

# NOTICIARIOS TELEVISIVOS: Consumo, Evaluaciones y Percepciones

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS  
2012



# Metodología

Se aplicó un estudio de tipo cuantitativo:

## TÉCNICA

- Entrevistas presenciales in situ con cuestionario estructurado estándar, de alrededor de 18 minutos de duración.

## MUESTRA

- Hombres y Mujeres de 18 y más, de todos los GSE (excepto extrema pobreza ( E ) ) de Santiago que se informen a través de noticiarios centrales (21 horas) de TV abierta. Se realizaron 400 entrevistas, distribuidas según las variables socioeconómicas relevantes: Edad, sexo y GSE

## ANÁLISIS

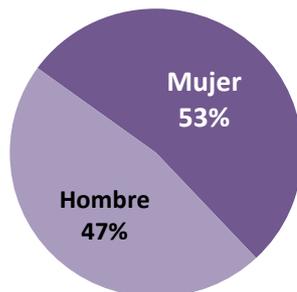
- Para el análisis los datos fueron ponderados por GSE, SEXO y EDAD.

## RECOLECCIÓN DE DATOS

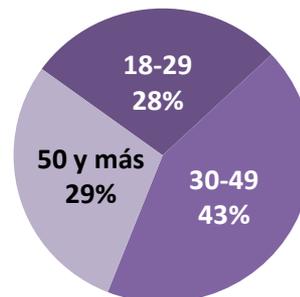
- La recolección de datos se realizó en el mes de Diciembre de 2012.



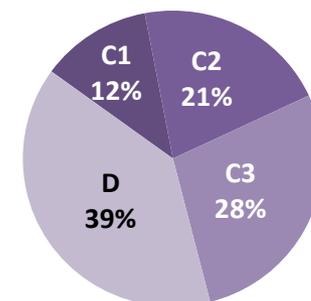
**TOTAL SEXO**



**TOTAL EDAD**



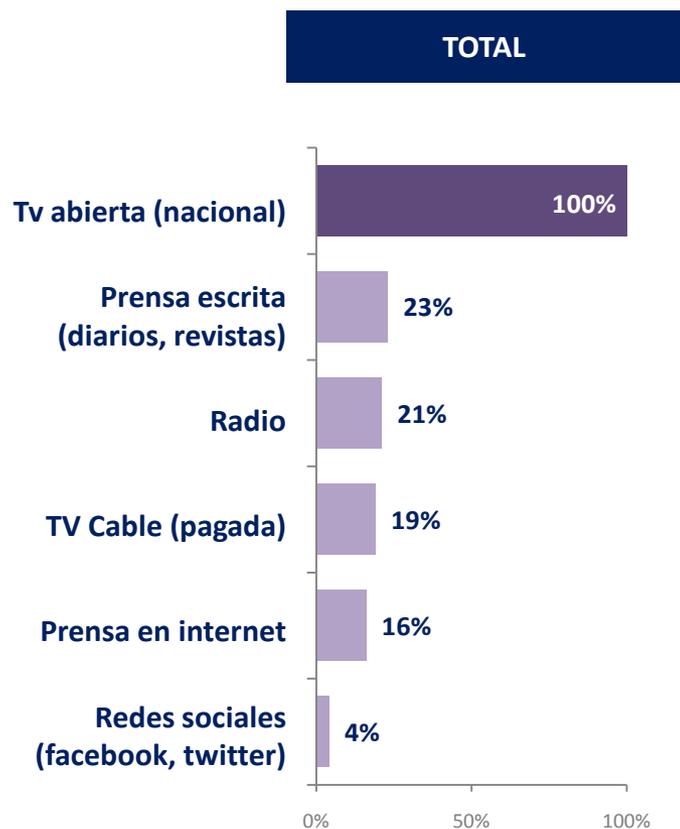
**TOTAL GSE**



# I. CONSUMO DE NOTICIARIOS

# Medios por lo que se informa habitualmente

Base: Total entrevistados (n=400)



*El 100% de los encuestados reporta informarse por los noticiarios de tv abierta, aun cuando el 77% afirma tener acceso a TV de pago.*

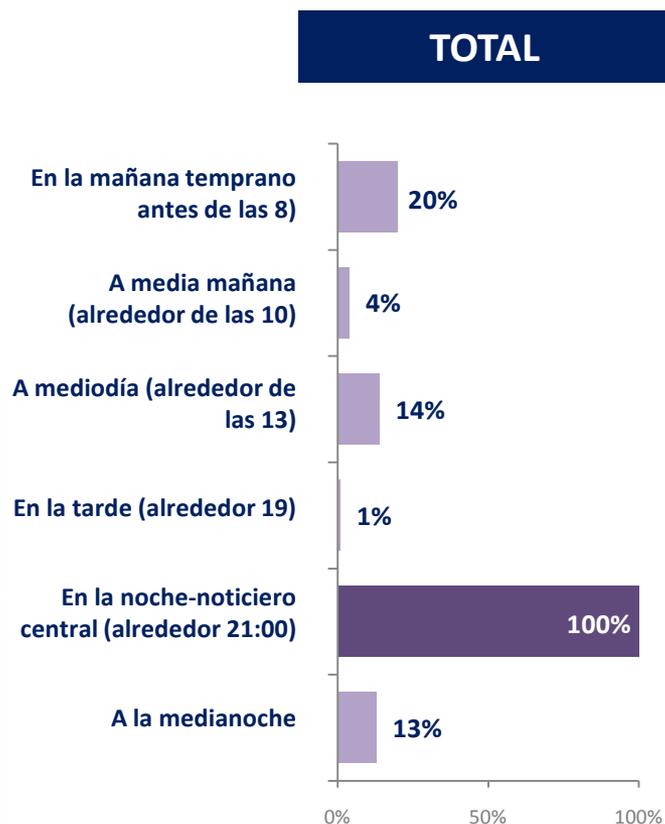
*Alrededor de dos de cada diez entrevistados reporta el uso de algún medio adicional a la TV abierta como fuente de información, siendo las redes sociales las que muestran una menor incidencia.*

*Los hombres, en mayor medida que las mujeres, evidencian el uso de radio como medio informativo.*

*En relación a la TV cable y los canales online, su uso disminuye a medida que aumenta la edad y disminuye el GSE del entrevistado.*

## Horarios en que ve noticias

Base: Total entrevistados (n=400)

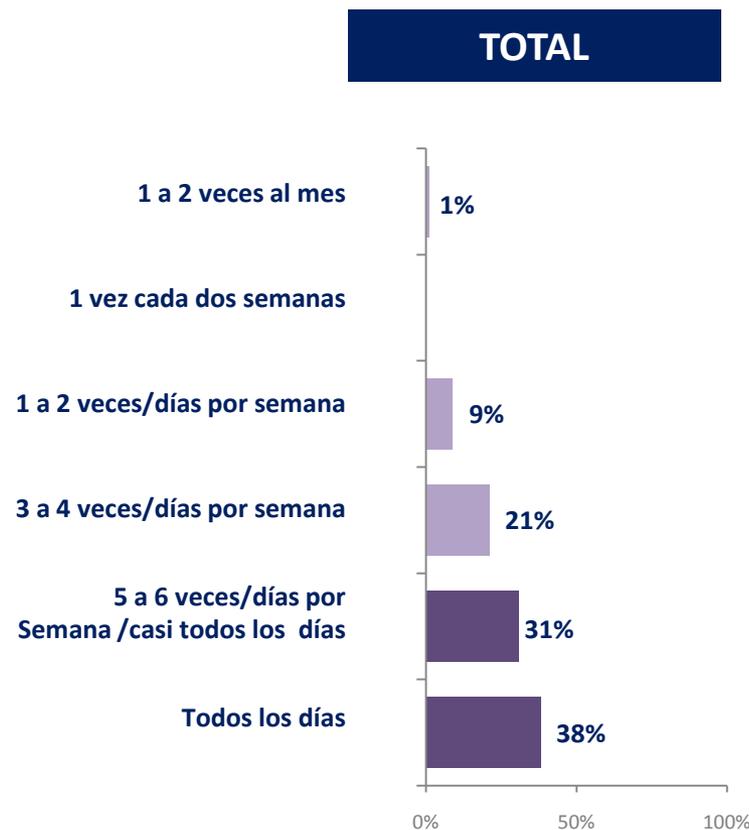


Adicionalmente a la información recibida a las 21 horas, 2 de cada 10 entrevistados está expuesto a las noticias de las 8:00 AM y 1 de cada 10 a las del mediodía –principalmente mujeres-y de la medianoche.

El 14% de las personas lo ven al mediodía, donde el grupo más importantes son las mujeres

## Frecuencia de exposición a noticiarios

Base: Total entrevistados (n=400)

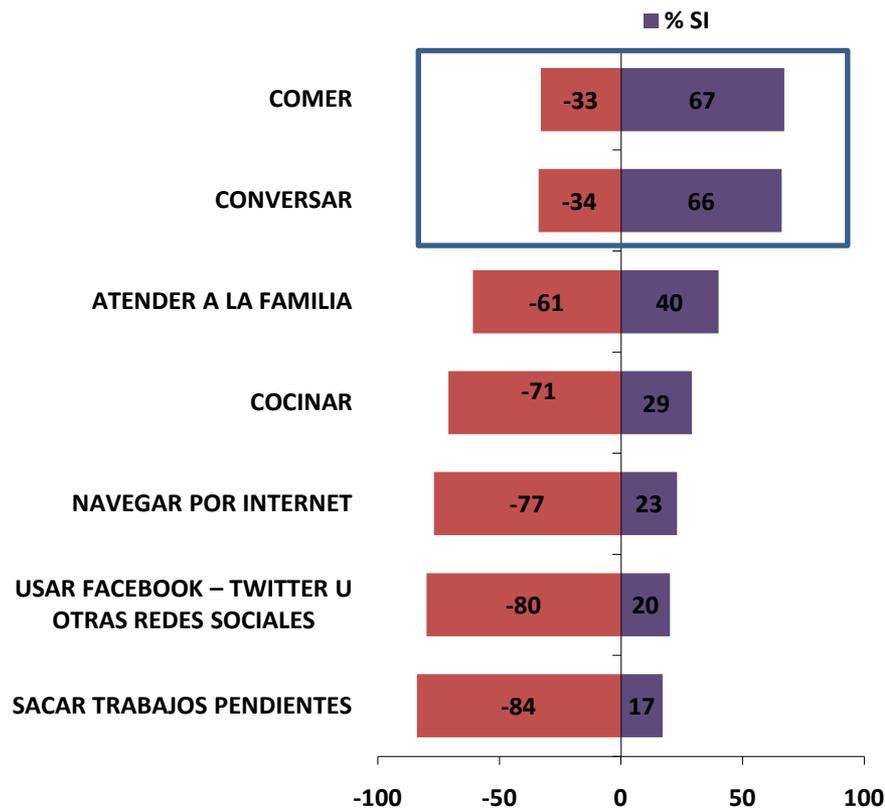


7 de cada 10 entrevistados declaran una ALTA FRECUENCIA de consumo a los noticiarios, mostrando una mayor incidencia en las personas del tramo etario de 50 años y más y siendo algo menor entre los más jóvenes.

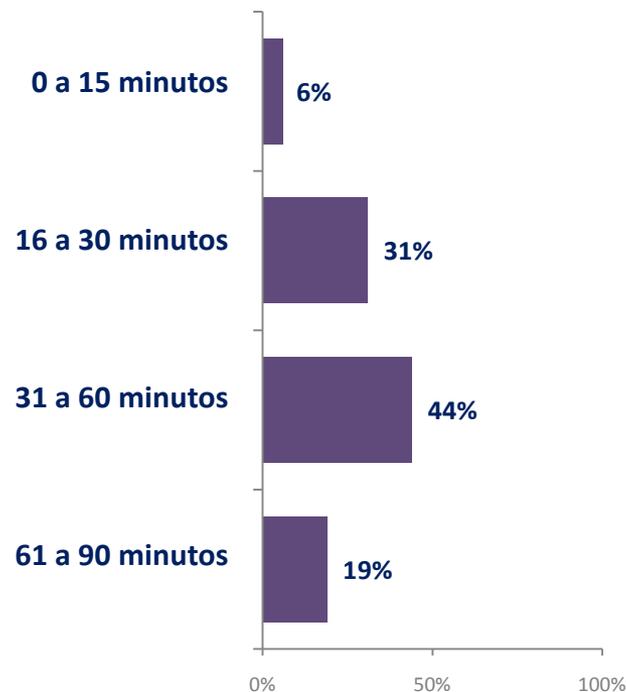
# Noticiarios centrales (21 horas) : Tiempo de consumo y actividades paralelas

Base: Total entrevistados (n=400)

## Actividades Paralelas al visionado de TV



## Tiempo de consumo noticiarios

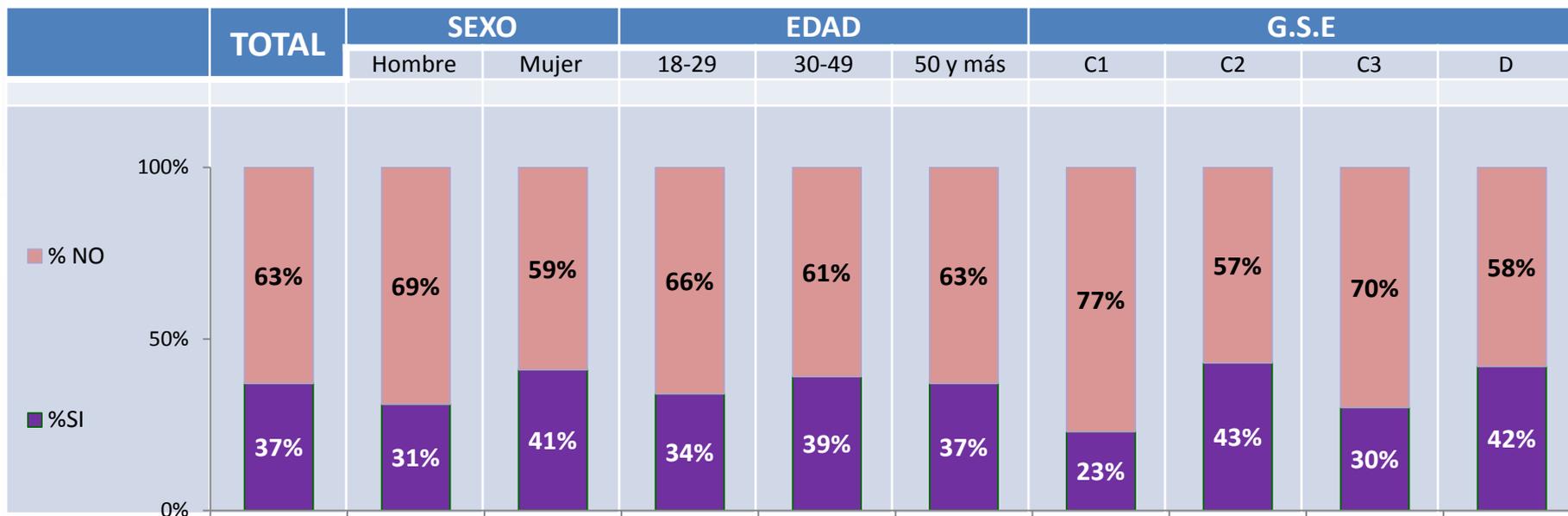


*Las noticias de las 21 horas se incorpora como una actividad familiar, junto a situaciones de la vida cotidiana en los momentos que la familia comparte su tiempo.*

*Es baja la alternancia de los noticiarios con actividades que requieren mayor concentración o nivel de atención más direccionado.*

# Ve noticias con menores de 18 años

Base: Hogares con niños menores de 18 años (n=169).

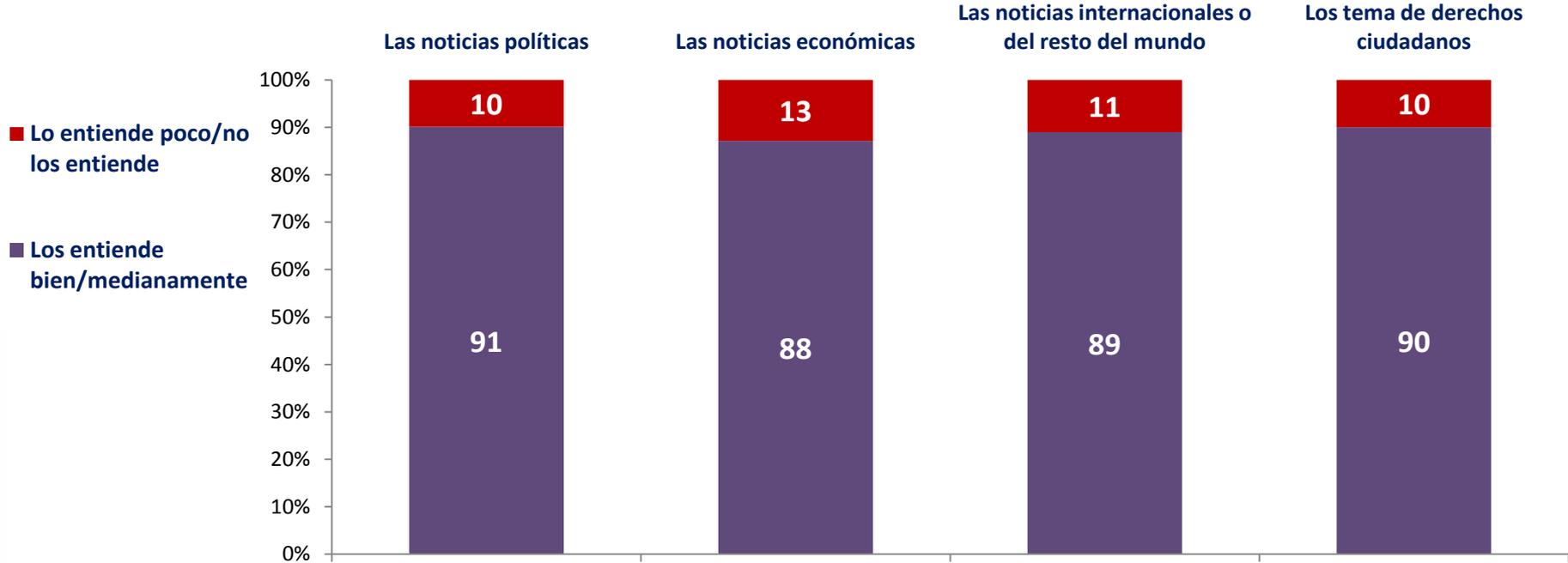


*4 de cada 10 hogares con menores de 18 años ve noticias con los niños, que tienen 11 años en promedio. La principal razón por la que los menores de edad no ven noticias, es falta de interés (87%). Un 13% declara que no permite que sus hijos ver noticias.*

## II. EVALUACIÓN DE LOS NOTICIARIOS

# Grado de comprensión de los noticiarios

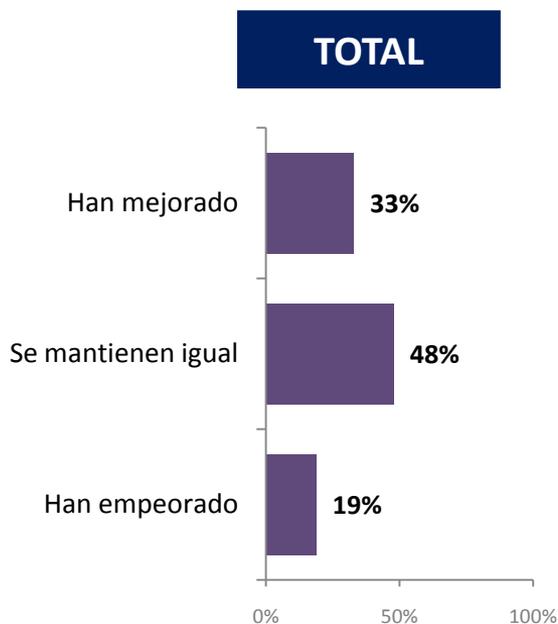
Base: Total entrevistados (n=400)



*En general, se observa un alto nivel de comprensión de los distintos ámbitos de noticias entregados por los noticiarios. Si bien es alto el grado de comprensión de los distintos tipos de noticias cubiertas por los noticiarios por parte de todos los segmentos, se observa un menor entendimiento en los entrevistados de nivel socioeconómico mas bajo.*

## Evolución de los noticieros de la TV abierta en el tiempo

Base: Total entrevistados (n=400)

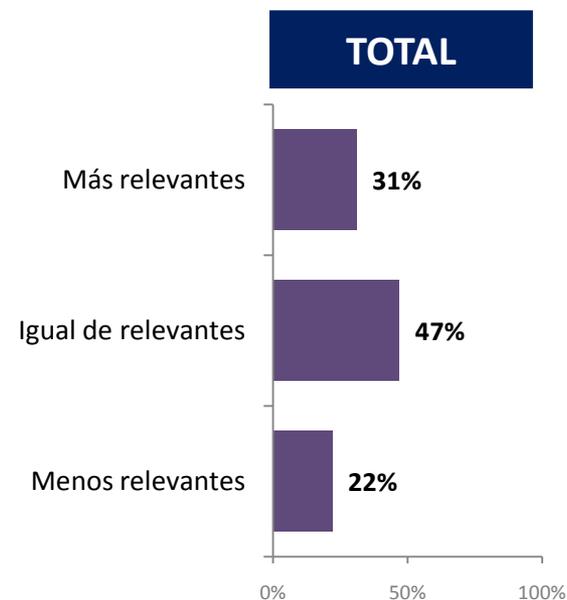


*La mitad de los entrevistados declara que los noticieros no han tenido variaciones en los últimos años. Sólo un tercio reporta una mejora.*

*No se observan diferencias al interior de los segmentos respecto de estas percepciones.*

## Nivel de relevancia de los noticieros en el tiempo

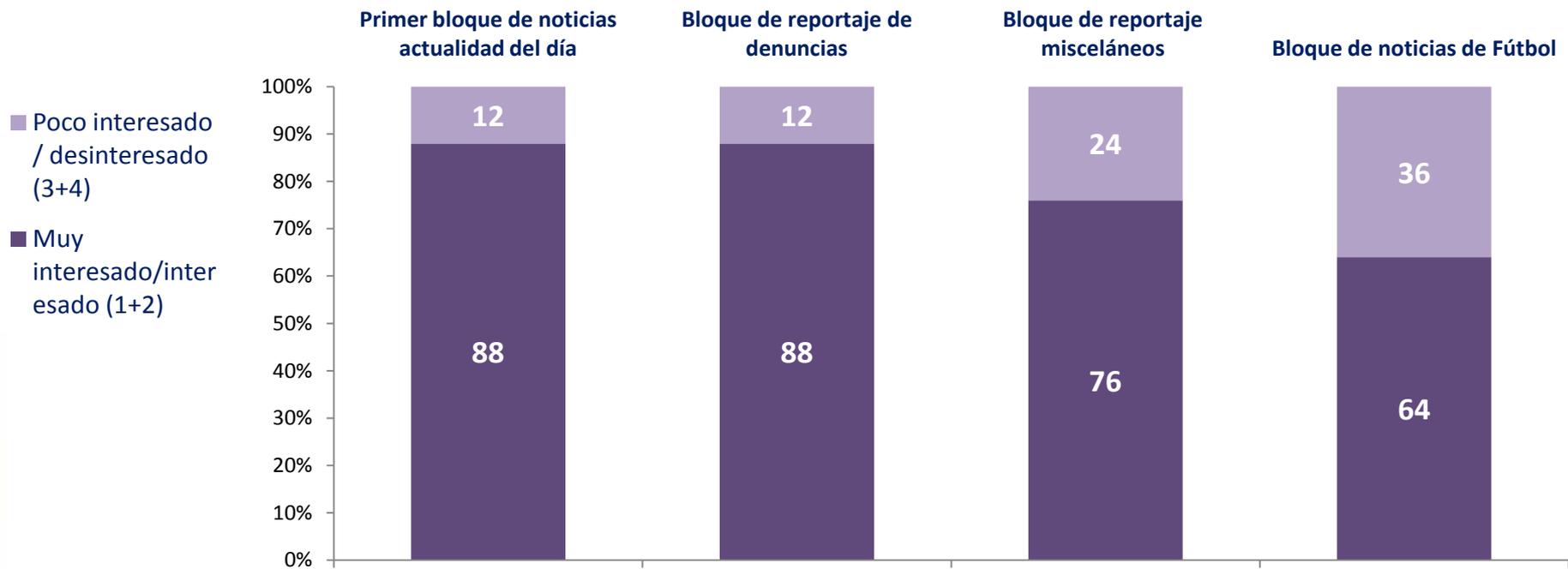
Base: Total entrevistados (n=400)



*Sólo un 22% de los entrevistados le asigna menor relevancia a los noticieros de la TV abierta que hace unos años atrás.*

*Para la mayoría de la muestra continúan teniendo la misma o mayor importancia en el tiempo.*

# Grado de interés en los distintos bloques de noticias de las 21 horas

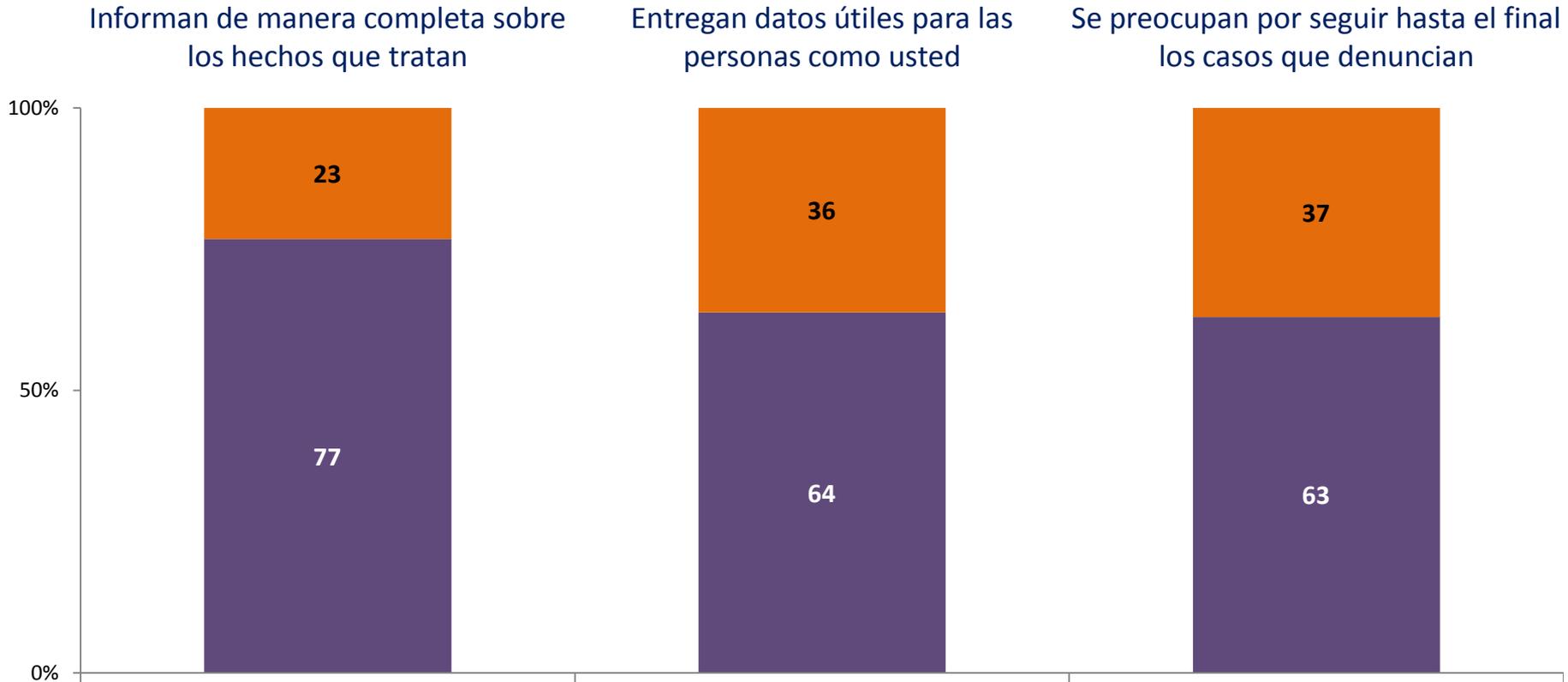


*El primer bloque de noticias de actualidad del día y el bloque de denuncias son los que generan un mayor grado de interés entre los televidentes de los noticiarios centrales de las 21 horas.*

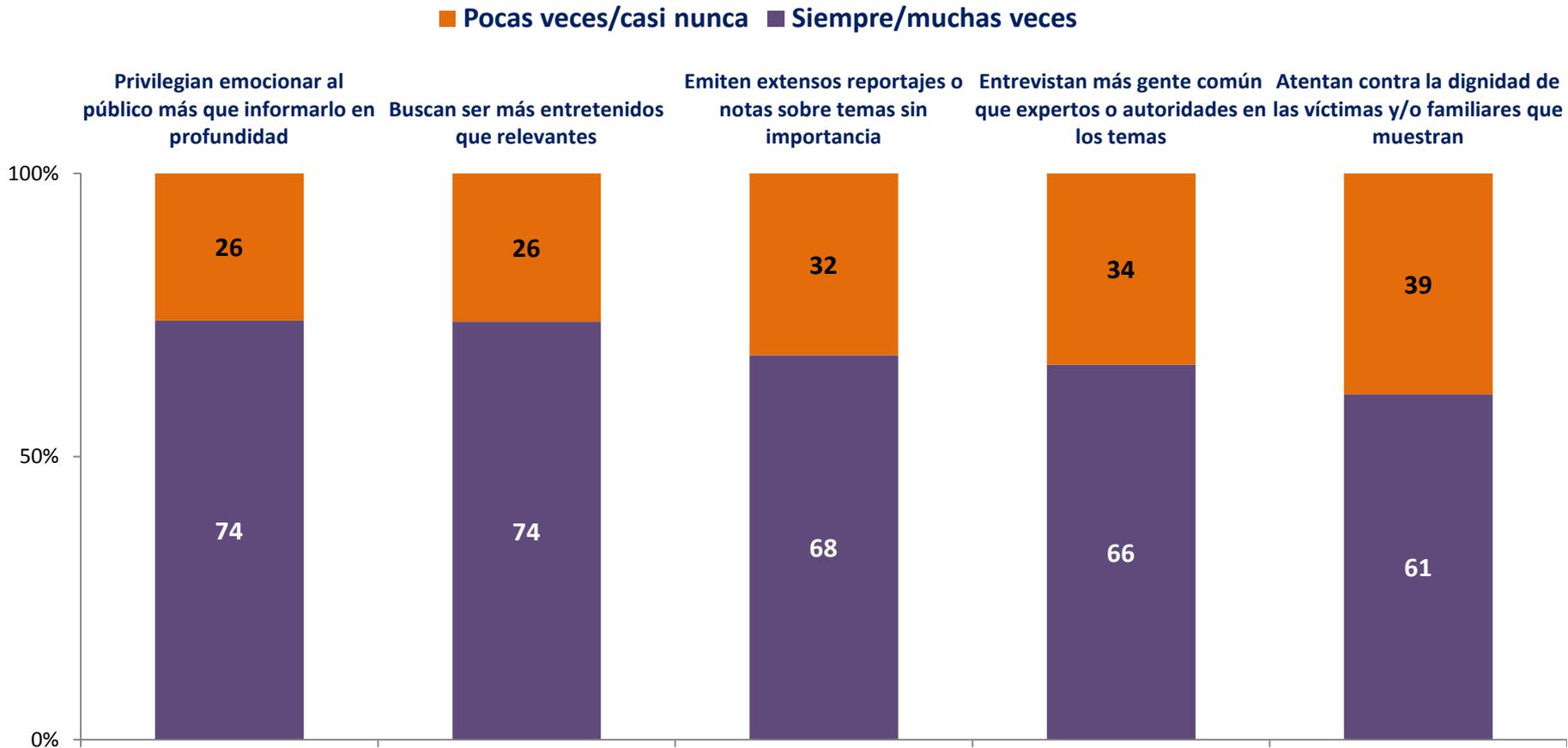
*El bloque de fútbol es el que resulta menos relevante, debido q que existen grandes diferencias por sexo, para un 89% de los hombres, esta muy interesado/interesado en este bloque, mientras que el interés de las mujeres baja a la mitad de esta cifra (41,2%)*

# Valoraciones positivas de los noticiarios

■ Pocas veces/casi nunca ■ Siempre/muchas veces



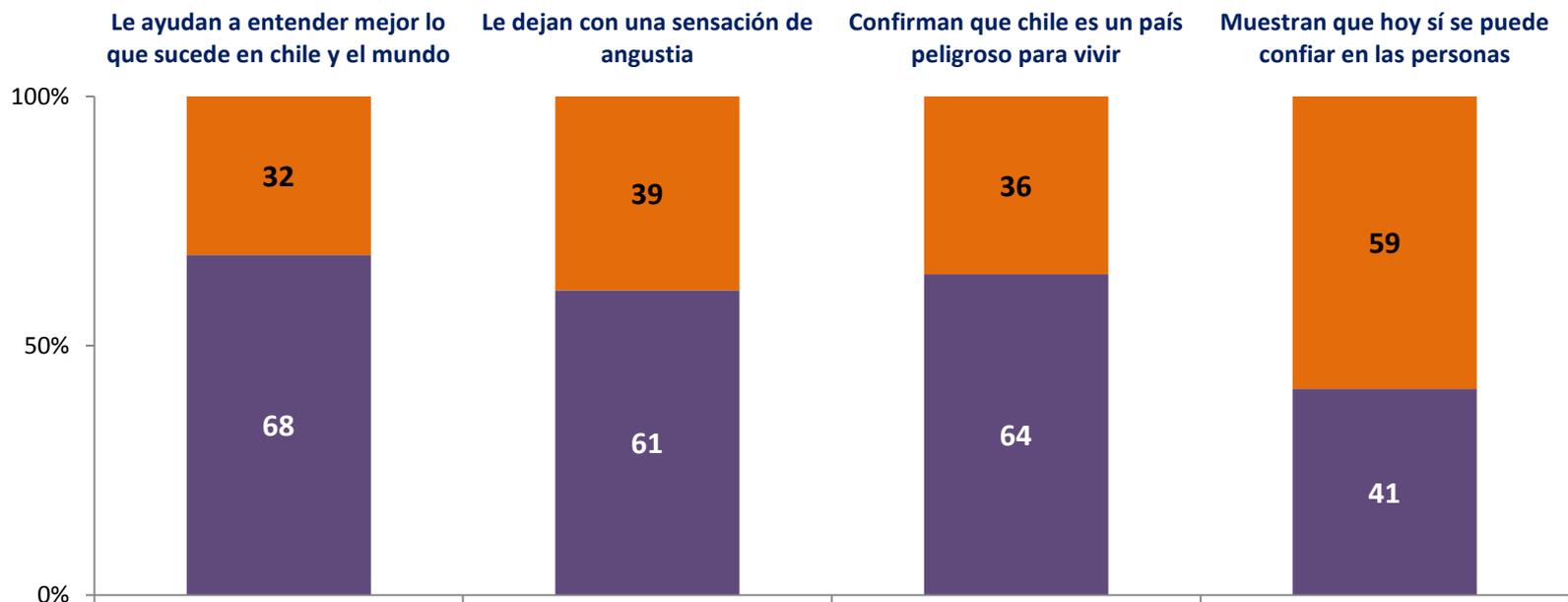
# Valoraciones críticas de los noticieros



*Si bien las audiencias consideran que los noticieros entregan información completa, y ayudan a entender la realidad, a la vez critican aspectos relevantes de su construcción narrativa.*

# Efectos de los noticiarios

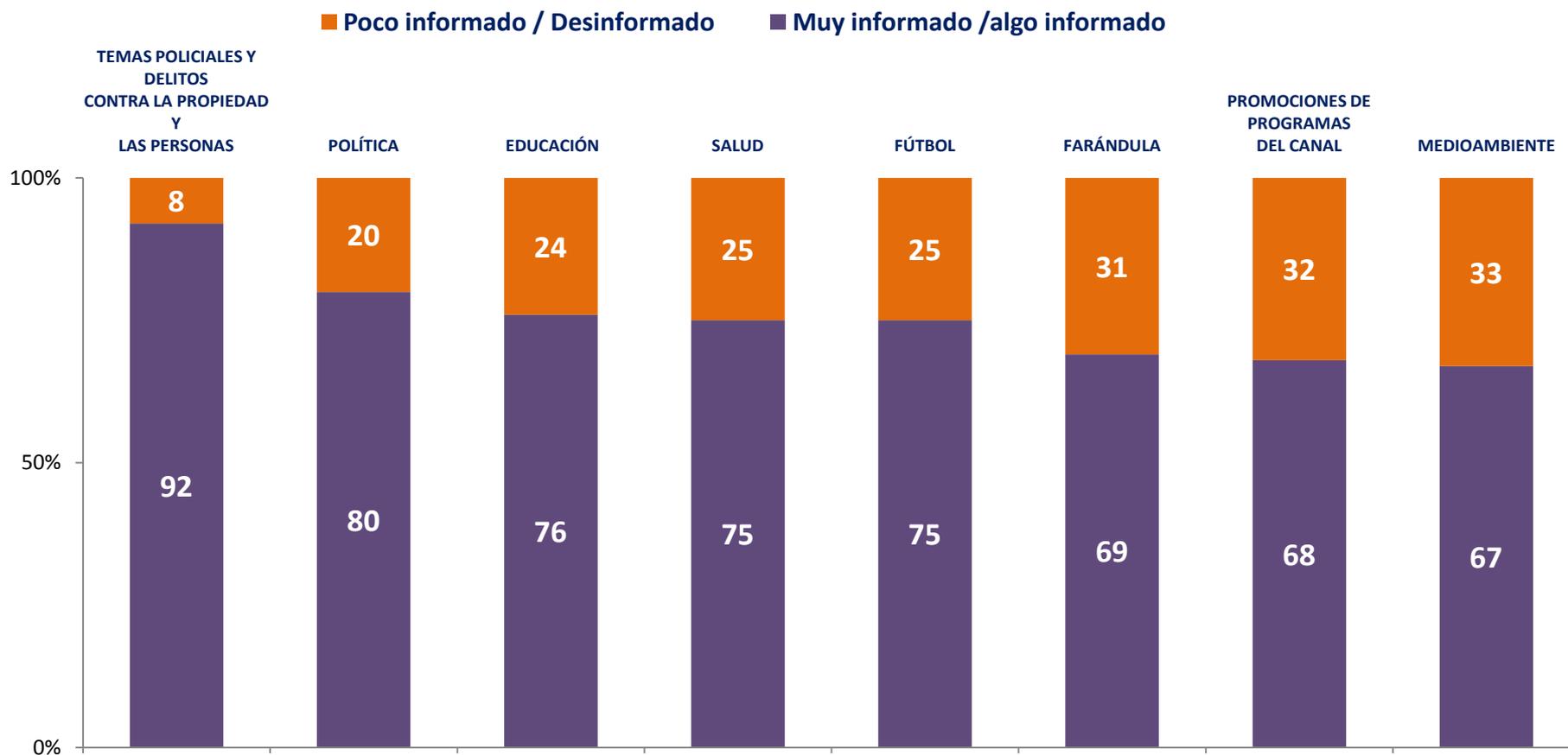
■ Pocas veces/casi nunca   ■ Siempre/muchas veces



*Según los televidentes, los noticiarios entregan conocimientos útiles para entender la realidad, pero a nivel emocional, generan angustia, con diferencias importantes en los distintos grupos de televidentes: 68% entre las mujeres vs 53% entre los hombres; y también en los jóvenes (68% en los menores de 30 años).*

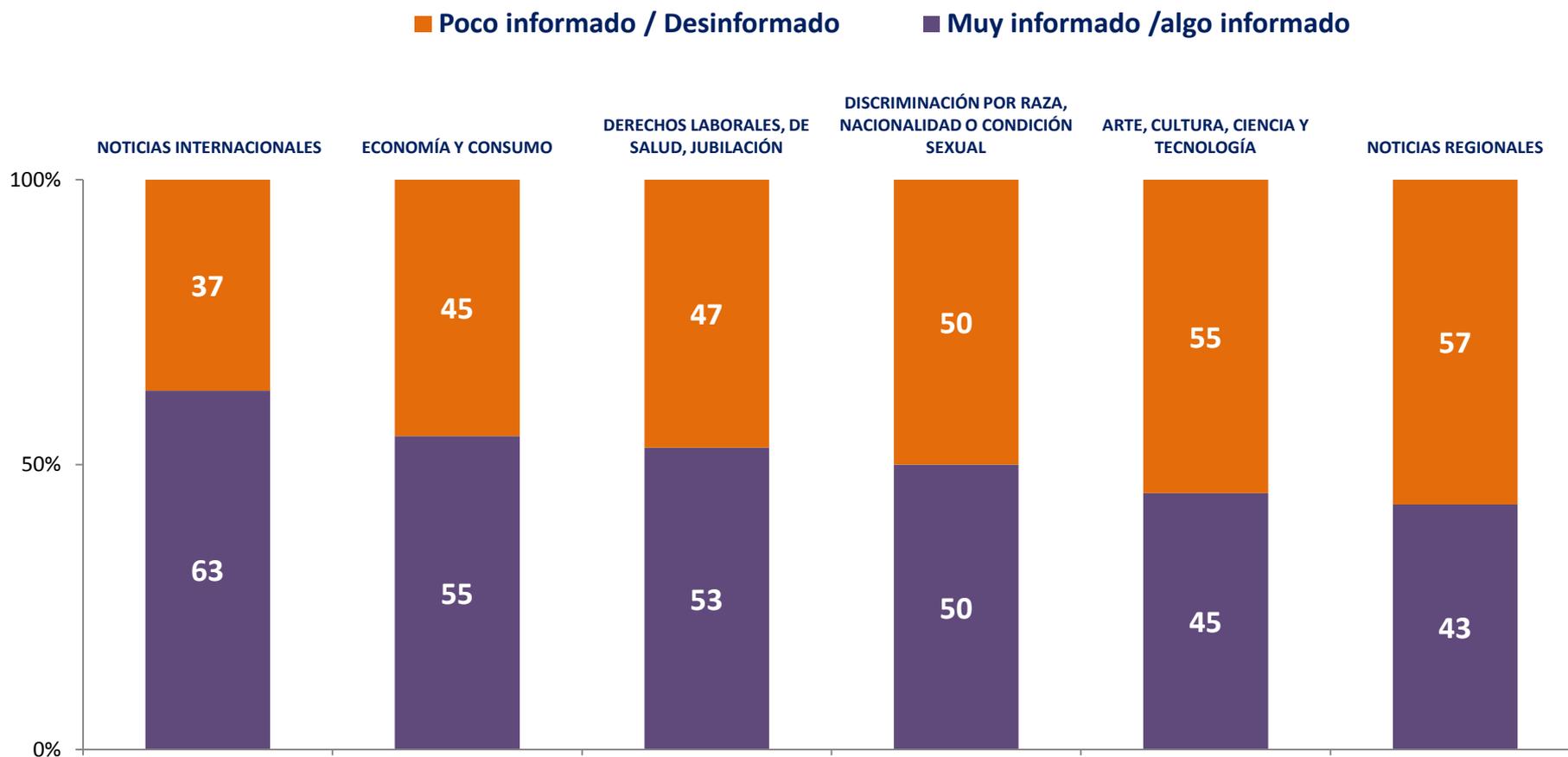
*En cuanto al impacto en las actitudes sociales, los noticiarios confirman que Chile es un país peligroso para vivir (64%), sobre todo entre los mayores de 50 años y mujeres -sobre 70%-. Además, sólo para un 41% de los encuestados, los noticiarios muestran que se puede confiar en las personas.*

## Satisfacción con la información según temas



*Entre los temas tratados por los noticiarios, los entrevistados reportan recibir mayor información sobre temas policiales y delitos (propiedad / personas), seguido de temas de política, educación, salud y fútbol.*

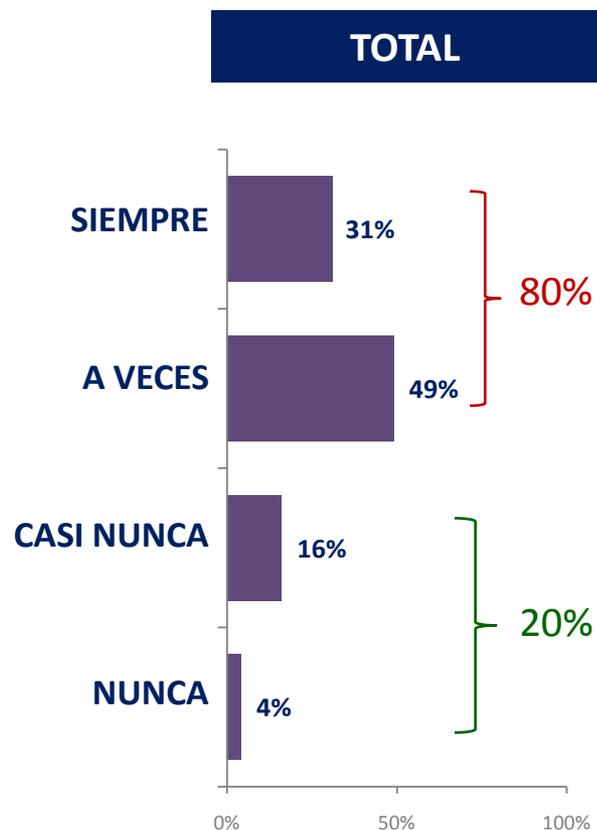
## Satisfacción con la información según temas



*De acuerdo a los televidentes, los temas que menos se imparten por los noticiarios guardan relación con las noticias regionales, el arte, cultura, ciencia y tecnología e información relacionada con temas de discriminación.*

## Frecuencia de imágenes inadecuadas para menores

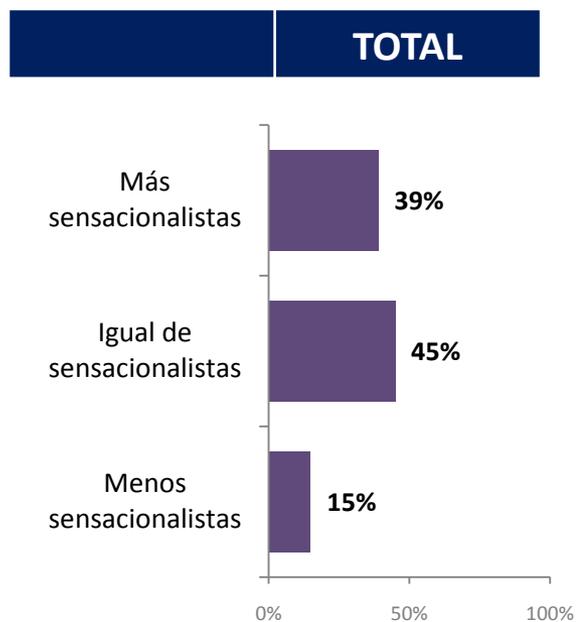
Base: Total entrevistados (n=400)



*El 80% de los entrevistados considera que los noticiarios muestran con frecuencia imágenes inadecuadas para niños y adolescentes.*

# Grado de sensacionalismo de los noticiarios en el tiempo

Base: Total entrevistados (n=400)

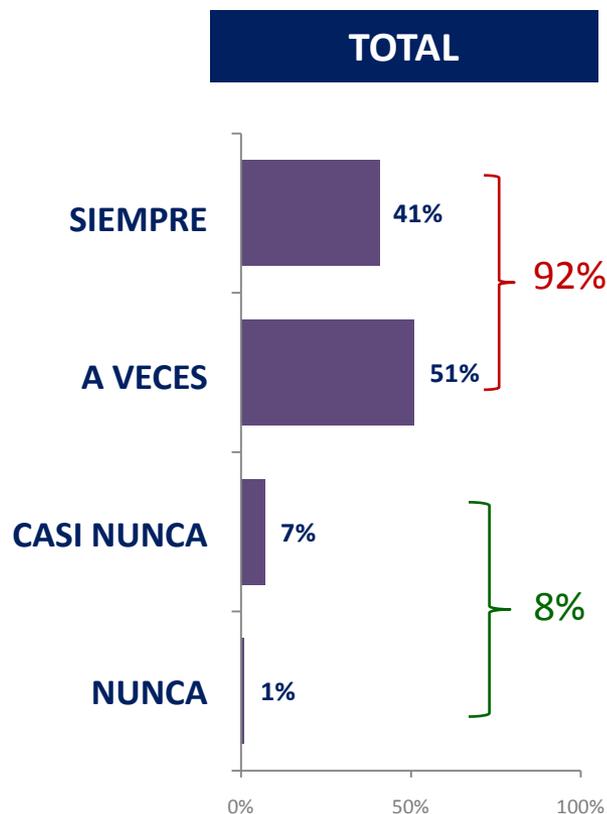


*4 de cada 10 entrevistados considera que los noticiarios son más sensacionalistas hoy que hace 4 años atrás, mientras que la mitad de los respondentes no muestran variaciones en el tiempo en ese aspecto.*

*Es menor la proporción de televidentes (15%) que considera que existe una disminución del sensacionalismo en el tratamiento de las noticias.*

# Frecuencia con que los noticiarios resaltan el dolor humano

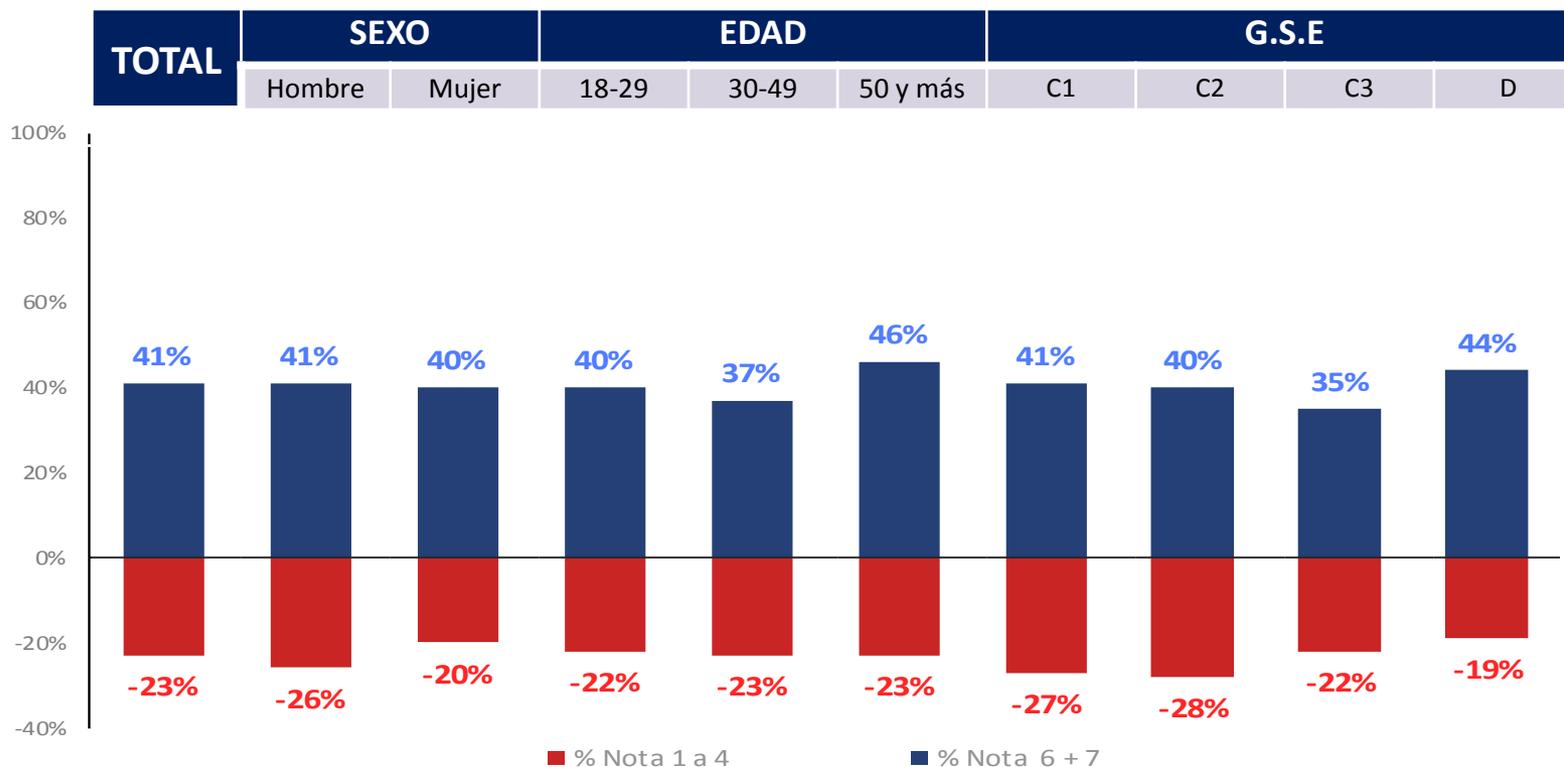
Base: Total entrevistados (n=400)



*La apelación a la sensibilidad de las personas resaltando el dolor humano es para los entrevistados un elemento muy recurrente en los noticiarios de TV abierta.*

# Evaluación Noticieros centrales: 21 horas

Base: Total entrevistados (n=400)



*A nivel de experiencia, la evaluación de los noticieros mantiene y tiende levemente a profundizar los niveles de crítica reportados a nivel de imagen antes de repasar los ítems considerados en el estudio.*

## II. PRINCIPALES RESULTADOS

## Principales Resultados

- ✓ Los noticieros de televisión abierta son ampliamente consumidos, fenómeno a destacar en un contexto de un alto nivel de acceso a la TV de pago en el hogar. Se ha de notar así mismo que en un alto porcentaje de hogares con menores de edad se ven las noticias en conjunto.
- ✓ El noticiero central, se incorpora a la actividad hogareña y familiar, acompañando en la cena o en los momentos de conversación y otras actividades paralelas.
- ✓ Los noticieros son evaluados con nota 6 y 7 por el 41% de los entrevistados, con un menor nivel de rechazo (notas 1 a 4), entre las mujeres y los entrevistados de estrato bajo.
- ✓ En relación a su estructura, los bloques que generan un mayor interés corresponden a los de actualidad y denuncia, sin embargo, se observan ciertos reparos hacia la forma de presentar la noticias.

## Principales Resultados

- ✓ Todos los entrevistados, incluso los que evaluaron positivamente los noticiarios, formulan críticas, que guardan relación con:
  - El excesivo recurso de la emocionalidad
  - La tendencia por entretener en vez de informar.
  - Los reportajes sin mayor relevancia o interés.
  - La frecuencia con que se entrevista gente común sin la contraparte de una fuente experta.
  - El grado de sensacionalismo que presentan (84% los percibe igual o mas sensacionalistas que años anteriores), denotando una alta frecuencia en resaltar el dolor humano con notas que apelan a la sensibilidad.
  - La recurrente exposición de imágenes inadecuadas para menores.

## Principales Resultados

- ✓ En cuanto a las temáticas noticiosas, un alto porcentaje de entrevistados destaca que los noticiarios informan de manera completa sobre los hechos que tratan. Y, no deja de ser relevante el alto grado de entendimiento de las noticias declarado por los televidentes, en sus distintos ámbitos, reportándose muy informados en distintas materias, tales como: temas policiales y delitos contra la propiedad y las personas; política; educación; salud; fútbol, entre otros.
- ✓ Al respecto, se apunta a debilidades de los noticiarios centrales en materia de: noticias regionales, noticias relacionadas con el arte, ciencias, cultura y tecnología y discriminación. Considerándose que existen demasiadas noticias sobre farándula o promoción de programas del canal.
- ✓ Es importante notar que los noticiarios tienen efectos a nivel de las actitudes sociales, generando desconfianza en las personas y una percepción de que Chile es un país peligroso para vivir –en particular entre las mujeres y los televidentes mayores-.

## Conclusiones

- ✓ Los datos evidencian que los noticiarios en TV abierta continúan siendo importantes por su alto consumo, construyendo en gran medida la imagen de realidad de las personas. Si bien entregan información completa, impactan en sus emociones y actitudes sociales –de acuerdo a los mismos televidentes-
- ✓ Se puede afirmar que el consumo de noticiarios de televisión abierta, en particular los centrales, forman parte de las actividades cotidianas de las personas en el hogar, e incluso de sus rutinas familiares. A pesar de tener otras alternativas de información (TV de pago, radios, periódicos e internet), los televidentes no dejan de ver noticias en los canales abiertos, lo que puede explicarse desde la ritualidad de los hábitos, como de la sociabilidad que pueden generar al interior del hogar y fuera de éste, por tratarse justamente de una programación de acceso y consumo masivo.
- ✓ Esto último es el gran valor que poseen los noticiarios tradicionales, y es la base con la que pueden construir una oferta que disminuya las valoraciones negativas y mejore los niveles de aceptación por parte de los televidentes, que en el Chile de hoy, manifiestan mayor participación en la sociedad y que respecto de la televisión, se traduce –por medio de las encuestas- en actitudes críticas.

# NOTICIARIOS TELEVISIVOS: Consumo, Evaluaciones y Percepciones

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS  
2012

