



Claves

ESTUDIO SOBRE CONFIANZA EN LA TV 2025

FASE CUANTITATIVA

Febrero 2026

El estudio sobre Confianza en la Televisión 2025 busca indagar en los modos en que se construye la confianza del público en la televisión. Una investigación con enfoque mixto, de carácter descriptivo y correlacional, que combina metodologías cualitativas y cuantitativas.

Crisis general de confianza

La fase cuantitativa de este estudio evidencia una crisis transversal que afecta instituciones y medios, pero también da cuenta de la crisis de confianza en los vínculos sociales. Sólo actores como Bomberos, policías, Fuerzas Armadas, científicos y académicos superan el 50% de confianza, mientras que las redes sociales y la televisión presentan niveles muy bajos.

Confianza en la TV abierta

Apenas 21% de las personas encuestadas declara confiar en la TV (sólo 5% manifiesta alto nivel de confianza), predominando la desconfianza y la indiferencia. Existen algunas variaciones generacionales: por ejemplo, las personas jóvenes consumen menos TV y prefieren informarse por otras vías, mientras que las personas mayores declaran mantener más cercanía con los medios tradicionales.

Evaluación de contenidos

Las audiencias manifiestan una alta desconfianza relacionada con la percepción de exceso de contenidos como delincuencia y farándula. Esto, junto a la percepción de una gran falta de contenidos culturales, regionales y educativos; aspectos que se esperan de un medio como la televisión abierta. Además, se percibe la presencia percibida de información falsa, lo que aumenta las medidas de resguardo, verificación o desconexión de las audiencias con los medios.

Dimensión conceptual y emocional

Para las personas encuestadas, la confianza es un atributo que se asocia más con la honestidad y la transparencia, por sobre otros conceptos como la precisión factual, lo que revela una cierta ambivalencia. Al asociar conceptos emocionales a la TV, predominan el estrés y la indiferencia, reforzando una visión crítica hacia medio.

Percepción del medio

La TV es vista como poco independiente (61%), poco transparente con su línea editorial (52%) y que no entrega contenidos de calidad (51%). Sin embargo, persiste una paradoja ya que, pese a esta evaluación negativa, para las audiencias la TV sigue siendo el principal medio para informarse sobre contingencia pública.

Uso pragmático y desafíos

Esto refleja un uso instrumental donde las audiencias conviven con la necesidad informativa y con el escepticismo hacia la TV. Dicho escenario plantea fuertes desafíos, por ejemplo, para equilibrar los contenidos, fortalecer la credibilidad y responder a las expectativas ciudadanas.

Más información en:

<https://mediacntvcl.s3.us-east-1.amazonaws.com/wp-content/uploads/2026/02/Confianza-en-la-TV-2025-Fase-Cuantitativa.pdf>