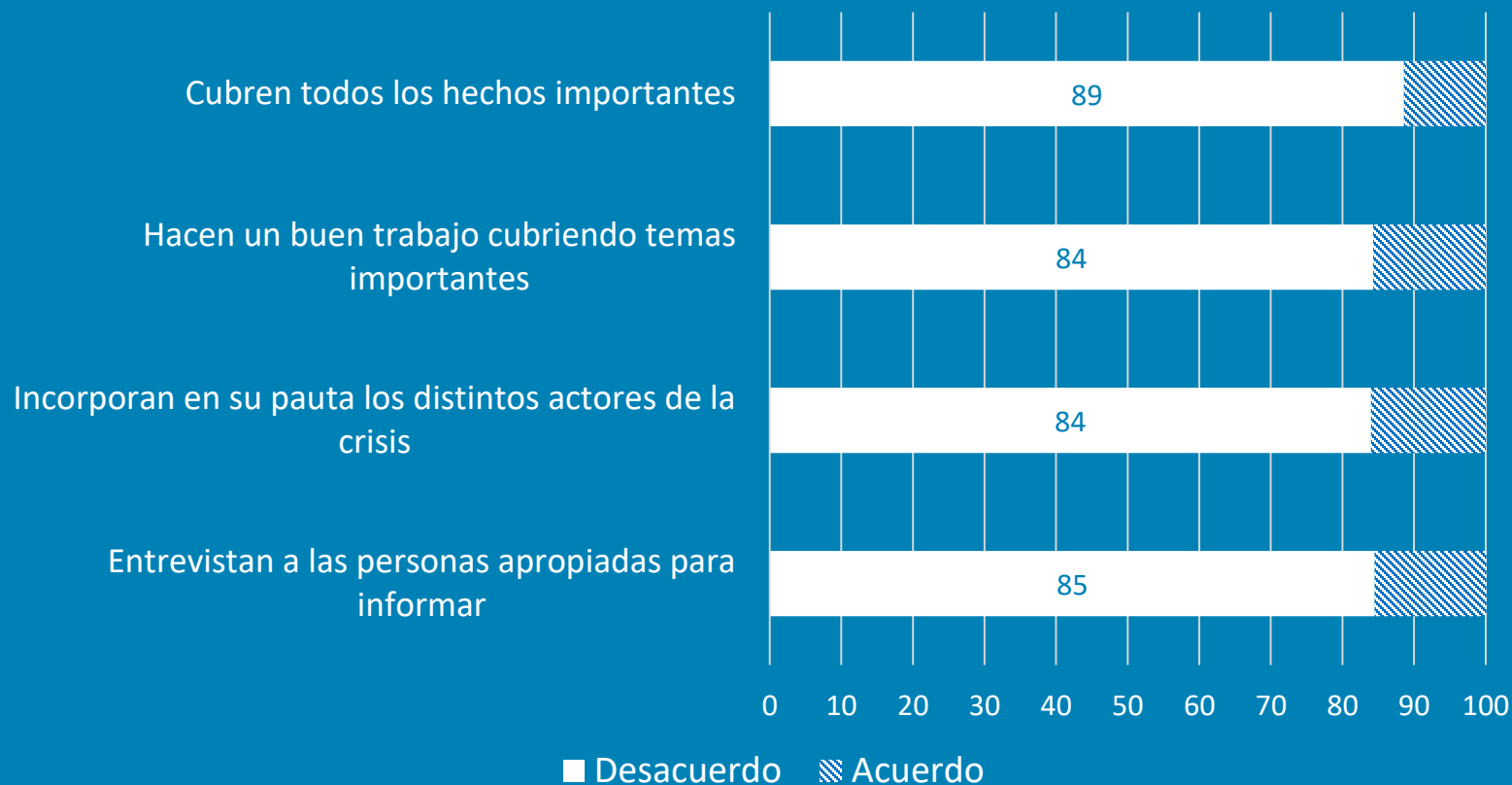
# Evaluación y expectativas del trabajo periodístico



## Altas expectativas sobre el rol del periodismo vs. mala evaluación de su quehacer

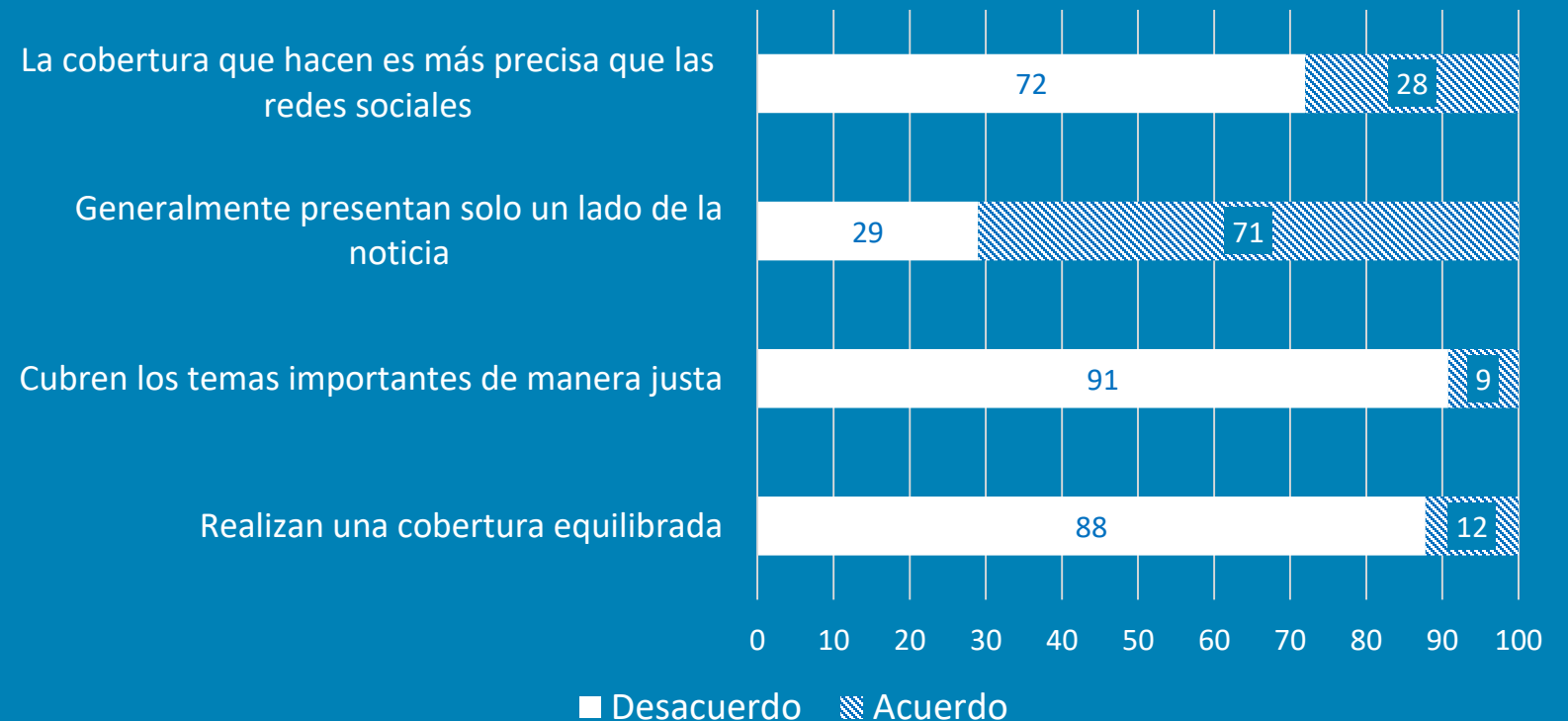
Si bien los encuestados le asignan un importante rol social a los periodistas, por ejemplo en la promoción de la identidad y la unión nacional (66%), objetividad, verificación y utilidad en la información entregada (más del 80% en cada ítem) o en su rol educativo (más de 2/3 del total), la mayoría aparece disconforme con el desempeño de los mismos, cuestionando no solo la veracidad y confiabilidad en la entrega de noticias, sino que su rol social de control del poder político y su capacidad de contribuir a gestionar la crisis.

## Respecto del trabajo de los periodistas durante las recientes manifestaciones, ¿cuán de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes frases? (parte 1)



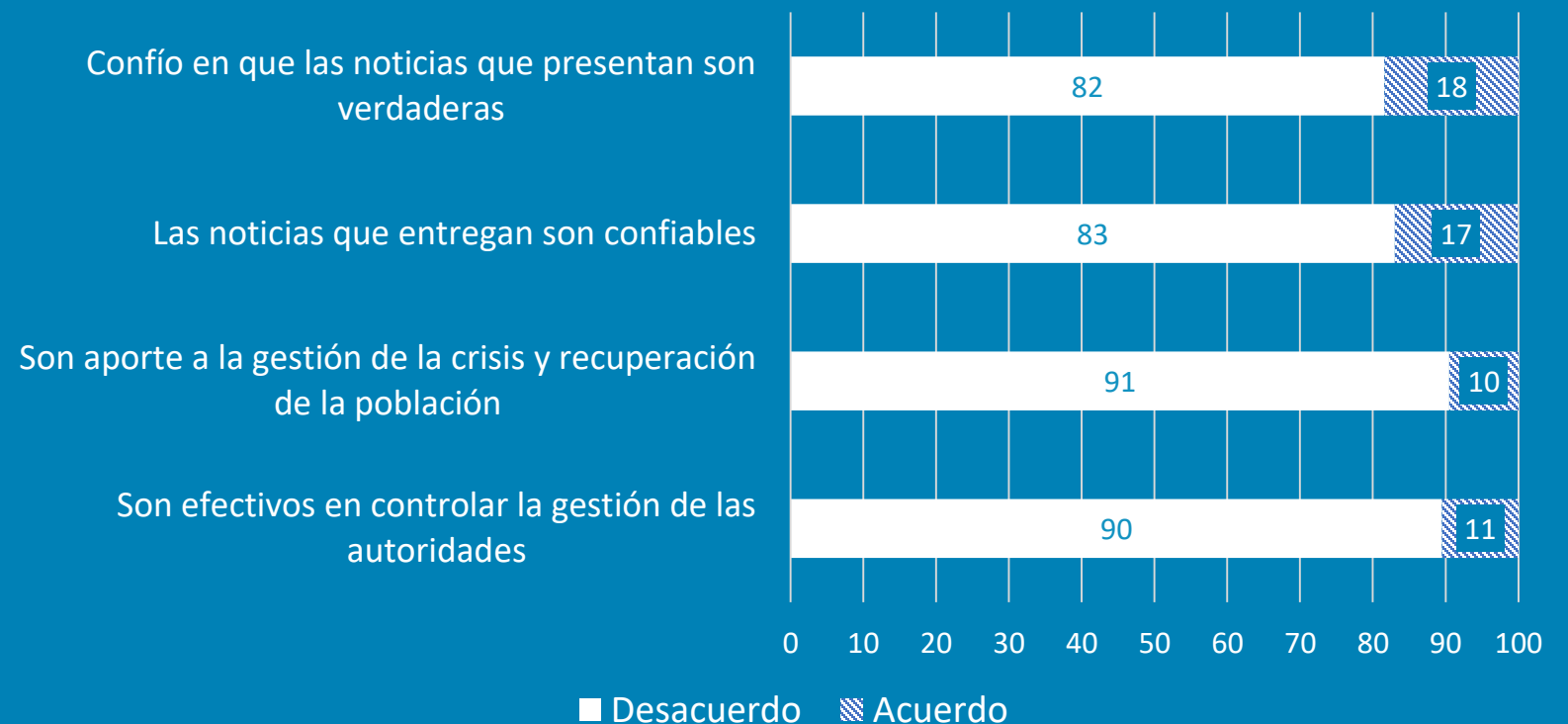
Más del **80%** de los encuestados opina que los periodistas **NO** cubren los hechos importantes **NI** entrevistan a las personas apropiadas.

## Respecto del trabajo de los periodistas durante las recientes manifestaciones, ¿cuán de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes frases? (parte 2)



El **71%** de los encuestados opina que los periodistas generalmente presentan solo un lado de la noticia.

### Respecto del trabajo de los periodistas durante las recientes manifestaciones, ¿cuán de acuerdo o en desacuerdo estás con las siguientes frases? (parte 3)



El **91%** está en desacuerdo con la afirmación de que los periodistas son un aporte a la gestión de crisis y recuperación de la población.

Más del **80%** de los encuestados considera importante la entrega de datos objetivos, el *fact-checking*, y la entrega de información de utilidad pública (disponibilidad de bienes y servicios, horarios de toque de queda, etc.).

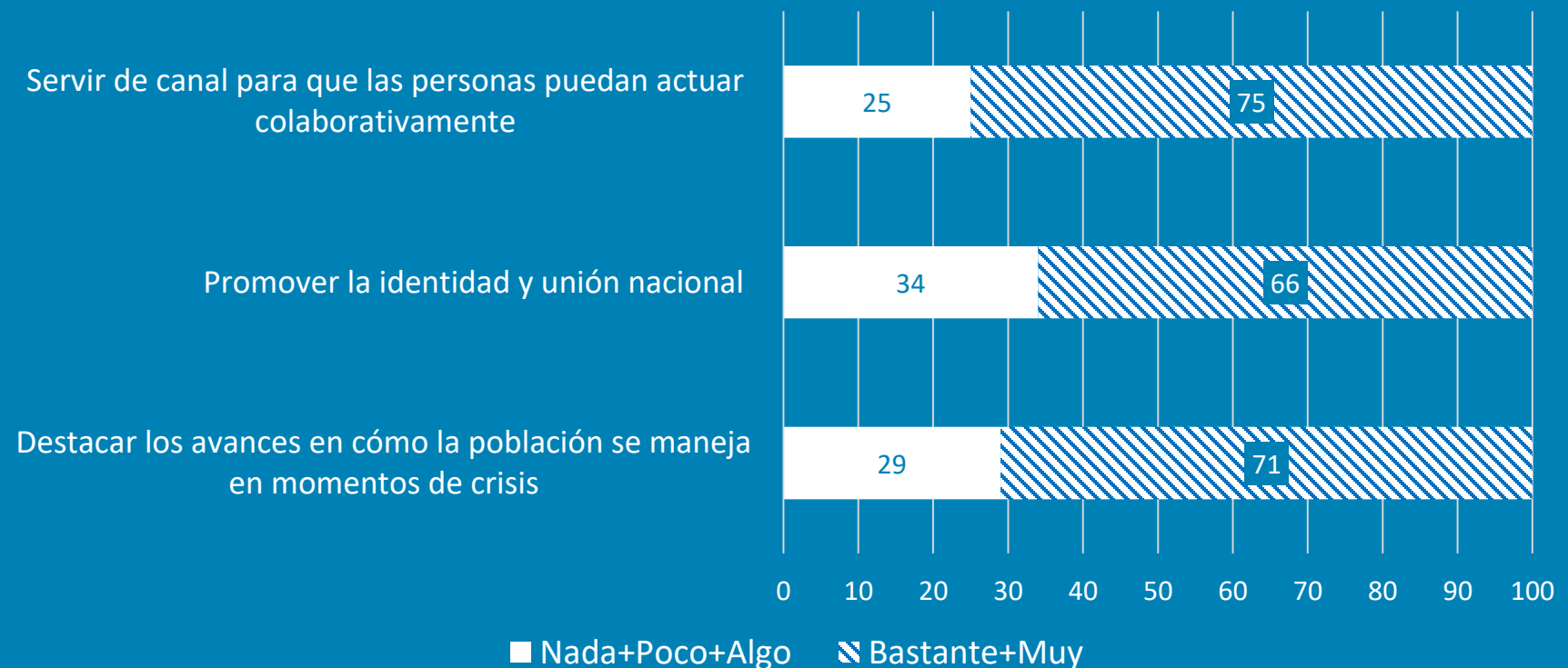
¿Cuán importante es que los periodistas hagan las siguientes actividades para informar adecuadamente a la población durante una situación como esta? (parte 1)





## ¿Cuán importante es que los periodistas hagan las siguientes actividades para informar adecuadamente a la población durante una situación como esta? (parte 2)

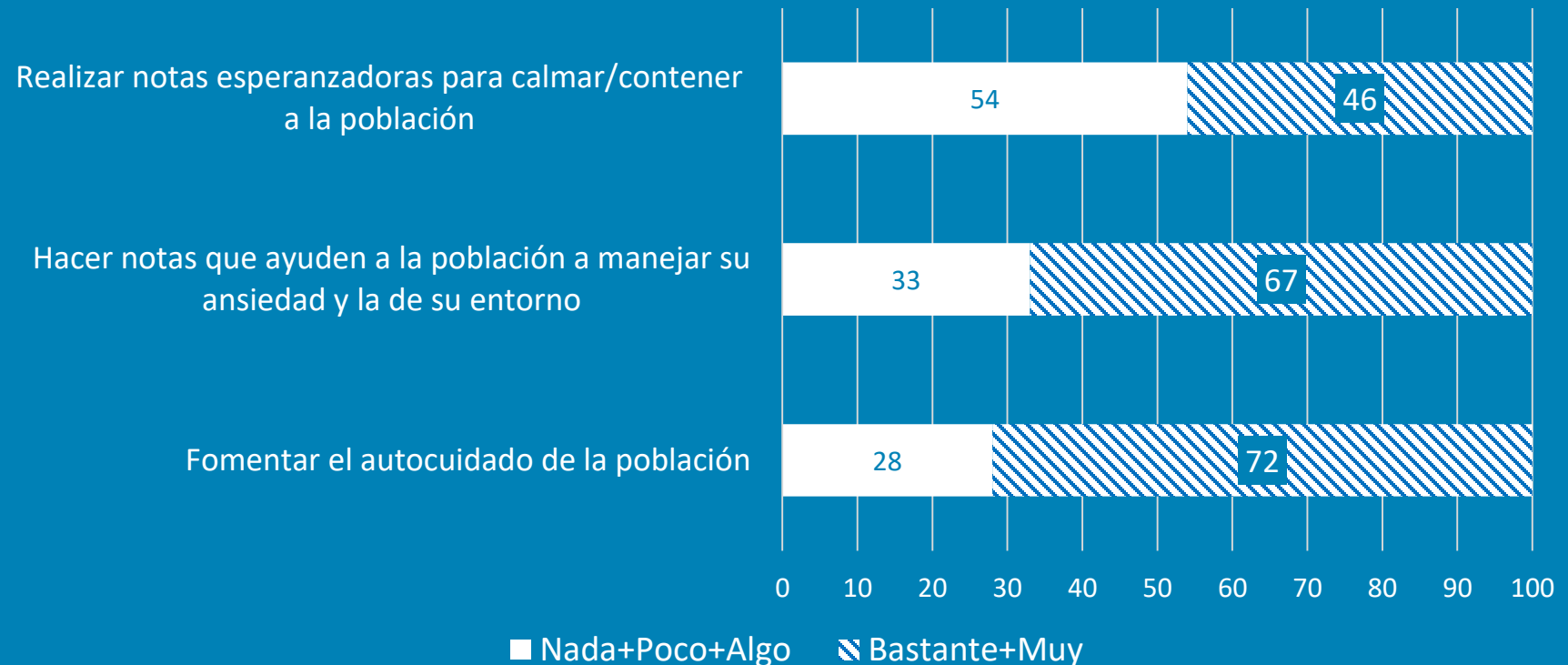
El **66%** de los encuestados considera importante que los periodistas promuevan la identidad y unidad nacional.







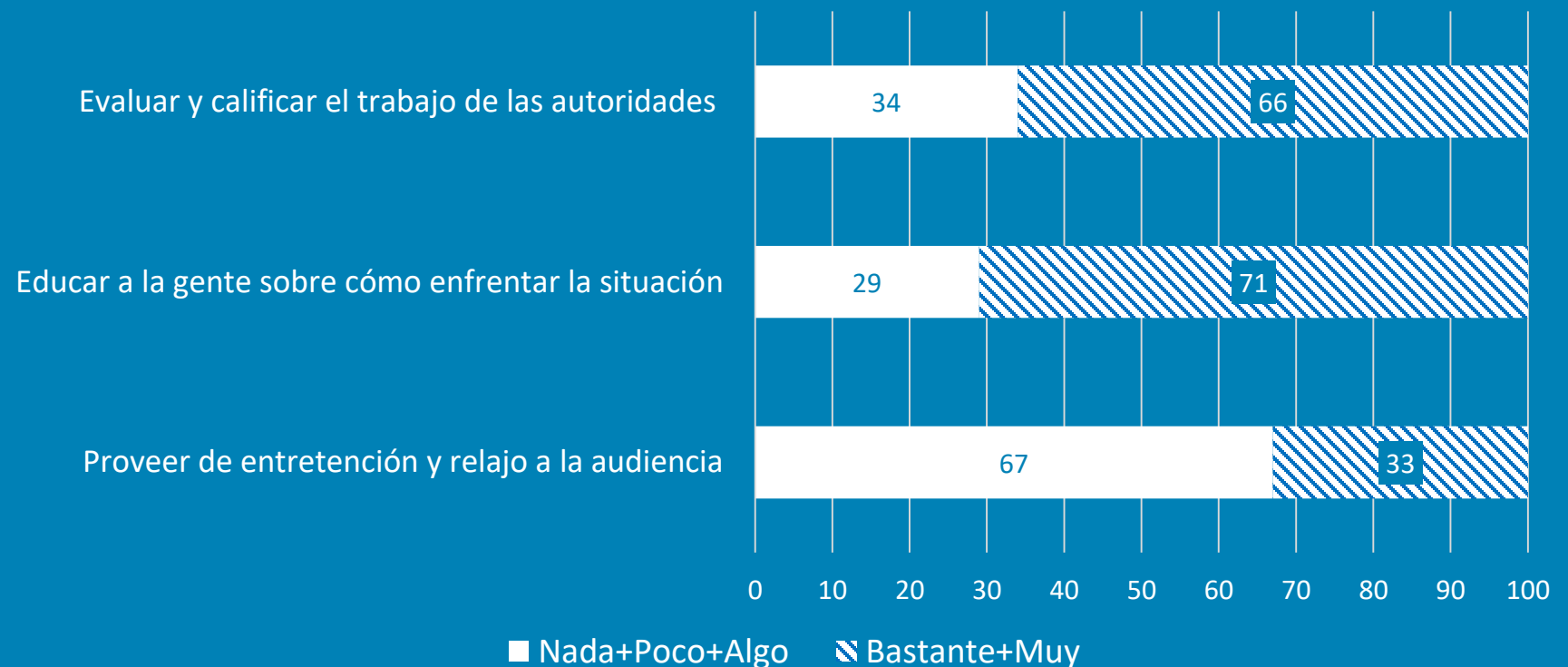
### ¿Cuán importante es que los periodistas hagan las siguientes actividades para informar adecuadamente a la población durante una situación como esta? (parte 3)



Solo el **46%** de los encuestados opina que los periodistas deberían realizar notas esperanzadoras para calmar o contener a la población.

### ¿Cuán importante es que los periodistas hagan las siguientes actividades para informar adecuadamente a la población durante una situación como esta? (parte 4)

Más del dos tercios le da importancia al rol educativo y fiscalizador de los periodistas, pero pocos manifiestan acuerdo en que deben proveer de entretenimiento.



Uso y evaluación de los medios de  
comunicación y las redes sociales durante el  
estallido social en Chile



FACULTAD DE COMUNICACIONES  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATOLICA DE CHILE

Parte 3:

# Uso y evaluación de redes sociales digitales

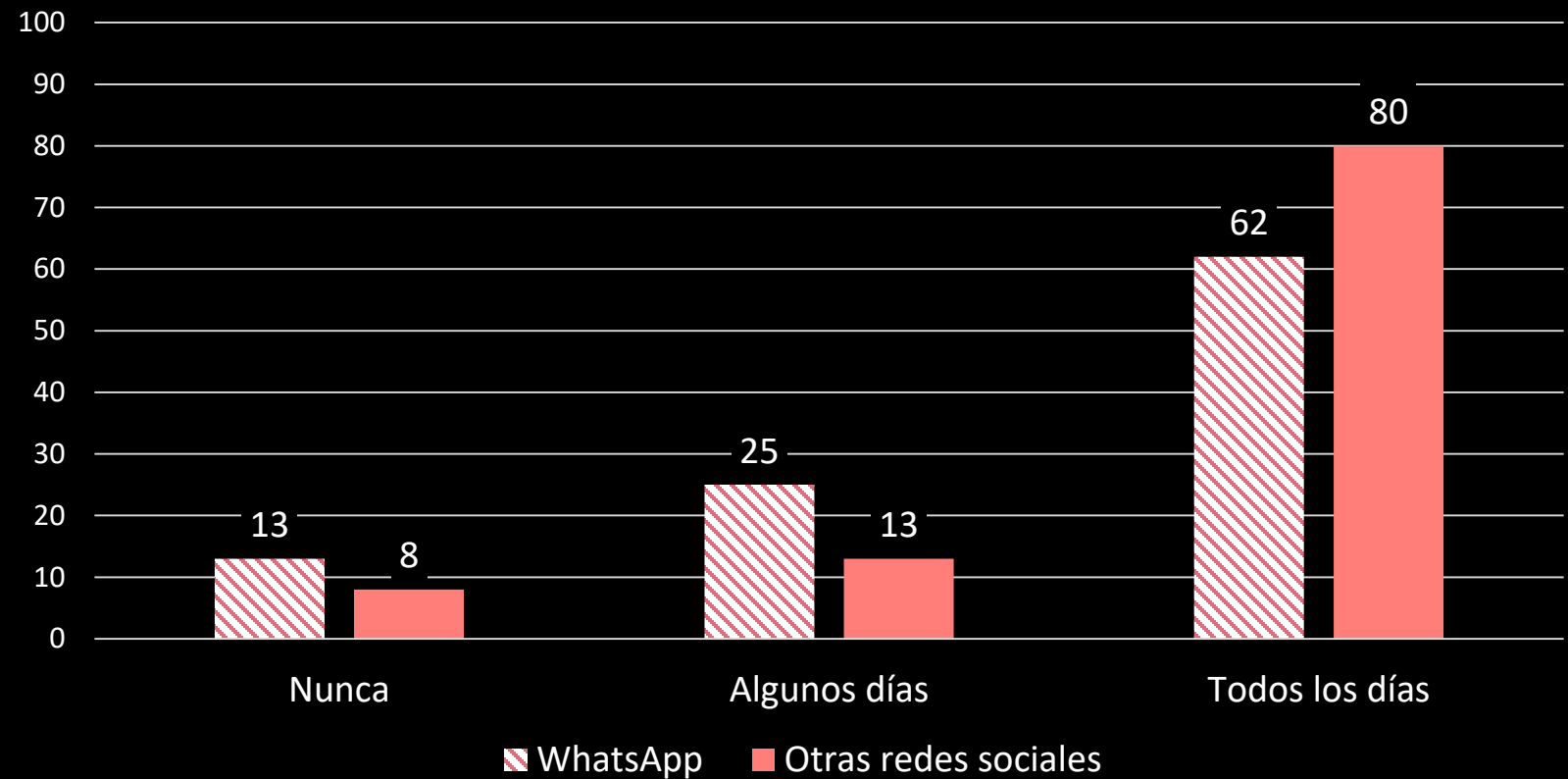


## WhatsApp y otras redes sociales son fuentes de información transversales

Se observa un uso relevante de las redes sociales como método de información diaria (más del 80%), particularmente WhatsApp, el cual es transversal desde la perspectiva etaria y levemente mayor en las mujeres. Este uso aumenta en aquellos que apoyan las movilizaciones sociales. Al igual que en medios tradicionales, los usuarios reprueban la información difundida por estos medios, particularmente a partir de los 25 años. El uso de las redes sociales se incrementa en los jóvenes y desciende en los mayores de 55, aunque en más de la mitad de estos últimos se aprecia un uso moderado.



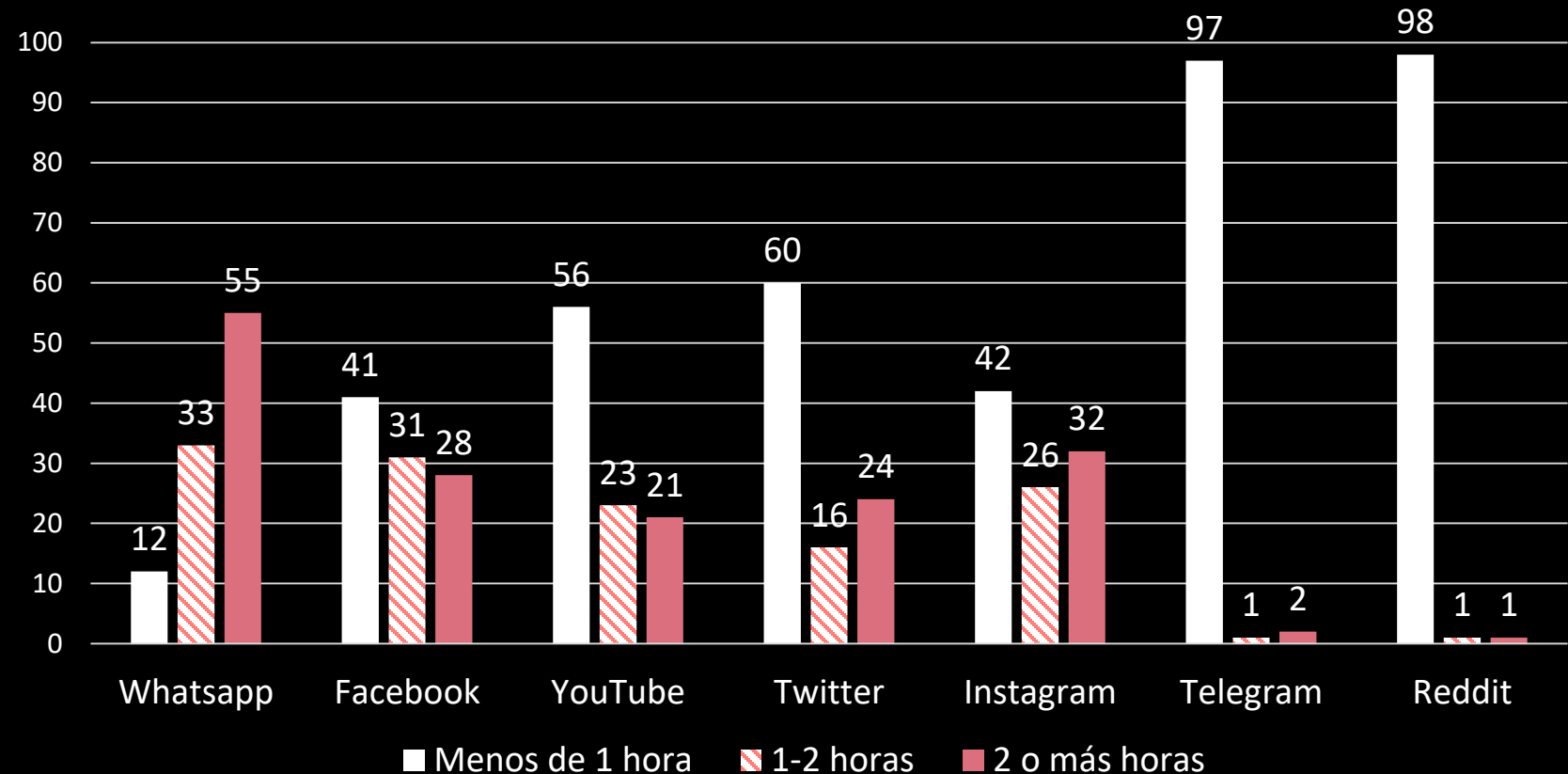
En la última semana, ¿cuántos días has visto o escuchado noticias en los siguientes medios?



El **80%** de los encuestados accede a noticias a través de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) todos los días.



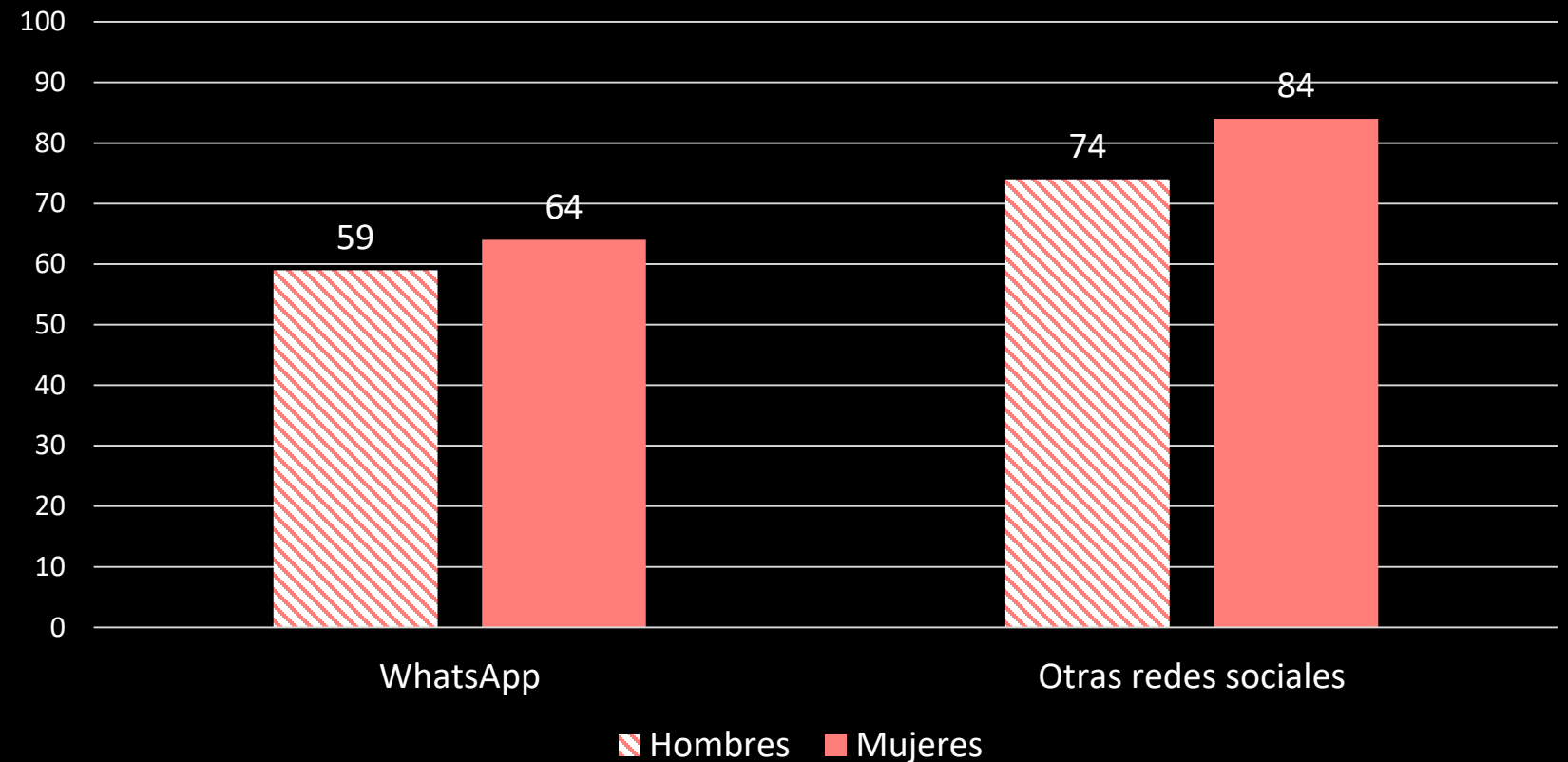
En la última semana, ¿cuántas horas le has dedicado a las siguientes plataformas y redes sociales?



El **55%** usa WhatsApp cotidianamente y le dedica dos o más horas al día a este servicio.

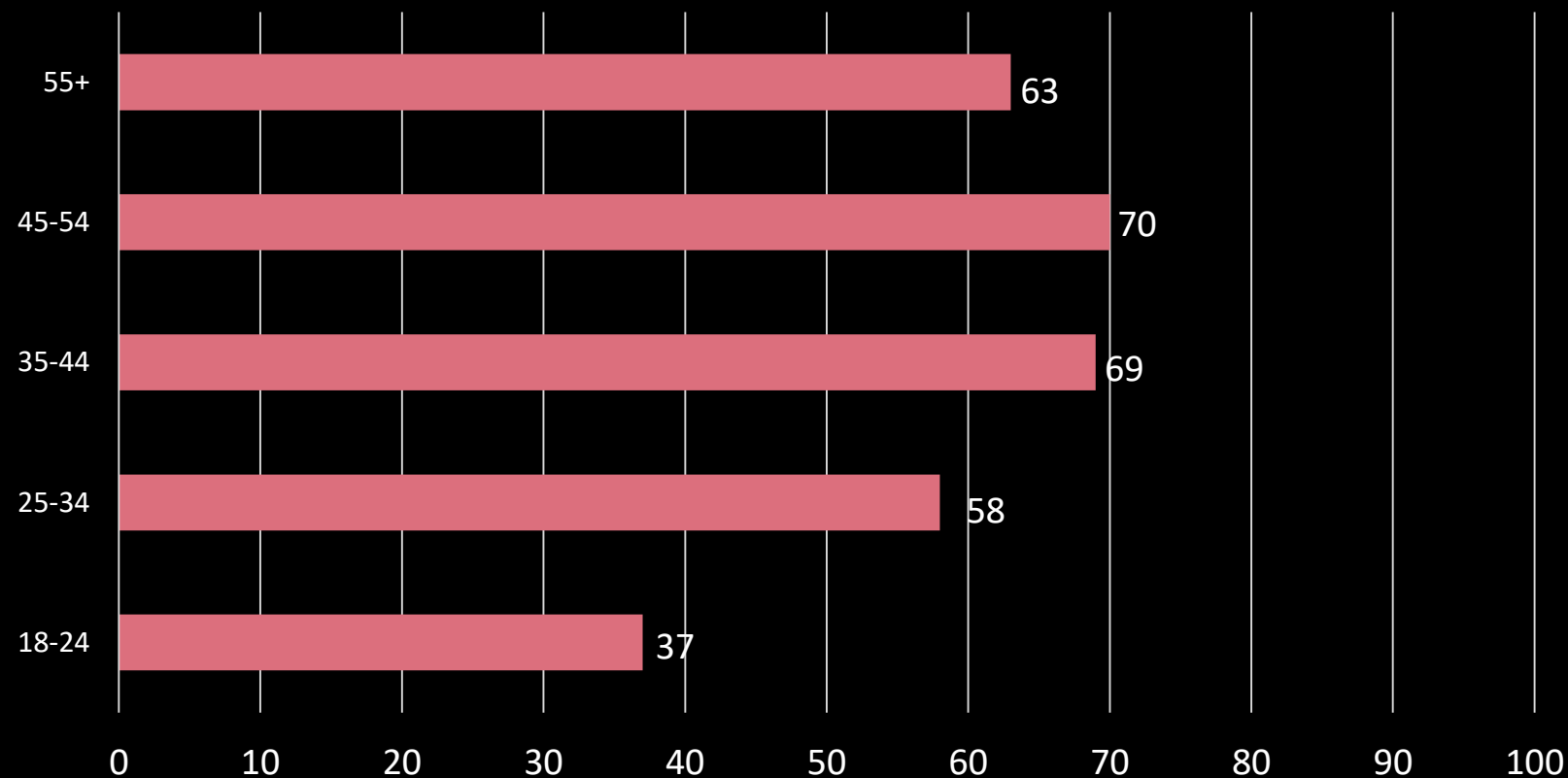
Considerando otras redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) el **84%** de las mujeres las usa a diario, contra el **74%** de los hombres.

% de hombres y mujeres que se informaron todos los días por cada medio





% de personas por tramo de edad que se informaron todos los días por WhatsApp

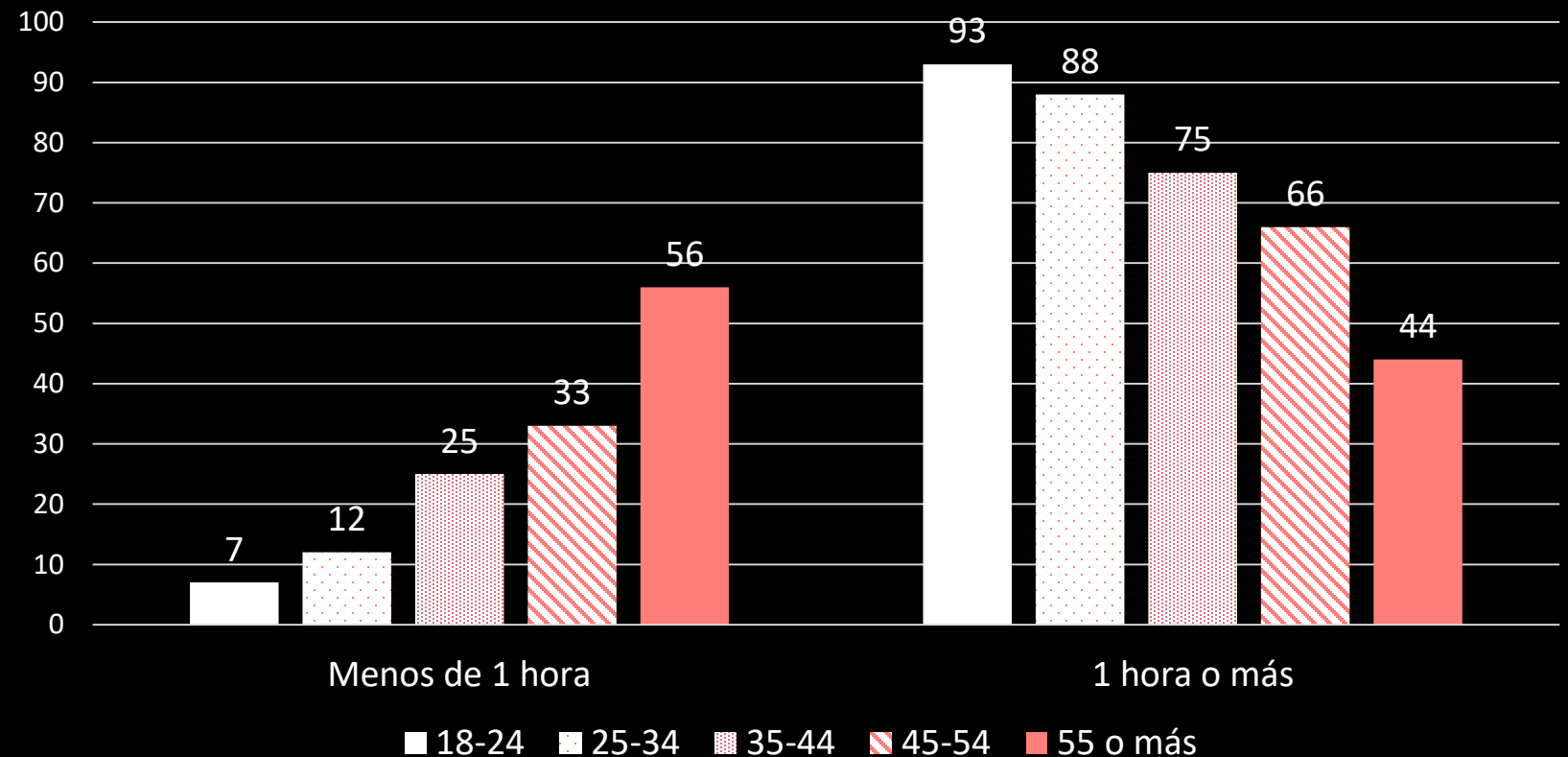


El acceso a noticias a través WhatsApp es transversal a todos los rangos de edad.



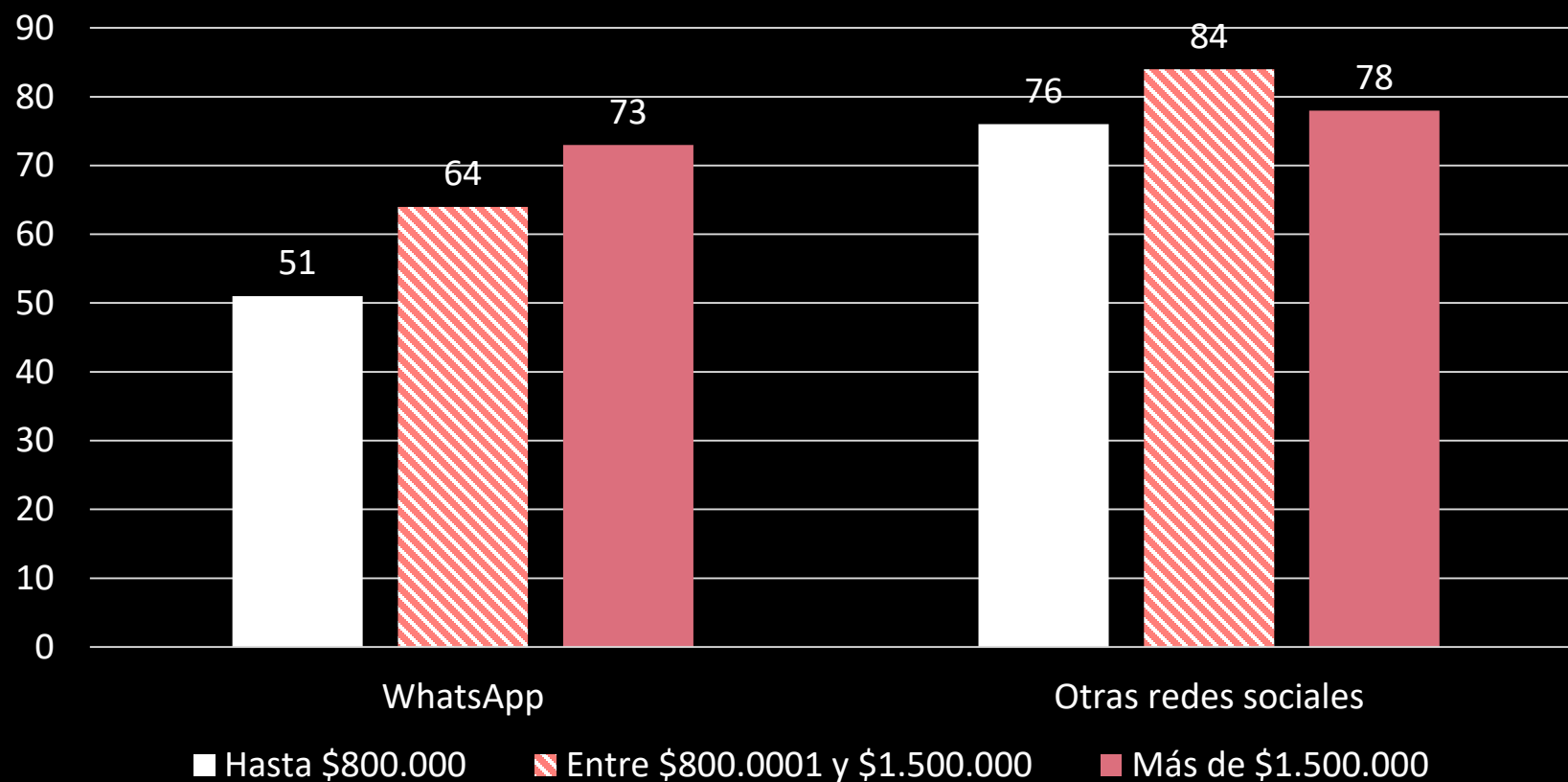
El **56%** de los mayores de 55 años usa redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) de manera moderada.

En la última semana, ¿cuántas horas le has dedicado a las redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.)?



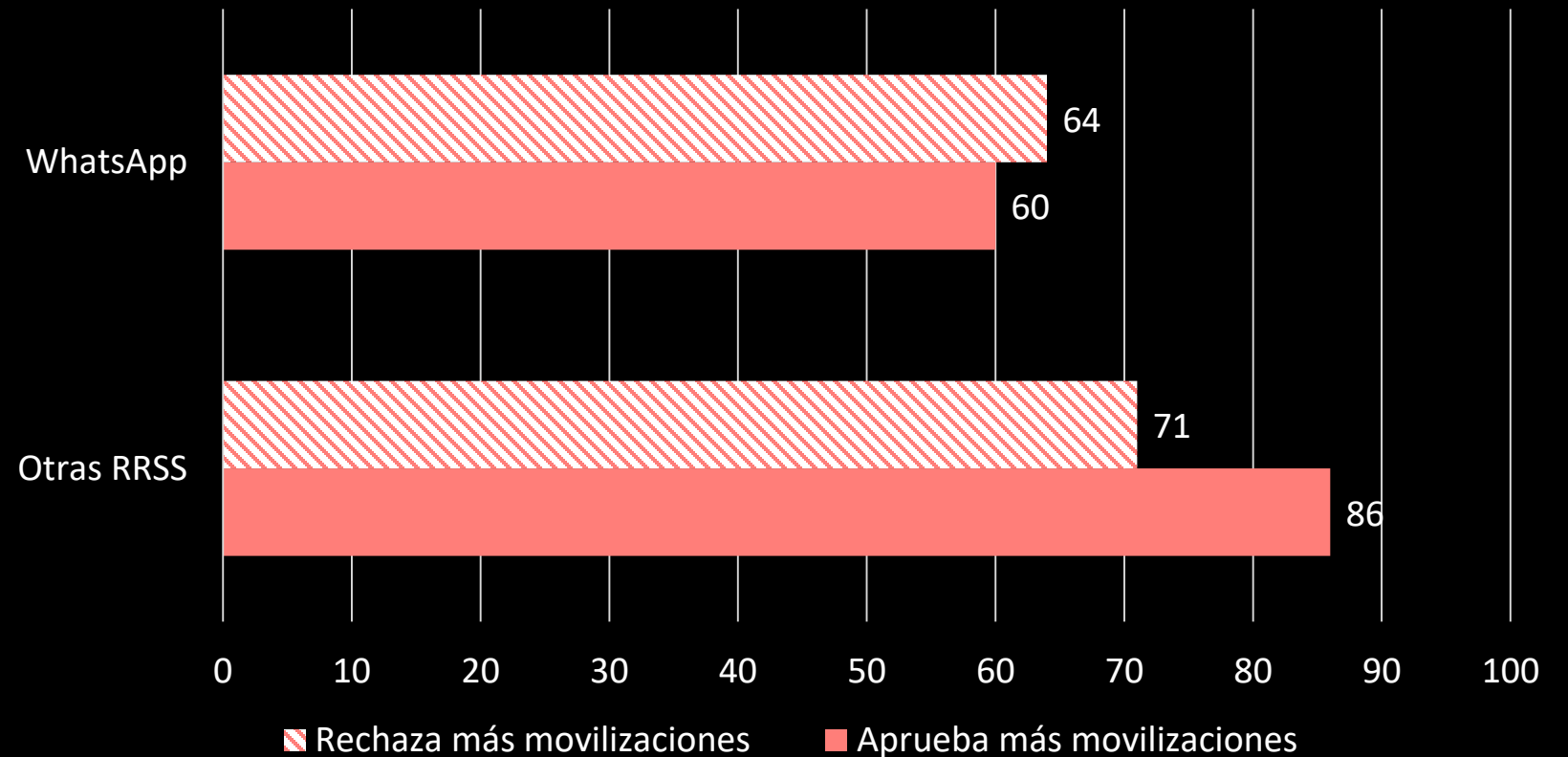
El **51%** de las personas con menor ingreso familiar se informa a diario por WhatsApp, proporción que sube a **73%** entre las personas de mayores ingresos.

% de personas por tramo de ingreso familiar que se informaron todos los días por WhatsApp y otras redes sociales





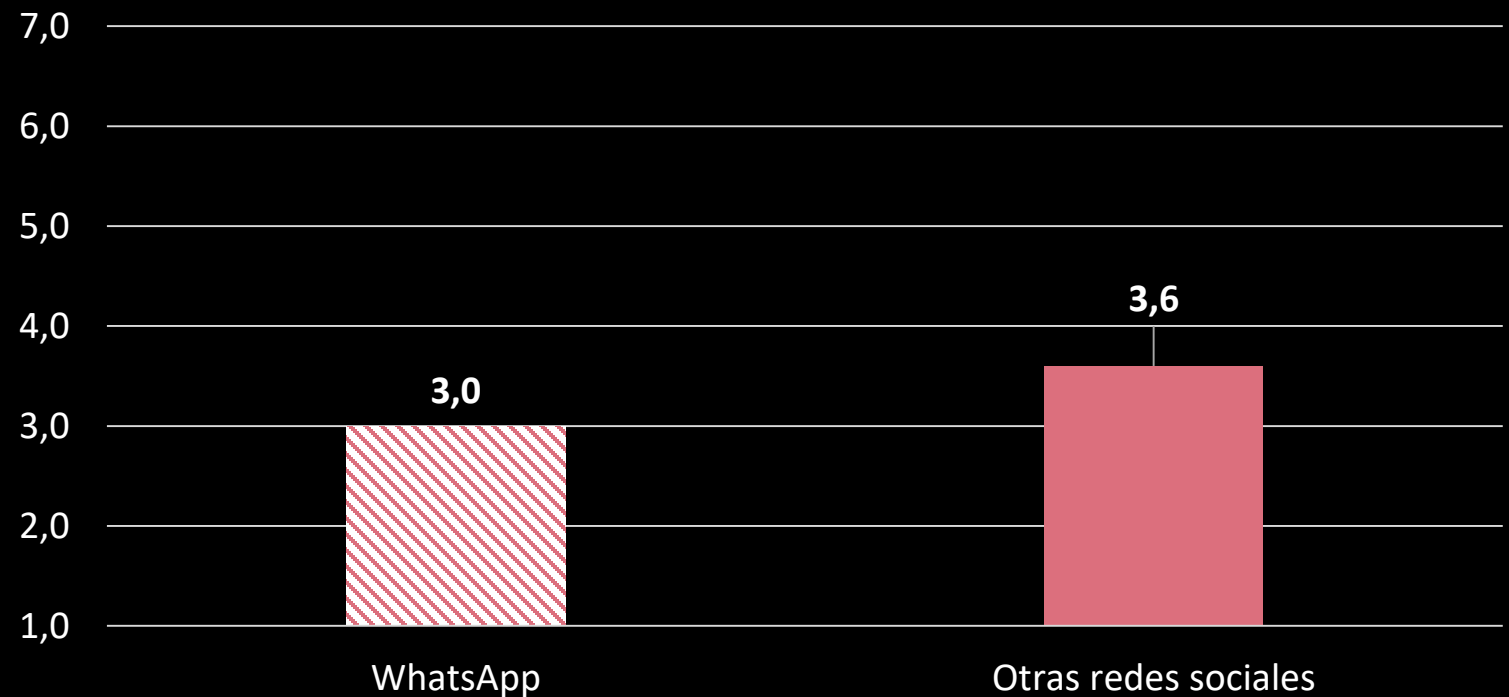
% que apoya y rechaza movilizaciones que accede **todos los días** a noticias en WhatsApp y otras redes sociales



El **86%** de las personas que apoya que las movilizaciones continúen se informa a diario a través de redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.).

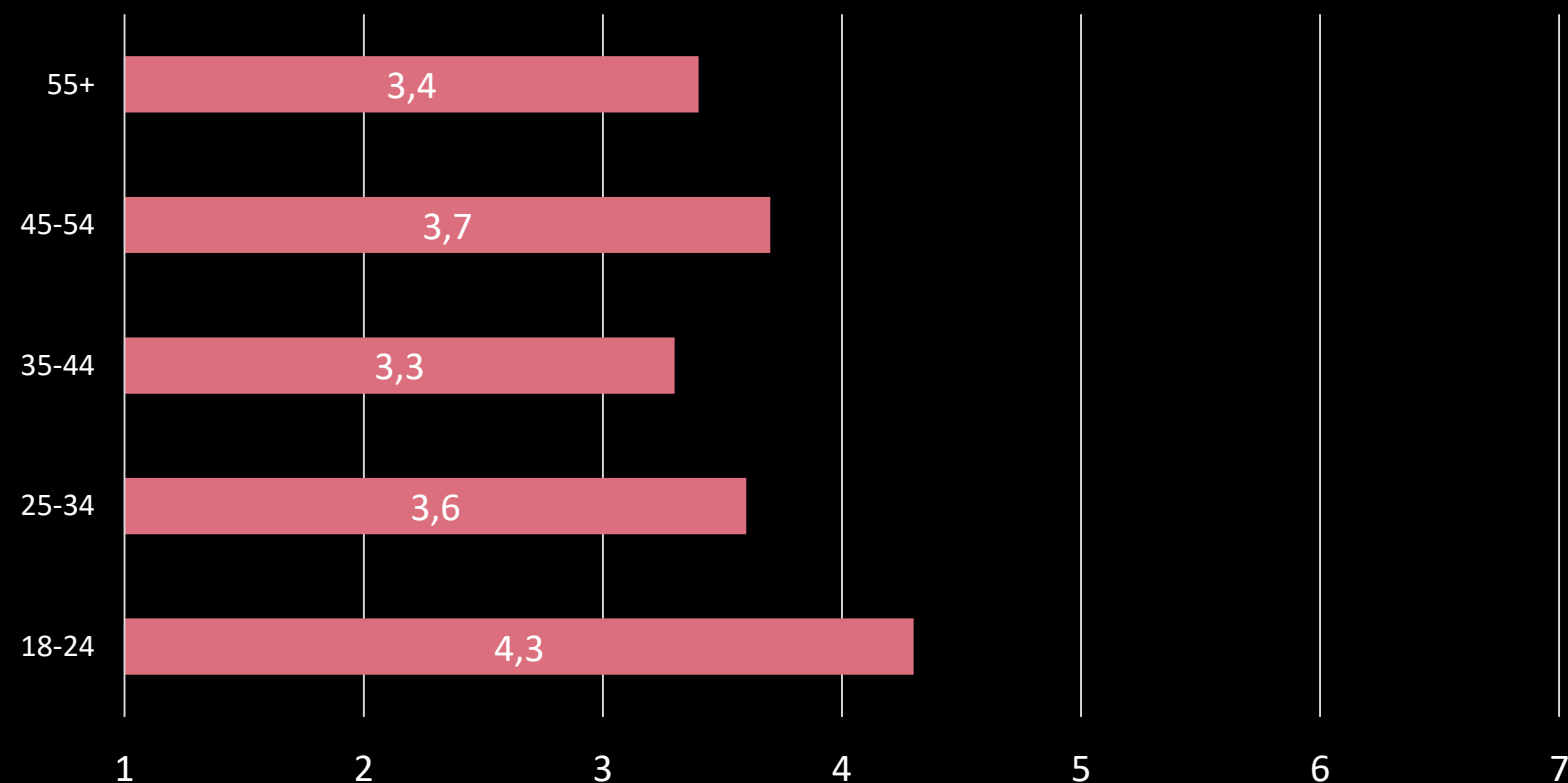


Pensando en la información que han entregado sobre las manifestaciones que comenzaron el 18 de octubre, ¿qué nota le pones a las siguientes plataformas?



Los usuarios reprueban la información difundida WhatsApp y otras redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.).

Pensando en la información que han entregado sobre las manifestaciones que comenzaron el 18 de octubre, ¿qué nota le pones a redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.) ?



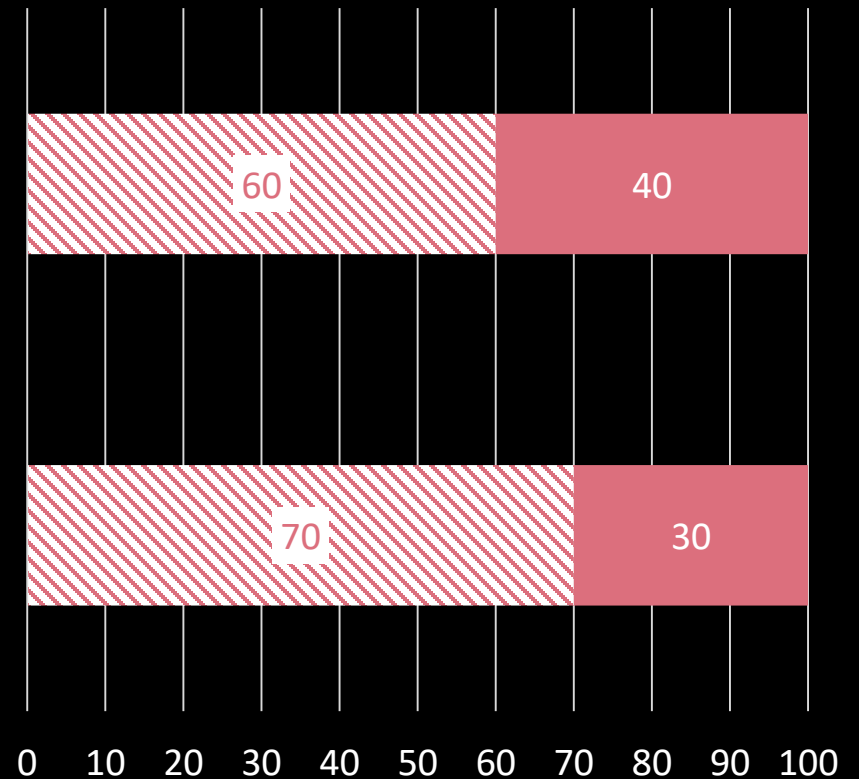
Los **menores de 25** años son los que mejor evalúan las informaciones en redes sociales.



### Conflictividad en WhatsApp

Se han peleado contactos en mis grupos de WhatsApp

Algunos de mis contactos han sido expulsados o se han salido de grupos de WhatsApp



■ Nunca o sí pero antes del estallido

■ Sí desde el estallido

El **40%** de los usuarios reporta que se ha peleado por WhatsApp a raíz del estallido social.



Parte 4:

# Emociones experimentadas desde el 18 de octubre

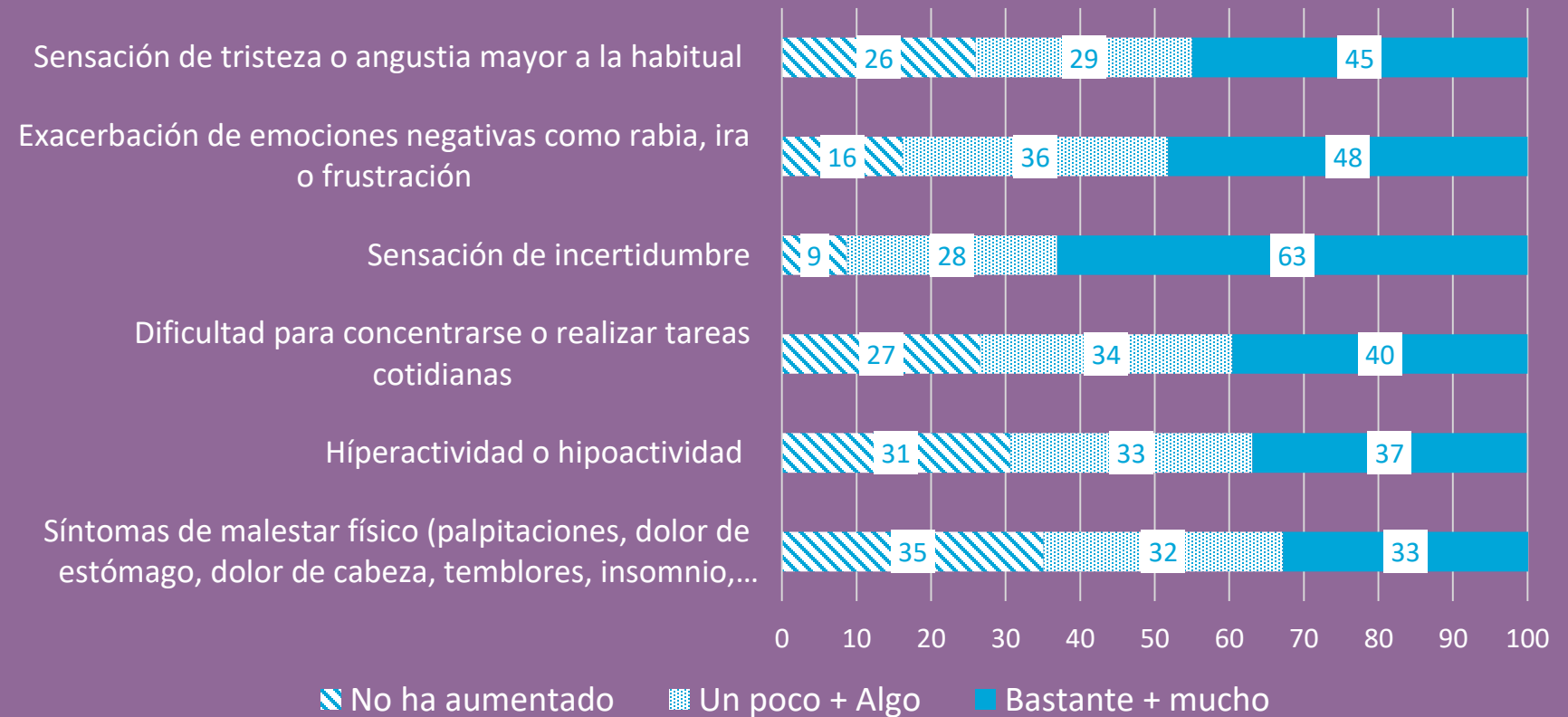


## El estallido social ha tenido un fuerte impacto emocional, especialmente en términos de incertidumbre

Independientemente de su uso medial, los encuestados perciben que el estallido social ha aumentado su incertidumbre (63% bastante/mucho), exacerbado emociones como rabia o frustración (48% bastante/mucho) y aumentado su tristeza y angustia (45%). Al cruzar con el consumo de información por redes sociales, la mayor parte de los encuestados reporta sentir emociones negativas -sensación de odio (62%), exaltación (58%) y ánimo negativo en general (64%).



Desde que se iniciaron las movilizaciones, ¿cuánto consideras que ha aumentado tu experiencia de ...



**63%** considera que ha aumentado bastante o mucho su sensación de incertidumbre.



*El 32% de los encuestados declaró que ha aumentado bastante o mucho su sensación de esperanza desde que se iniciaron las movilizaciones.*

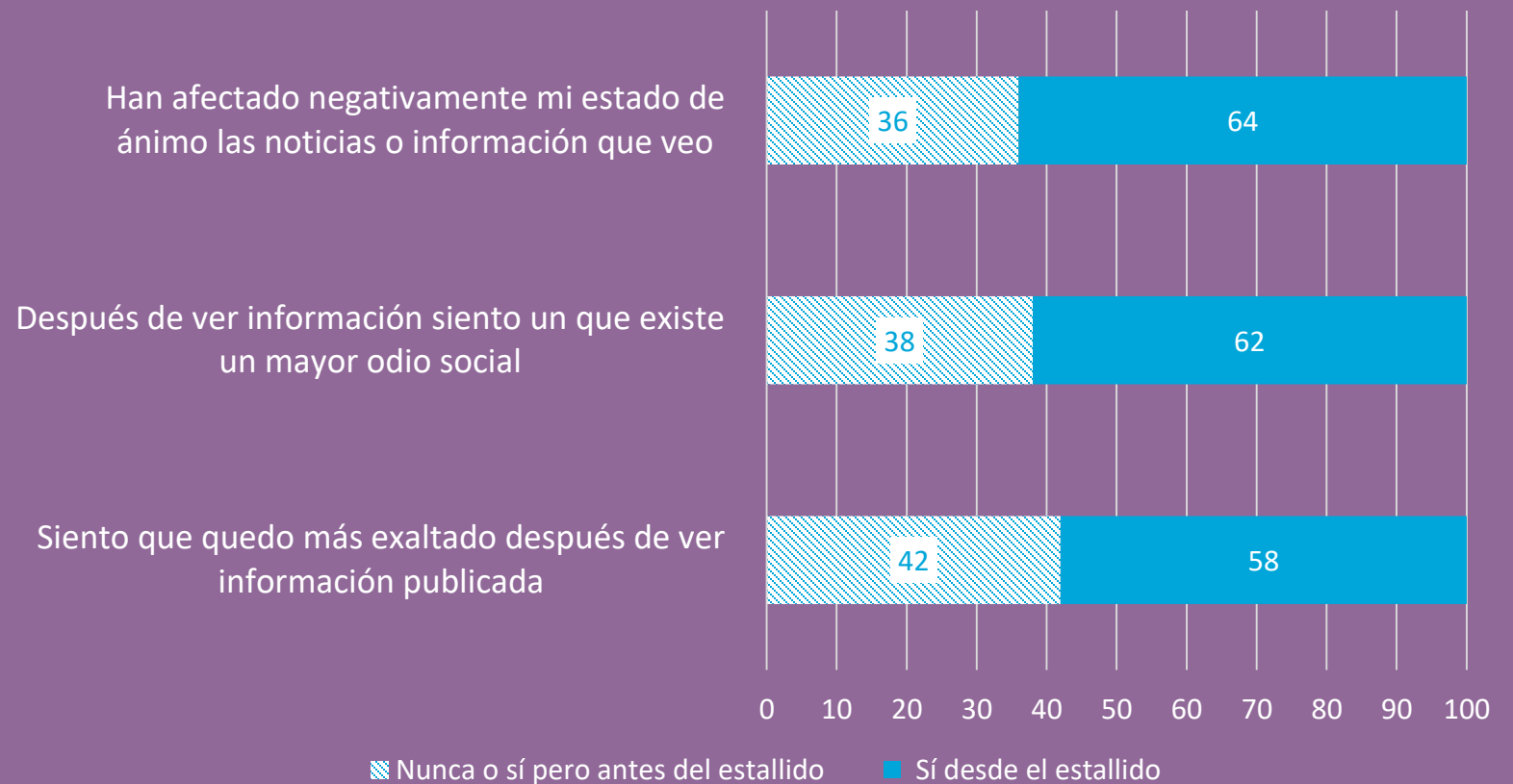
*El 25% respondió que han sentido una exacerbación de emociones positivas como “alegría u orgullo” en este periodo.*



*Pensando en tu uso de WhatsApp y otras redes sociales, ¿te han ocurrido las siguientes situaciones?...*



### Percepción de efectos negativos



**64%**  
de los encuestados declara que la información por redes sociales ha afectado negativamente su estado de ánimo.



Parte 5:

# Exposición, credibilidad y difusión de noticias falsas



## **Hay una alta exposición y credibilidad en las noticias falsas, especialmente entre los más jóvenes y quienes se informan por redes sociales**

Si bien en Chile la exposición y credibilidad de las noticias veraces es significativamente mayor que las falsas, el problema de las *fake news* es mucho mayor que en el caso de EE.UU. en las elecciones de 2016. La edad y el uso de redes sociales aparecen como factores relevantes en la credibilidad frente a las fake news, no así el nivel de ingresos. La encuesta muestra también que la exposición a noticias falsas genera conflictos personales (abandono de redes sociales, discusiones), los que son declarados con más frecuencia en las personas con ingreso familiar más alto.



*A continuación se presentan una serie de informaciones difundidas en Chile desde que comenzaron las manifestaciones el 18 de octubre. Te pedimos que nos indiques si has escuchado de ellas y, de ser así, si las has compartido o mencionado con otra persona. ¿Cuán creíbles te parecen las siguientes informaciones difundidas en Chile desde que comenzaron las manifestaciones el 18 de octubre?*



En promedio,  
**69%**  
recuerda haber  
visto una  
noticia veraz,  
**22%** la  
compartió, y  
**72%** la cree  
verdadera.

Noticias veraces	La escuchó	La escuchó y la compartió	La escuchó y la cree
<i>La Primera Dama, Cecilia Morel, envió por WhatsApp un mensaje de audio a una amiga en el que señalaba que la situación por la que estaba atravesando el país era casi como una invasión alienígena</i>	97	40	85
<i>Los militares dirigieron saqueos organizados en algunos lugares, dejando entrar a la gente con la condición de que no los quemaran</i>	85	22	58
<i>La efusiva mujer que celebraba los anuncios del presidente a Sebastián Piñera en un desayuno con adultos mayores, en realidad era una militante de Renovación Nacional</i>	49	15	83
<i>El canal de televisión Mega sufrió un ataque incendiario por parte de encapuchados</i>	47	11	64
Noticias placebo (fabricadas para ajustar por falsa recordación)	La escuchó	La escuchó y la compartió	La escuchó y la cree
<i>El gobierno removió al general Javier Iturriaga porque dijo que era un hombre feliz y no estaba en guerra con nadie</i>	27	3	38
<i>El gobierno de Donald Trump mandó recursos económicos al gobierno de Piñera para apoyar la mantención del estado de emergencia</i>	10	2	31





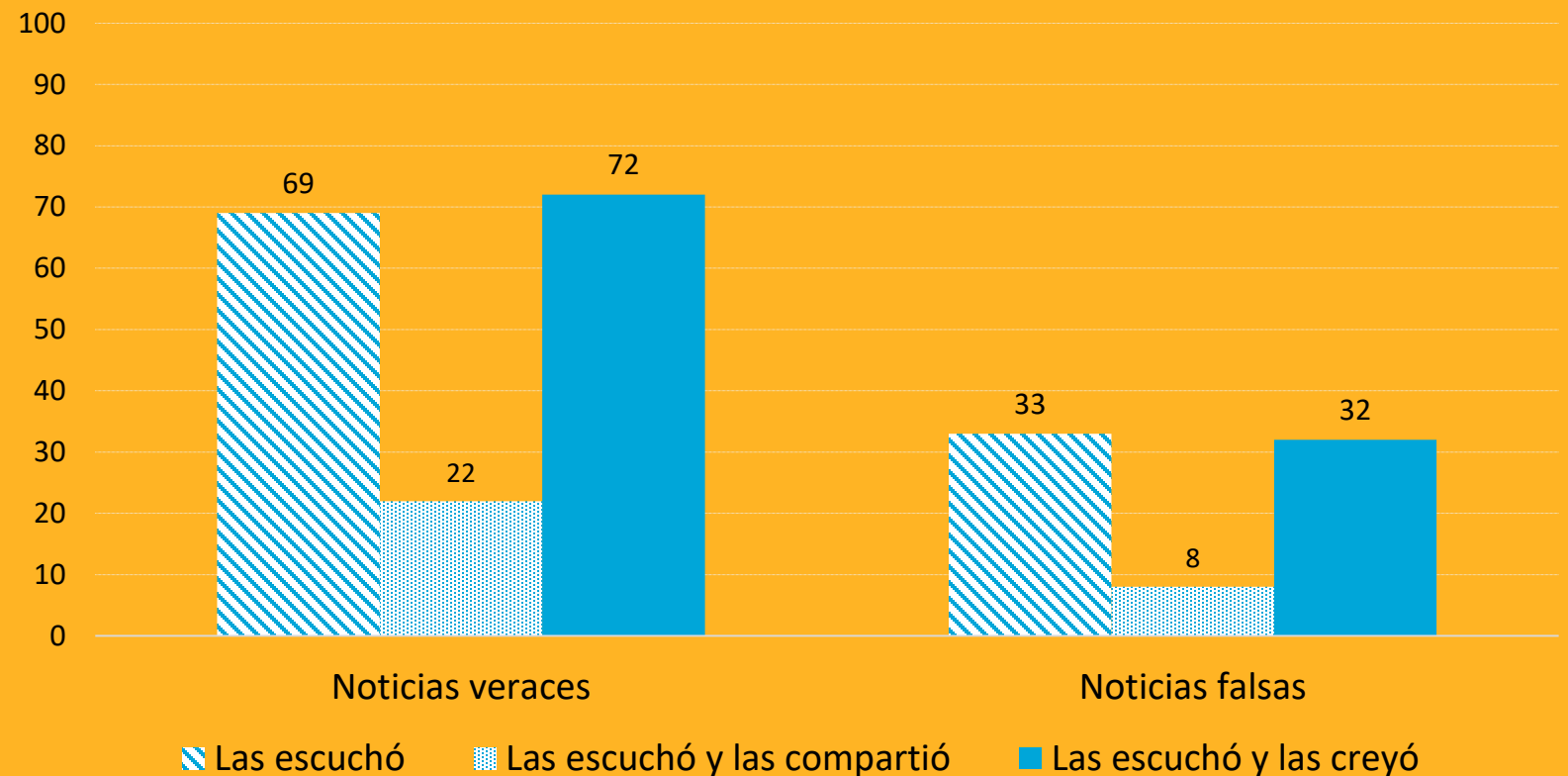
En promedio,  
**33%**  
recuerda haber  
visto una  
noticia falsa,  
**8%** la  
compartió, y  
**32%** la cree  
verdadera.

\*datos ajustados por placebo

Noticias “falsas” (no verificadas, rumores, conspiraciones, etc.)	La escuchó	La escuchó y la compartió	La escuchó y la cree
<i>Los ataques contra estaciones de metro el 18 de octubre fueron orquestadas por organismos de inteligencia cubanos y venezolanos</i>	79	9	26
<i>Un grupo de carabineros fueron grabados mientras aspiraban cocaína en el centro de Santiago</i>	79	24	56
<i>Los cinco buses de Red (ex Transantiago) quemados el segundo día de manifestaciones en Vicuña Mackenna eran vehículos dados de baja</i>	70	18	57
<i>El presidente Piñera asistió al matrimonio de la hija de uno de sus ministros en Cachagua el mismo sábado en que suspendió el toque de queda</i>	52	7	44
<i>Un retén móvil de Carabineros arrojó una bomba molotov contra un edificio residencial a plena luz del día</i>	47	8	51
<i>Se ordenó la desactivación de antenas móviles, lo que podría haber dejado a la ciudadanía sin acceso a redes sociales, señales de celulares e internet</i>	34	4	32
<i>El comercial de WOM que incluía una serie de consignas asociadas a las manifestaciones no pudo salir al aire en TV porque la entonces vocera, Cecilia Pérez, pidió que lo censuraran</i>	29	6	56
<i>El ex Beatle, Paul McCartney, manifestó su apoyo a Chile en un concierto donde tomó una bandera chilena y exclamó “Viva Chile, mierda”</i>	17	2	53



### Exposición, credibilidad y difusión de noticias veraces y falsas (datos ajustados por placebo)



La exposición, difusión y credibilidad de las noticias veraces es significativamente mayor que las falsas.

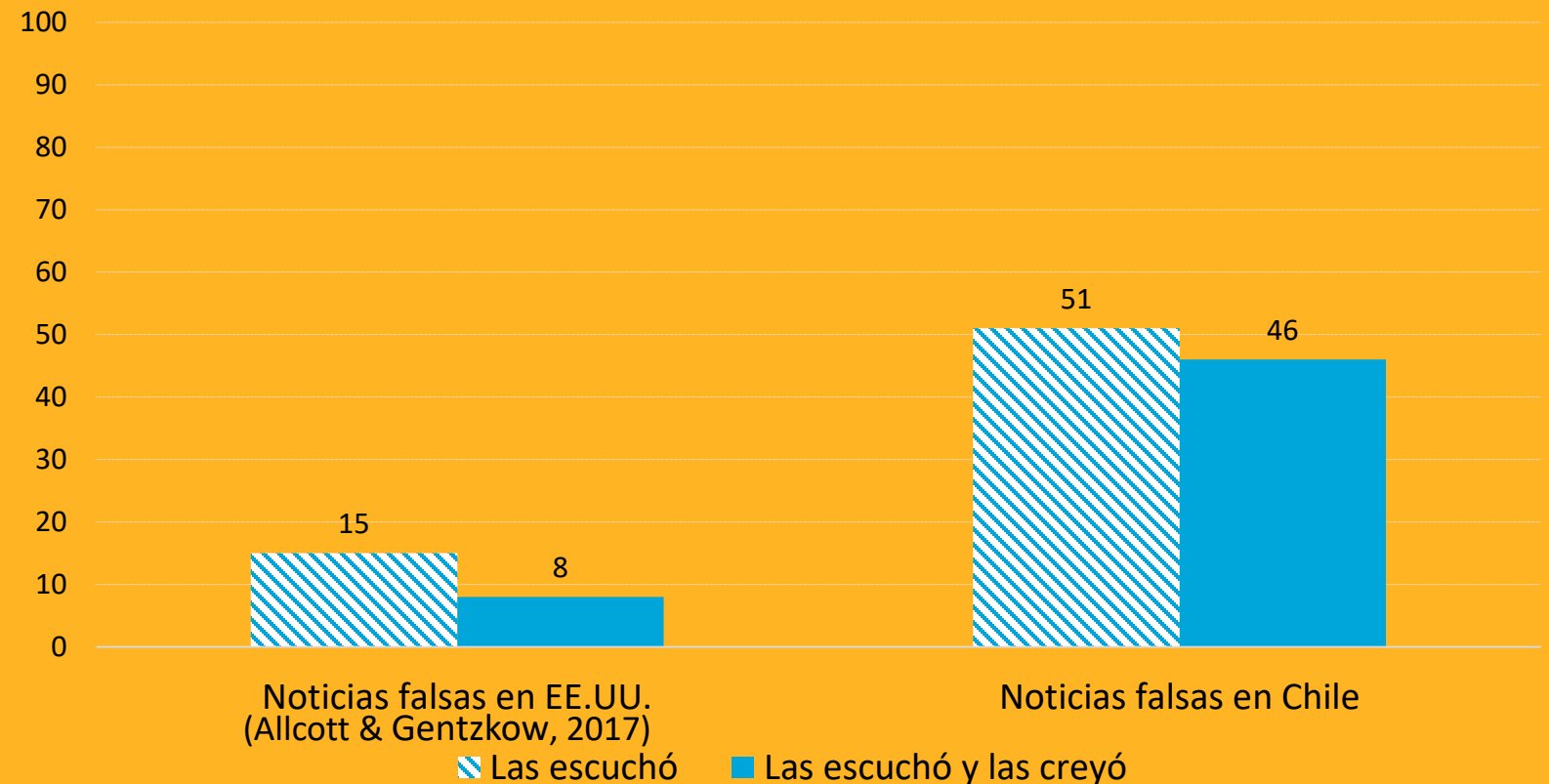
\*datos ajustados por placebo



La exposición y credibilidad en las noticias falsas es significativamente mayor en Chile hoy que en EE.UU. en 2016.

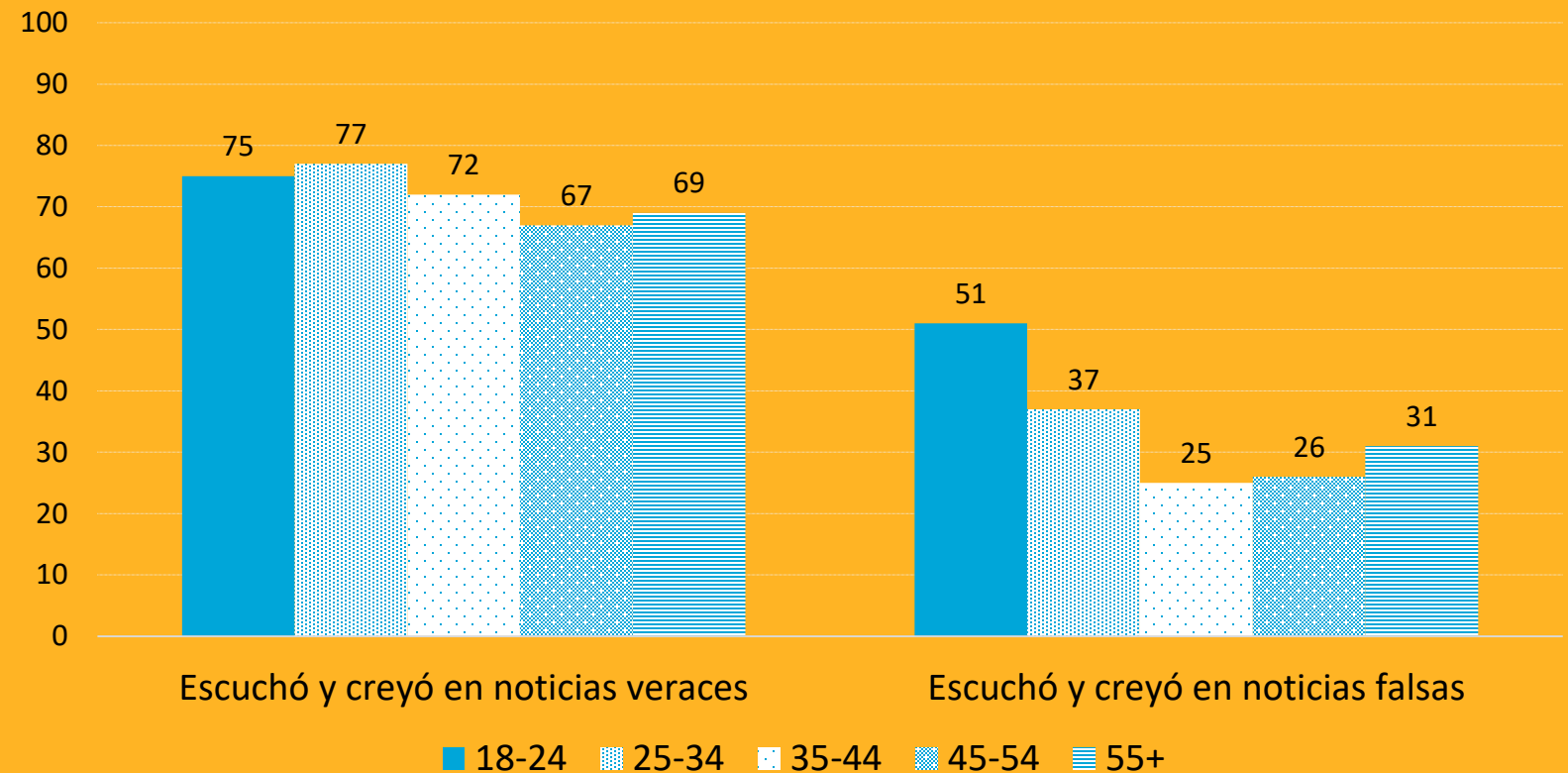
\*datos NO ajustados por placebo

Comparación con EE.UU.  
(datos NO ajustados por placebo)





Credibilidad en noticias veraces y falsas por edad (datos ajustados por placebo)



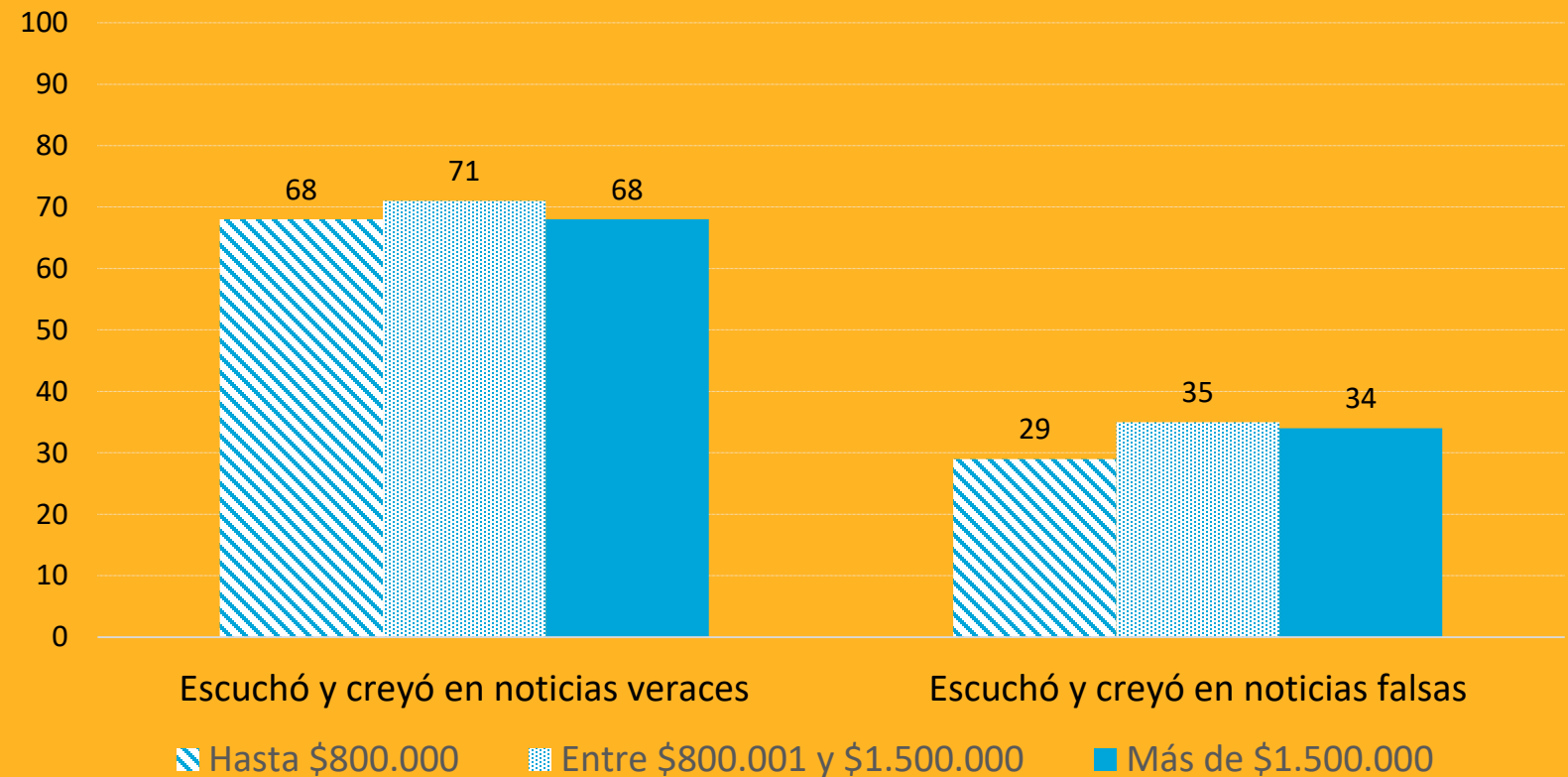
**51%**

de los jóvenes de 18 a 24 años que vieron noticias falsas le asignan alta credibilidad.

\*datos ajustados por placebo



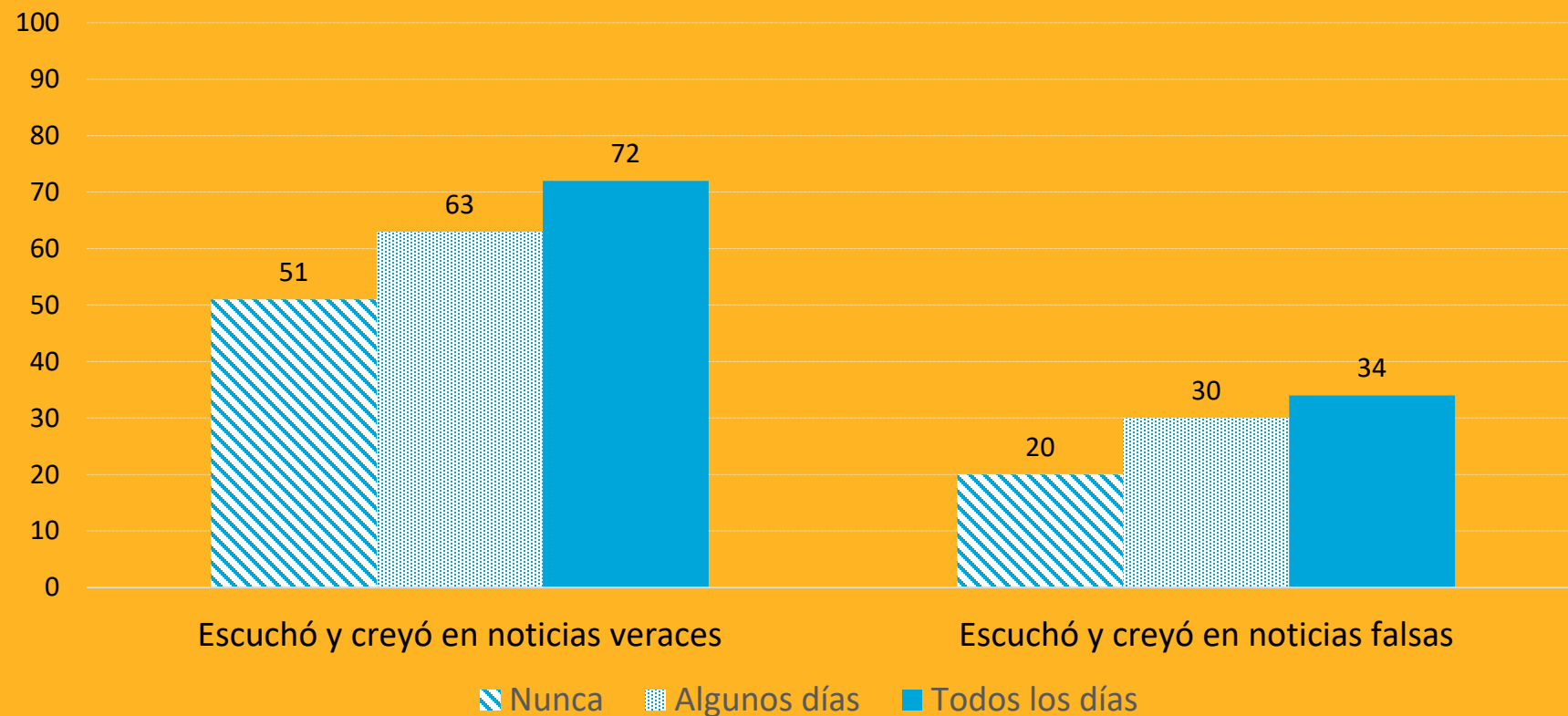
Credibilidad en noticias veraces y falsas por ingresos del hogar  
(datos ajustados por placebo)



No hay diferencias significativas en credibilidad en noticias veraces por ingresos del hogar.

\*datos ajustados por placebo

### Exposición a noticias veraces y falsas por uso de redes sociales para informarse (datos ajustados por placebo)



**34%**  
de las personas que se informan por redes sociales todos los días ha visto noticias falsas.

\*datos ajustados por placebo



**33%**

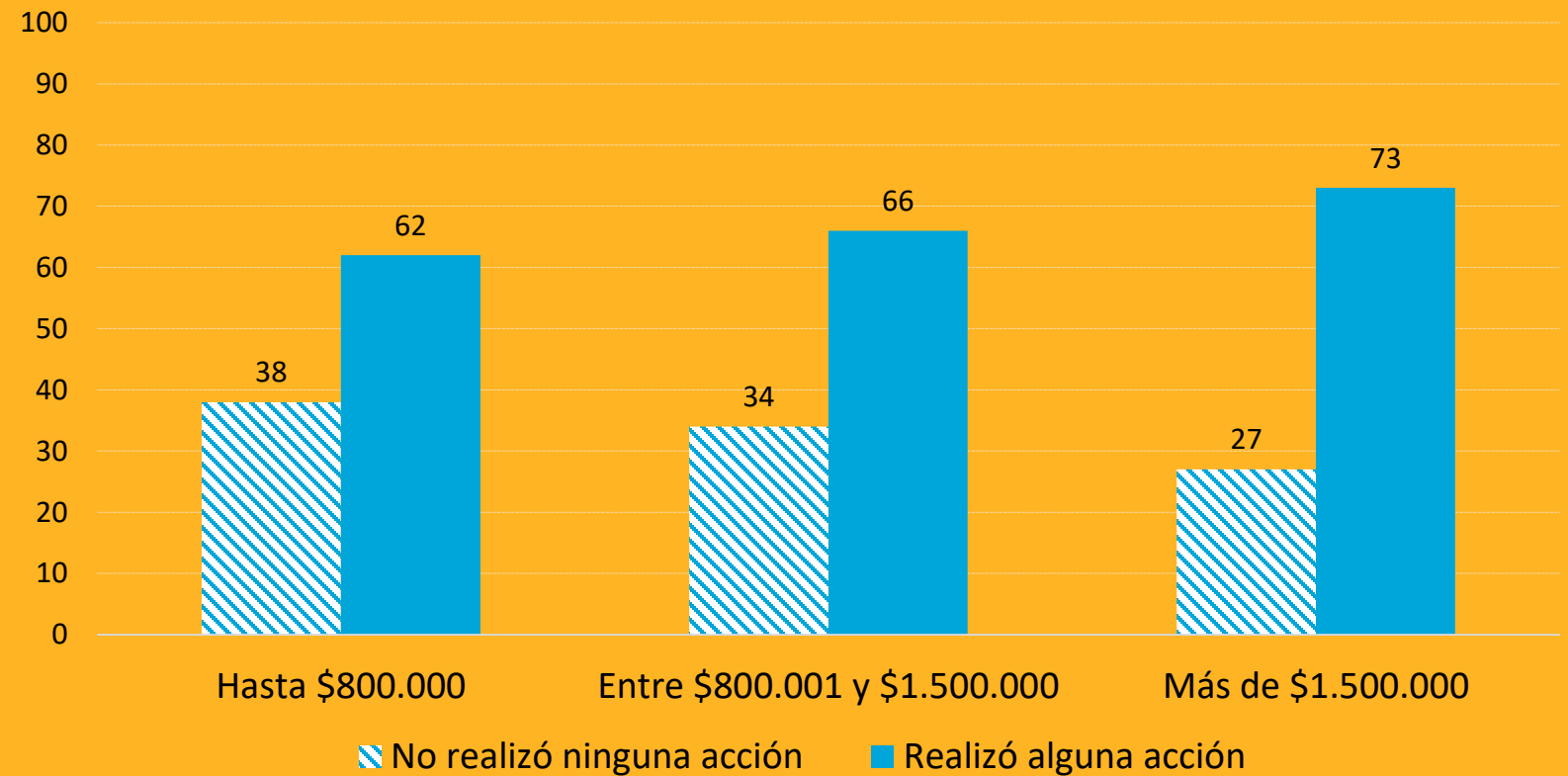
dice haberse involucrado en discusiones en redes sociales acerca de noticias falsas.

<b>Pensando en tu uso de WhatsApp y otras redes sociales desde el 18 de octubre hasta ahora, ¿te han ocurrido las siguientes situaciones?</b>	<b>No</b>	<b>Sí</b>
<i>Cuando he recibido noticias falsas las he desmentido y aclarado que son falsas</i>	58	42
<i>Me he involucrado en discusiones acerca de noticias falsas</i>	67	33
<i>He eliminado contactos o los he dejado de seguir porque publican noticias falsas</i>	68	32
<i>He criticado a alguien en redes sociales por publicar una noticia falsa</i>	69	31



A mayor ingresos del hogar, mayor cantidad de acciones han realizado los usuarios en torno a las noticias falsas.

Realizó alguna acción en torno a las noticias falsas por ingresos del hogar







Parte 6:

# Familiaridad y evaluación del periodismo de verificación (*fact-checking*)

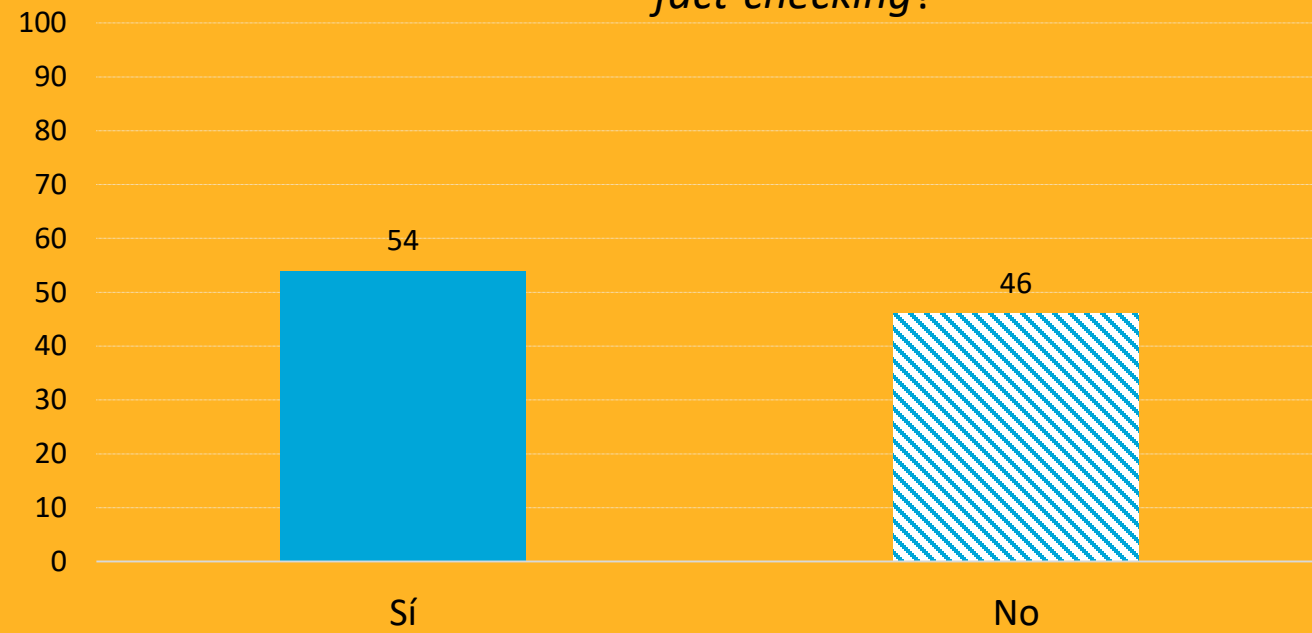


## **La familiaridad con el periodismo de verificación (o de *fact-checking*) está positivamente correlacionada con menor credibilidad en las noticias falsas**

La mayoría de los encuestados (54%) está familiarizado con el concepto de verificación de la información, especialmente en los sectores de mayores ingresos y entre quienes se informan mediante diarios en papel y digital. Finalmente, quienes están familiarizados con esta metodología son menos propensos a aceptar las noticias falsas como verdaderas, lo que sugiere cierta efectividad por parte del *fact-checking* como movimiento para combatir las *fake news*.



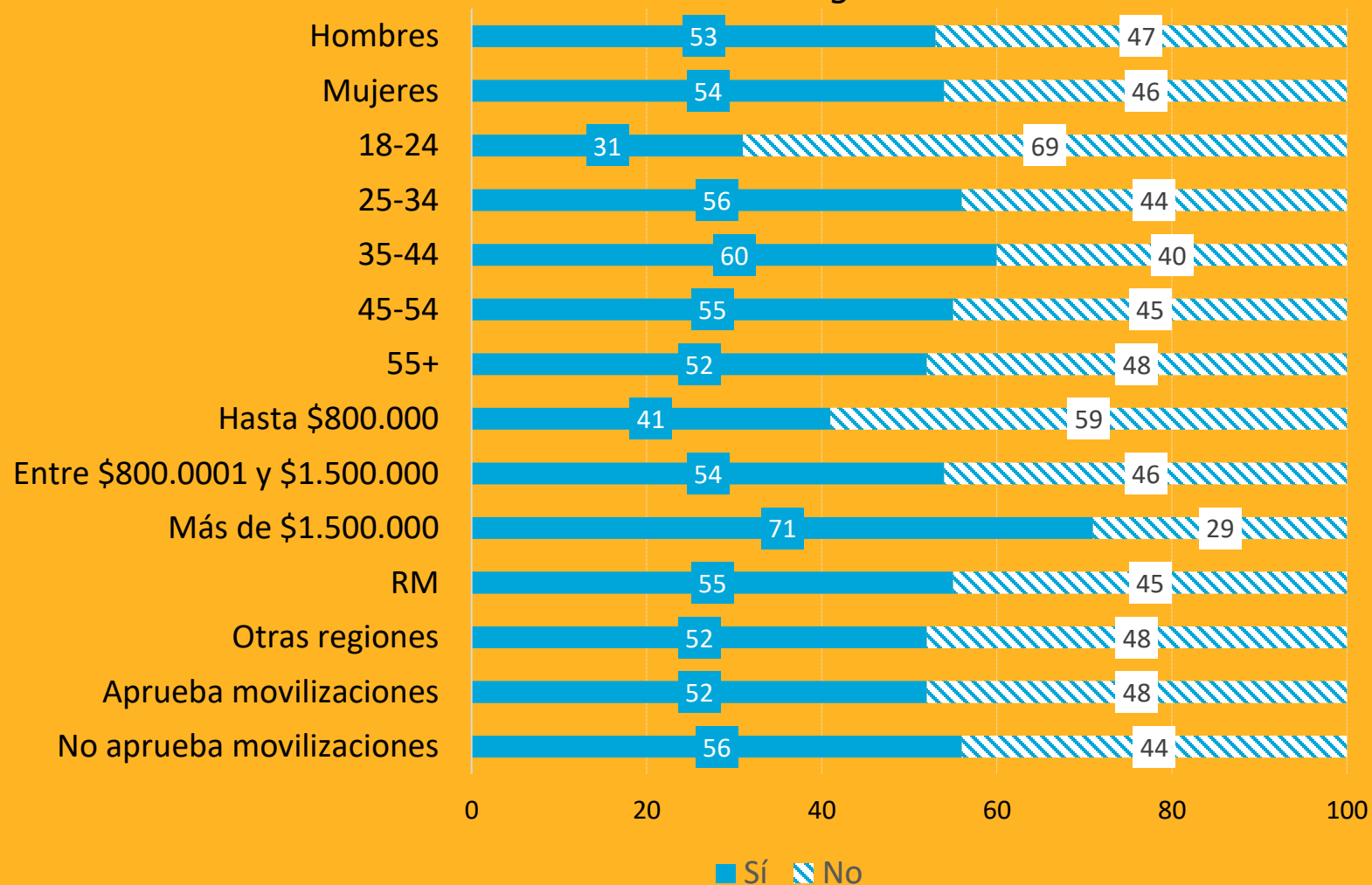
¿Has visto o escuchado hablar del periodismo de verificación o de *fact-checking*?



**54%** de los encuestados está familiarizado con el periodismo de *fact-checking*.



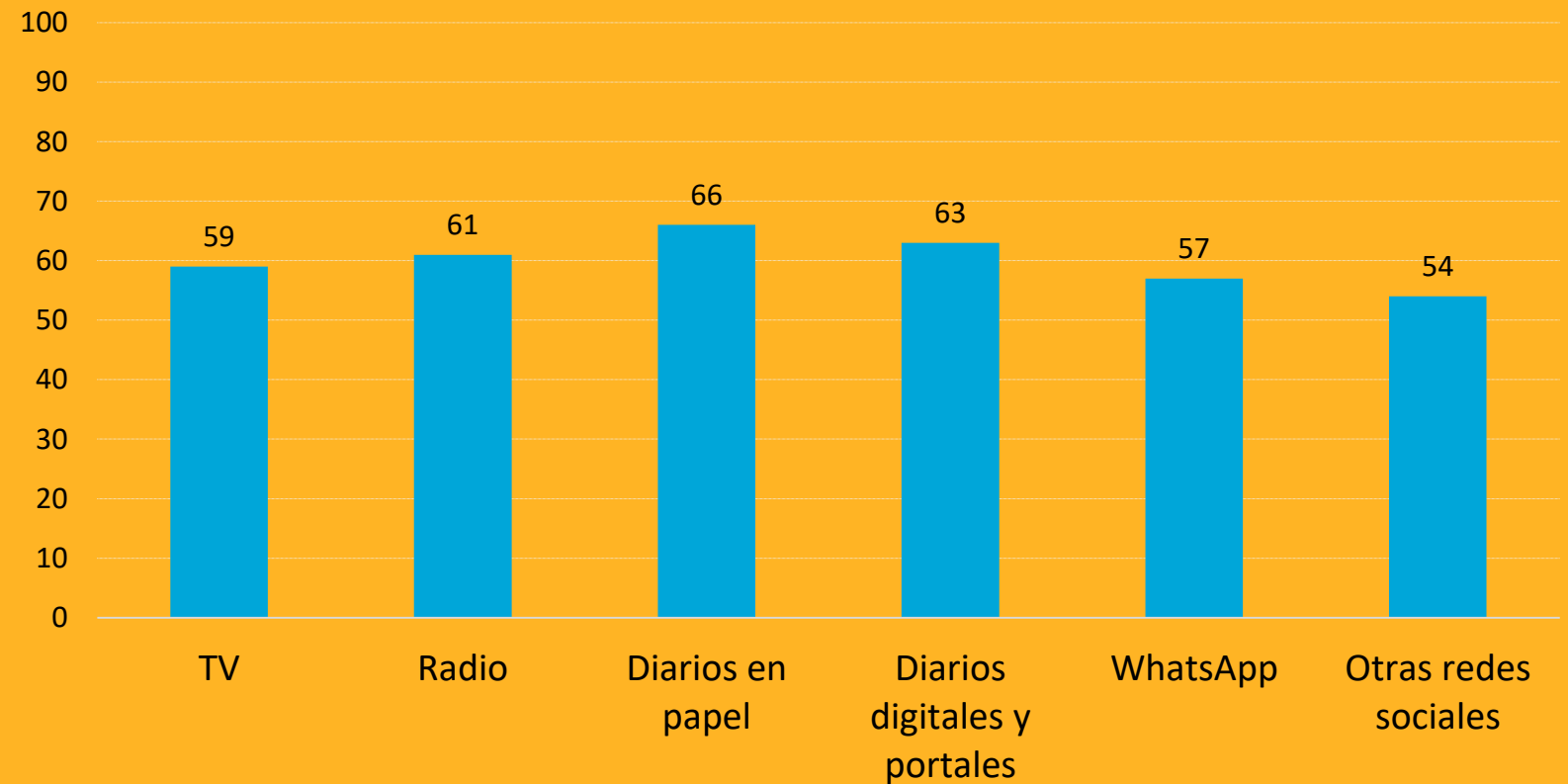
### ¿Has visto o escuchado hablar del periodismo de verificación o de *fact-checking*?



La familiaridad con el *fact-checking* es mayor en personas de hogares con altos ingresos.



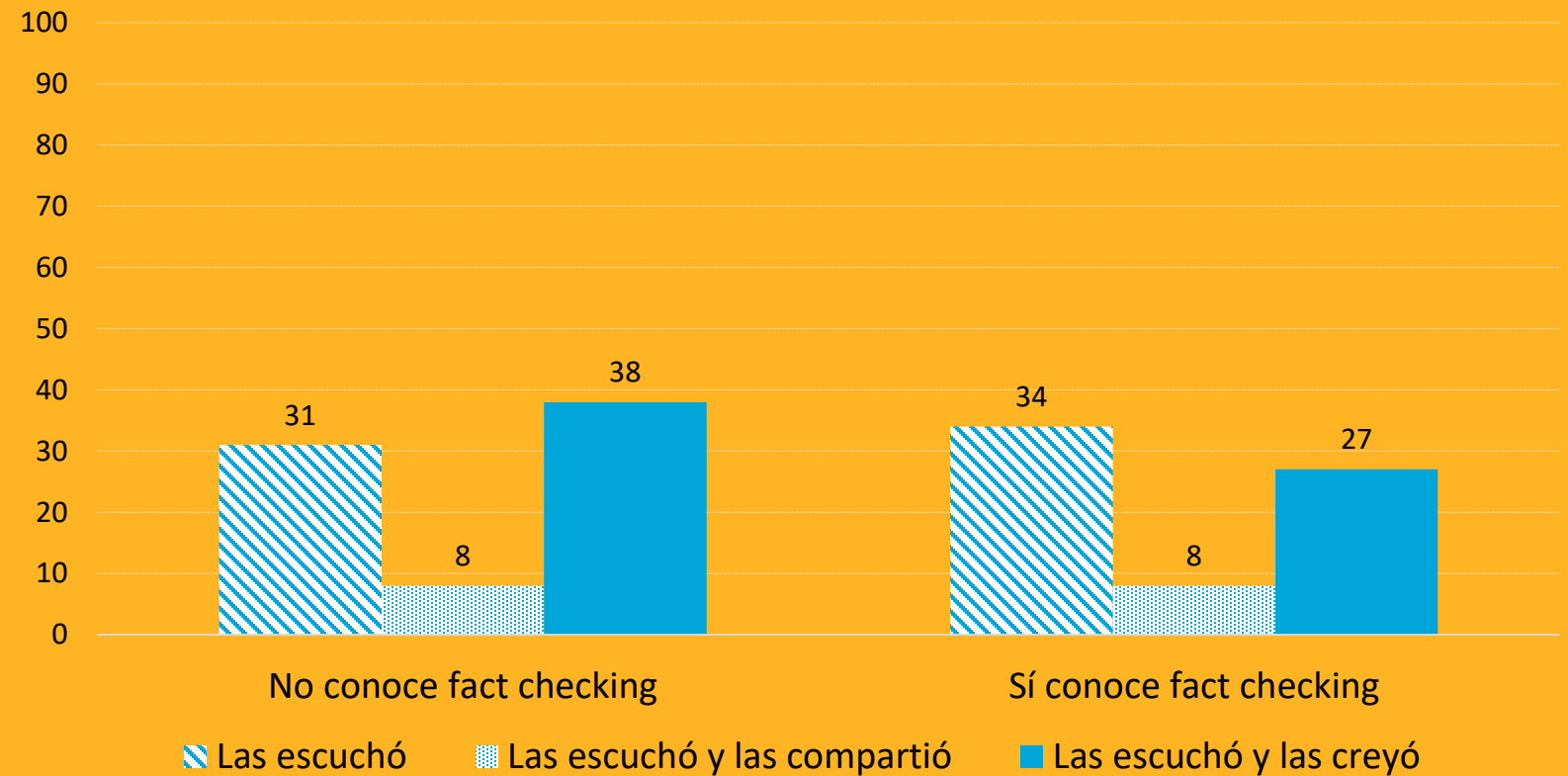
Familiaridad con *fact-checking* por exposición a noticias en medios todos los días



El periodismo de verificación es más conocido entre quienes se informan principalmente por diarios (en papel y digitales) y portales.



Exposición, credibilidad y difusión de noticias falsas por familiaridad con *fact-checking* (datos ajustados por placebo)



Los que conocen el periodismo de verificación creen menos en las noticias falsas.

\*datos ajustados por placebo



FACULTAD DE COMUNICACIONES  
PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATOLICA DE CHILE

Estudio de opinión pública

# Uso y evaluación de los medios de comunicación y las redes sociales durante el estallido social en Chile

4 de diciembre de 2019

Encuesta online realizada entre el 6 y el 14 de noviembre de 2019