

Avance de resultados de las encuestas a IG e IE

Pepe López Rey
Celia Muñoz Goy
UdC

Características sociodemográficas de los internautas en relación a la población general

- No hay diferencias entre IG e IE
- Sexo:
 - Entre los internautas hay un 20% más de varones
- Edad:
 - Un 15% más de menores de 24 años
 - Casi un 19% más de jóvenes de entre 25 y 34 años
 - Los mayores de 55 años son marginales
- Nivel de estudios
 - Un 30% más de universitarios
 - Un 15% más de gente con la secundaria terminada

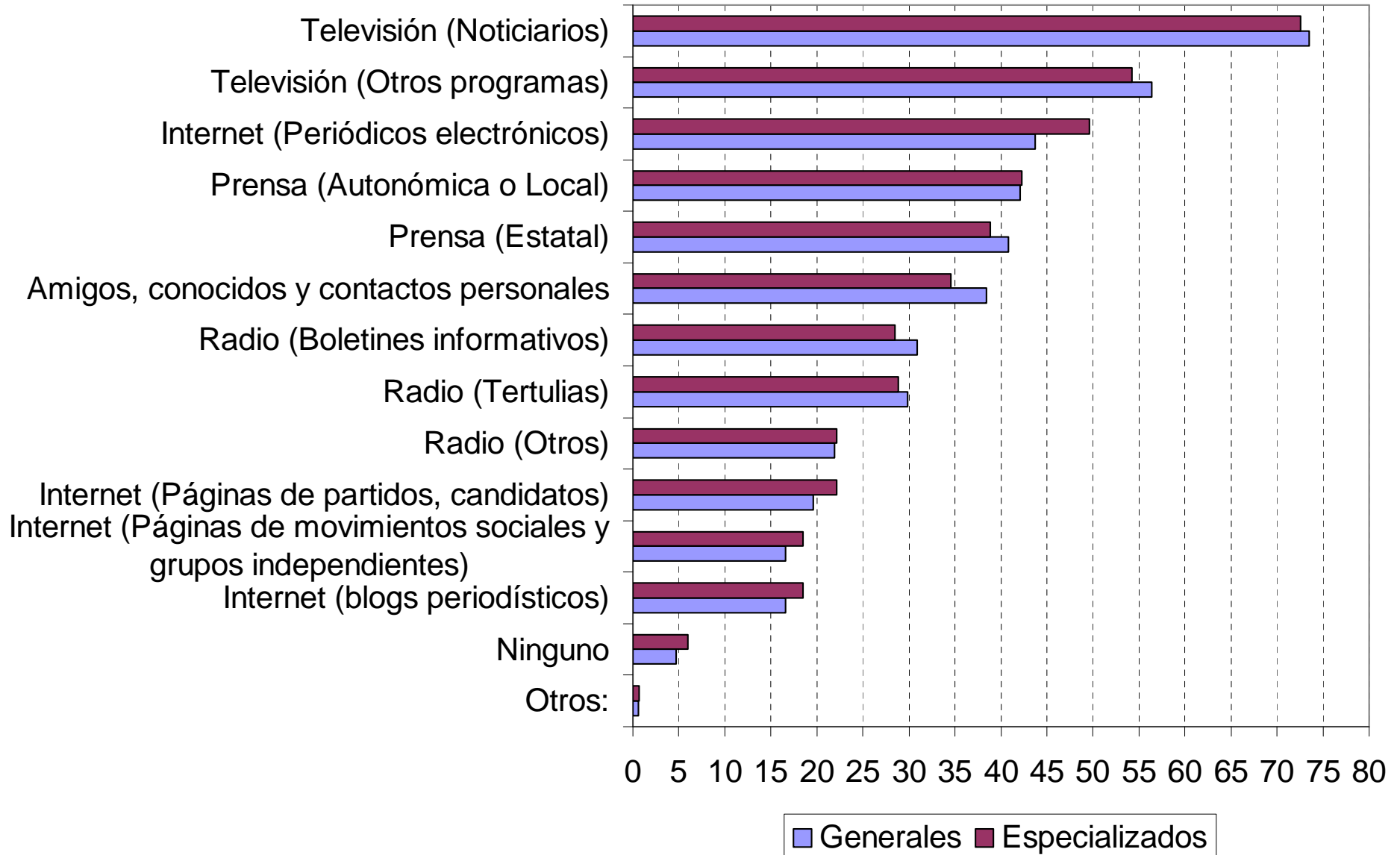
Características ideológicas y políticas de los internautas en relación a la población general

- No hay diferencias entre IG e IE
- Ideología política comparada con datos del CIS(dificultad derivada de empleo de escalas diferentes):
 - Entre los IG hay un 9% más de gente de izquierdas (7% en los IE)
 - Similar peso del centro
 - 2% más de derechas en IG 3% en IE
 - 8% y 7% menos de no respuesta en IG e IE
- Recuerdo de voto:
 - Menor voto al PSOE (40,8% en IG, 40,3% en IE; 44,4% en CIS)
 - Diferente voto al PP (25,4% en IG, 29% en IE; 29,3% en CIS)
- Confianza en instituciones
 - Muy similar entre IG e IE, aunque algo (poco) más optimistas los IE

Hallazgos de la investigación

Consumo de información

Medios utilizados para el seguim. de la campaña



Uso de internet como fuente alternativa de información o como complementaria

	Alternativa		Complemento	
	Generales	Especializ.	Grales	Espec.
Televisión (Noticiarios)	25,39	35,14	50,34	55,14
Televisión (Otros programas)	39,35	42,17	47,13	55,96
Prensa (Estatad)	32,82	40	59,55	64,87
Prensa (Autonómica o Local)	33,09	41,72	58,38	60,47
Radio (Bolet. informativos)	36,49	43,81	59,95	64,34
Radio (Tertulias)	36,69	42,66	60,28	66,90
Radio (Otros)	39,43	44,63	59,09	67,26
Blogs periodísticos	37,91	44,08	73,00	74,19
Webs de partidos, candidatos)	38,70	44,12	64,41	69,06
Webs de MMSS	39,50	45,67	65,00	67,20
Amigos, conocidos...	35,85	41,95	56,37	64,27

Hallazgos de la investigación Usos

Actividades de tipo pasivo desarroll. en campaña

	IG	IE	Ciberactiv.
n	1205	1005	101
	Buscar información		
Poca Frec. (1 vez al mes máx.)	69,38%	66,6%	34,7%
Frec. media (varias veces por sem. Máx.)	24,38%	30%	60,4%
Frec. alta (todos días/varias veces por día)	6,24%	3,5%	5%
	Visitar webs part/candid		
Poca Frec. (1 vez al mes máx.)	81,86%	79,5%	52,5%
Frec. media (varias veces por sem. Máx.)	15,14%	18,3%	44,6%
Frec. alta (todos días/varias veces por día)	2,99%	2,2%	3%
	Visitar webs grupos soc		
Poca Frec. (1 vez al mes máx.)	84,56%	81,2%	31,7%
Frec. media (varias veces por sem. Máx.)	11,95%	15,8%	57,4%
Frec. alta (todos días/varias veces por día)	3,50%	3%	10,9%

Actividades de tipo proactivo

	Intercambiar correos		
Poca Frec. (1 vez al mes máx.)	65,14%	62,3%	43,6%
Frec. media (varias veces por sem. máx.)	28,15%	34,4%	50,5%
Frec. alta (todos días/varias veces x día)	6,72%	3,3%	5,9%
	Participar en foros o chats		
Poca Frec. (1 vez al mes máx.)	85,59%	80,6%	48,5%
Frec. media (varias veces por sem. máx.)	12,02%	17,1%	50,5%
Frec. alta (todos días/varias veces x día)	2,39%	2,3%	1%
	Firmar peticiones		
Poca Frec. (1 vez al mes máx.)	85,35%	83,2%	61,4%
Frec. media (varias veces por sem. máx.)	11,57%	14%	37,6%
Frec. alta (todos días/varias veces x día)	3,08%	2,8%	1%
	Enviar e-mails a partidos o candid		
Poca Frec. (1 vez al mes máx.)	90,26%	90,6%	70,3%
Frec. media (varias veces por sem. máx.)	7,52%	7,6%	26,7%
Frec. alta (todos días/varias veces x día)	2,22%	1,8%	3%

Hallazgos de la investigación

Perfiles

Perfil de IG/IE (no hay diferencia casi)

- Joven, de algo más de 33 años, varón, soltero, con estudios universitarios completados e ingresos de más de 1.800 €.
- Se considera de centro y votó al PSOE (29% de IE votó al PP Vs 25,4% IG)
- Su confianza en las instituciones roza el 5 en una escala de 0 a 10 y es algo menor en las posibilidades de la gente de hacerse oír por los políticos así como en la importancia que éstos puedan dar a la opinión de la ciudadanía

Perfil de IG cuyos medios favoritos para el seguimiento de la campaña fueron los telemáticos (n=206) o los convencionales (n=686)

- **Telemáticos:** aumenta el peso de los varones y de los individuos con menores ingresos, que fueron a votar en mayor medida (un 87,4% frente a un 82,7% de los IG) y que lo hicieron más al PP (29,4% frente al 25,4% de los IG), algo normal si se considera que en la escala de autoubicación ideológica se sitúan en el 5,3 (frente al 4,9 de los IG).
- **Convencionales:** tienen más peso los individuos que cursaron estudios universitarios (53,6%), la categoría de mejores ingresos (33% frente al 26%), es más de izquierdas (se sitúa en la escala de ideología en un 4,7) y votó mayoritariamente al PSOE (42,2%).

Perfil de IE cuyos medios favoritos para el seguimiento de la campaña fueron los telemáticos (n=219) o los convencionales (479)

- **Telemáticos:** se alejan del perfil de los convencionales en que su porcentaje de universitarios es menor (aunque alto comparado con el de la sociedad en general: 45,7% frente al 53,6%), así como en un autoposicionamiento ideológico más a la derecha (5,5 frente a 4,8) que se tradujo en un muy superior apoyo al PP (38,6% frente al 25,6%), el más alto de todos los IE.

Perfil de IE consumidor exclusivo de medios telemáticos (n=41) y convencionales (n=300)

- **Telemáticos:** más joven que el consumidor exclusivo de medios convencionales y que el IE medio (28,9 años frente a 32,9 y 33,1 respectivamente), mileurista (37,5% frente a 22,1% y 21,9% respectivamente) y desmovilizado políticamente (votó el 68,3% frente al 74,7% y 79,9% respectivamente).
- Se considera algo (poco) más de izquierda que el consumidor exclusivo de medios convencionales y el IE medio (4,8 frente a 5 y 4,9 respectivamente), pero lo suficiente para que cuando vota apoye mayoritariamente al PSOE (46,4% frente a 39,3% y 40,3% respectivamente) y, muy especialmente, no vote al PP (25% frente al 30,4% y 29% respectivamente); de hecho, es el colectivo de todos los IE que menos apoyo prestó el 9 de marzo al partido conservador .

Perfil de IE visitante de blogs, webs políticas y sociales (n=394)

- No se diferencia prácticamente en nada del perfil medio de IE salvo en su elevado índice de participación en las elecciones del 9 de marzo (85,8% frente al 79,9%); no obstante lo cual, el sentido del voto fue muy similar.
- Tampoco presenta diferencias en la escala de ideología política.
- Sin embargo sí se percibe una mayor confianza en las instituciones (5,4 frente a 5,1), en las posibilidades de la gente para hacerse oír (4,3 frente a 4) y en que sus opiniones sean valoradas por los políticos (4,2 frente a 3,9).

Perfil de IE consumidor exclusivo de blogs, webs políticas y sociales (n=46)

- Menor presencia de mujeres (17,4% frente al 30,7% de los IE), y mayor de divorciados (8,7% frente a 3,2%). Poseen un mayor nivel de estudios (60,9% de universitarios frente al 48,6% de los IE) y de ingresos medio-altos (el 37,5% percibe entre 1.201 y 1.800 €, frente al 26,5% de los IE).
- Es el colectivo que más se movilizó el 9 de marzo (un 93,5%, frente al 79,9%) y el que mayor apoyo demostró al PSOE (48,8% frente al 40,3% de los IE). Situándose algo más a la izquierda (4,7), confían más en las instituciones (5,7), en las posibilidades de hacerse oír (5,4) y en que sean escuchados por los políticos (4,8).

Perfil de IE ciberactivista (n=101)

- No se diferencia mucho del perfil medio de IE en cuanto a sus características sociodemográficas salvo en tienen una media de 37,3 años. Mayor frecuencia de ingresos más altos son (31,5% percibe más de 1.801 €).
- Votaron en porcentaje superior al de IE (86,1% frente al 79,9%) y, situándose más a la izquierda (4,6 frente al 4,9), su apoyo al PSOE fue mucho menor (35,6% frente al 40,3%) mientras que el voto al PP fue superior (31% frente a 29%).
- Son el colectivo que mayor confianza tiene en las instituciones (5,8) y también creen en sus posibilidades para hacerse oír (4,7) y de ser escuchados por los políticos (4,8) en mayor medida que los IE, aunque menor que el último colectivo explicado.

¿Relación entre el uso de internet y el voto al PP?

- Se da un porcentaje mayor de voto al PP entre aquellos colectivos que hacen un uso más intensivo de la Red en cualquiera de sus aspectos

¿Relación entre el uso de internet y el voto al PP?

	PSOE	PP	N
Internautas Generales	40,8%	25,4%	1205
Eligió medio favorito telemático	37,8%	29,4%	206
Eligió medio favorito convencional	42,2%	23,6%	686
Internautas Especializados	40,3%	29%	1005
Eligió medio favorito telemático	31,3%	38,6%	219
Eligió medio favorito convencional	46,7%	25,6%	479
Consumidores exclusivos de Internet (incluyendo periódicos convencionales)	46,4%	25%	41
Consumidores exclusivos de medios convenc.	39,3%	30,4%	300
Consumidores de webs polít., sociales o blogs	40,2%	30,5%	394
Consumidores de webs polít., sociales y blogs	48,8%	27,9%	46
Ciberactivistas	35,6%	31%	101