CAMBIOS TECNOLÓGICOS: LA CIUDADANÍA ENTRE LAS REGULACIONES Y EL ACCESO A CONTENIDOS EN URUGUAY

GT10: Comunicación, Tecnología y Desarrollo

Mag. Federico Beltramelli y Mag. Eduardo Alonso.
Universidad de la República. Facultad de Información y Comunicación.
Programa de Investigación en Información y Comunicación (PRODIC).
federico.beltramelli@fic.edu.uy, edualo@montevideo.com.uy

Objetivos y/o tema central a abordar

Se presentan algunos indicadores relevados en un estudio de mayor alcance realizado en Uruguay.

Se realizaron estudios de opinión pública, Se midieron expectativas, valoraciones y conocimiento del estado de debate sobre las regulaciones.

Nos interesa discutir el informe y la investigación de cara a la nueva medición pautada para el promedio del año 2014.

Caracterización del estudio, experiencia o reflexión teórica propuesta. Enfoque y/o metodología de abordaje

Es un estudio de tipo exploratorio, se desarrollaron técnicas de investigación cuantitativas. Se realizaron dos encuestas de opinión pública que alcanzaron toda

la extensión del territorio, aplicándose a 1002 casos en el 2011 y 1005 en el 2012, durante tres semanas de los meses de octubre y noviembre de cada año. Para el diseño muestral se tomaron como base los avances censales del 2003 para el 2011 y el censo nacional realizado durante el 2011 para la encuesta realizada en el 2012. El estudio de campo polietápico fue implementado mediante sorteos aleatorios de las zonas, manzanas y finalmente hogares en las primeras etapas y por asignación en la profundización de variables más específicas, en las siguientes. Se desarrolló el sorteo aleatorio, respetando la distribución territorial por departamentos, la satisfacción de las cuotas de género y edad, en las franjas preestablecidas. Se establecen, de acuerdo a los parámetros académicos estándares un grado de confianza del 95% y un márgen de error de más/menos 3%. La encuesta se realizó a partir de un interrogatorio con respuestas cerradas elaborado por el equipo de investigación en acuerdo con la DINATEL.

Resumen

Actualmente en Uruguay existe un proyecto de Ley sobre regulación de los Servicios de Comunicación Audiovisual en discusión a nivel parlamentario y concomitantemente el desarrollo de una política de conectividad a cargo de la empresa estatal de Telecomunicaciones ANTEL de alcance ambicioso mediante la tecnología de fibra óptica al hogar. Estos desarrollos tecnológicos simultáneos y paralelos son, entre otros, los impactos que el “proceso de convergencia” atrae sobre las regulaciones, agencias encargadas del control, la oferta y acceso a contenidos por parte de la ciudadanía. El gobierno a través de la DINATEL1 se ha abocado a la generación de información que le diera sustento a las políticas públicas desarrolladas en el período. El siguiente informe forma parte de una investigación que se lleva adelante en el marco del Programa de Investigación de la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República,

cuyo informe fuera presentado ante la DINATEL[1] y la ciudadanía y refleja dos lecturas de opinión pública consecutivas a espera de una tercera medición para el 2014.

Los investigadores de la UDELAR involucrados son:

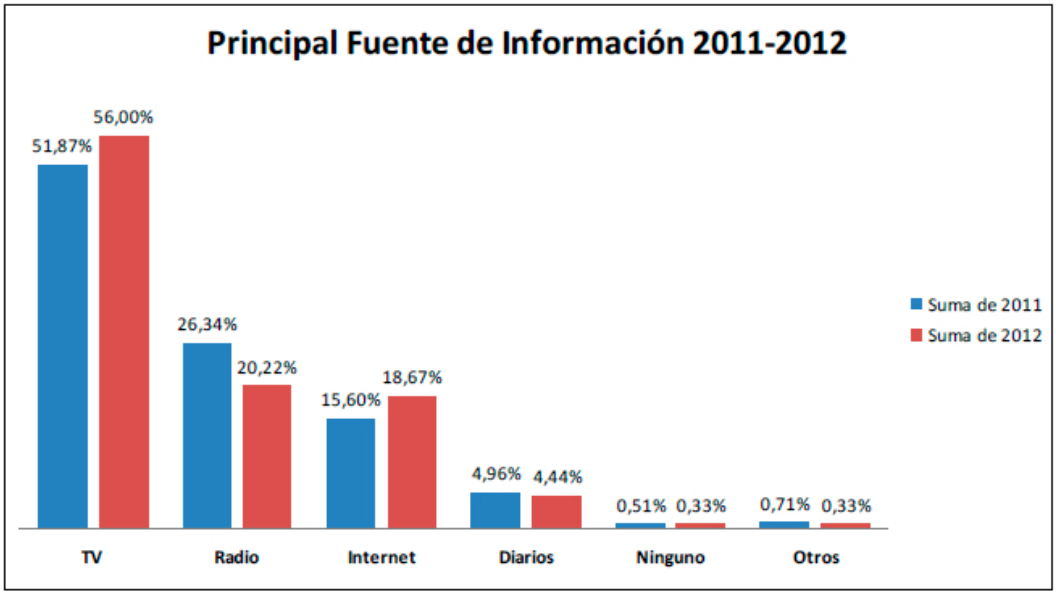
Eduardo Alonso, Juan Meyer, Pablo Irigoin y Jaén Motta, coordinados por Gerardo Caetano y Federico Beltramelli.

Acceso y fuentes de información

Con referencia a la principal fuente de información

La principal fuente de información de los uruguayos sigue siendo mayoritariamente la televisión. Sin embargo ha habido movimientos importantes de la opinión si lo miramos en comparación con los resultados del 2011. De esos movimientos se destacan dos: por un lado se consolida la televisión que pasa de un 52% al 56% como principal fuente de información, pero a la misma vez, Internet que era la tercera fuente más mencionada en el informe 2011, se aproxima al segundo lugar, creciendo del 16% al 19%, mientras que las radios se redujeron de un 26% a un 20%. Los diarios se mantienen en un nivel muy bajo. Siguiendo estos datos, parece que Internet estaría reduciendo el espacio informativo de las radios, verificando la fuerte tendencia hacia las redes en detrimento de los otros formatos comunicacionales.

[1]DirecciónNaccionadllaaTeelecomunicacionesquufuuncionellóórrbitdeeMiinisteridIInndustria Energía Miinería (MIEM)



Este fenómeno es particularmente evidente si cruzamos la información por edades. Allí se aprecia que la franja de 18 a 29 años tiene un comportamiento bien definido en cuanto se encuentra muy por debajo del promedio en radio, levemente debajo en televisión y muy por encima del promedio en utilizar la Internet como principal fuente de información, inversamente a lo que ocurre con la franja de 60 años y más. Por lo tanto cabe esperar que estas tendencias se profundicen con el correr del tiempo.

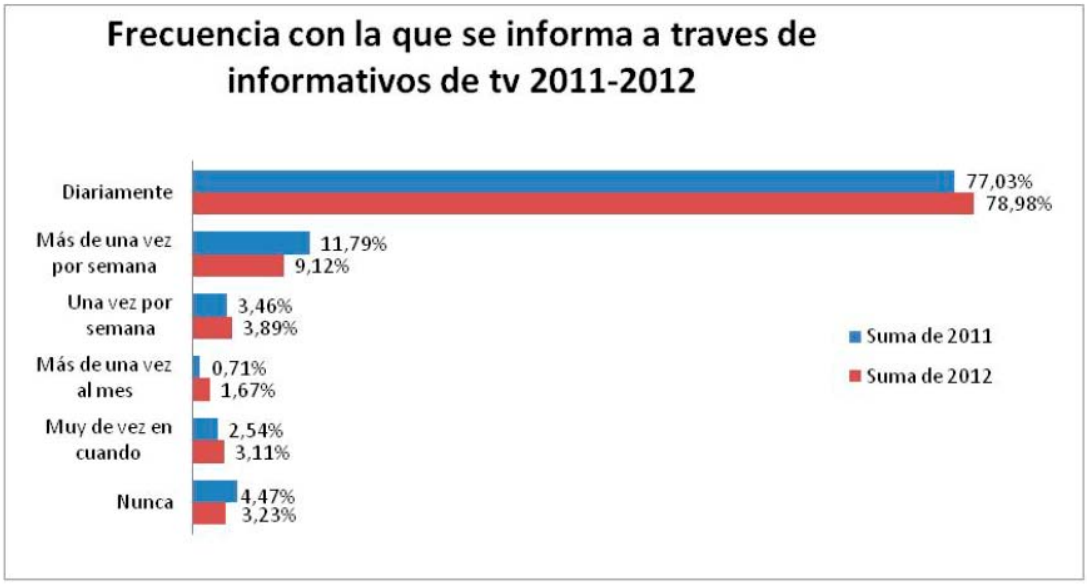
Edad Agrupada	Principal fuente de información						Total
	Diarios	Radio	TV	Internet	Otro	Ninguno	
18 a 29	4,9%	9,2%	51,0%	34,0%	,5%	,5%	100,0%
30 a 59	4,5%	20,7%	54,8%	19,4%	,2%	,4%	100,0%
60 o más	4,0%	29,6%	63,2%	2,7%	,4%		100,0%
Total	4,5%	20,3%	56,0%	18,6%	,3%	,3%	100,0%

Analizada la información desde los niveles educativos, se puede apreciar que la incidencia de la Internet es progresivamente más importante a medida que ascienden los años de formación, destacándose que los sectores con menor formación (hasta primaria) conservan los valores más altos en Radio y Televisión, mientras que es prácticamente nulo, la fuente a través de Internet.

Educación Agrupada	Principal fuente de información						Total
	Diarios	Radio	TV	Internet	Otro	Ninguno	
Hasta primaria	2,6%	24,9%	68,1%	3,1%	,9%	,4%	100,0%
Ciclo Básico	6,2%	19,6%	56,9%	16,7%		,6%	100,0%
Bachillerato	2,3%	16,4%	59,6%	21,1%	,6%		100,0%
Universidad	5,8%	18,2%	31,8%	44,2%			100,0%
Total	4,5%	20,1%	56,0%	18,8%	,3%	,3%	100,0%

Información a través de informativos de TV

La televisión se mantiene como la principal fuente de información de consulta diaria. Entre 2011 y 2012 vemos que la tendencia se mantiene dentro de los márgenes de error estadístico sin mayores cambios.



Analizada por franjas etarias se observa una tendencia estadísticamente significativa, donde a mayor edad mayor frecuencia a informarse por los informativos de televisión.

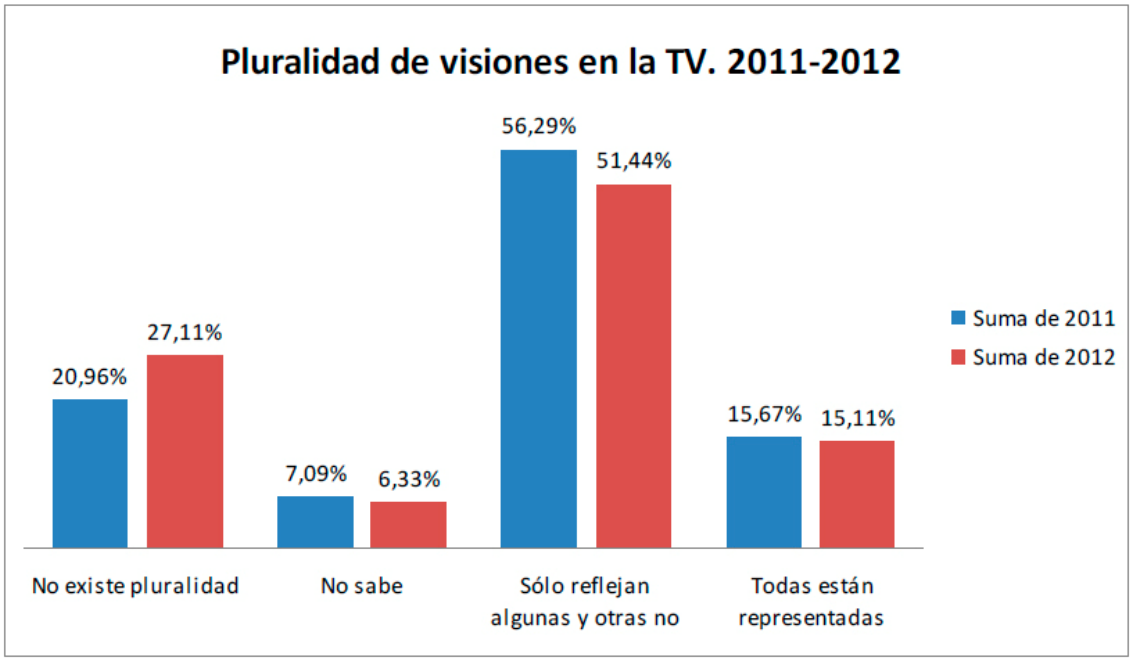
Edad Agrupada	¿Y a través de informativos nacionales de TV?						Total
	Diariamente	Más de una vez por semana	Una vez por semana	Más de una vez al mes	Muy de vez en cuando	Nunca	
18 a 29	68,0%	12,1%	6,3%	2,4%	5,3%	5,8%	100,0%
30 a 59	80,0%	9,2%	3,4%	1,7%	2,6%	3,0%	100,0%
60 o más	87,0%	6,3%	2,7%	,9%	2,2%	,9%	100,0%
Total	79,0%	9,1%	3,9%	1,7%	3,1%	3,1%	100,0%

Desde el nivel educativo la tendencia que se observa es que la frecuencia con la que se informa principalmente a través de la televisión decrece a medida que incrementa el nivel educativo.

Educación Agrupada	Frecuencia de información por televisión						Total
	Diariamente	Más de una vez por semana	Una vez por semana	Más de una vez al mes	Muy de vez en cuando	Nunca	
Hasta primaria	84,3%	8,3%	2,2%	1,7%	2,2%	1,3%	100,0%
Ciclo Básico	78,0%	9,7%	4,4%	,6%	3,8%	3,5%	100,0%
Bachillerato	81,9%	5,8%	4,1%	,6%	4,1%	3,5%	100,0%
Universidad	69,5%	13,0%	4,5%	5,2%	1,9%	5,2%	100,0%
Total	78,9%	9,2%	3,8%	1,7%	3,1%	3,2%	100,0%

Con referencia a la la pluralidad de visiones de la sociedad representadas en la TV uruguaya

En las evaluaciones sobre los impactos en la calidad democrática de los medios proponemos una evaluación al ciudadano sobre el grado de apertura que se observa en la televisión. Las impresiones de los uruguayos sobre el tema, expresan que 3 de cada 4 tienen una visión negativa, en las que un 51% sostiene que refleja solo algunas visiones y un 27% piensa que directamente no existe pluralidad, mientras que solo el 15% considera que la televisión expresa todas las visiones. Esta percepción evoluciona negativamente con el tiempo, ya que en la comparación con el año anterior la idea de que algunas visiones están presentes y otras no se reduce un 7% a favor de la opinión de que no existe pluralidad, mientras que la opinión de la pluralidad de visiones no sufre modificaciones.



Las personas mayores a 60 años consideran en mayor medida que el promedio que todas las visiones están representadas, al mismo tiempo que opinan debajo del promedio respecto que solo se reflejan algunas visiones en la televisión.

Edad Agrupada	¿Considera que en la oferta que tiene la TV actual hay suficientemente pluralidad de visiones?				Total
	Todas las visiones están representadas	Solo se reflejan algunas visiones y otras no	No existe pluralidad de visiones	NS	
18 a 29	13,6%	57,3%	22,8%	6,3%	100,0%
30 a 59	14,7%	52,2%	28,6%	4,5%	100,0%
60 o más	17,5%	44,4%	27,8%	10,3%	100,0%
Total	15,1%	51,4%	27,1%	6,3%	100,0%

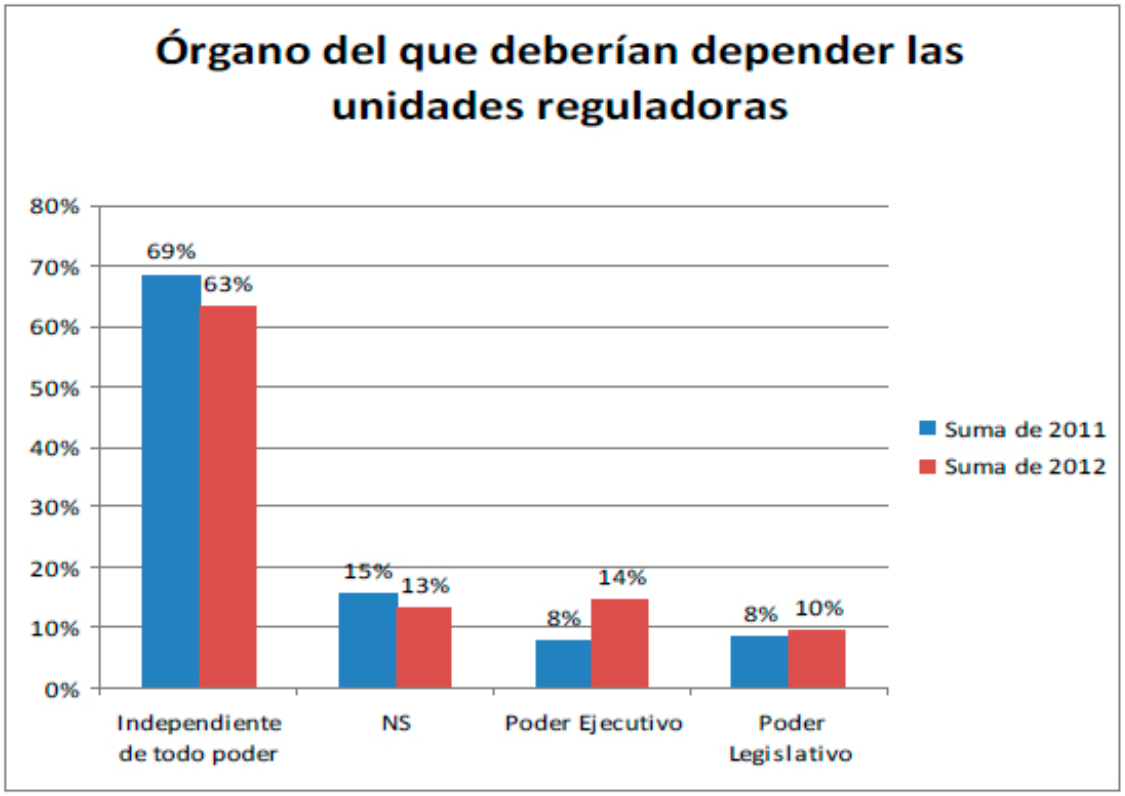
También se aprecia en el análisis por nivel educativo de los encuestados, que existen tendencias estadísticamente significativas en las valoraciones más extremas, reflejando que a mayor nivel educativo, menor reconocimiento de la pluralidad de visiones de la televisión.

Educación Agrupada	¿Considera que en la oferta que tiene la TV actual hay suficientemente pluralidad de visiones?				
	Todas las visiones están representadas	Solo se reflejan algunas visiones y otras no	No existe pluralidad de visiones	NS	Total
Hasta primaria	16,6%	48,9%	23,1%	11,4%	100,0%
Ciclo Básico	15,2%	54,3%	25,5%	5,0%	100,0%
Bachillerato	14,0%	48,5%	32,7%	4,7%	100,0%
Universidad	13,0%	52,6%	31,2%	3,2%	100,0%
Total	15,0%	51,5%	27,3%	6,3%	100,0%

Sobre Regulación y Reguladores

¿Cómo debería ser la adscripción del organimos regulador de los medios de comunicación?

Consultada la opinión sobre el ámbito en el que debería funcionar el órgano regulador, un amplio 63% considera que debería ser independiente de todo poder, mientras que los poderes ejecutivo y legislativo no alcanzan el 15% de las opciones. Sin embargo, se puede observar una débil tendencia a reconsiderar a los poderes tradicionales en la que ambos aumentan sus guarismos en porcentajes moderados.



Estas opiniones no se distribuyen homogéneamente por edades, sino que en las respuestas “independiente de todo poder” se observa una tendencia estadísticamente significativa en una relación que a menor edad mayor valoración de ésta opción.

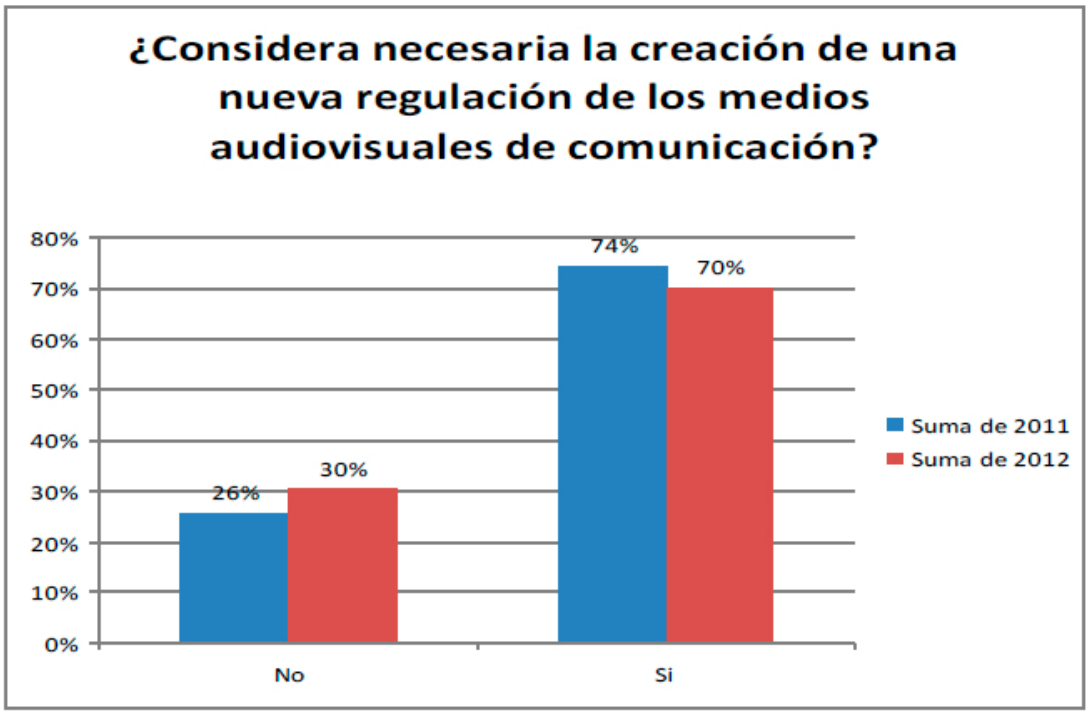
Edad Agrupada	A su juicio, una institución reguladora de los medios de comunicación debería depender del				Total
	Poder Ejecutivo	Poder Legislativo	Independiente de todo poder	NS	
18 a 29	11,2%	7,8%	68,9%	12,1%	100,0%
30 a 59	16,0%	11,5%	63,1%	9,4%	100,0%
60 o más	13,9%	7,2%	58,3%	20,6%	100,0%
Total	14,4%	9,6%	63,3%	12,8%	100,0%

Aquí el dato relevante, respecto al nivel educativo de las personas está vinculado a las respuestas que no definen ninguna opción y en las que se observa que a menor nivel educativo mayor cantidad de casos que no responden. Simultaneamente, se puede establecer a nivel universitario que opta por los poderes tradicionales en mayor magnitud que el resto de los ciudadanos.

Educación Agrupada	A su juicio, una institución reguladora de los medios de comunicación debería depender del				Total
	Poder Ejecutivo	Poder Legislativo	Independiente de todo poder	NS	
Hasta primaria	10,0%	9,6%	57,2%	23,1%	100,0%
Ciclo Básico	16,1%	8,5%	63,9%	11,4%	100,0%
Bachillerato	13,5%	8,2%	68,4%	9,9%	100,0%
Universidad	17,5%	13,0%	66,2%	3,2%	100,0%
Total	14,3%	9,5%	63,5%	12,7%	100,0%

¿Considera necesario la creación de una nueva regulación de los medios audiovisuales de comunicación?

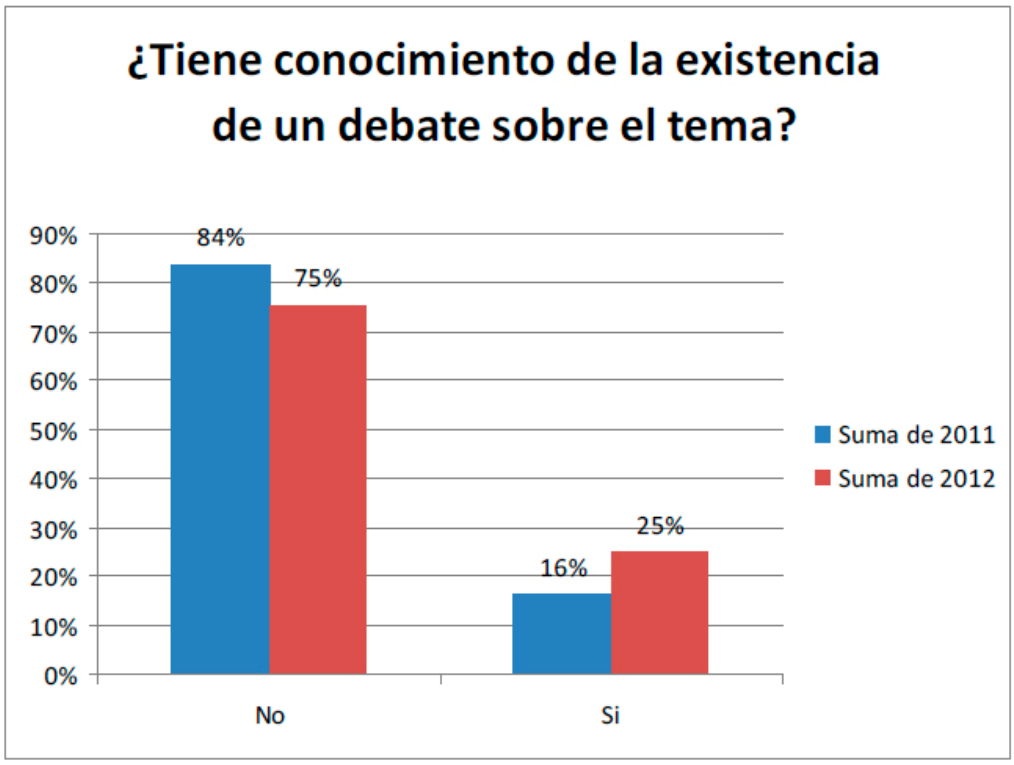
Consultados los entrevistados sobre sus apreciaciones en materia de regulaciones, se les pregunta sobre la necesidad de crear nueva regulación en la materia, quienes en una clara mayoría lo consideran necesario, representando el 70% de la muestra. Comparando con la opinión del año pasado, no parecen haber diferencias estadísticamente significativas, aunque se percibe un pequeño debilitamiento de la opinión mayoritaria.



¿Tiene conocimiento de la existencia de un debate sobre el tema?

El debate sobre la regulación en los medios de comunicación ha tenido recientemente diferentes impulsos. Consultados sobre el reconocimiento de un

debate, de forma abrumadoramente mayoritaria se pronuncia negativamente 3 de cada 4, mientras que el 25% conoce la existencia de un debate sobre regulaciones en los medios de comunicación. También lo fue en la consulta del 2011, pero se reconoce un importante incremento en el conocimiento, ya que solo declaraba positivamente el 16%.



Como es natural, los sectores adultos de la sociedad poseen un grado mayor de información que los extremos etarios, llegando en el primero de los casos hasta un 30% de conocimiento.

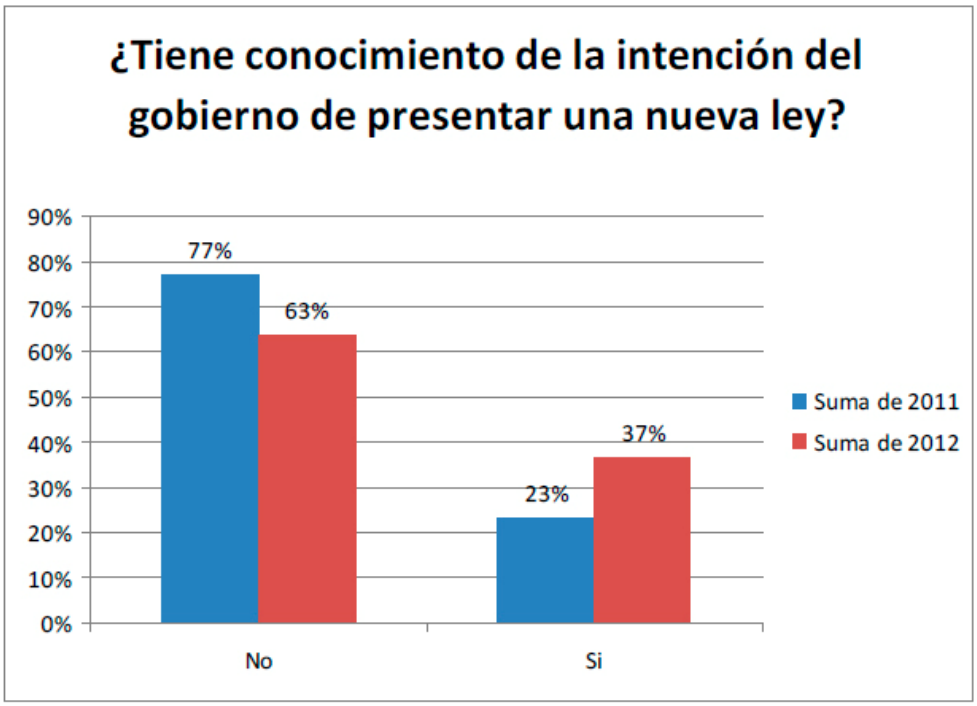
Edad Agrupada	¿Tiene conocimiento de la existencia de un debate sobre el tema?		Total
	Sí	No	
18 a 29	16,5%	83,5%	100,0%
30 a 59	29,7%	70,3%	100,0%
60 o más	22,0%	78,0%	100,0%
Total	24,7%	75,3%	100,0%

Del mismo modo, la influencia del nivel educativo en el reconocimiento del tema es sustancialmente diferente para los niveles bajos respecto a los mas altos. Se puede visualizar una tendencia estadísticamente significativa por la cual a mayor educación mayor información sobre el debate, representando el sector universitario el triple del conglomerado del nivel más básico.

Educación Agrupada	¿Tiene conocimiento de la existencia de un debate sobre el tema?		Total
	Sí	No	
Hasta primaria	14,0%	86,0%	100,0%
Ciclo Básico	19,7%	80,3%	100,0%
Bachillerato	30,4%	69,6%	100,0%
Universidad	45,5%	54,5%	100,0%
Total	24,7%	75,3%	100,0%

¿Tiene conocimiento de la intención del gobierno de presentar una nueva ley?

En la misma línea de reflexiones, se profundiza sobre el conocimiento de la pretensión de gobierno de impulsar un proyecto de ley y también existe un amplio sector de la opinión pública que desconoce dichas iniciativas con el 63%, pero también se observa un importante crecimiento del conocimiento que asciende desde el 23% hasta el 37% de la muestra.



Las diferencias sobre el conocimiento de la iniciativa gubernamental son muy profundas observadas por las franjas etarias, observándose una vez más que el sector adulto tiene mucho mayor información que los jóvenes y algo mas que los adultos mayores.

Edad Agrupada	¿Tiene conocimiento de la intención del gobierno de presentar una nueva ley?		Total
	Sí	No	
18 a 29	28,6%	71,4%	100,0%
30 a 59	40,8%	59,2%	100,0%
60 o más	35,4%	64,6%	100,0%
Total	36,7%	63,3%	100,0%

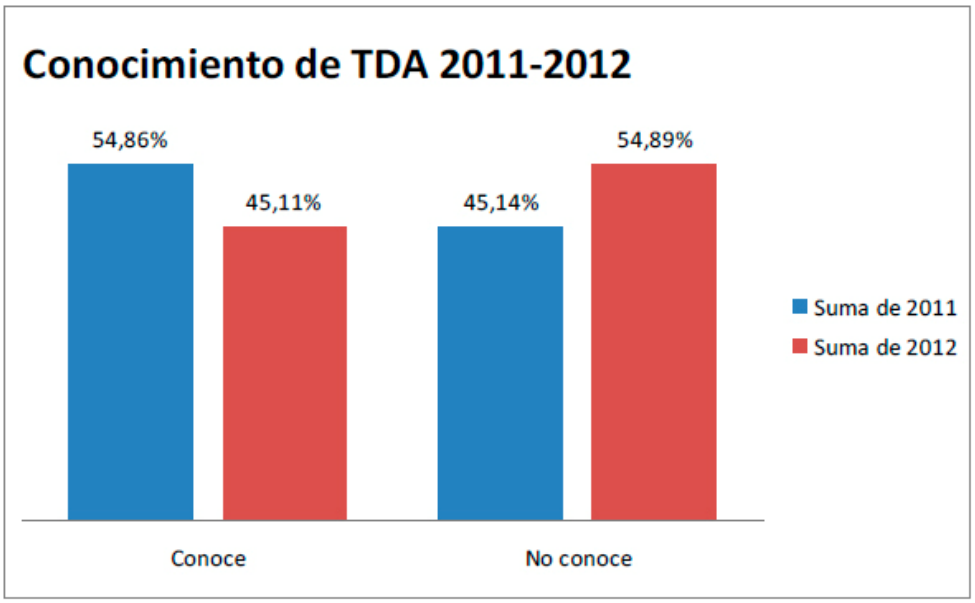
Aún mayores son las diferencias de las evaluaciones por nivel educativo, verificándose que a mayor formación mayor conocimiento.

Educación Agrupada	¿Tiene conocimiento de la intención del gobierno de presentar una nueva ley?		Total
	Sí	No	
Hasta primaria	26,2%	73,8%	100,0%
Ciclo Básico	31,8%	68,2%	100,0%
Bachillerato	41,5%	58,5%	100,0%
Universidad	57,8%	42,2%	100,0%
Total	36,7%	63,3%	100,0%

Valoraciones, conocimiento y preferencias sobre el advenimiento de la Televisión Digital Abierta

Conocimiento sobre TVDA

Se le ofrece al entrevistado tres posibles definiciones de la Televisión Digital (TVDA), de las cuáles solo una se adapta a la definición correcta. Clasificadas las respuestas en correctas e incorrectas, se verifica que el 45% conoce mientras que el 55% desconoce la definición sobre la TVD. Habiendo una mayoría que desconoce de que se trata, si se observa la evolución de ese estado de la opinión se puede establecer un claro deterioro del conocimiento ya que en el 2011, los guarismos se invierten totalmente, dónde el 55% conocía y el 45% desconocía las definiciones sobre la TVD.



El reconocimiento de la TVDA, ofrece una gran disparidad en las diferentes generaciones, mientras los jóvenes y los adultos reconocen la respuesta correcta en un 50%, los adultos mayores apenas lo reconocían un 30%.

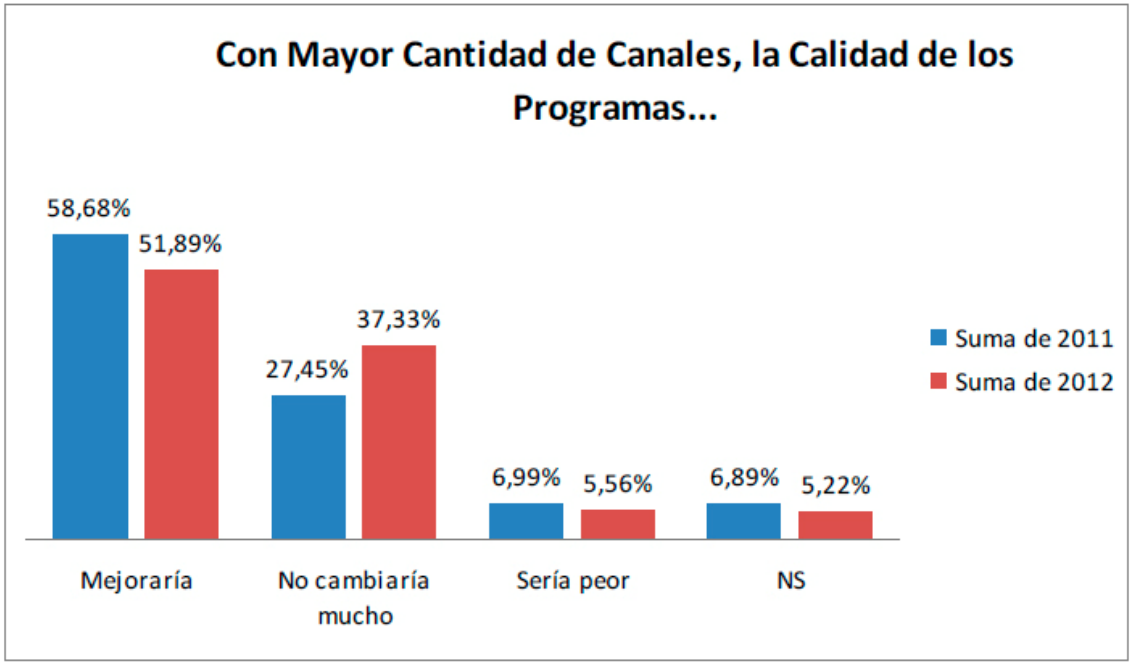
Edad Agrupada	Definición TV Digital				Total
	La TVD es un sistema que ofrecen las empresas de cable	La TVD es una nueva forma de transmisión por aire	La TVD es un tipo de televisor especial	No conoce la TVD	
18 a 29	23,3%	50,0%	9,7%	17,0%	100,0%
30 a 59	19,6%	50,3%	11,9%	18,1%	100,0%
60 o más	13,5%	29,6%	17,0%	39,9%	100,0%
Total	18,9%	45,1%	12,7%	23,3%	100,0%

Desde el punto de vista educativo, se registra una tendencia estadísticamente significativa en la que a mayor formación educativa, mayor reconocimiento del concepto de la TVD.

Educación Agrupada	Definición TV Digital				Total
	La TVD es un sistema que ofrecen las empresas de cable	La TVD es una nueva forma de transmisión por aire	La TVD es un tipo de televisor especial	No conoce la TVD	
Hasta primaria	16,2%	30,1%	14,8%	38,9%	100,0%
Ciclo Básico	20,5%	48,1%	14,4%	17,0%	100,0%
Bachillerato	19,3%	46,2%	10,5%	24,0%	100,0%
Universidad	19,5%	59,7%	8,4%	12,3%	100,0%
Total	19,0%	45,1%	12,7%	23,1%	100,0%

Preferencias ante la posiblidad de ampliación de la oferta por cambio de tecnología

Más de la mitad de la población adulta considera que una ampliación de la oferta mejoraría la calidad de la televisión comercial. El 38% piensa que no cambiaría y solo el 6% cree que empeoraría. Sin embargo, en términos comparados con la opinión del año anterior se percibe una reducción de las expectativas respecto a la ampliación de la oferta en la que un segmento de la población que pensaba que mejoraría pasó a considerar que es irrelevante, no habiendo un registro que se incremente la opinión de que empeoraría.

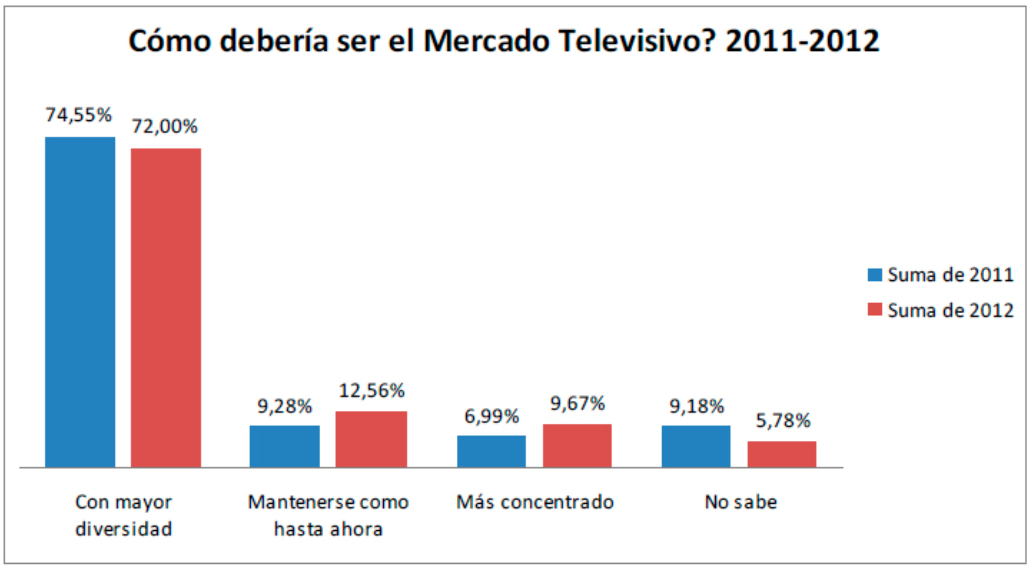


Las expectativas de que mejore la programación de los canales comerciales a partir de un incremento de la oferta se expresan diferentes de acuerdo al nivel educativo, obteniendo las mayores expectativas en los niveles inferiores y las menores en los niveles educativos superiores.

Educación Agrupada	Si hubiera mayor cantidad de canales, los contenidos de la Televisión:				Total
	Mejoraría	No cambiaría mucho	Sería peor	NS	
Hasta primaria	56,8%	30,6%	7,0%	5,7%	100,0%
Ciclo Básico	57,5%	33,7%	5,6%	3,2%	100,0%
Bachillerato	48,0%	43,3%	5,3%	3,5%	100,0%
Universidad	37,7%	48,7%	3,2%	10,4%	100,0%
Total	52,1%	37,3%	5,5%	5,1%	100,0%

Preferencias respecto al mercado de TV abierta en Uruguay

Al diagnóstico de la estructura actual del mercado se consulta sobre como "debería ser" el mercado de la televisión, en la que se observa una consistente mayoría que afirma que debería ser más competitivo. Observado en términos comparados se pueden apreciar pequeños movimientos de la opinión que no modifican el comportamiento general.

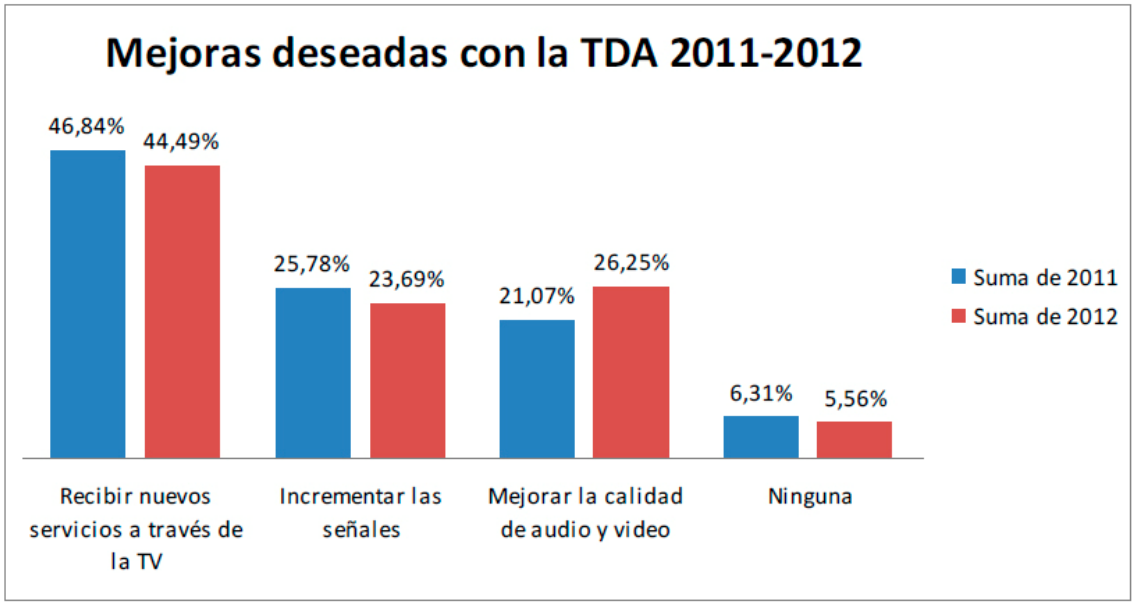


Sin embargo, en el corte analítico por nivel educativo se encuentran algunas diferencias significativas en las respuestas que estipulan que el mercado debería ser "con mayor diversidad", en las que se observa que a mayor nivel educativo, mayor énfasis en la opción.

Educación Agrupada	¿Cómo debería ser el Mercado televisivo?				Total
	Más concentrado	Mantenerse como hasta ahora	Con mayor diversidad	NS	
Hasta primaria	10,5%	17,9%	60,7%	10,9%	100,0%
Ciclo Básico	11,1%	10,6%	74,5%	3,8%	100,0%
Bachillerato	9,4%	11,7%	75,4%	3,5%	100,0%
Universidad	4,5%	9,7%	80,5%	5,2%	100,0%
Total	9,5%	12,5%	72,2%	5,8%	100,0%

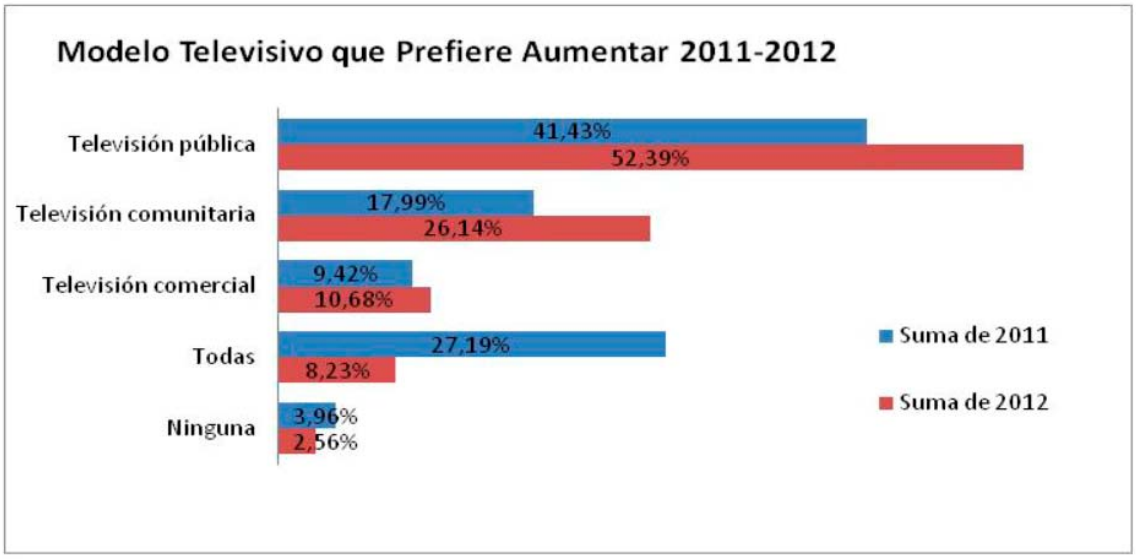
La Televisión Digital es una nueva forma de transmisión, que permite: incrementar la cantidad de señales, mejorar la calidad de audio y video, e interactividad para tener nuevos servicios (delivery, farmacia, juegos, servicios públicos, etc). ¿De éstas mejoras, cuál es la que usted valoraría más?

Este punto pretende explorar las preferencias de los uruguayos y en algunos casos conocer sus proposiciones. Indicadas las principales mejoras de la TVD, se pregunta "¿De estas mejoras cuál es la que usted valoraría más?" y se percibe que casi la mitad de las personas encuestadas señala "recibir nuevos servicios a través de la TV" como su característica favorita, seguida por "mejorar la calidad de audio y video" e "incrementar las señales" en proporciones similares. Entre 2011 y 2012 se mantiene igual el hecho de "recibir nuevos servicios" como opción mayoritaria, pero se nota un importante crecimiento de la preferencia por "mejorar la calidad de audio y video" que trepa del 21% al 26%, mientras que se enfría la preferencia por "incrementar las señales".



Se pueden ofrecer más señales o canales incrementando los siguientes modelos televisivos, ¿Si tuviera que elegir entre uno de ellos, cuál desearía incrementar?

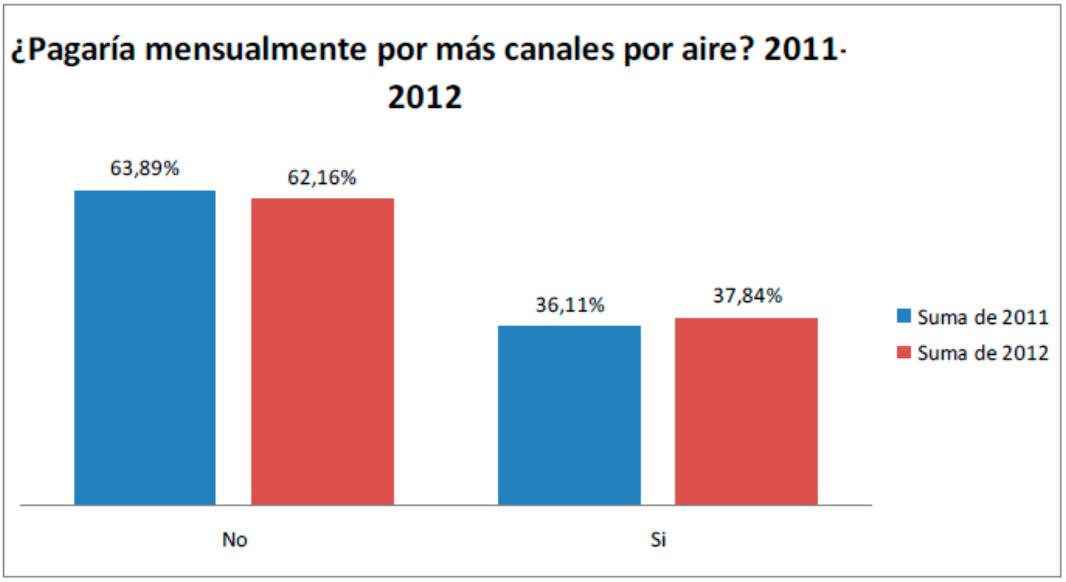
Los modelos televisivos que se reconocen en el mercado suelen clasificarse en Televisión pública, Televisión comunitaria y Televisión comercial. En función de ello se consulta la preferencia a mejorar del entrevistado, destacándose la Televisión pública con más de la mitad de los consultados, seguido por un 25% por incrementar la Televisión comunitaria y un escaso 10% prefiere la ampliación de la oferta televisiva comercial. Estas preferencias se han modificado en el correr del último año, mostrando una creciente preferencia por las primeras dos opciones, habiéndose reducido sustantivamente la opción que abarcaba a "todos los modelos televisivos" y un estancamiento por la preferencia a incrementar la Televisión comercial.



Las respuestas no muestran en los diferentes cortes analíticos diferencias significativas, mostrando una alto grado de homogeneidad.

¿Estaría dispuesto a pagar una cuota mensual para recibir mayor cantidad de canales y señales a las que recibe gratuitamente por aire?

Casi dos de cada tres consultados no estarían dispuestos a realizar pagos mensuales para incrementar la oferta televisiva. Esta posición no tiene además movilidad en la comparación de muestras entre el 2011 y el 2012.



Las respuestas no son homogéneas en el análisis por edad, observándose una tendencia estadísticamente significativa por la que a mayor edad menor propensión a un pago mensual para incrementar las señales.

Edad Agrupada	¿Estaría dispuesto a pagar una cuota mensual para recibir mayor cantidad señales por aire?			Total
	Sí	No	NS/NC	
18 a 29	46,1%	52,4%	1,5%	100,0%
30 a 59	38,2%	60,8%	1,1%	100,0%
60 o más	27,4%	70,9%	1,8%	100,0%
Total	37,3%	61,4%	1,3%	100,0%

Mirado por el nivel de formación se destaca el primer nivel con una menor propensión al pago mensual respecto a los niveles superiores.

Educación Agrupada	¿Estaría dispuesto a pagar una cuota mensual para recibir mayor cantidad señales por aire?			Total
	Sí	No	NS/NC	
Hasta primaria	32,8%	65,1%	2,2%	100,0%
Ciclo Básico	39,9%	59,5%	,6%	100,0%
Bachillerato	36,8%	61,4%	1,8%	100,0%
Universidad	40,3%	58,4%	1,3%	100,0%
Total	37,5%	61,1%	1,3%	100,0%

Con la TV digital abierta se pueden recibir señales interactivas, ¿Le gustaría recibir servicios e información de comercios?

Entre las preguntas sobre preferencias en una futura oferta televisiva digital, se consultó por el interés en las bondades de incrementar servicios comerciales y del Estado. Repartidas las preferencias en mitades, se puede observar una tendencia a igualarse respecto al año anterior en había una pequeña ventaja de las opiniones favorables.

Educación Agrupada	¿Estaría dispuesto a pagar una cuota mensual para recibir mayor cantidad señales por aire?			Total
	Sí	No	NS/NC	
Hasta primaria	32,8%	65,1%	2,2%	100,0%
Ciclo Básico	39,9%	59,5%	,6%	100,0%
Bachillerato	36,8%	61,4%	1,8%	100,0%
Universidad	40,3%	58,4%	1,3%	100,0%
Total	37,5%	61,1%	1,3%	100,0%

Los adultos mayores mayoritariamente no desean recibir servicios comerciales, mientras que las demás franjas etarias responden mayoritariamente por recibirlos.

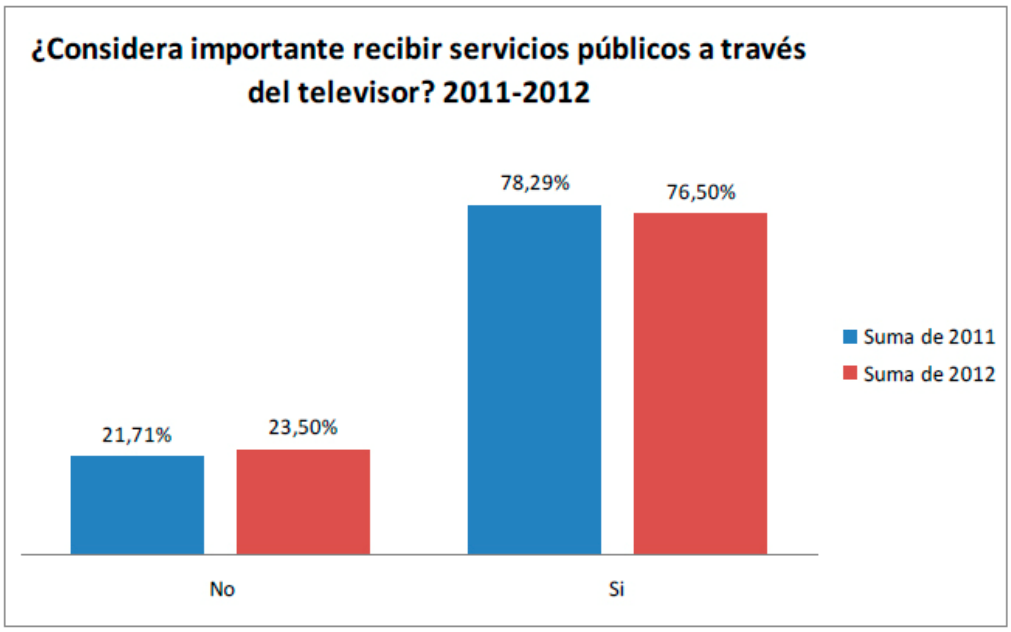
Edad Agrupada	¿Le gustaría recibir servicios e información de comercios?			Total
	Sí	No	NS/NC	
18 a 29	54,4%	45,1%	,5%	100,0%
30 a 59	54,8%	44,8%	,4%	100,0%
60 o más	41,7%	58,3%		100,0%
Total	51,4%	48,2%	,3%	100,0%

Analizado el corte por nivel educativo puede observarse que la franja de los niveles altos se expresan mayoritariamente contrarios a recibir servicios comerciales, mientras que los estratos mas bajos mayoritariamente lo desean.

Educación Agrupada	¿Le gustaría recibir servicios e información de comercios?			Total
	Sí	No	NS/NC	
Hasta primaria	54,6%	45,4%		100,0%
Ciclo Básico	56,9%	42,5%	,6%	100,0%
Bachillerato	49,7%	50,3%		100,0%
Universidad	36,4%	63,0%	,6%	100,0%
Total	51,4%	48,3%	,3%	100,0%

¿Considera importante recibir servicios públicos a través del televisor (cómo: realización de trámites ante oficinas públicas, pedir hora para el médico, etc.)?

Respecto a la importancia de recibir servicios públicos a través de la señal digital, una clara mayoría se pronuncia positivamente, representando 3 de cada 4 casos. Tampoco parece haber una modificación en el comportamiento de la encuesta del 2011 respecto a esta.



Las franjas etarias muestran que la importancia de recibir servicios públicos tienen una tendencia estadísticamente significativa, por la que a mayor edad menor interés en el servicio, en el marco un gran nivel de aceptación.

Edad Agrupada	¿Considera importante recibir servicios públicos a través del televisor?			Total
	Sí	No	NS/NC	
18 a 29	80,1%	19,4%	,5%	100,0%
30 a 59	77,0%	22,8%	,2%	100,0%
60 o más	71,7%	28,3%		100,0%
Total	76,4%	23,4%	,2%	100,0%

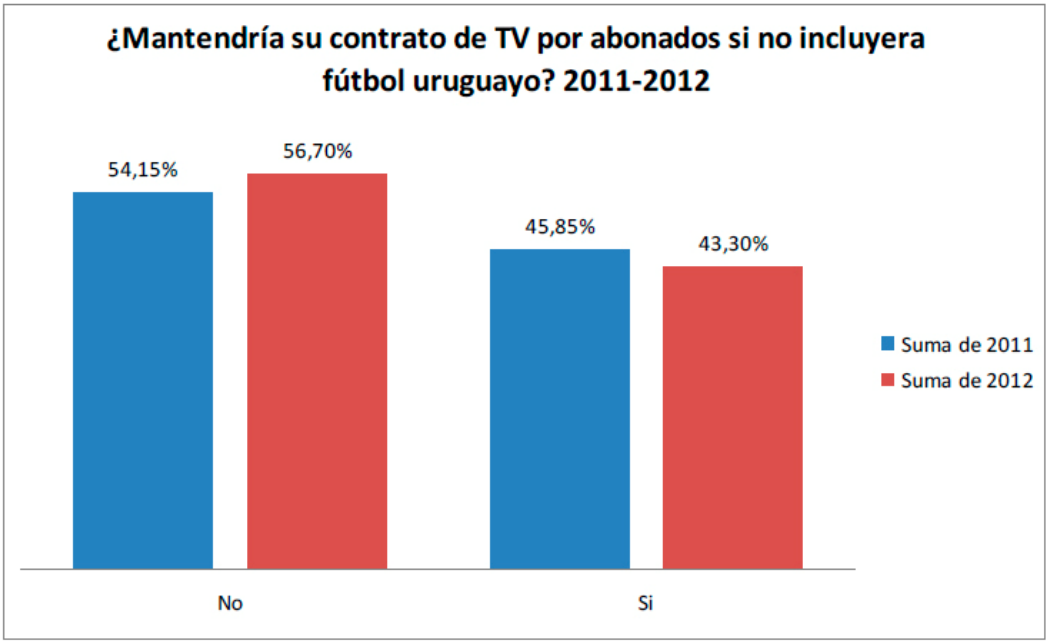
En el análisis por nivel educativo, se destaca el menor interés en los sectores universitarios respecto al resto de la población.

Educación Agrupada	¿Considera importante recibir servicios públicos a través del televisor?			Total
	Sí	No	NS/NC	
Hasta primaria	78,6%	21,4%		100,0%
Ciclo Básico	78,6%	21,1%	,3%	100,0%
Bachillerato	76,6%	23,4%		100,0%
Universidad	68,8%	30,5%	,6%	100,0%
Total	76,5%	23,2%	,2%	100,0%

¿Mantendría su contrato de TV por abonados si este no incluyera al fútbol uruguayo?

Un set de preguntas se orienta a medir algún aspecto de competencia que podría existir entre la televisión digital y el servicio de televisión por abonados y el

reconocimiento del espacio del que dispone el primero. El foco se pone en la influencia del fútbol uruguayo en la contratación del servicio de televisión por abonados. La primer consulta refiere a si mantendría el servicio de televisión por abonados si éste no incluyera al fútbol uruguayo. La respuesta es mayoritariamente negativa, alcanzando el 57% del total. Si se comparan los datos con el año anterior no se percibe un movimiento relevante de la opinión.

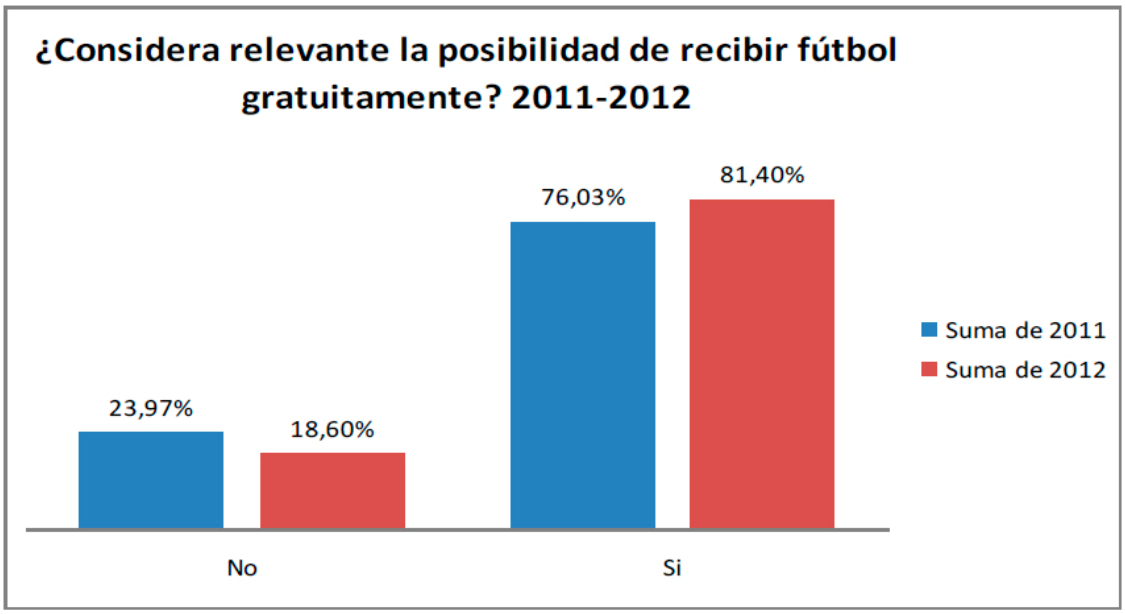


Mientras los cortes analíticos no demuestran diferencias estadísticamente significativas, en el corte de género se aprecia una mayor propensión a conservar los contratos de servicio de abonados aunque no tuvieran fútbol en la mujeres que en los hombres.

Sexo	¿Mantendría su contrato de TV por abonados si éste no incluyera al fútbol uruguayo?			Total
	Sí	No	NS/NC	
Hombre	40,2%	59,6%	,2%	100,0%
Mujer	45,6%	53,7%	,6%	100,0%
Total	43,0%	56,5%	,4%	100,0%

¿Considera relevante la posibilidad de recibir la transmisión del fútbol gratuitamente?

Consultados sobre si les parecía importante recibir gratuitamente la señal de fútbol uruguayo, 4 de cada 5 respuestas lo consideran relevante. Es visible también un movimiento respecto a la opinión del año anterior en el sentido de incrementar este guarismo en más de 5 puntos porcentuales.



La relevancia de recibir fútbol gratuitamente disminuye en cuanto se incrementan las franjas etarias, siendo mas valorada por los jóvenes y menos por los adultos mayores.

Edad Agrupada	¿Considera relevante la posibilidad de recibir la transmisión del fútbol gratuitamente?			Total
	Sí	No	NS/NC	
18 a 29	85,9%	14,1%		100,0%
30 a 59	81,2%	18,6%	,2%	100,0%
60 o más	77,1%	22,4%	,4%	100,0%
Total	81,3%	18,5%	,2%	100,0%

Los niveles educativos muestran una tendencia bien definida, por la cual a menor nivel de formación, mayor valoración del fútbol trasmitido gratuitamente.

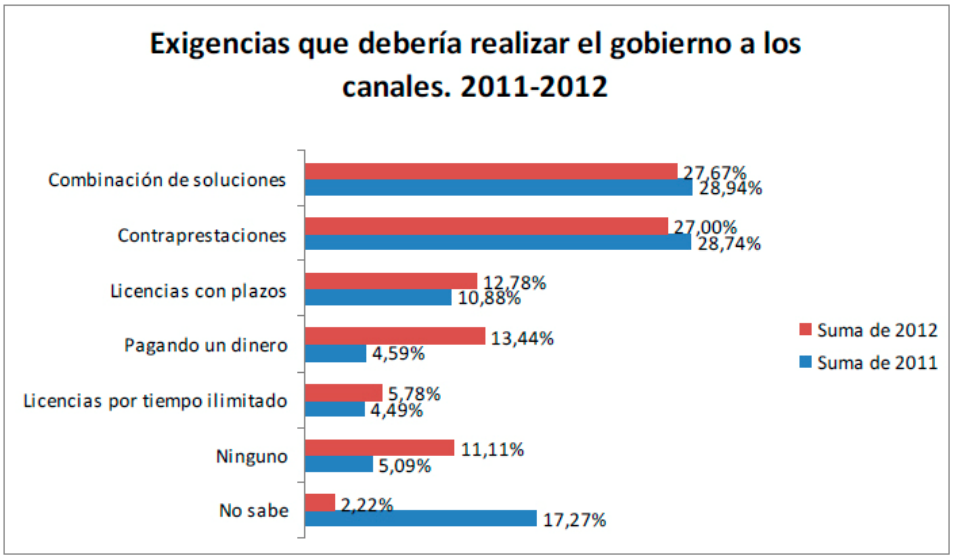
Educación Agrupada	¿Considera relevante la posibilidad de recibir la transmisión del fútbol gratuitamente?			
	Sí	No	NS/NC	
Hasta primaria	83,8%	16,2%		100,0%
Ciclo Básico	86,2%	13,2%	,6%	100,0%
Bachillerato	80,1%	19,9%		100,0%
Universidad	69,5%	30,5%		100,0%
Total	81,6%	18,2%	,2%	100,0%

Desde el punto de vista del género, las opiniones femeninas muestran una disminución de la relevancia respecto a los hombres.

Sexo	¿Considera relevante la posibilidad de recibir la transmisión del fútbol gratuitamente?			Total
	Sí	No	NS/NC	
Hombre	86,4%	13,6%		100,0%
Mujer	76,5%	23,0%	,4%	100,0%
Total	81,3%	18,5%	,2%	100,0%

Para operar con la nueva TV digital abierta, el gobierno puede establecer exigencias a los canales, ¿Cuál de las siguientes exigencias le parece más relevante?

Las opiniones mayoritarias se distribuyen entre “combinar soluciones” y “contraprestaciones” con 27 % cada uno, seguido por “licencias con plazo”, “pagando dinero” y “ninguna exigencia” en el entorno al 13% de cada opción. Otorgar “licencias por tiempo ilimitado” es el menos mencionado con el 6%. Mirando su evolución, se destaca que las justificaciones económicas se incrementaron fuertemente en detrimento de quienes no sabían o no respondían en el 2011.



Dentro del análisis por franjas etarias se pueden observar algunas diferencias significativas puntuales, en un marco de homogeneidad bastante general. Tal es el caso de la opción “Contraprestaciones” en las que la franja de adultos de 30 a 59 años ponen mayor énfasis que los extremos. También se destacan en la opción “Ninguno” que los adultos mayores llegan al 20%, mientras que los adultos de 30 a 59 apenas lo mencionan el 7,2%. En el resto de las opciones no se reconocen diferencias estadísticas significativas.

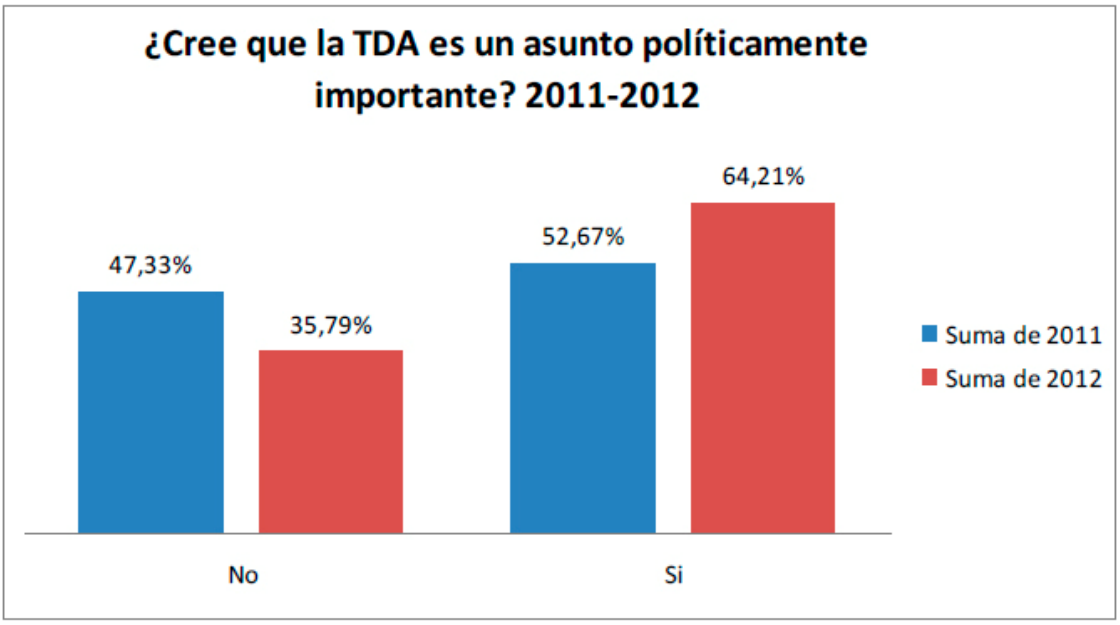
Edad Agrupada	Con la TV digital abierta, el gobierno puede establecer exigencias a los canales, ¿Cuál de las siguiente le parece más relevante?							Total
	Licencia con plazo	Licencia por tiempo limitado	Pagando un dinero	Contraprestaciones	Exigencia que combine diferentes soluciones	Ninguno	NS/NC	
18 a 29	13,1%	9,7%	16,5%	20,4%	27,2%	10,2%	2,9%	100,0%
30 a 59	13,4%	5,3%	13,6%	31,1%	27,7%	7,2%	1,5%	100,0%
60 o más	11,2%	3,1%	10,3%	24,7%	27,8%	20,2%	2,7%	100,0%
Total	12,8%	5,8%	13,5%	27,1%	27,6%	11,1%	2,1%	100,0%

En el análisis por nivel educativo, se destaca un marco general de homogeneidad, salvo algunas opciones puntuales como la de “Contraprestaciones” en la que se observa una tendencia estadísticamente significativa por la cual a mayor nivel de formación mayor énfasis en esa opción y en forma mas moderada, la combinación de exigencias recoge la misma tendencia. Otro aspecto destacable de este corte se observa en la opción “Ninguno”, donde los sectores que sólo accedieron a la enseñanza primaria llegan a un 22% con respecto al resto que ninguno llega al a10%.

Educación Agrupada	Con la TV digital abierta, el gobierno puede establecer exigencias a los canales, ¿Cuál de las siguiente le parece más relevante?							Total
	Licencias con plazo	Licencias por tiempo limitado	Pagando un dinero	Contraprestaciones	Exigencias que combinen diferentes soluciones	Ninguno	NS/NC	
Hasta primaria	12,2%	3,1%	14,0%	21,8%	22,3%	21,8%	4,8%	100,0%
Ciclo Básico	13,5%	7,9%	16,7%	23,2%	28,2%	8,8%	1,8%	100,0%
Bachillerato	12,9%	7,6%	12,3%	30,4%	29,8%	5,8%	1,2%	100,0%
Universidad	12,3%	2,6%	7,1%	39,6%	33,1%	4,5%	,6%	100,0%
Total	12,8%	5,7%	13,5%	27,0%	27,8%	10,8%	2,2%	100,0%

De acuerdo a la importancia que usted le da al tema ¿cree que la TV digital abierta es un asunto políticamente importante?

Finalizando con el capítulo correspondiente al estudio de la TVD, se consultó sobre el rol que debería tener el tema en la agenda pública, considerándolo importante 2 de cada 3 entrevistados. La noticia viene por el lado de su evolución, comparada con el estudio del año anterior quienes lo consideraban políticamente importante representaban el 53%, escalando hasta el 64% en el presente estudio.



Realizados los análisis por los distintos cortes analíticos no se encontraron diferencias significativas con respecto a la opinión general.