

[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# VIII ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS  
2014

**cn**  
**TV**

# PRESENTACIÓN

El presente informe contiene los resultados de la **Octava Encuesta Nacional de Televisión**, que se realiza cada tres años desde 1993.

Se trata del principal instrumento de medición sobre la televisión en Chile, se centra mayormente en el análisis de la televisión abierta, pero contempla también la televisión regional/local y la de pago.

La encuesta aborda una amplia gama de materias, entre las que se encuentran el equipamiento mediático, el consumo y la valoración de la televisión. Además, se consideran temas relevantes para el Consejo Nacional de Televisión sobre la regulación televisiva.

El rol central de la televisión en nuestro país, principalmente como medio de comunicación, justifica la realización del estudio. Desde ahí, la relevancia de sus resultados\*.

---

\*Por políticas de transparencia se dan a conocer todos los resultados medidos en el cuestionario.

# TEMARIO

## ❖ Equipamiento y servicios mediáticos

Tipo y cantidad de televisores en el hogar  
Televisión de pago: acceso y evolución  
Tecnología en el hogar  
Niños/as y tecnología  
Conexión a Internet

## ❖ Consumo de televisión

Medios de consumo audiovisual  
Consumo declarado de televisión  
Actividades durante el consumo de televisión  
Consumo de televisión en familia

## ❖ Televisión y convergencia

Consumo audiovisual por Internet  
Contenidos audiovisuales online  
Motivos del consumo audiovisual online  
Creación de material audiovisual propio  
Actividades de Internet asociadas a la televisión

## ❖ Evaluación de la televisión abierta nacional

Satisfacción con la televisión abierta nacional  
Evaluación de atributos de la televisión abierta nacional  
Evaluación de las funciones  
Evaluación de la información  
Expectativas de programación  
Influencia y representación de actores sociales  
Imagen de los canales de televisión abierta nacional

## ❖ Evaluación de la televisión regional/local

Conocimiento de los canales regionales/locales  
Satisfacción con los canales regionales/locales  
Evaluación de la televisión regional/local

## ❖ Evaluación de la televisión de pago

Satisfacción con la televisión de pago  
Evaluación de la televisión de pago

## ❖ Evaluación de los noticiarios

Medios de información  
Evaluación de los noticiarios de la televisión abierta nacional  
Evaluación de los noticiarios de la televisión regional/local

## ❖ La televisión y los/as niños/as

Medios de consumo audiovisual de los/as niños/as  
Evaluación de la programación infantil  
Supervisión del consumo audiovisual infantil

## ❖ Regulación

Actitud hacia la regulación televisiva  
Contenidos inadecuados  
Expectativas hacia el funcionamiento televisivo  
Conocimiento del Consejo Nacional de Televisión

## ❖ Televisión Digital Terrestre

Conocimiento de la televisión digital terrestre  
Expectativas hacia la televisión digital terrestre

# METODOLOGÍA

## Diseño de la investigación

Estudio cuantitativo, encargado a



Encuestas presenciales en el hogar, usando un cuestionario de preguntas cerradas y abiertas elaborado por el CNTV, con asesoría de la empresa.

---

## Población en estudio

El universo representado corresponde a hombres y mujeres, de 16 a 80 años de edad, pertenecientes a los niveles socioeconómicos ABC1, C2, C3, D y E, que disponen de al menos un televisor funcionando en el hogar y que residen en hogares particulares de comunas de dos tipos:

- Capitales regionales del país y sus conurbaciones.
  - Ciudades medianas y pequeñas.
- 

## Terreno

El levantamiento de información se realizó entre el 25 de agosto y el 21 de octubre de 2014.

# METODOLOGÍA

## Tamaño de la muestra y margen de error

ZONA	Muestra	Error (*)
Capitales regionales y sus conurbaciones	5.061	1,38%
Ciudades medianas (de 20k a 50k) y pequeñas (<20k)	418	4,79%
<b>Total nacional</b>	<b>5.479</b>	<b>1,32%</b>

\* para un nivel de confianza de 95%, asumiendo varianza máxima

## Selección de la muestra

La muestra es **probabilística**, con selección aleatoria en todas sus etapas: manzanas, viviendas y entrevistados/as.

## Ponderación

Los resultados fueron ponderados por región, NSE y sexo, utilizando como fuente el Censo 2002.

## Comparaciones con 2011

Para las comparaciones con 2011 se usó una submuestra con las mismas comunas estudiadas en dicha versión.

## OBJETIVO GENERAL

Contar con información respecto al equipamiento mediático y a las prácticas de consumo televisivo, así como de la opinión pública sobre la televisión abierta, pagada y regional/local en Chile.

# OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Recabar información sobre equipamiento televisivo y otras tecnologías de comunicación e información en los hogares.
- Obtener información detallada sobre hábitos de consumo televisivo de las personas, incluyendo el uso de nuevas tecnologías.
- Conocer la relación que tienen las personas menores de 13 años con la televisión y otras tecnologías.
- Identificar la evaluación que hace el público de la programación televisiva (abierta, local/regional y pagada).
- Describir las percepciones, valoraciones y demandas del público frente a la regulación en televisión.

[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS MEDIÁTICOS

# PRINCIPALES RESULTADOS

## EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS MEDIÁTICOS

- En comparación al 2011, la cantidad de televisores tradicionales disminuye y los no tradicionales (pantalla plana, 3D) aumentan significativamente.
- Junto a la mayor penetración tecnológica se observa un incremento en el acceso a televisión pagada, principalmente en los segmentos C3 y D.
- Dos tercios de los hogares dispone de televisión de pago, lo que se traduciría en un escenario más competitivo y de menor exclusividad para la televisión abierta.
- Emerge un nuevo tipo de televisión de pago: suscripciones vía Internet, sobre todo en el grupo ABC1 y en adultos de 26 a 35 años.
- Los hogares reposicionan su equipamiento tecnológico: incremento de dispositivos móviles y tenencia de teléfonos con conexión a Internet, también entre los menores de 18 años.
- Independientemente de la modalidad específica de acceso, dos tercios de los hogares tienen acceso a Internet, ya sea fija en el hogar o móvil.

# EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS MEDIÁTICOS

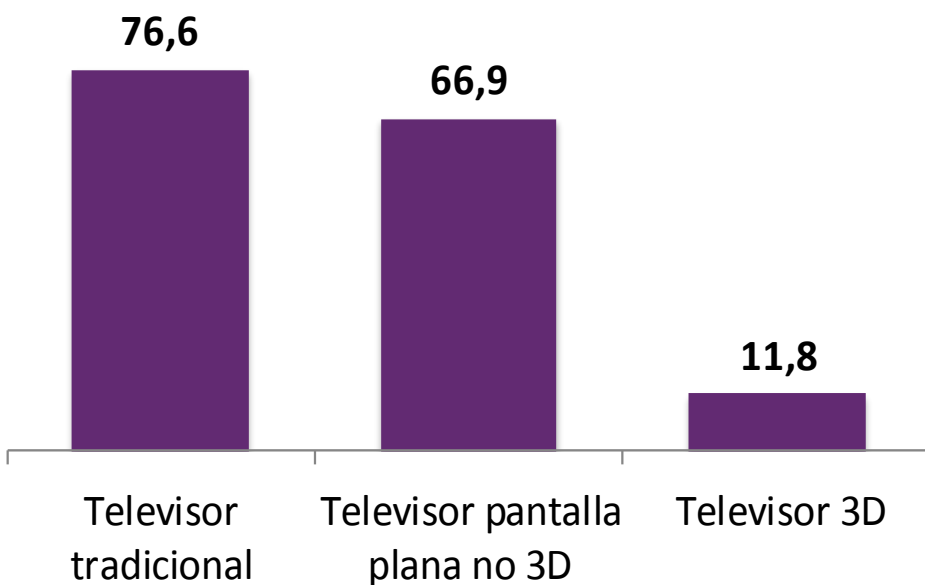
## TIPOS Y CANTIDAD DE TELEVISORES EN EL HOGAR

Total muestra: 5.479

Departamento de Estudios

### Tipo de televisores en el hogar

Porcentaje de "sí". Alternativas no excluyentes.



### Comparativo tipo de televisores en el hogar

Porcentaje de "sí". Alternativas no excluyentes.

	Televisor Tradicional	Televisor Pantalla Plana 3D y no 3D
Año 2011	94,9	28,1
Año 2014	76,5	70,9

Aumenta considerablemente la tenencia de televisores pantalla plana.

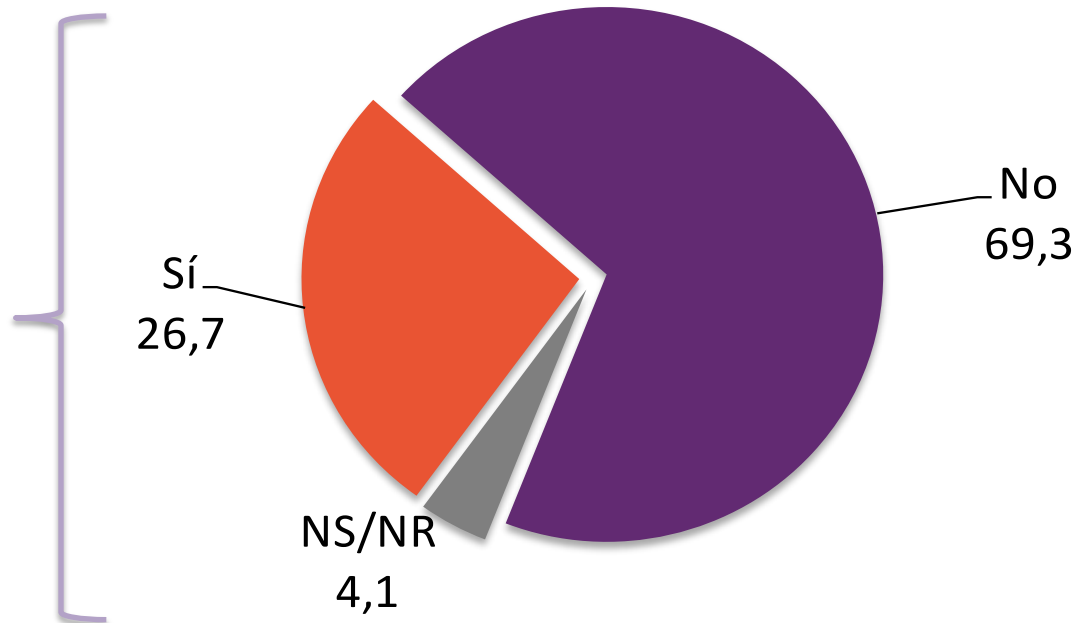
## TELEVISORES EN EL HOGAR CON CONEXIÓN DIRECTA A INTERNET

Total muestra: 5.479

### Televisores con conexión directa a Internet

Porcentaje

Un porcentaje importante cuenta en el hogar con televisores con conexión directa a Internet



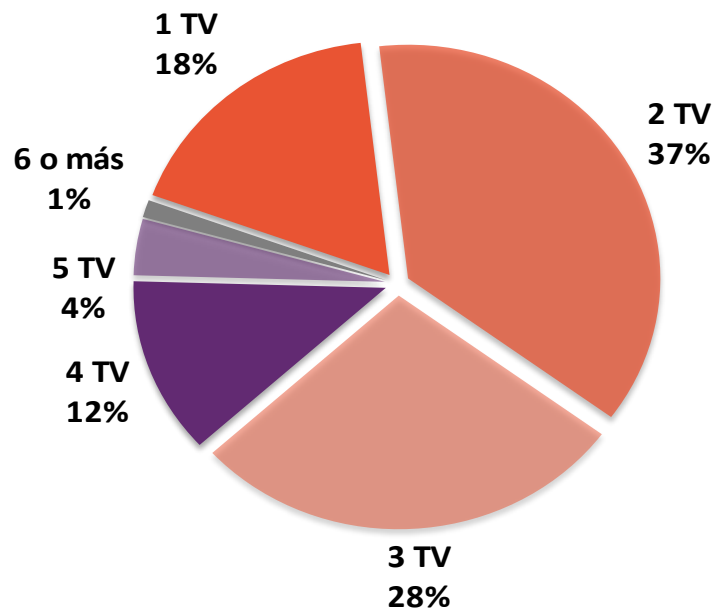
# EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS MEDIÁTICOS

## CANTIDAD DE TELEVISORES EN EL HOGAR

Total muestra: 5.479

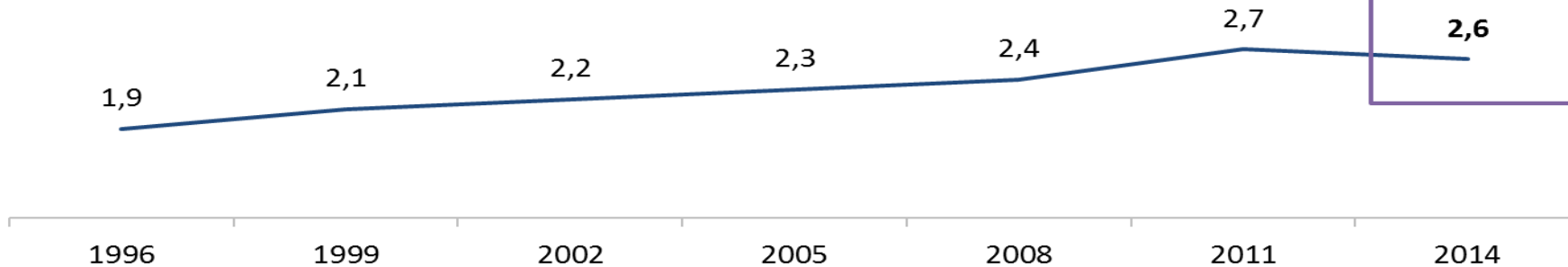
Departamento de Estudios

Promedio: 2.6 televisores por hogar



## Evolución Número de Televisores por Hogar

Promedio

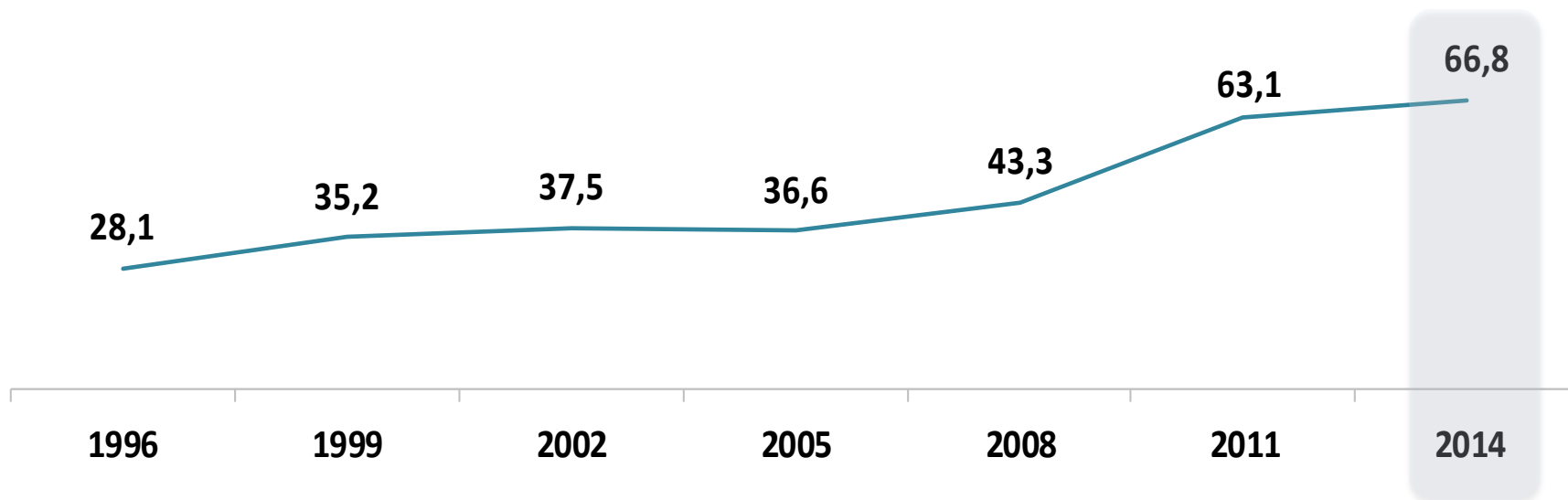


## TELEVISIÓN DE PAGO

Total muestra: 5.479

### Evolución del acceso a TV pagada

Porcentaje



# EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS MEDIÁTICOS

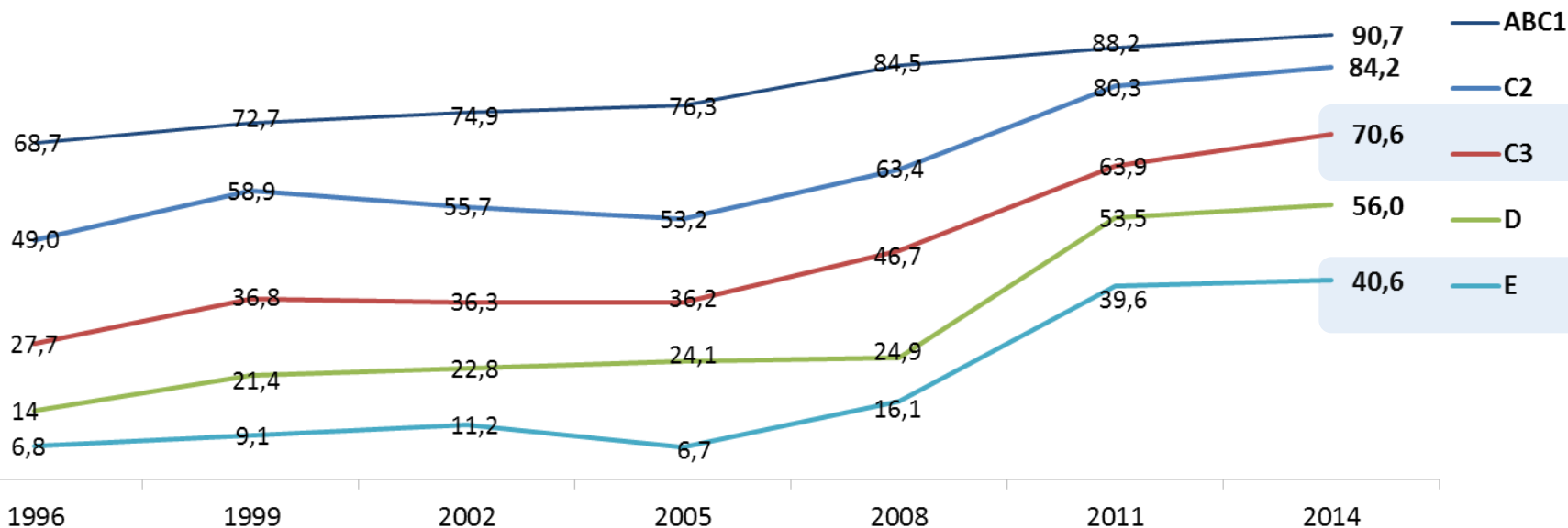
## TELEVISIÓN DE PAGO

Departamento de Estudios

Total muestra: 5.479

### Evolución del acceso a TV pagada por Grupo Socioeconómico

Porcentaje

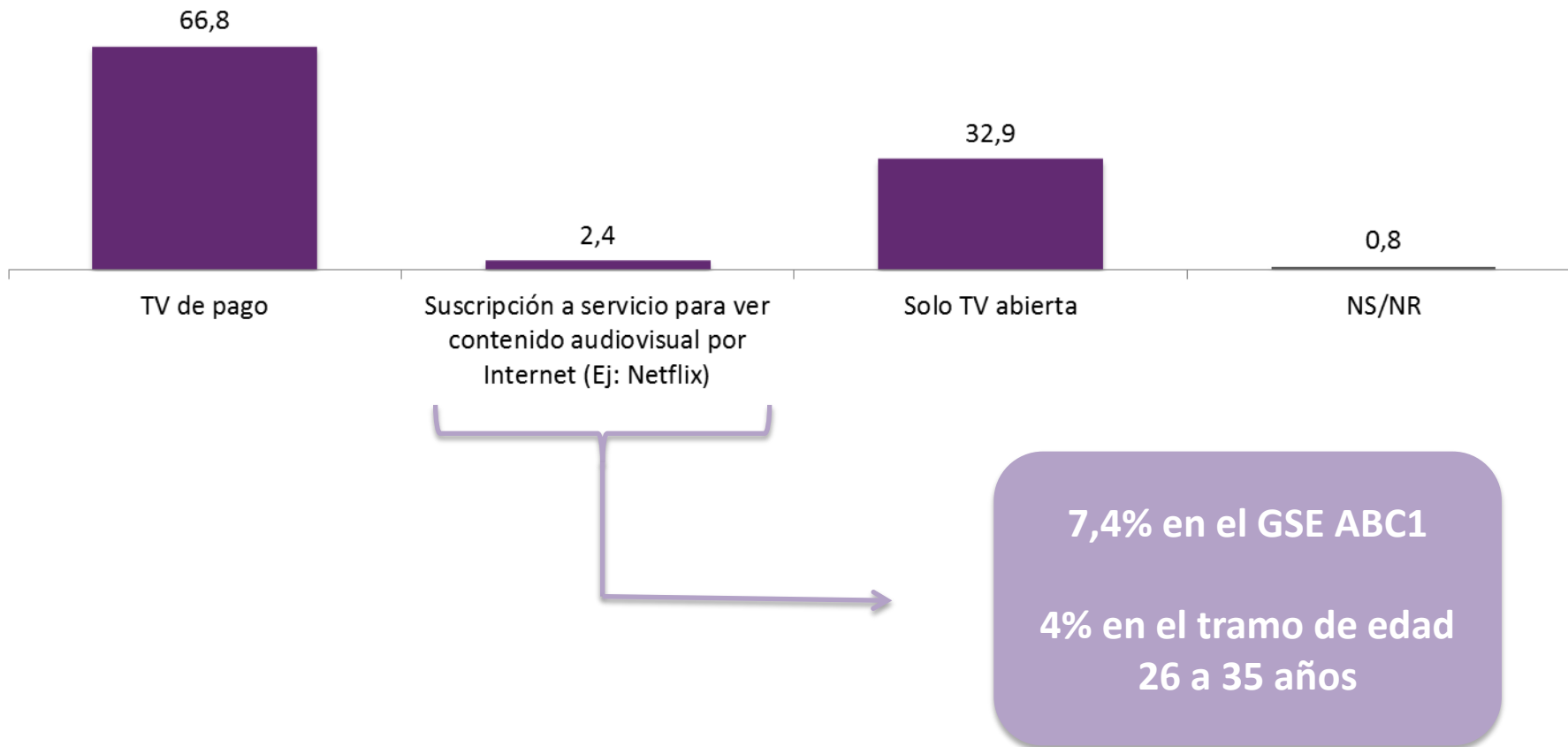


## TELEVISIÓN DE PAGO

Total muestra: 5.479

### Acceso a TV pagada

Porcentaje de "sí". Alternativas no excluyentes.



## TELEVISIÓN DE PAGO

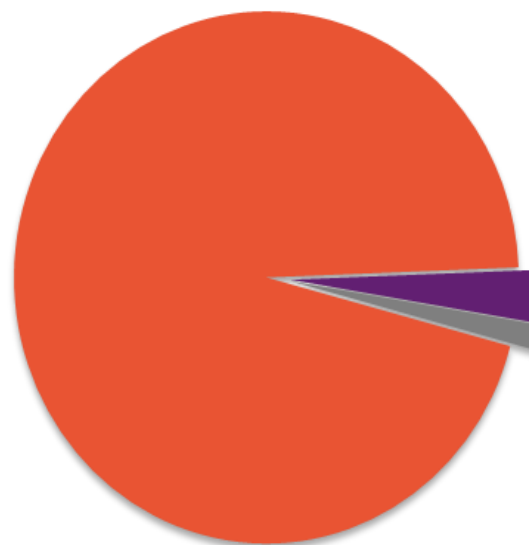
Base: Encuestados que poseen TV pagada (n:3689)

### Tipo de suscripción a televisión pagada

Porcentaje

La modalidad plan es la suscripción mayoritaria de los hogares con acceso a televisión de pago.

**Plan**  
**95,2**



Prepago  
3,3

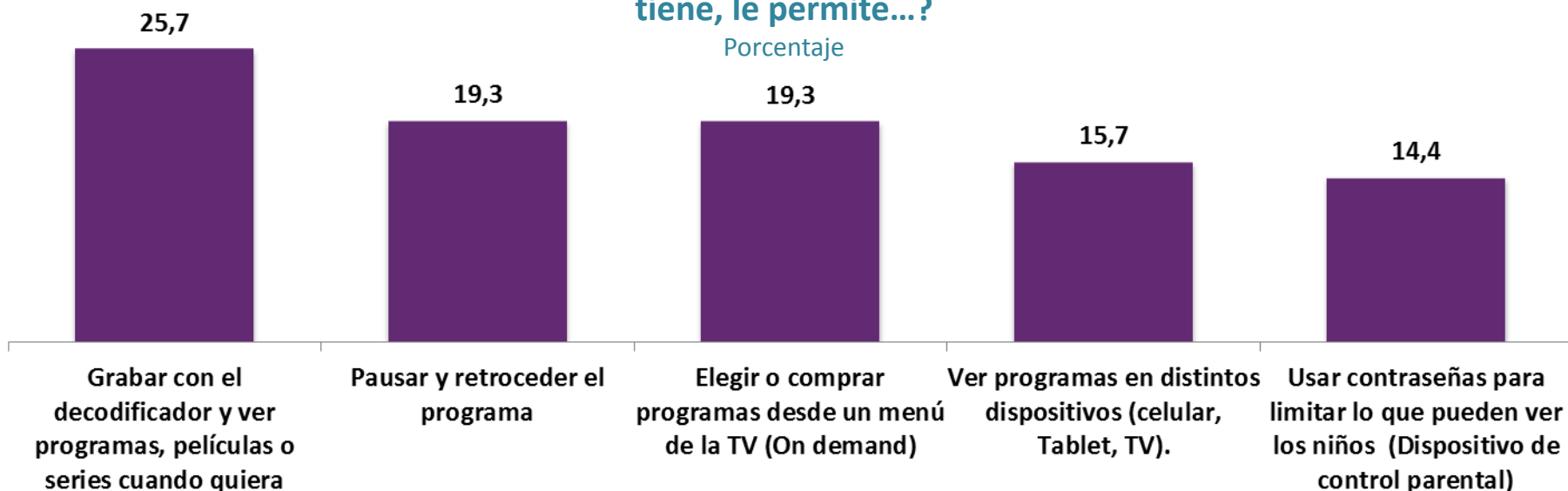
NS/NR  
1,5

## ACCESO A SERVICIOS DE TELEVISIÓN PAGADA

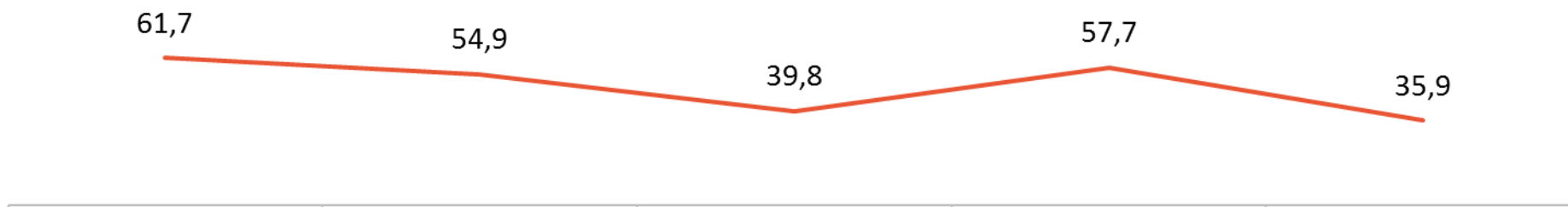
Base: Encuestados que poseen TV pagada (n:3689)

### El servicio de televisión pagada que usted tiene, le permite...?

Porcentaje



### % de uso efectivo por servicio



# EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS MEDIÁTICOS

## DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS EN EL HOGAR

Departamento de Estudios

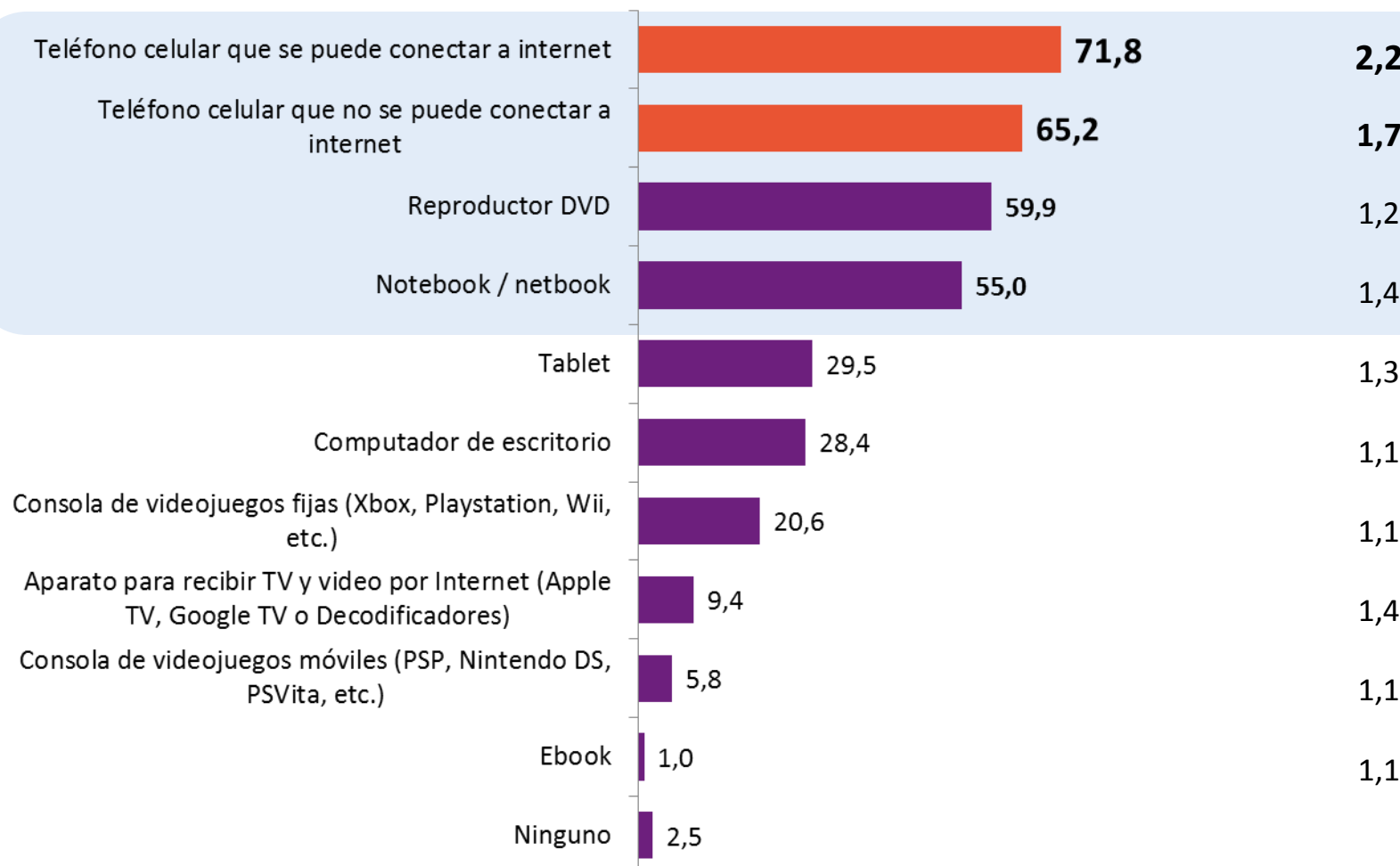
Total muestra: 5.479

De los siguientes **dispositivos tecnológicos**, ¿cuáles hay en su hogar?

Porcentaje de "sí". Alternativas no excluyentes.

¿Cuántos hay en su hogar?

Promedio

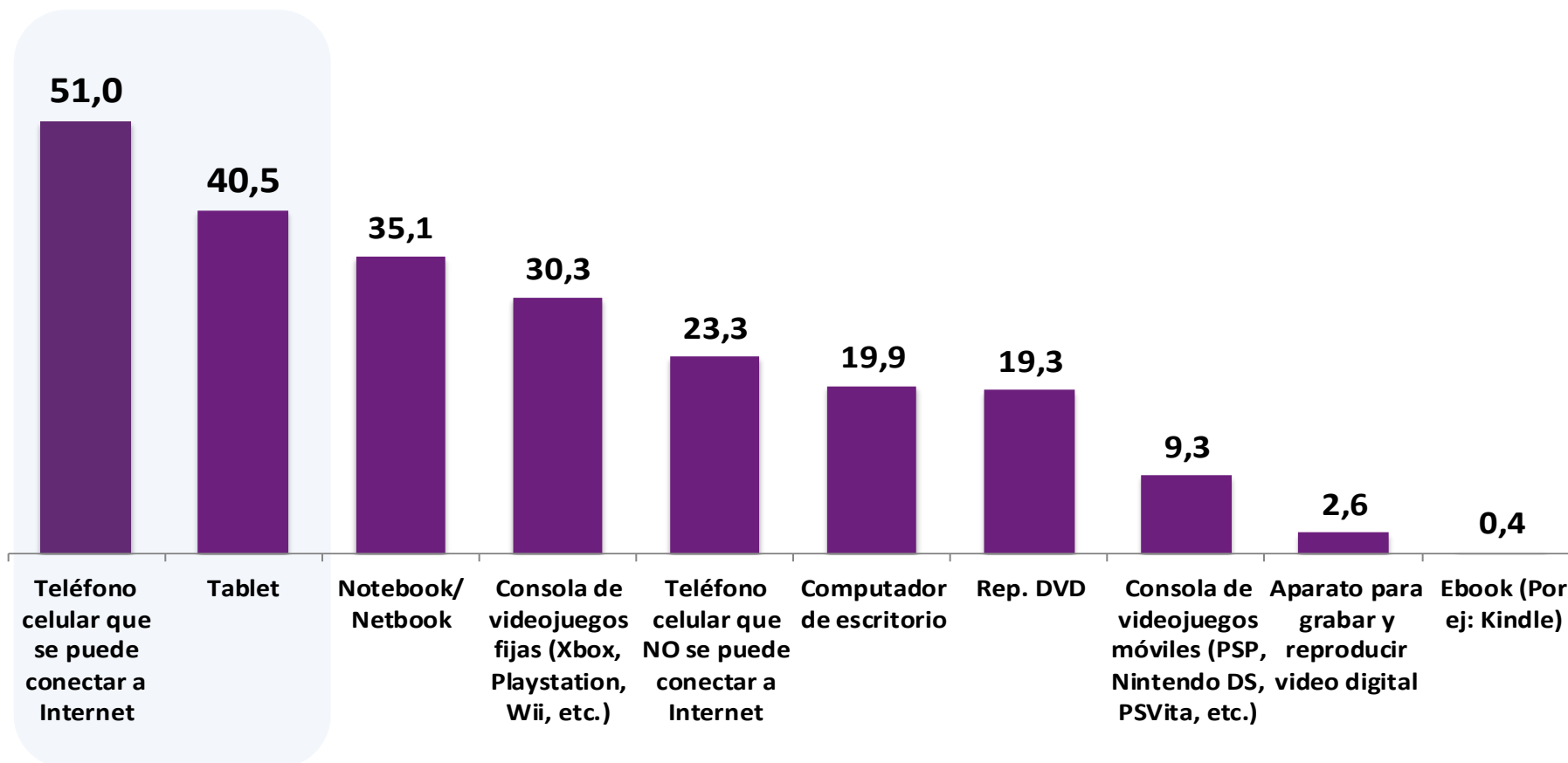


# EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS MEDIÁTICOS

Departamento de Estudios

## PROPIEDAD DE TECNOLOGÍA EN MENORES DE 18 AÑOS

Base: Hogares con menores de 18 años = 47.1% (2.580)



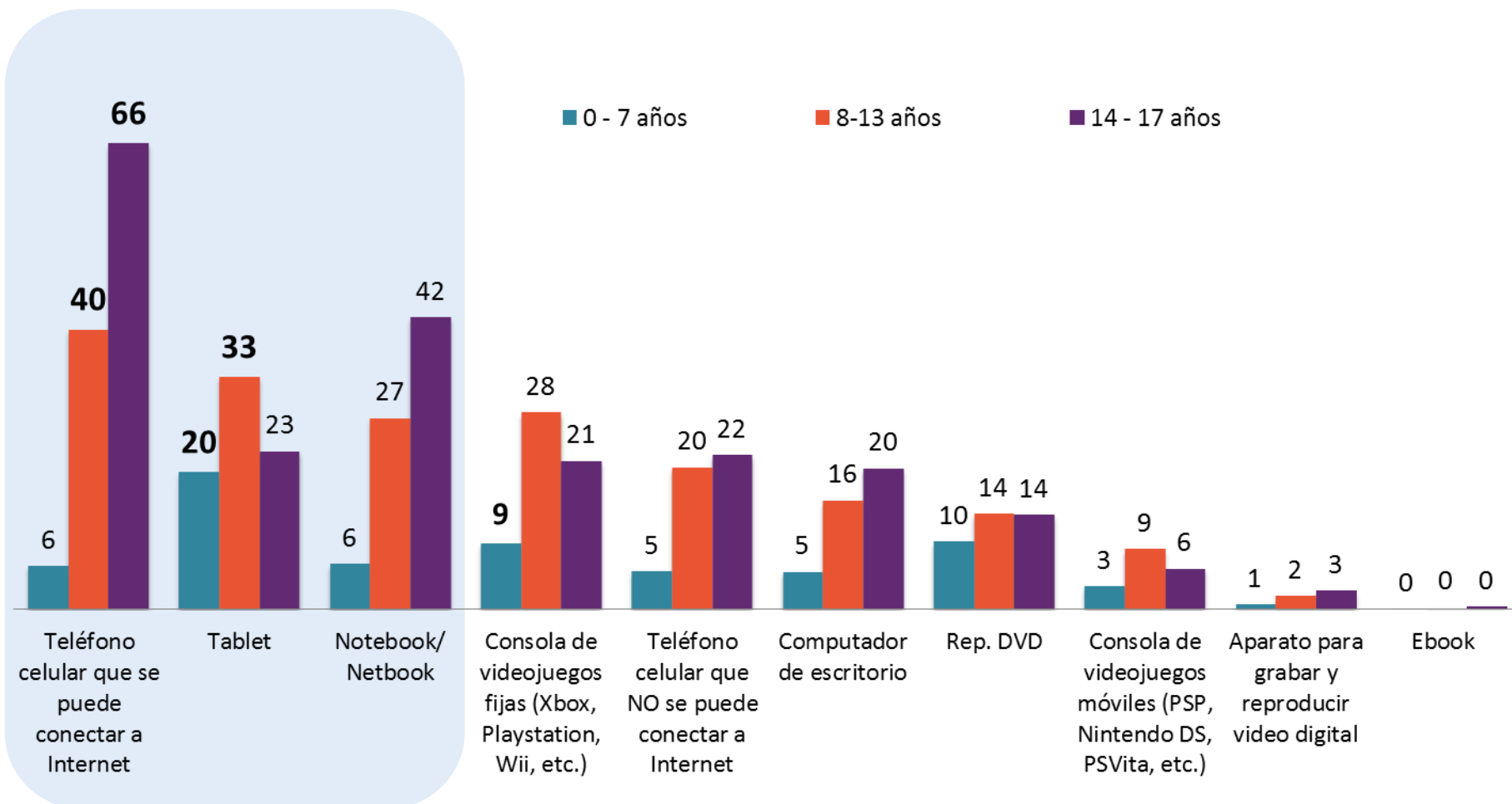
# EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS MEDIÁTICOS

## PROPIEDAD DE TECNOLOGÍA EN MENORES DE 18 AÑOS POR EDAD

Departamento de Estudios

Base: hogares con menores de 18 años = 47,1% (2.580)

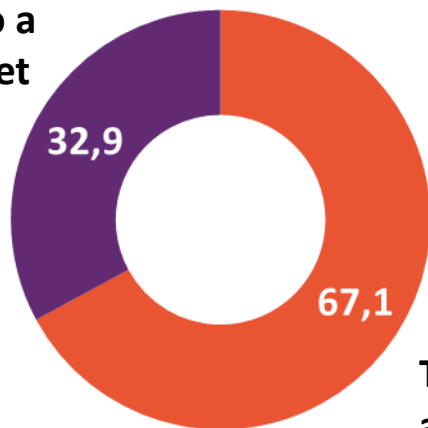
Porcentaje por segmentos de edad



## ACCESO A INTERNET

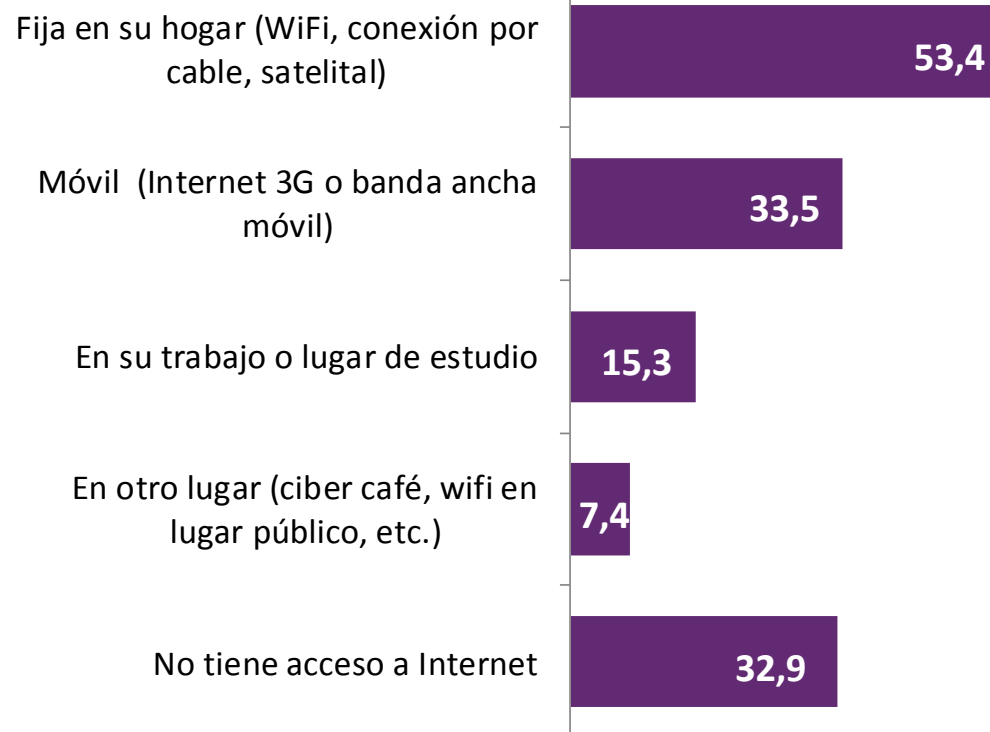
Total Muestra: 5.479

No tiene  
acceso a  
Internet



Tiene  
acceso a  
Internet

¿Tiene usted acceso a internet en los siguientes lugares? Porcentaje de “sí”. Alternativas no son mutuamente excluyentes.



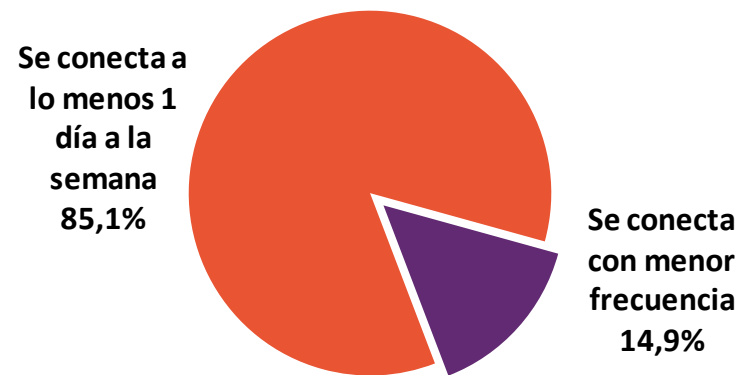
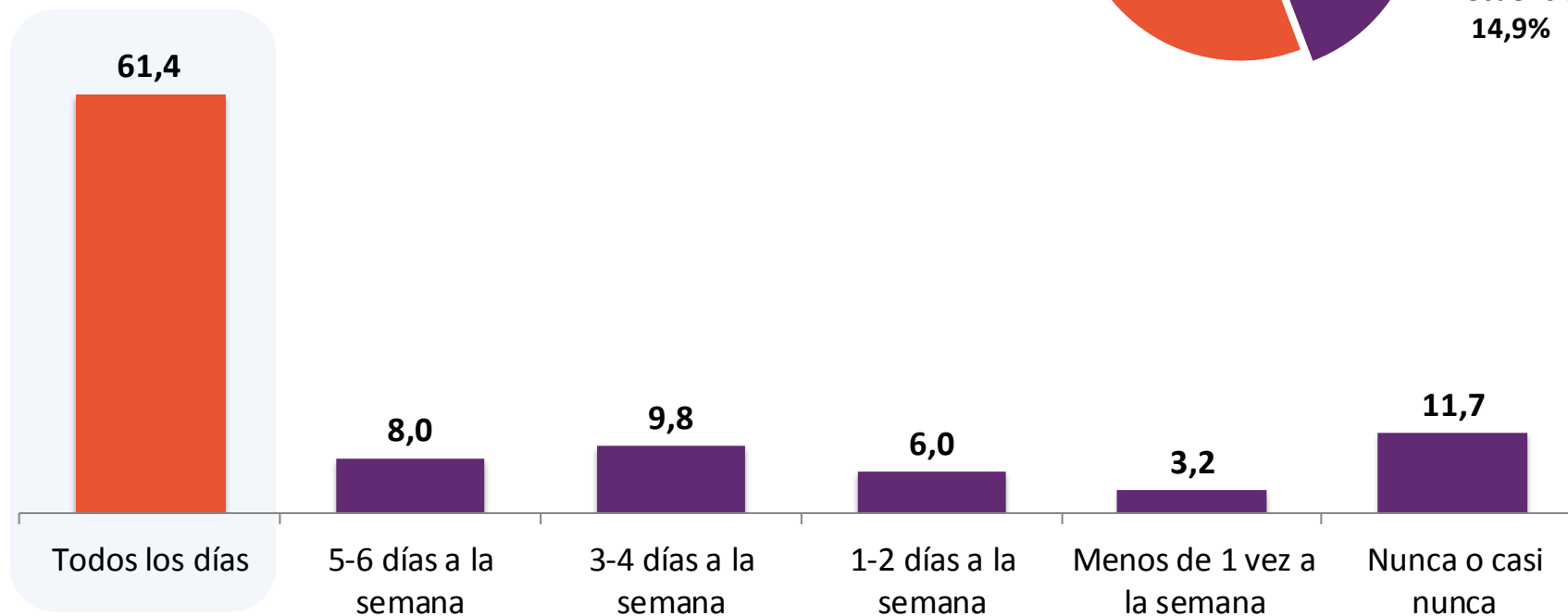
# EQUIPAMIENTO Y SERVICIOS MEDIÁTICOS

Departamento de Estudios

## FRECUENCIA DE CONEXIÓN A INTERNET CON FINES PERSONALES

Base: Encuestados que tienen acceso a Internet = 67.1% (3.676)

¿Con qué frecuencia se conecta a internet con fines personales? Porcentajes, alternativas excluyentes



[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# CONSUMO DE TELEVISIÓN

# PRINCIPALES RESULTADOS

## CONSUMO DE TELEVISIÓN

- La mayoría de las personas ve contenido audiovisual a través de la televisión abierta.
- Respecto de 2011 aumenta la cantidad de horas declaradas destinadas a ver televisión abierta, pagada y regional/local.
- Aunque sólo un 13,3% dice ver contenido audiovisual por Internet, el volumen de consumo declarado es similar al de televisión abierta y pagada, superando las dos horas diarias.
- Pese a la proliferación de pantallas, en los hogares se mantiene el consumo de televisión en familia.
- Un 70,4% manifiesta ver contenido audiovisual en familia por televisión abierta, en tanto un 58,7% lo hace por televisión de pago.

# CONSUMO DE TELEVISIÓN

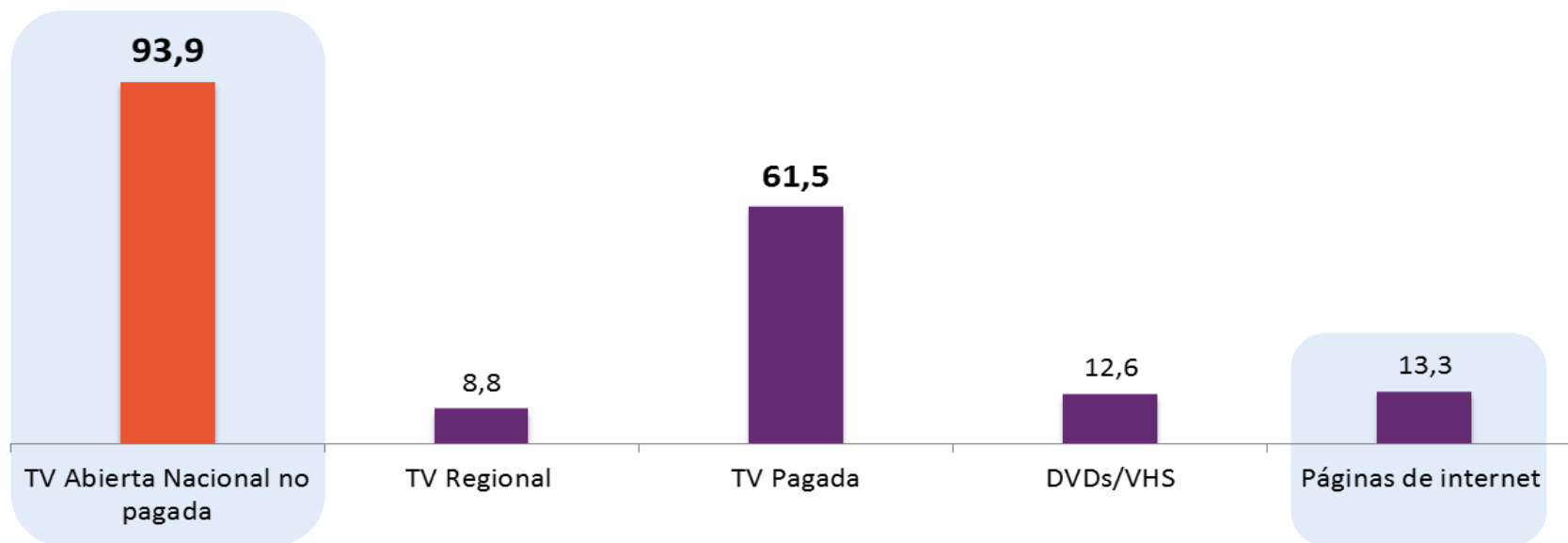
## MEDIOS DE CONSUMO AUDIOVISUAL

Departamento de Estudios

Total muestra: 5.479

### ¿Ve programas de televisión, series o películas a través de...?

Porcentaje de "sí". Alternativas no son mutuamente excluyentes.



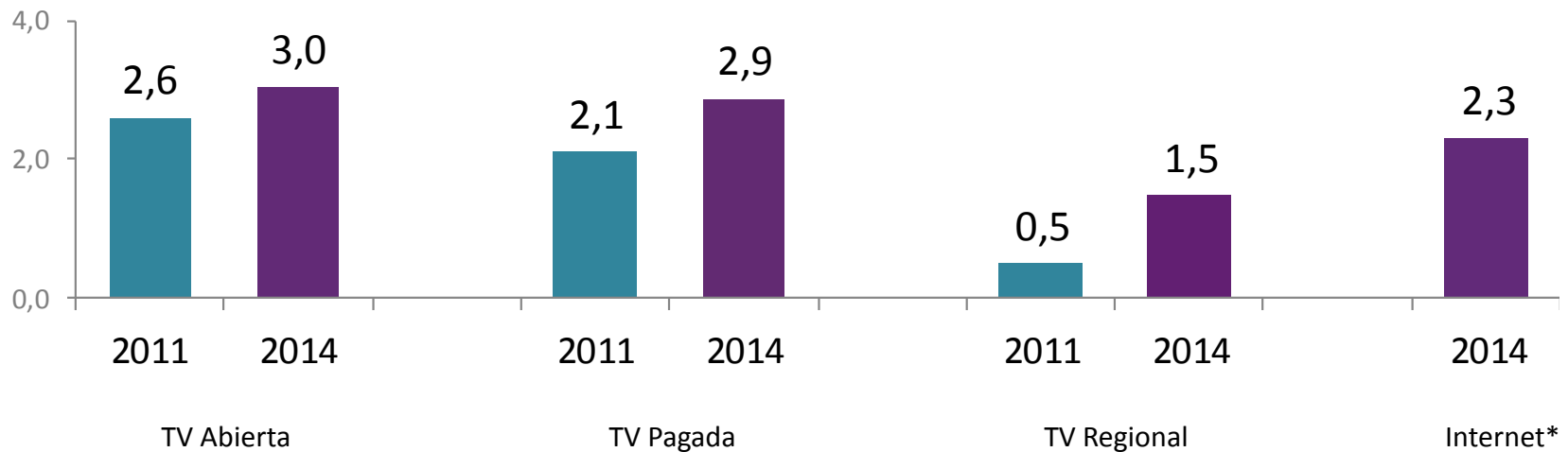
# CONSUMO DE TELEVISIÓN

## CONSUMO DECLARADO DE TELEVISIÓN

Departamento de Estudios

Total muestra: 5.479

### Promedio de horas declaradas por día



*\* Internet no fue consultado en la medición 2011 y por lo tanto no cuenta con un dato comparativo*

# CONSUMO DE TELEVISIÓN

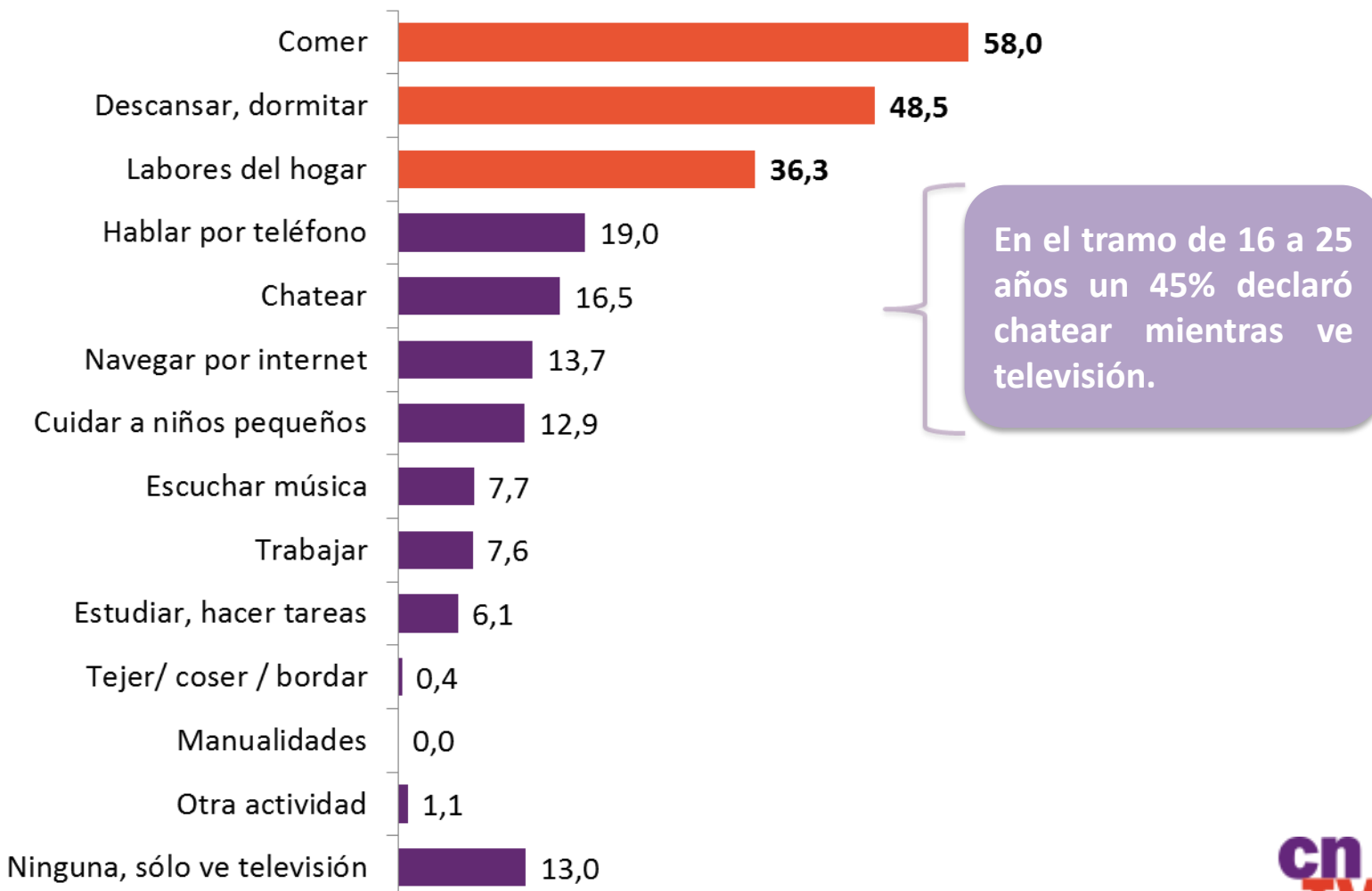
## ACTIVIDADES MIENTRAS VE TELEVISIÓN

Departamento de Estudios

Total Muestra: 5.479

### ¿Cuáles de estas actividades realiza usted mientras ve televisión?

Porcentaje de "sí". Alternativas no excluyentes



# CONSUMO DE TELEVISIÓN

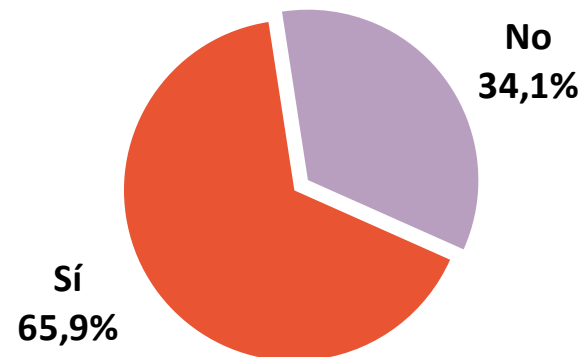
## CONSUMO DE TELEVISIÓN EN FAMILIA

Departamento de Estudios

Total muestra: 5.479

### ¿Suele ver programas, series o películas en familia?

Porcentaje de "sí", general (torta) y por segmentos (barras)



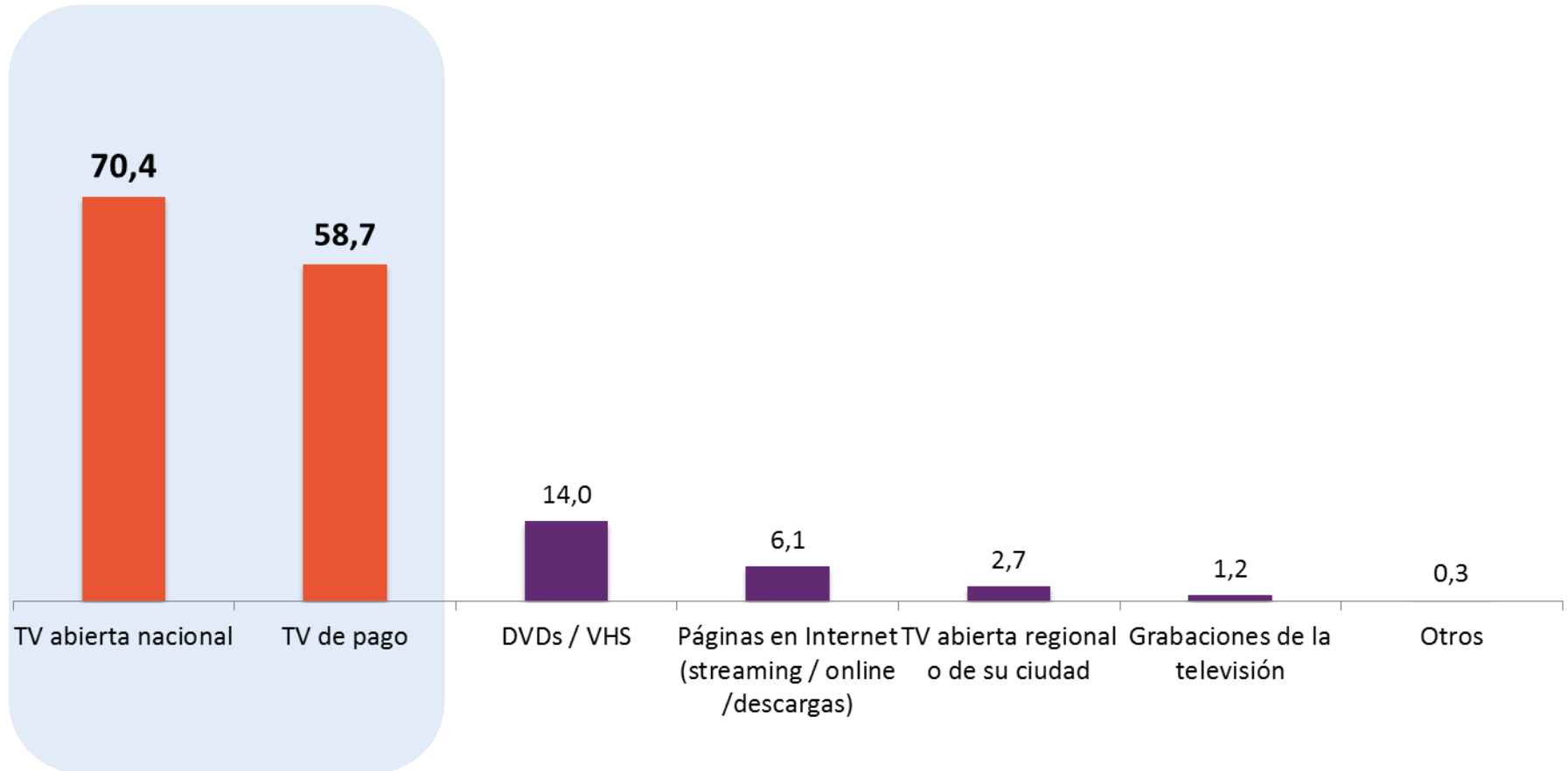
# CONSUMO DE TELEVISIÓN

## MEDIOS DE CONSUMO DE TELEVISIÓN EN FAMILIA

Base: quienes suelen ver programas, series o películas en familia = 65,9% (3.611)

### ¿A través de qué medios ve programas, series o películas en familia?

Porcentaje de "sí". Alternativas no son mutuamente excluyentes.



# CONSUMO DE TELEVISIÓN

Departamento de Estudios

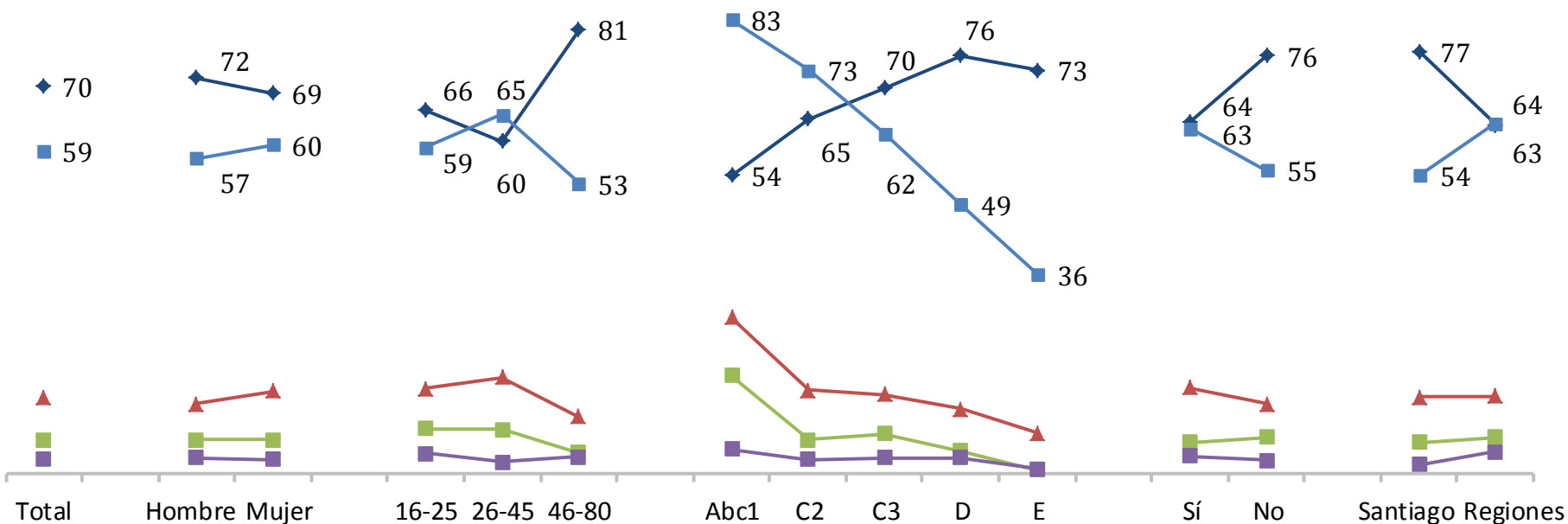
## MEDIOS DE CONSUMO DE TELEVISIÓN EN FAMILIA POR SEGMENTO

Base: quienes suelen ver programas, series o películas en familia = 65,9% (3.611)

### Medios a través de los que ve programas, series o películas en familia por segmento

Porcentaje de "sí". Alternativas no son mutuamente excluyentes.

◆ TV abierta nacional  
 ■ TV de pago  
 ▲ DVDs / VHS  
 ■ Páginas en Internet  
 ■ TV abierta regional o de su ciudad



[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# TELEVISIÓN Y CONVERGENCIA

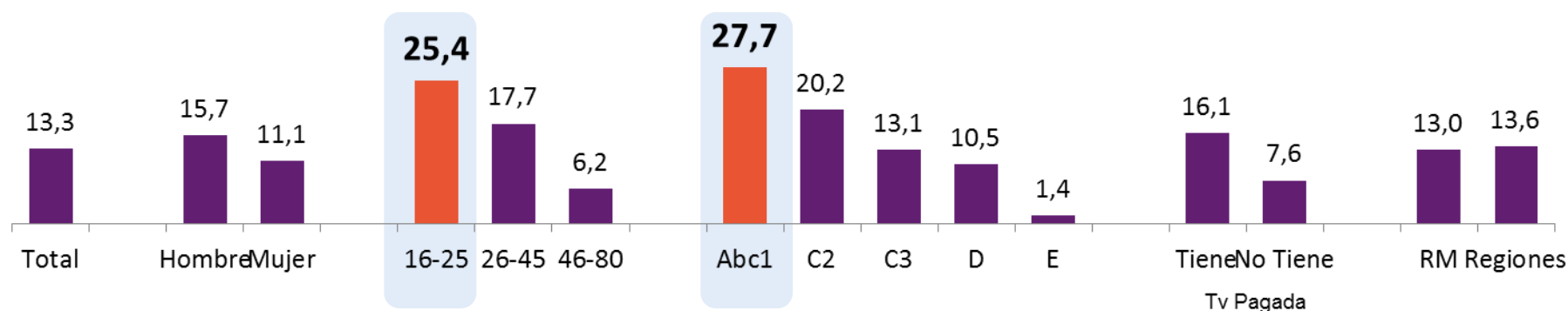
- Los adolescentes y jóvenes son quienes en mayor medida prefieren ver programas de televisión a través de la web. Esta actividad es más frecuente en los niveles socioeconómicos altos.
- Los contenidos predilectos de quienes consumen online son películas y series extranjeras, aunque también eligen programas nacionales.
- Motivaciones principales para descargar material audiovisual por Internet: flexibilidad de tiempo y definición de su propio menú televisivo.
- Entre los jóvenes, en la medida en que tienen acceso, surge la "televisión social": usan redes sociales para comentar, elegir y recomendar programas de televisión.
- Los jóvenes del segmento ABC1 son consumidores activos, definen su propia dieta de consumo audiovisual a través de internet. Además, comparten en la red material audiovisual creado por ellos.

## CONSUMO AUDIOVISUAL POR INTERNET SEGÚN SEGMENTO

Base: quienes ven televisión, series o películas en páginas de internet= 13,3% (729)

Porcentaje por segmentos

### Consumo audiovisual por Internet según segmento

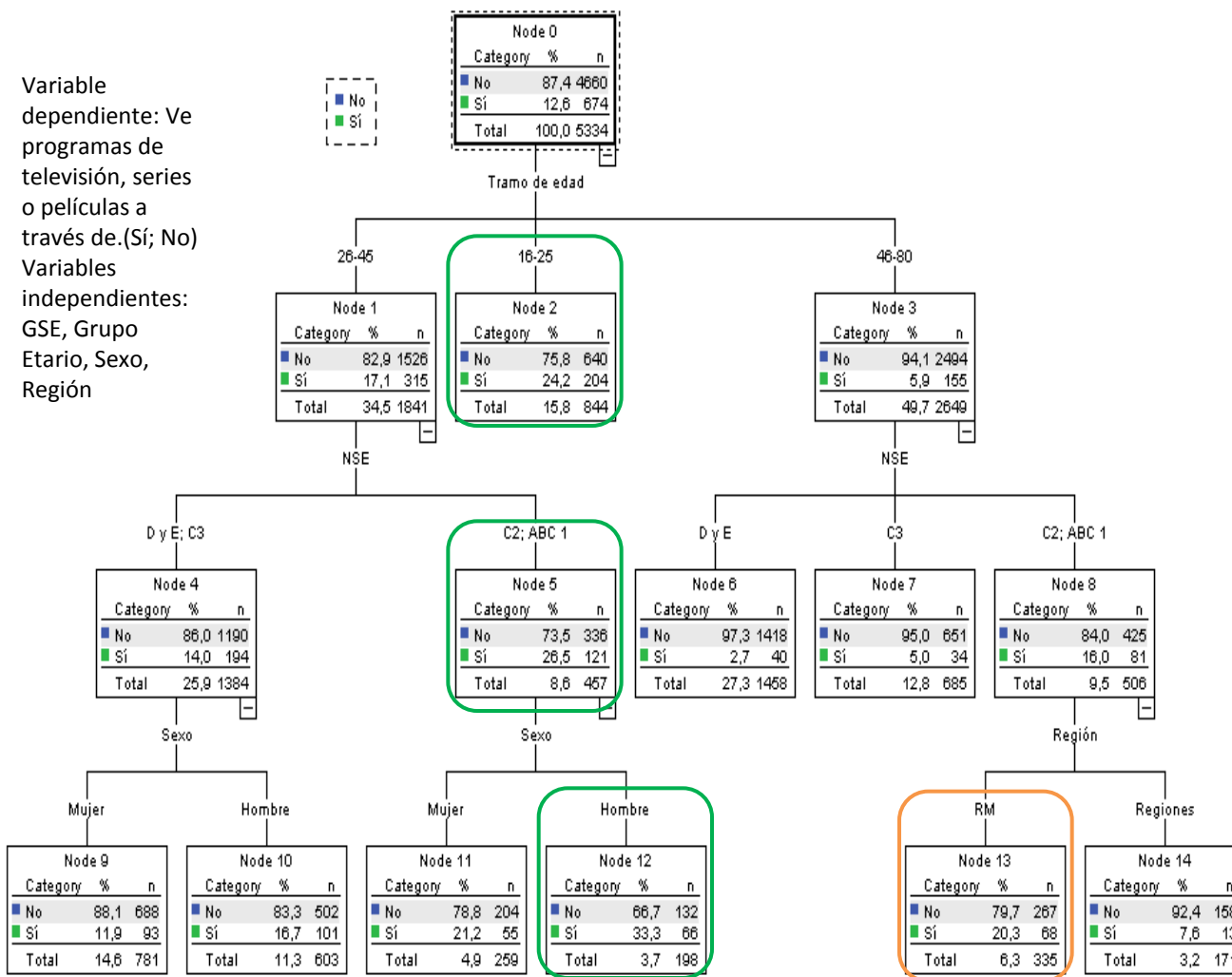


# TELEVISIÓN Y CONVERGENCIA

## CONSUMO AUDIOVISUAL POR INTERNET: PRINCIPALES PREDICTORES

Total Muestra: 5.479

Variable dependiente: Ve programas de televisión, series o películas a través de. (Sí; No)  
 Variables independientes: GSE, Grupo Etario, Sexo, Región



✓ El mejor predictor de ver contenido audiovisual por Internet es el grupo etario, siendo mayor el porcentaje en el segmento de 16 a 25 años.

✓ En el grupo de 26 a 45 años, el NSE es lo que más discrimina, siendo proporcionalmente mayor en los NSE de mayor ingreso, y en los hombres de este segmento.

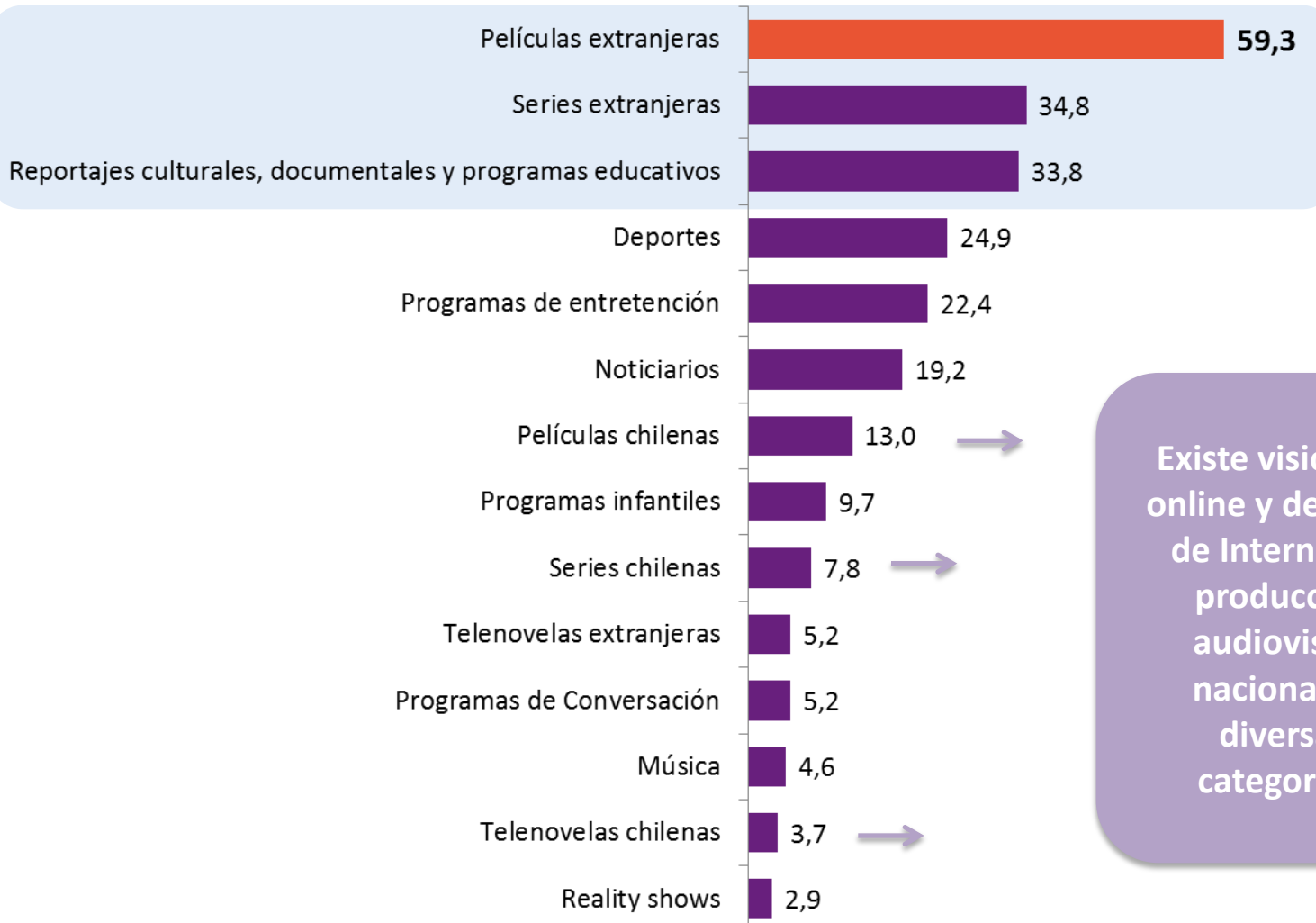
✓ Aún cuando el grupo de 46 a 80 años tiene una baja declaración, el segmento de RM, ABC1 y C2 de este cohorte está por sobre el promedio.

# TELEVISIÓN Y CONVERGENCIA

## CONTENIDOS QUE PREFIERE VER ONLINE O DESCARGAR

Base: quienes ven televisión, series o películas en páginas de internet= 13,3% (729)

Porcentaje de menciones. Alternativas no excluyentes.



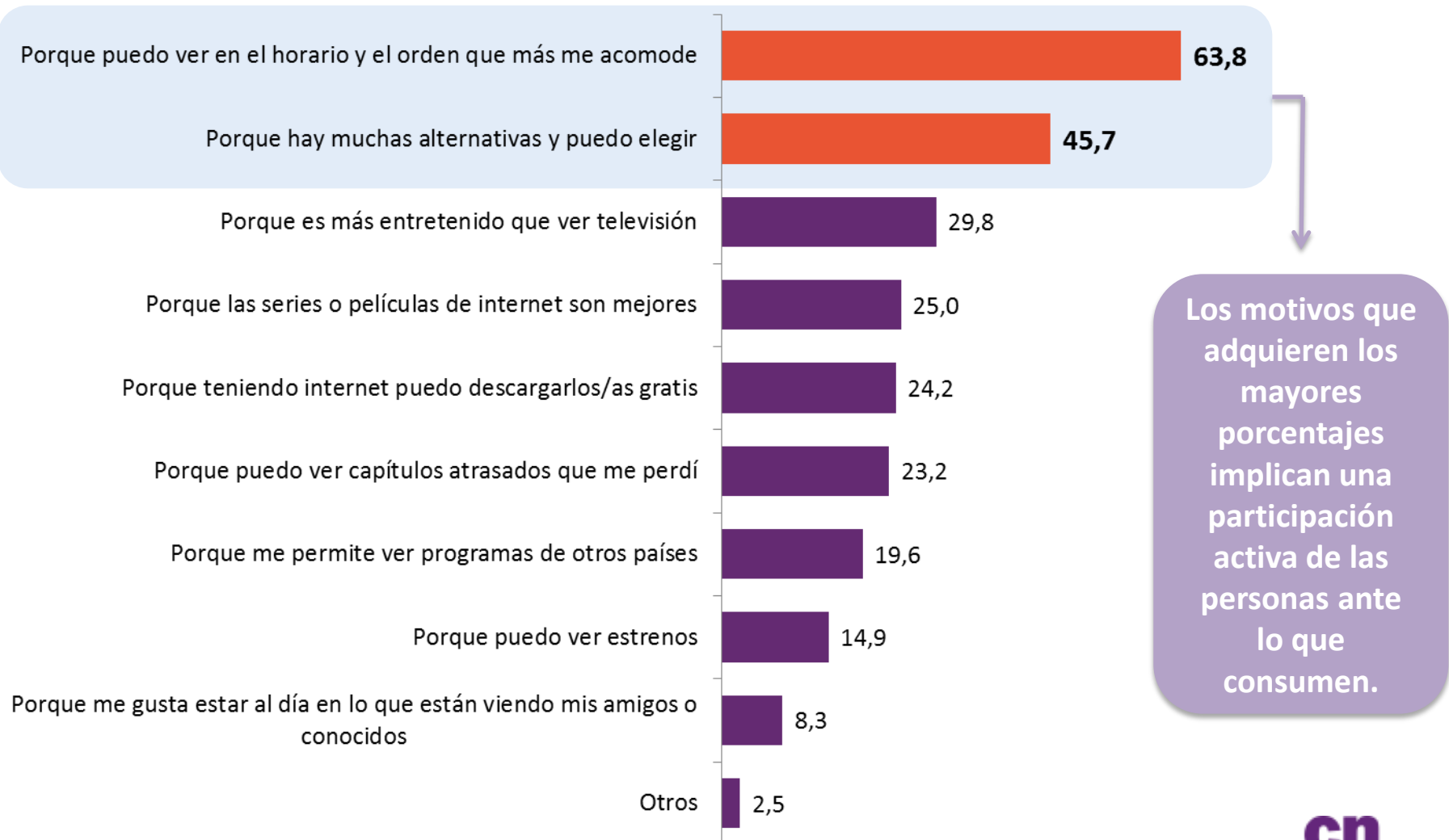
Existe visionado online y descarga de Internet de producción audiovisual nacional en diversas categorías.

# TELEVISIÓN Y CONVERGENCIA

## MOTIVOS POR LOS QUE PREFIERE VER ONLINE O DESCARGAR

Base: quienes ven televisión, series o películas en páginas de internet = 13,3% (729)

Porcentaje de menciones. Alternativas no excluyentes.



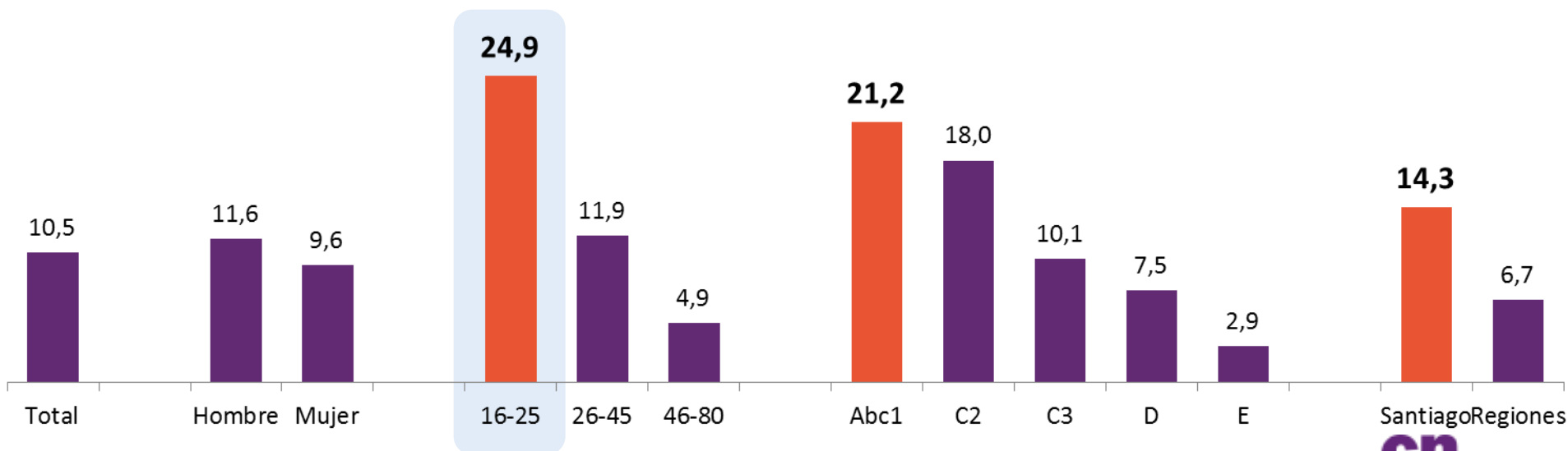
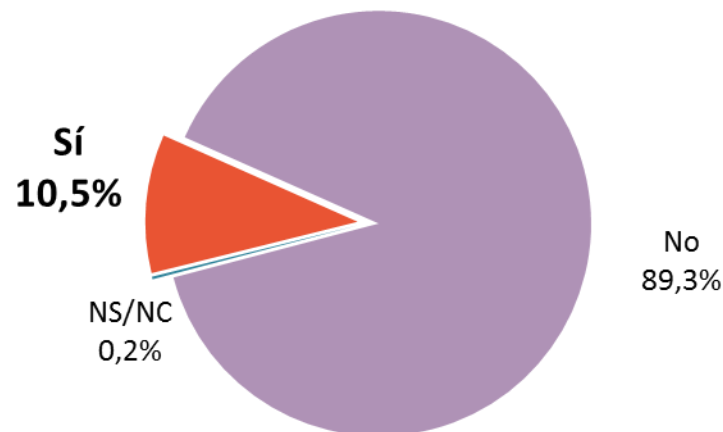
# TELEVISIÓN Y CONVERGENCIA

## CREACIÓN DE MATERIAL AUDIOVISUAL PROPIO

Total muestra: 5.479

¿Ha subido a internet algún contenido audiovisual hecho por usted, por ejemplo: película, documental o cortometraje, programa de televisión propio, charlas, campañas, **para uso masivo** en algún plataforma de Internet?

Porcentaje, general (torta) y por segmentos (barras)



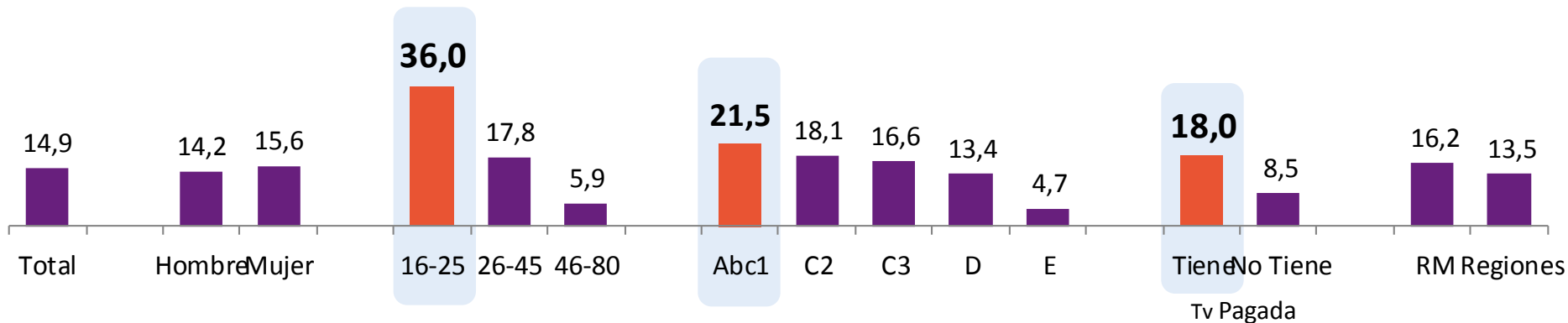
# TELEVISIÓN Y CONVERGENCIA

## ACTIVIDADES DE INTERNET ASOCIADAS A LA TELEVISIÓN

Total muestra: 5.479

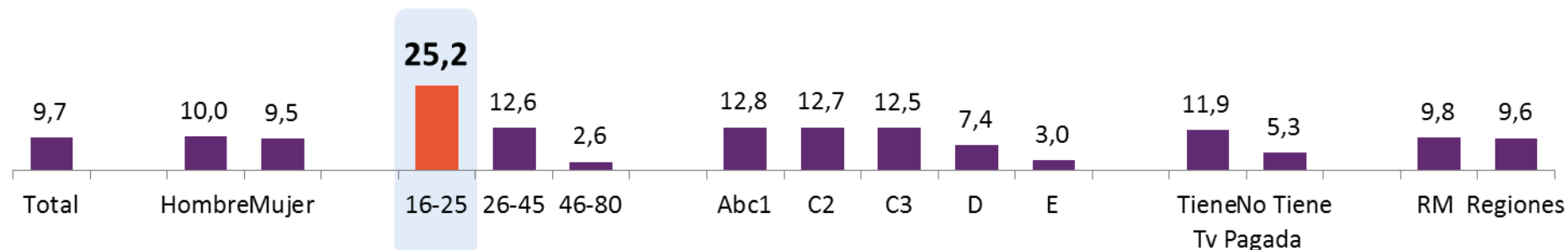
### Comenta en redes sociales lo que ha visto en TV

Porcentaje de "sí" por segmentos



### Ver los programas de TV, series o películas que recomiendan mis contactos en las redes sociales

Porcentaje de "sí" por segmentos

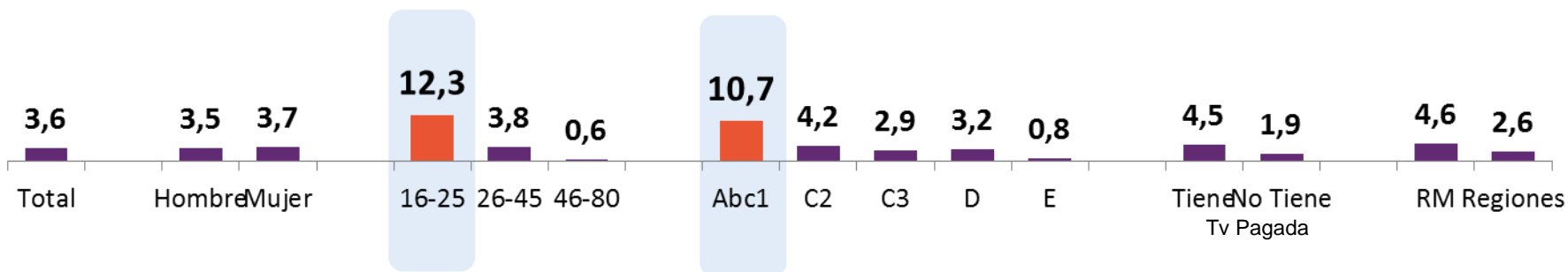


## ACTIVIDADES DE INTERNET ASOCIADAS A LA TELEVISIÓN

Total muestra: 5.479

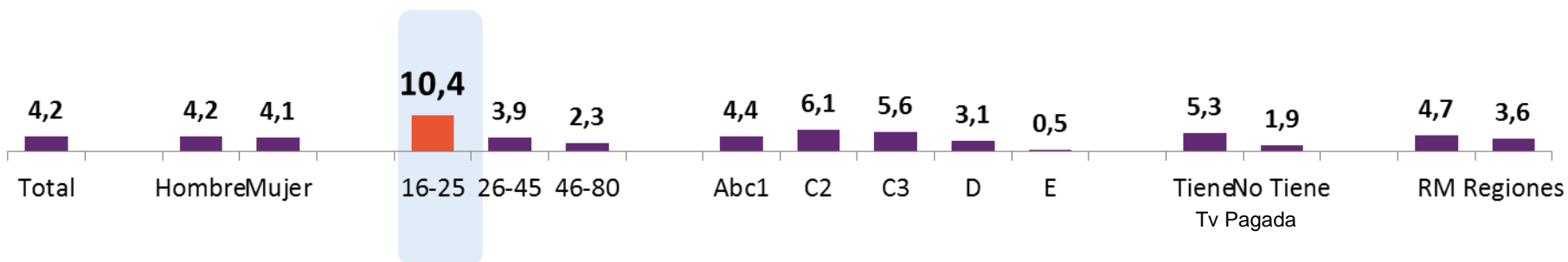
### Utiliza hashtag/etiquetas (#) de algún programa o canal de TV.

Porcentaje de "sí" por segmentos



### Compartir o subir un programa de TV, o parte, a alguna plataforma de Internet

Porcentaje de "sí" por segmentos

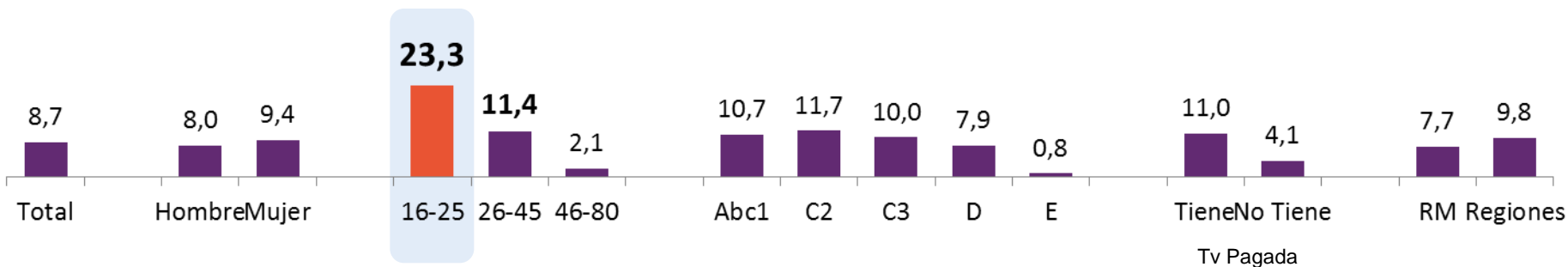


## ACTIVIDADES DE INTERNET ASOCIADAS A LA TELEVISIÓN

Total muestra: 5.479

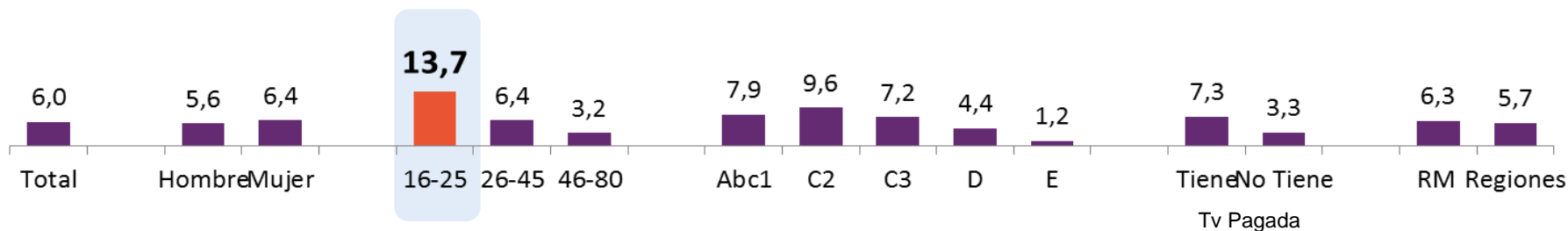
### Chatear sobre lo que está viendo en TV (Gtalk, Whatsapp, etc.)

Porcentaje de "sí" por segmentos



### Visitar alguna página web mencionada en TV

Porcentaje de "sí" por segmentos

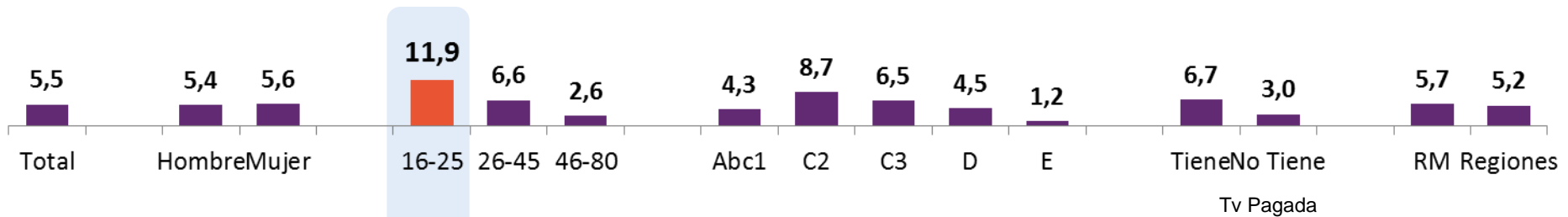


## ACTIVIDADES DE INTERNET ASOCIADAS A LA TELEVISIÓN

Total muestra: 5.479

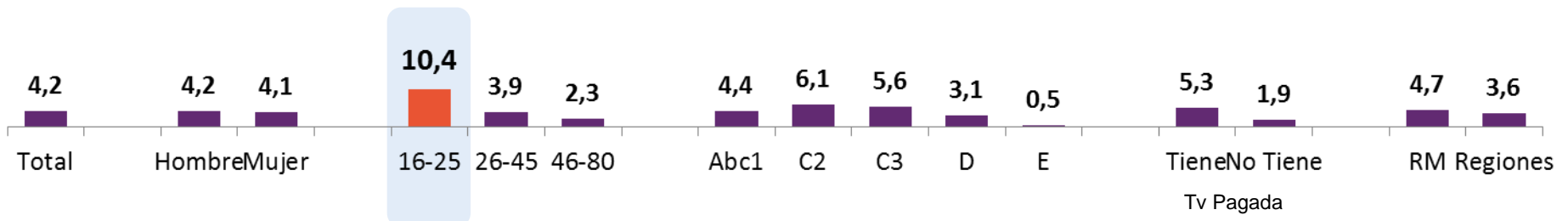
### Buscar información sobre lo que está viendo en TV

Porcentaje de "sí" por segmentos



### Publicar en redes sociales comentarios, videos o fotos sobre lo que está viendo en TV

Porcentaje de "sí" por segmentos



[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

# PRINCIPALES RESULTADOS

## EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

- En general, el nivel de satisfacción con la televisión abierta es bajo . Sin embargo, al estudiar atributos específicos, existe un equilibrio entre opiniones positivas y negativas.
- La televisión abierta nacional continúa siendo el principal medio de información para las personas.
- Los grupos socioeconómicos altos y medios son más críticos con la televisión abierta, mientras que los segmentos con menores ingresos manifiestan mayor satisfacción.
- Las personas expresan que la televisión abierta informa, acompaña y entretiene, en menor medida piensan que educa.
- Transversalmente se considera que los grupos sociales que detentan poder o fama son altamente influyentes en la televisión abierta. Se expresa, también, que una amplia gama de actores aparecen poco en pantalla y que algunos de ellos son perjudicados.

# PRINCIPALES RESULTADOS

## EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

Departamento de Estudios

- Entre los actores desfavorecidos por la televisión se menciona a los pueblos indígenas, opinión que se ha mantenido constante a través de los años.
- En cuanto a la imagen de los canales, TVN alcanza el mayor reconocimiento en los distintos atributos medidos, sobre todo en “informa al país”, “es creíble” y “aporta cultura”.
- Los televidentes evalúan negativamente la programación infantil de la televisión abierta, lo que se podría explicar por la ausencia de oferta para este público.
- Al igual que en 2011, las audiencias demandan más contenidos culturales, educativos e infantiles.

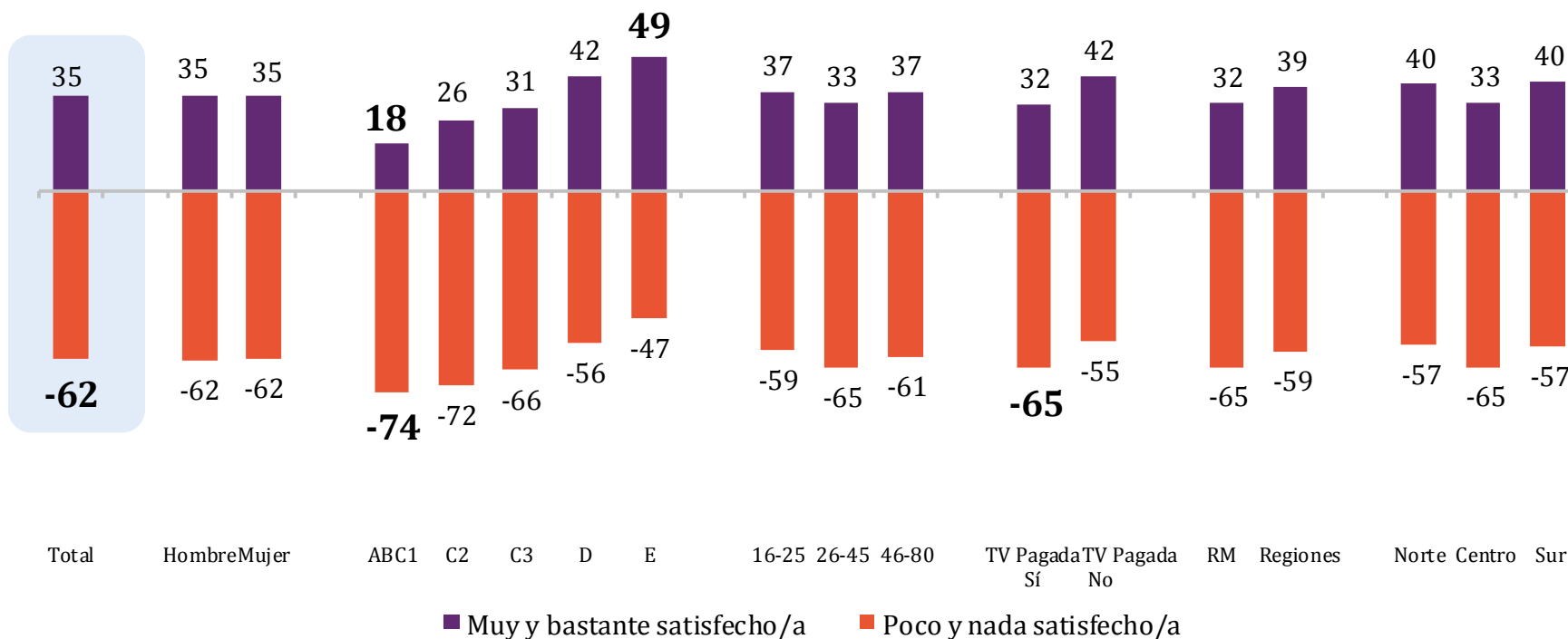
# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA

## NIVEL DE SATISFACCIÓN CON LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

Total muestra: 5.479

En general, ¿cuán **satisfecho/a** está usted con la televisión abierta chilena de cobertura nacional?

Porcentaje por segmentos



Comparativo	
2011	2014
33%	34%

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

Departamento de Estudios

## RAZONES DE SATISFACCIÓN (espontánea)

Base: muy satisfechos o satisfechos con la televisión abierta= 35,4% (1.940)

Porcentaje de menciones



# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

Departamento de Estudios

## RAZONES DE INSATISFACCIÓN (espontánea)

Base: muy insatisfechos o insatisfechos con la televisión abierta= 61,9% (3.539)

Porcentaje de menciones



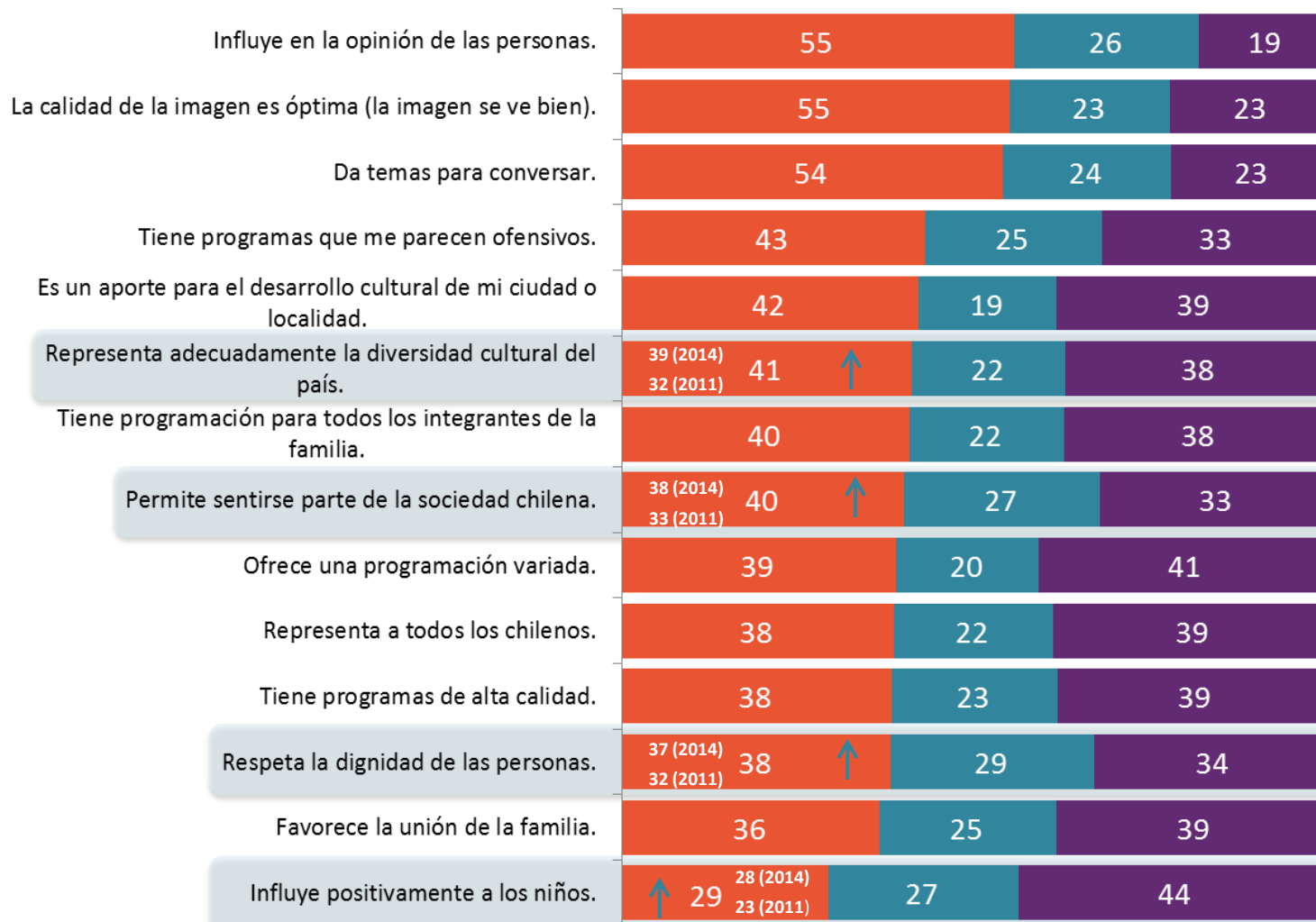
# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

Departamento de Estudios

## EVALUACIÓN DE ATRIBUTOS DE LA TELEVISIÓN ABIERTA

Total muestra: 5.479

■ Muy y algo de acuerdo    
 ■ Ni de acuerdo, ni en desacuerdo    
 ■ Muy y algo en Desacuerdo



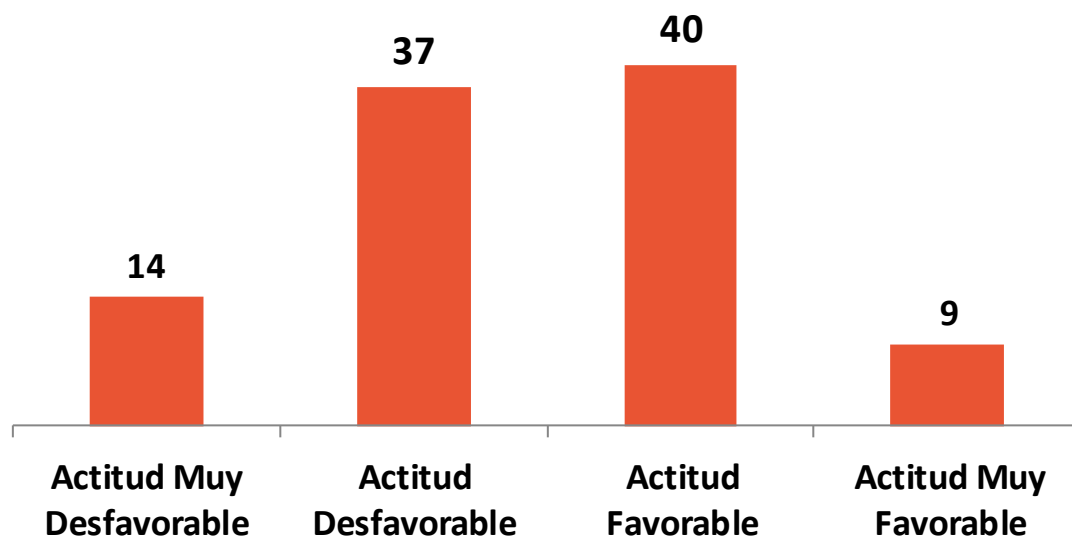
↑↓ = Diferencias Significativas

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

## ESCALA DE ACTITUD HACIA LA TELEVISIÓN ABIERTA

Total muestra: 5.479

**Escala de Actitud hacia la Televisión Abierta:** Valoración conjunta de diversos atributos



Alfa de Cronbach: 0,899

Al analizar conjuntamente la actitud hacia diversos atributos, se constata que no existe una actitud unívocamente negativa hacia la TV abierta.

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

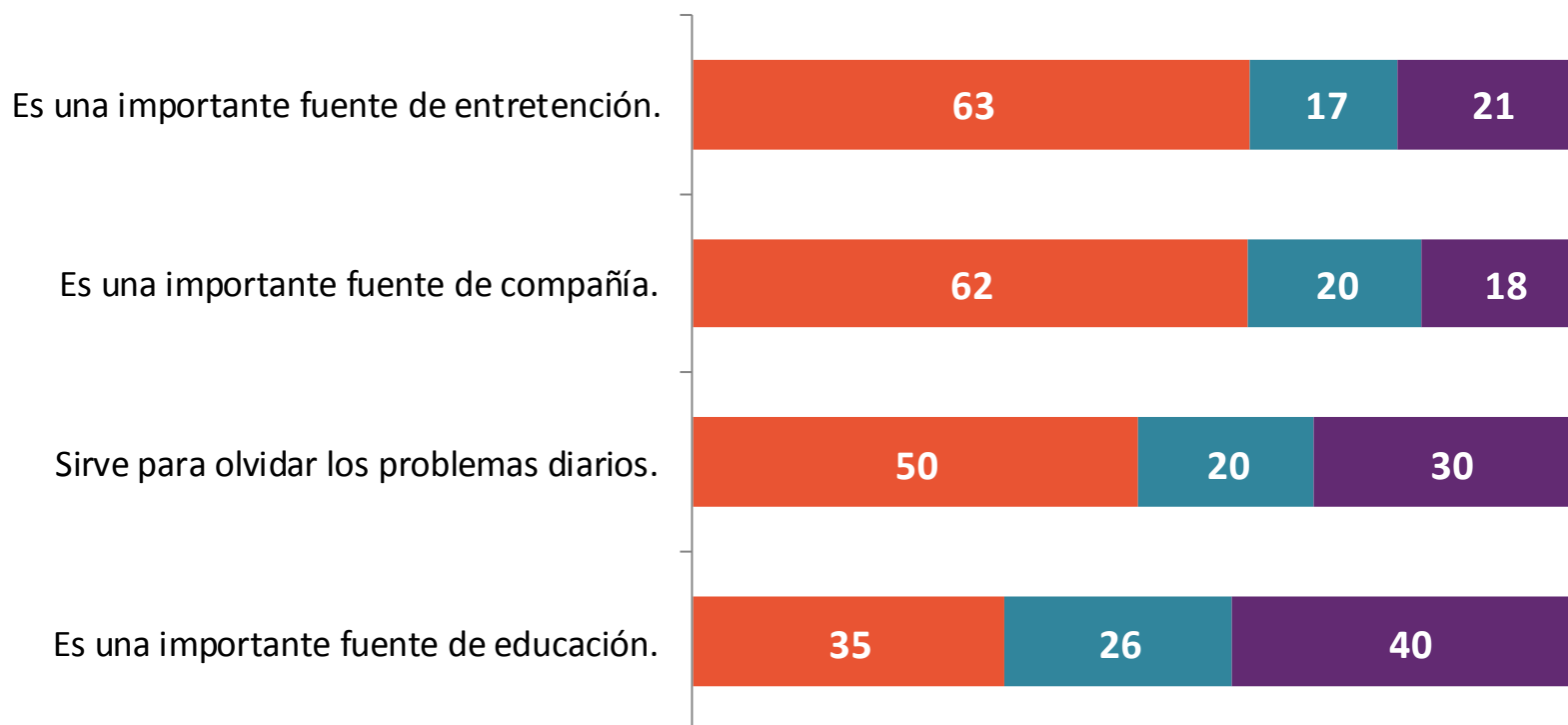
## EVALUACIÓN DE LAS FUNCIONES DE LA TELEVISIÓN ABIERTA

Departamento de Estudios

Total Muestra: 5.479

Pensando en las funciones de la televisión abierta nacional, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

■ Algo y muy de acuerdo    ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo    ■ Algo y muy en desacuerdo



# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

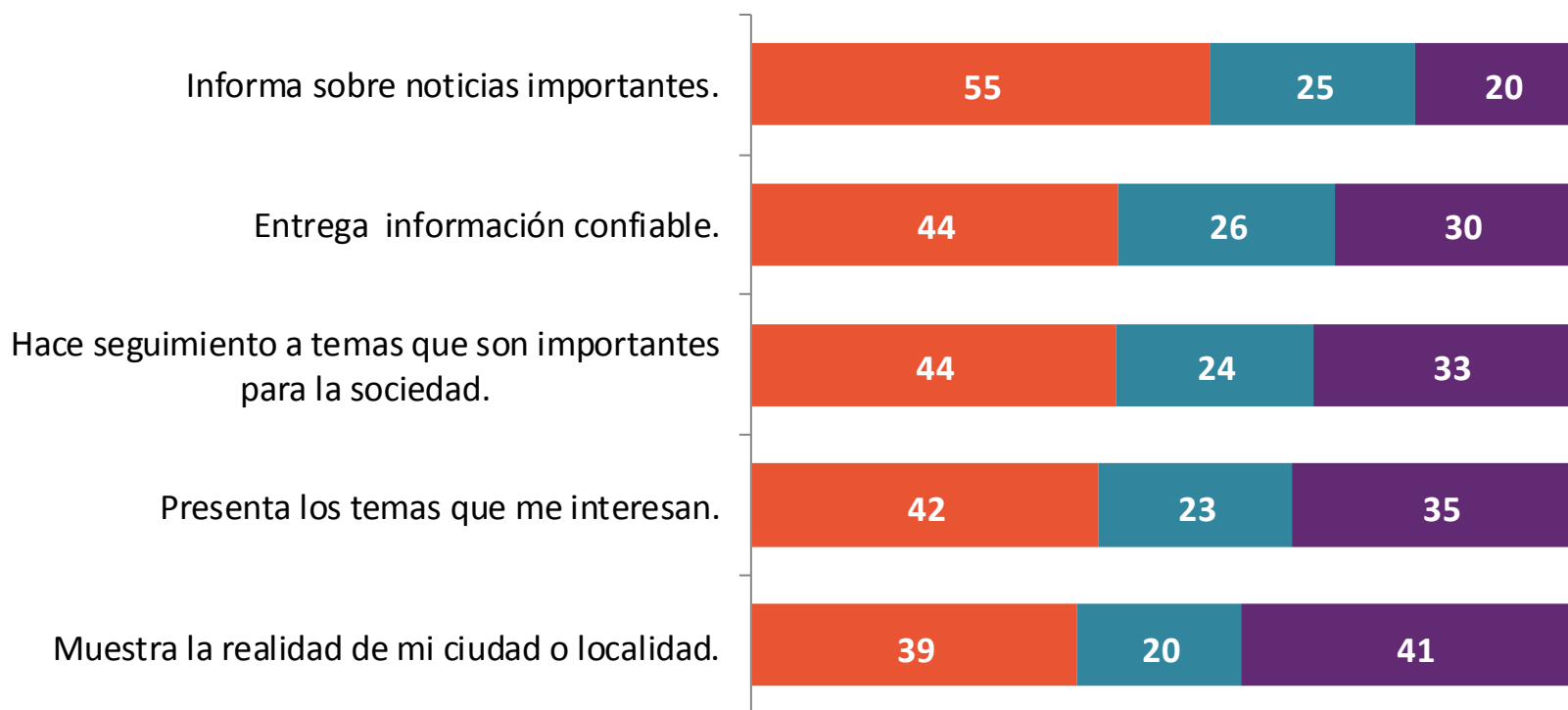
## EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA

Departamento de Estudios

Total Muestra:5.479

Pensando en la información de la televisión abierta nacional, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

■ Algo y muy de acuerdo   ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo   ■ Algo y muy en desacuerdo

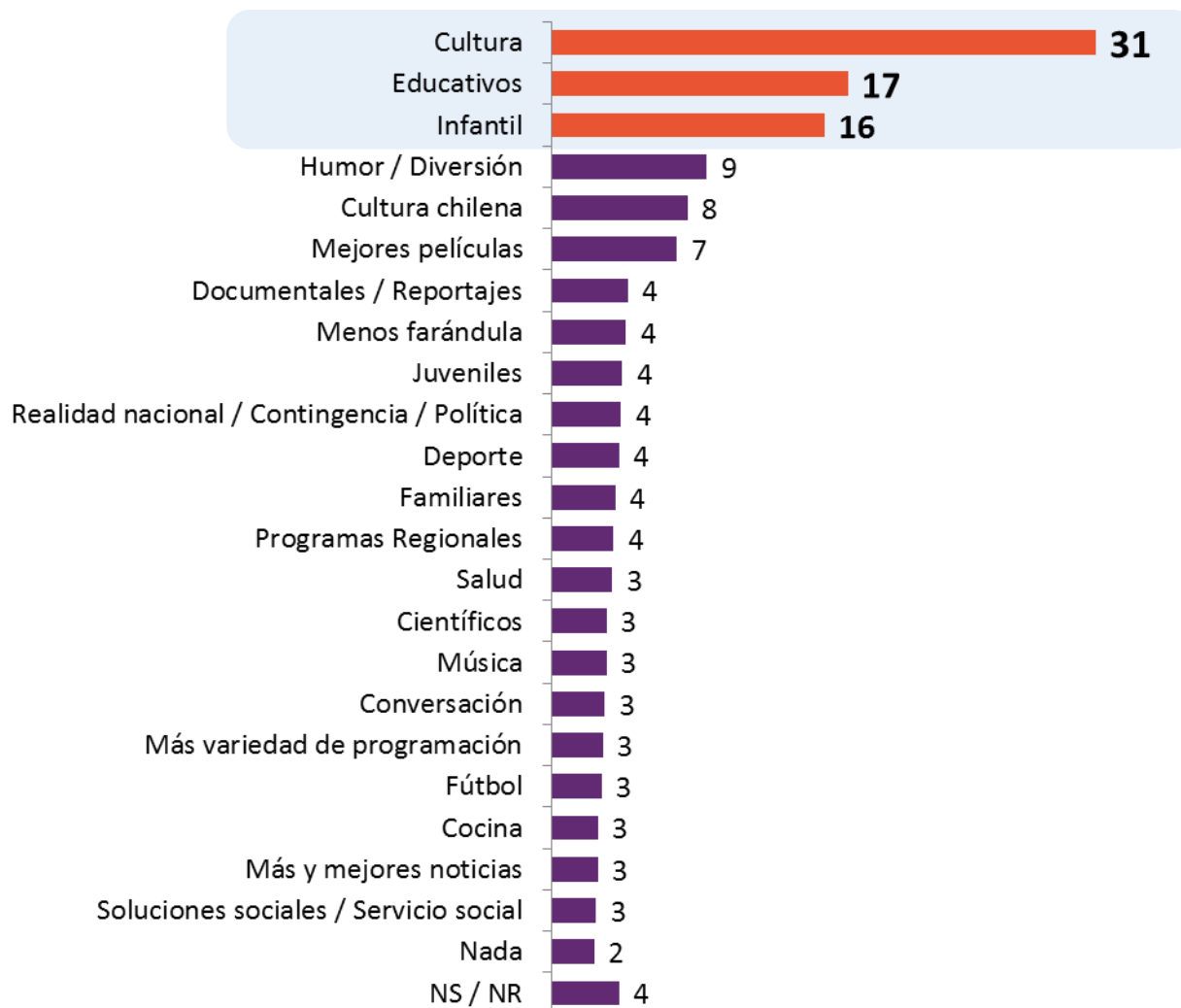


## EXPECTATIVAS DE PROGRAMACIÓN (espontánea)

Total muestra: 5.479

Si usted pudiera pedir a la TV abierta que pusiera algún programa o tema, ¿qué les pediría?

Porcentaje de menciones

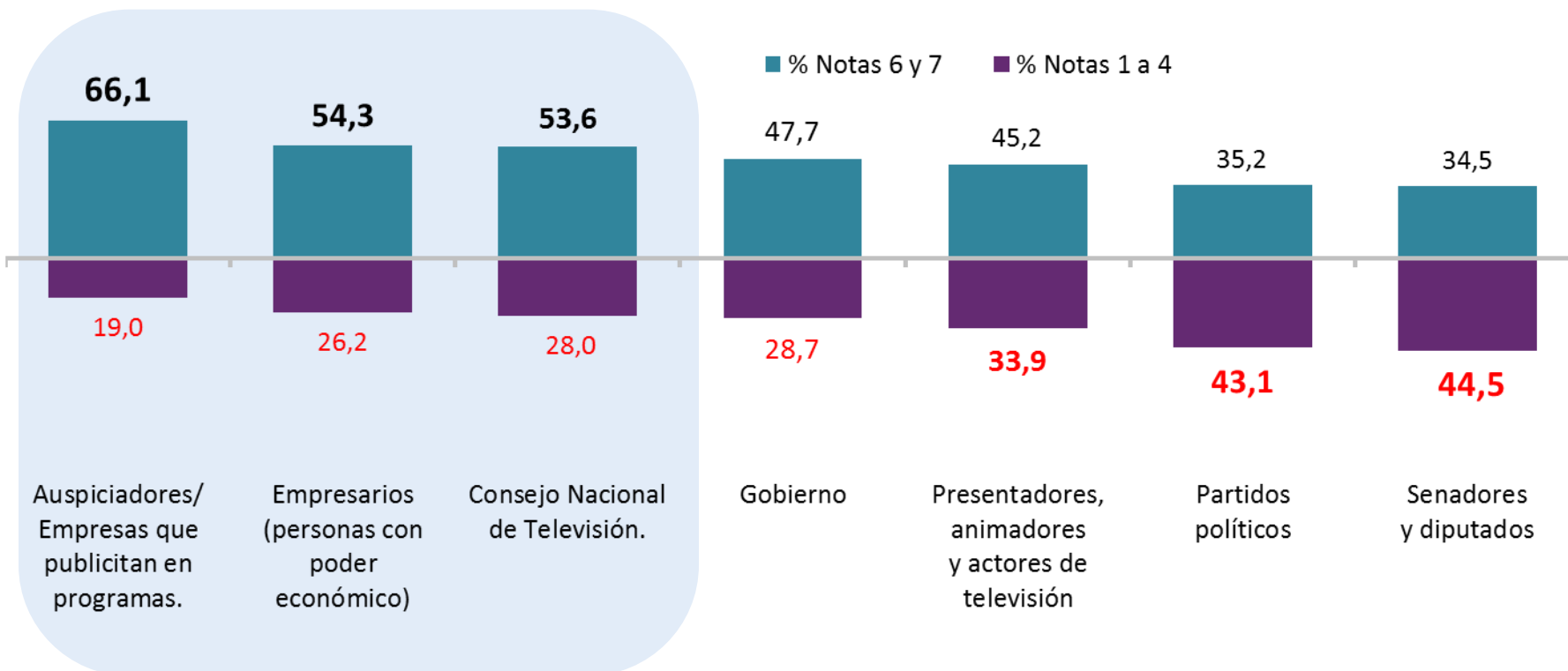


## INFLUENCIA DE ACTORES

Total muestra: 5.479

Porcentaje de acuerdo. 7 es muy influyente, 1 es nada influyente.

### LOS 7 MÁS INFLUYENTES



	2011	2014
Auspiciadores / empresas que publicitan	71%	66% ↓
Empresarios	63%	54% ↓

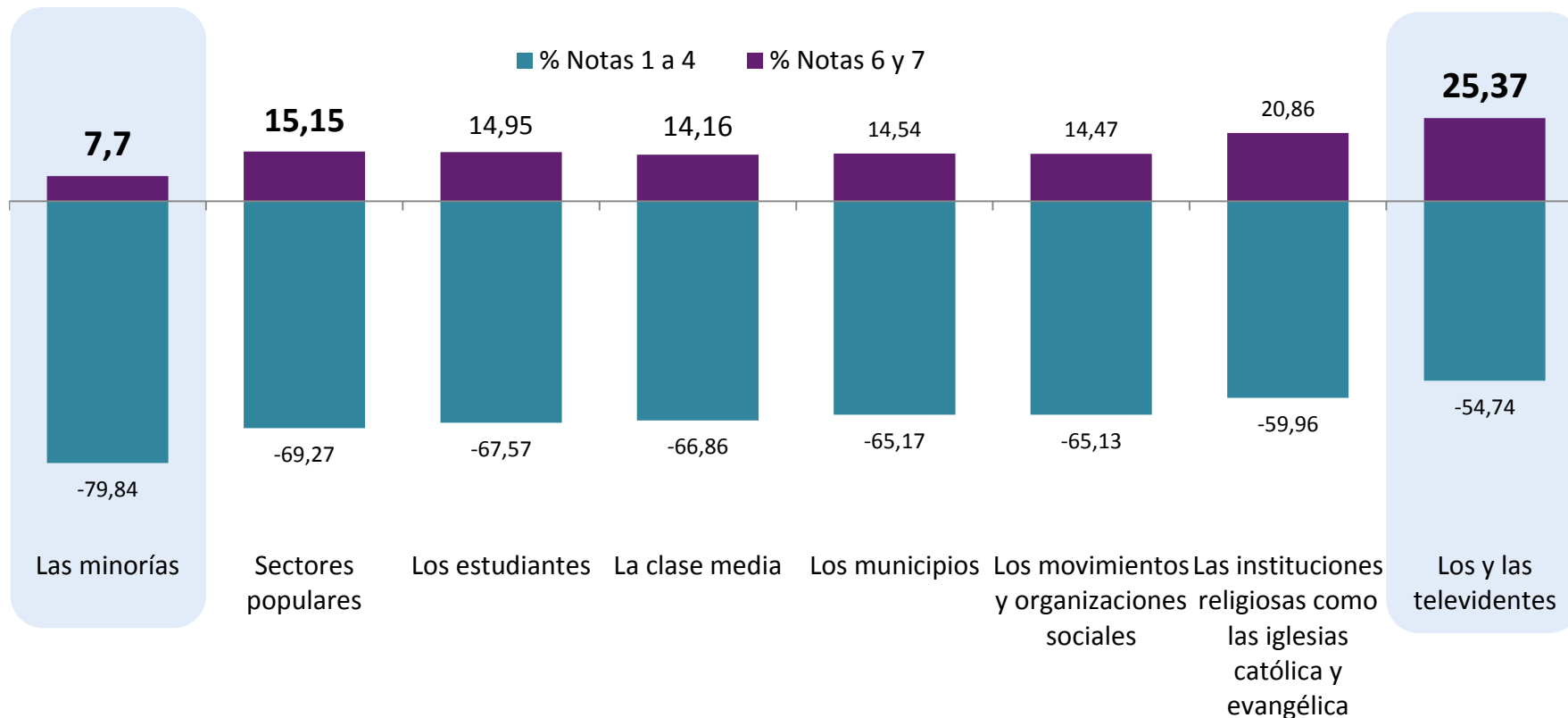
↓ ↑ = Diferencias significativas

## INFLUENCIA DE ACTORES

Total muestra: 5.479

Porcentaje de acuerdo. 7 es muy influyente, 1 es nada influyente.

### LOS 8 MENOS INFLUYENTES



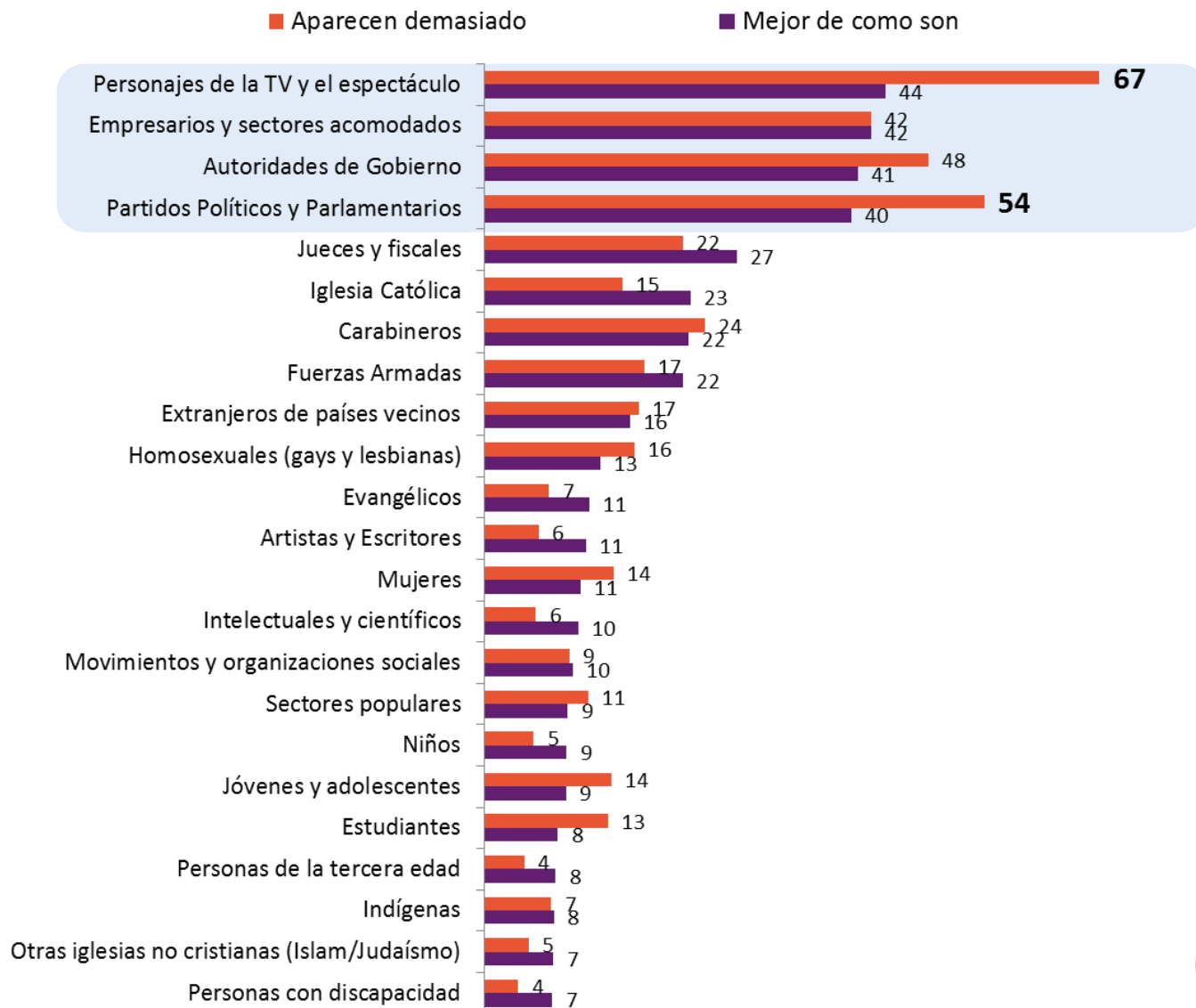
# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

Departamento de Estudios

## ACTORES QUE APARECEN DEMASIADO Y SE PERCIBEN COMO FAVORECIDOS

Total muestra: 5.479

Porcentaje



## ACTORES QUE APARECEN FAVORECIDOS

Total muestra: 5.479

### Evolución Histórica

#### Principales actores sociales que aparecen favorecidos en TV

Bases: ENTV 2005, 2770 casos; ENTV 2008, 5008 casos, ENTV 2011, 5047 casos  
(%)

Actores	2005	2008	2011	2014
Personajes de la TV y el espectáculo	47%	39%	53%	44%
Partidos Políticos y Parlamentarios	56%	53%	50%	40%
Autoridades de Gobierno	42%	45%	49%	41%
Empresarios y sectores acomodados	35%	31%	31%	42%

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

## ACTORES QUE APARECEN POCO Y SE PERCIBEN COMO PERJUDICADOS

Total muestra: 5.479

Porcentaje



## ACTORES QUE APARECEN PERJUDICADOS

Total muestra: 5.479

### Evolución Histórica

#### Principales actores sociales que aparecen perjudicados en TV

Bases: ENTV 2005, 2770 casos; ENTV 2008, 5008 casos, ENTV 2011, 5047 casos  
(%)

Actores	2005	2008	2011	2014
Indígenas	34%	30%	31%	40%
Personas de la tercera edad	33%	20%	29%	15%
Jóvenes y adolescentes	23%	22%	27%	26%
Trabajadores y sectores populares	25%	27%	26%	35%
Homosexuales	22%	22%	17%	30%

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

## IMAGEN DE LOS CANALES DE TELEVISIÓN ABIERTA

Departamento de Estudios

Total muestra: 5.479

Atributos	TVN	CHV	MEGA	C13	RED TV	UCV TV	Ninguno	NS / NR
Informa al país	50,6	41,1	32,4	34,4	12,6	7	4	1,3
Aporta cultura	43,3	22,3	19,6	32,2	4,7	2,4	11,5	3,1
Es creíble	38,2	32,3	28,1	24,8	8	3	10,7	2,3
Muestra temas que a las personas les interesan	36,2	31,3	26,1	26	7,8	2,6	3,2	12,3
Lo/a acompaña	35,3	31,4	34,8	24,9	8,3	1,9	7,4	1,7
Muestra la diversidad del país	35	26,4	22,1	24,1	6,9	2,3	15,3	4,2
Lo/a entretiene	32,7	31,1	35,1	23,5	7,8	1,9	8	1,3
Da espacio a todo tipo de opiniones	29,2	29,1	22	20	10,9	2,4	14,9	4,1
Tiene una oferta diversa de programas	29,1	26,6	24,7	23,2	6,8	1,8	18,5	4,2
Lo/a representa	29,0	25,7	23,4	19	6,3	1,8	21,8	2,5
Respeto la dignidad de las personas	28,9	23,6	19,1	22,8	6,4	2,1	21,7	6,6
Entrega información de manera independiente de intereses	28,1	26,6	20,8	20,2	7,8	3	20,6	6,3
Muestra programas innovadores	27,4	24,9	22	20,6	7,4	1,7	21,3	4,3
Tiene una buena oferta infantil	22,7	17	18,1	20,9	4,3	2,6	29	8
<b>Promedio</b>	33,3	27,8	24,9	24,0	7,6	2,6	14,9	4,4

 Atributos por sobre su promedio

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA

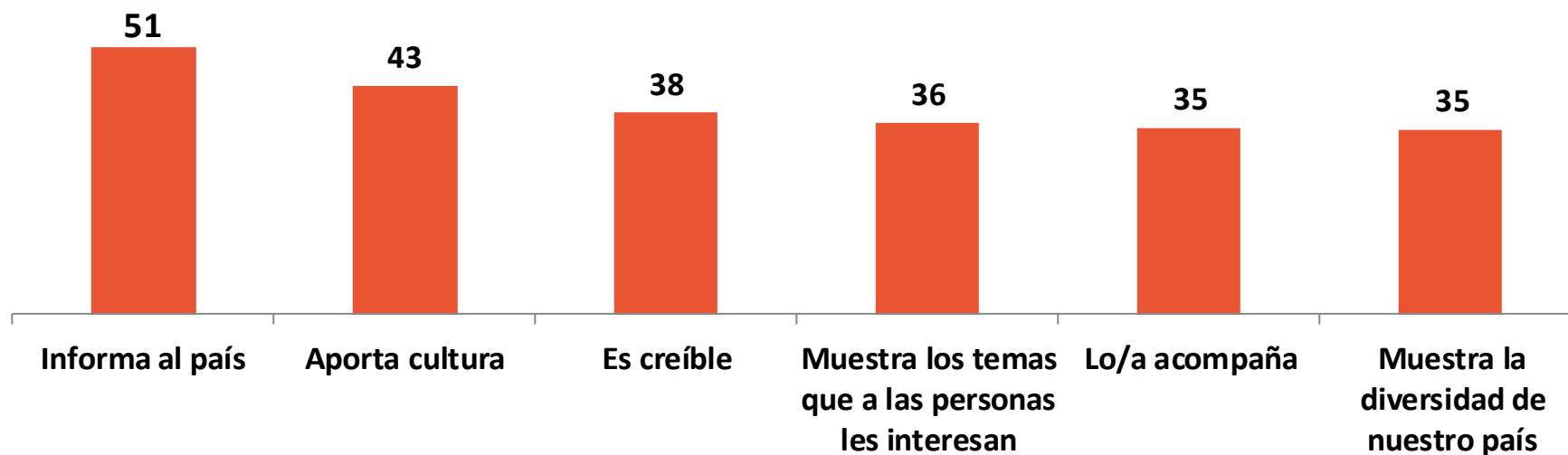
## EVALUACIÓN DE TELEVISIÓN NACIONAL

Departamento de Estudios

Total Muestra: 5.479

¿Con qué canal asocia las siguientes frases? Pregunta de respuesta múltiple

Atributos sobre su promedio (%)



Promedio: 33,3

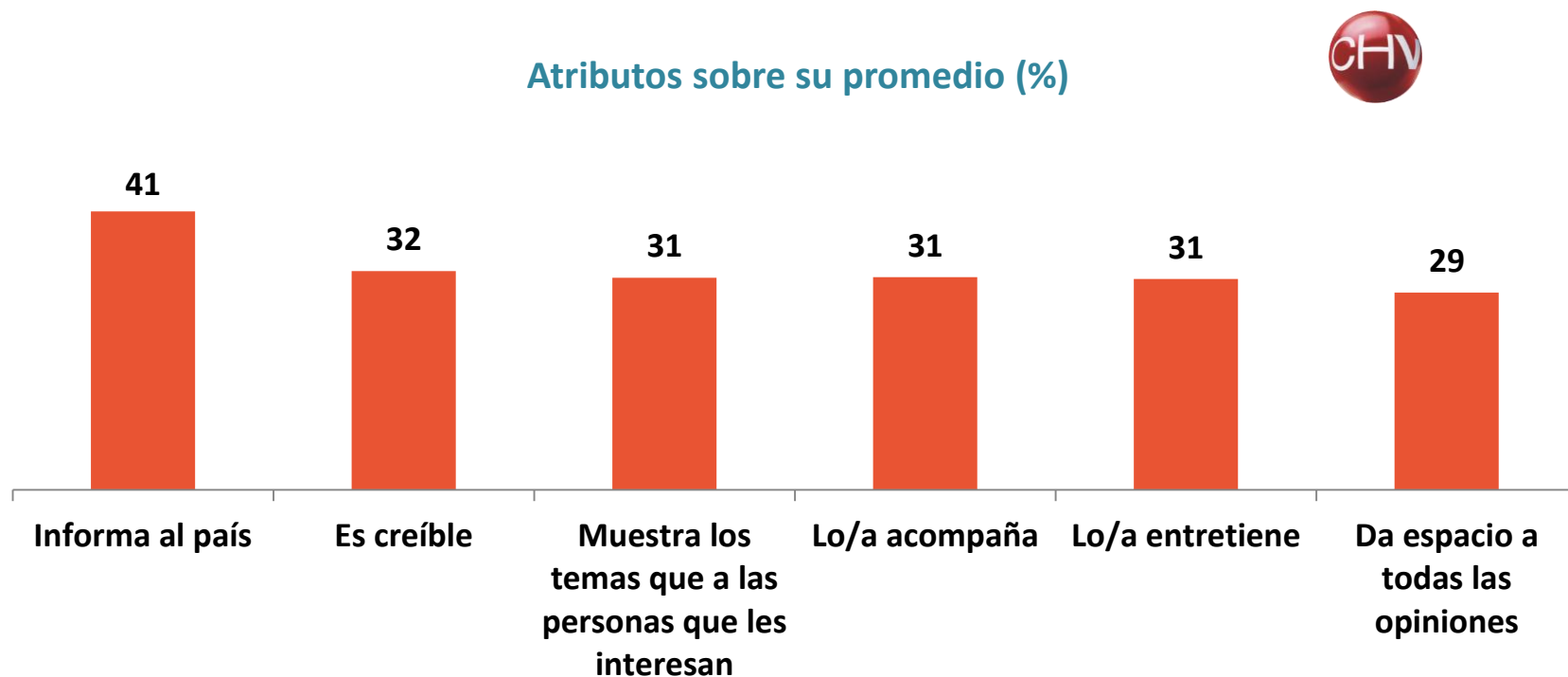
# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA

## EVALUACIÓN DE CHILEVISIÓN

Departamento de Estudios

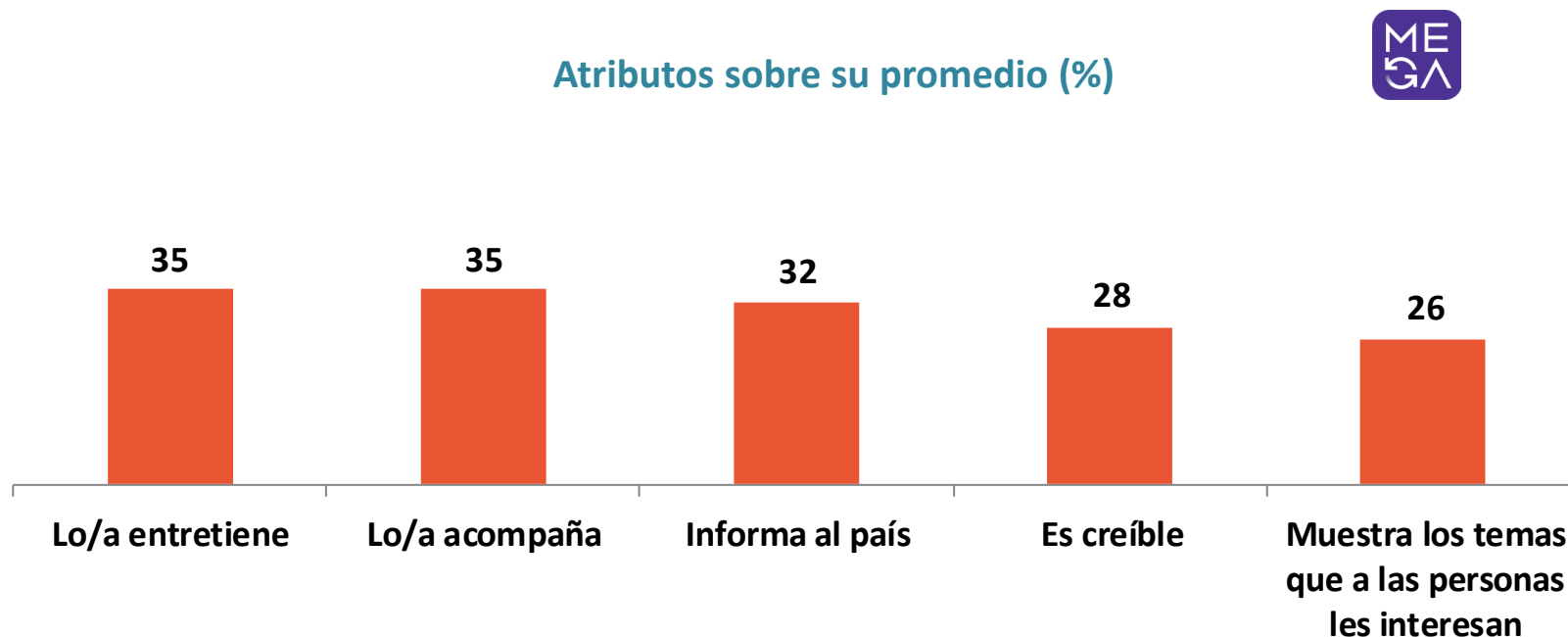
Total Muestra: 5.479

¿Con qué canal asocia las siguientes frases? Pregunta de respuesta múltiple



Promedio: 27,8

¿Con qué canal asocia las siguientes frases? Pregunta de respuesta múltiple

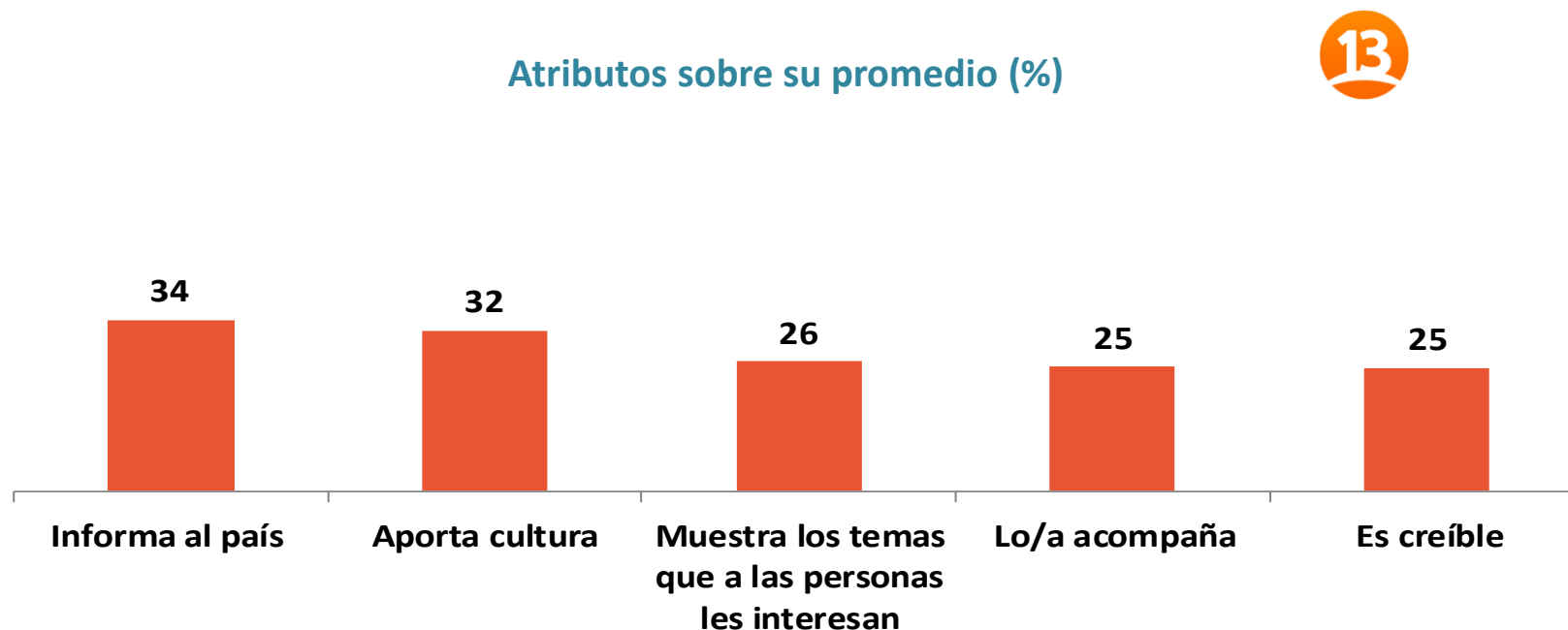


Promedio: 24,9

## EVALUACIÓN DE CANAL 13

Total Muestra: 5.479

¿Con qué canal asocia las siguientes frases? Pregunta de respuesta múltiple



Promedio: 24,0

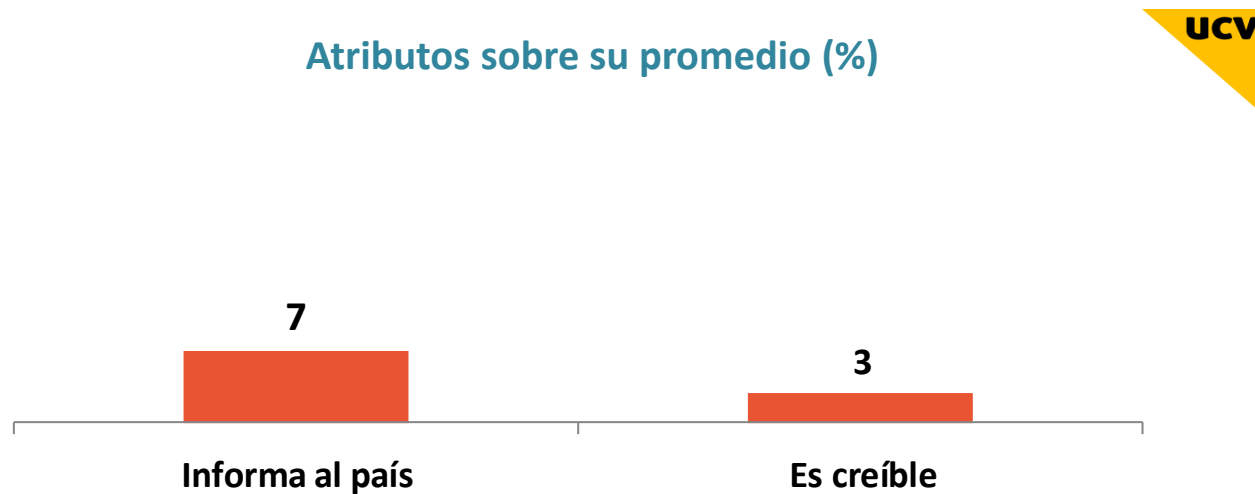
¿Con qué canal asocia las siguientes frases? Pregunta de respuesta múltiple

Atributos sobre su promedio (%)



Promedio: 7,6

¿Con qué canal asocia las siguientes frases? Pregunta de respuesta múltiple



Promedio: 2,6

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

## FINANCIACIÓN TELEVISIÓN NACIONAL

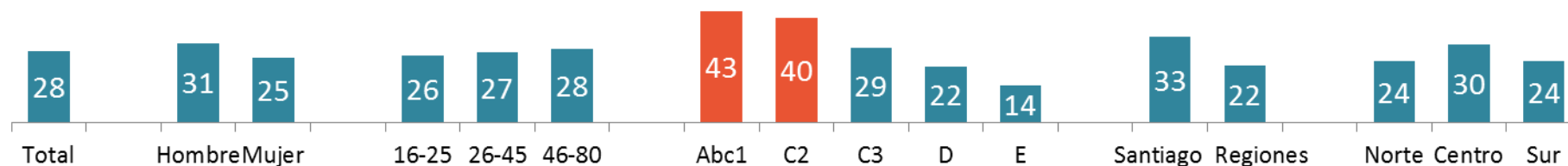
Departamento de Estudios

Total Muestra: 5.479

¿Sabía usted que Televisión Nacional (TVN), el canal público, no recibe dinero del Estado sino que se financia con publicidad, al igual que el resto de canales?



### % Sí por Segmentos



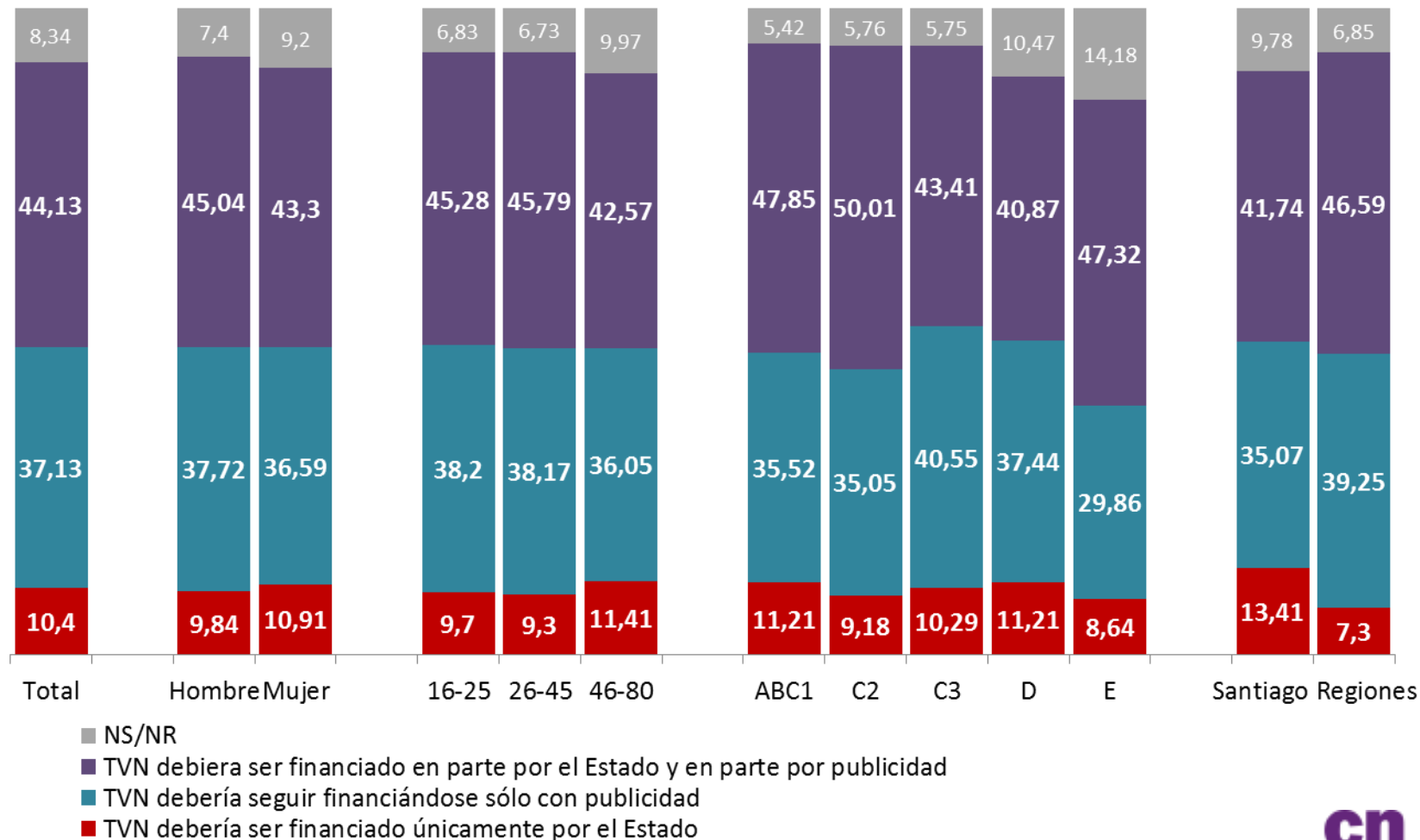
# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

## FINANCIACIÓN TELEVISIÓN NACIONAL

Departamento de Estudios

Total Muestra: 5.479

¿Con cuál de las siguientes alternativas respecto a la financiación de TVN usted estaría de acuerdo...?



# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

## EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

- La satisfacción con la televisión regional/local es mayor que en el año 2011.
- Motivos de satisfacción: muestra la realidad de las ciudades y localidades e informa adecuadamente.
- Razones de insatisfacción: programación poco interesante y entretenida, escasa variedad y mala calidad de la imagen.
- La valoración de la televisión regional/local es mayormente positiva al analizar la actitud hacia diversos atributos.

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

## CONOCIMIENTO DE LOS CANALES REGIONALES/LOCALES

Departamento de Estudios

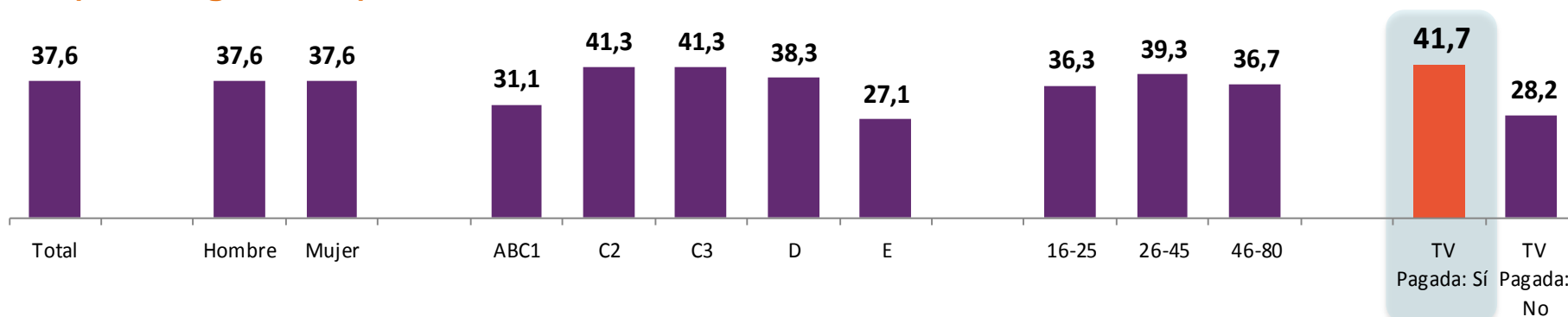
Base: Encuestados en Regiones (n:3909)

¿Conoce usted algún canal de televisión de su región, ciudad o localidad?

(No considera TVN regional ni UCV TV)



(%Sí Segmentos)



# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

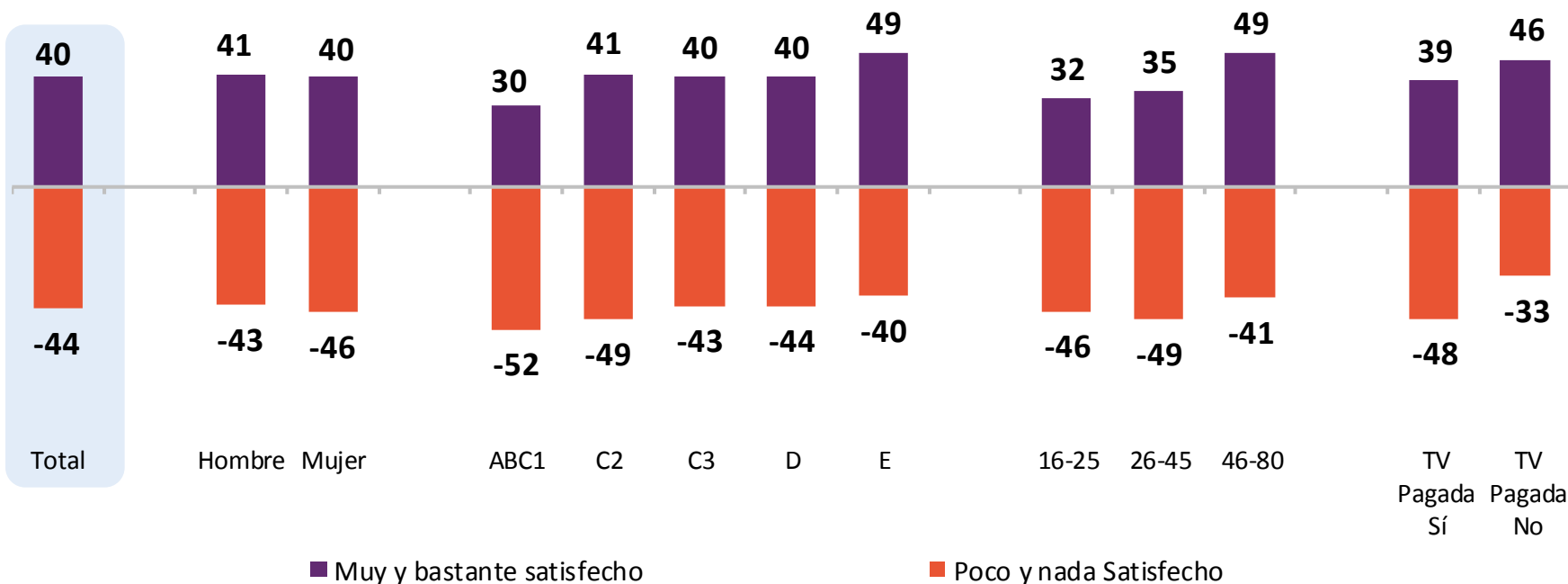
## SATISFACCIÓN CON LOS CANALES REGIONALES/LOCALES

Departamento de Estudios

Base: Encuestados en Regiones (n:3909)

En general, ¿cuán **satisfecho/a** está usted con la televisión de su ciudad/localidad?

Porcentaje por segmentos



Comparativo	
2011	2014
35	42 ↑

↑↓ = Diferencias Significativas

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

Departamento de Estudios

## RAZONES DE SATISFACCIÓN (espontánea)

Base: muy satisfechos o satisfechos con canales de región o ciudad= 596 (40%)

Porcentaje de menciones



# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

## RAZONES DE INSATISFACCIÓN (espontánea)

Base: muy insatisfechos o insatisfechos con canales de región o ciudad = 703 (44%)

Porcentaje de menciones



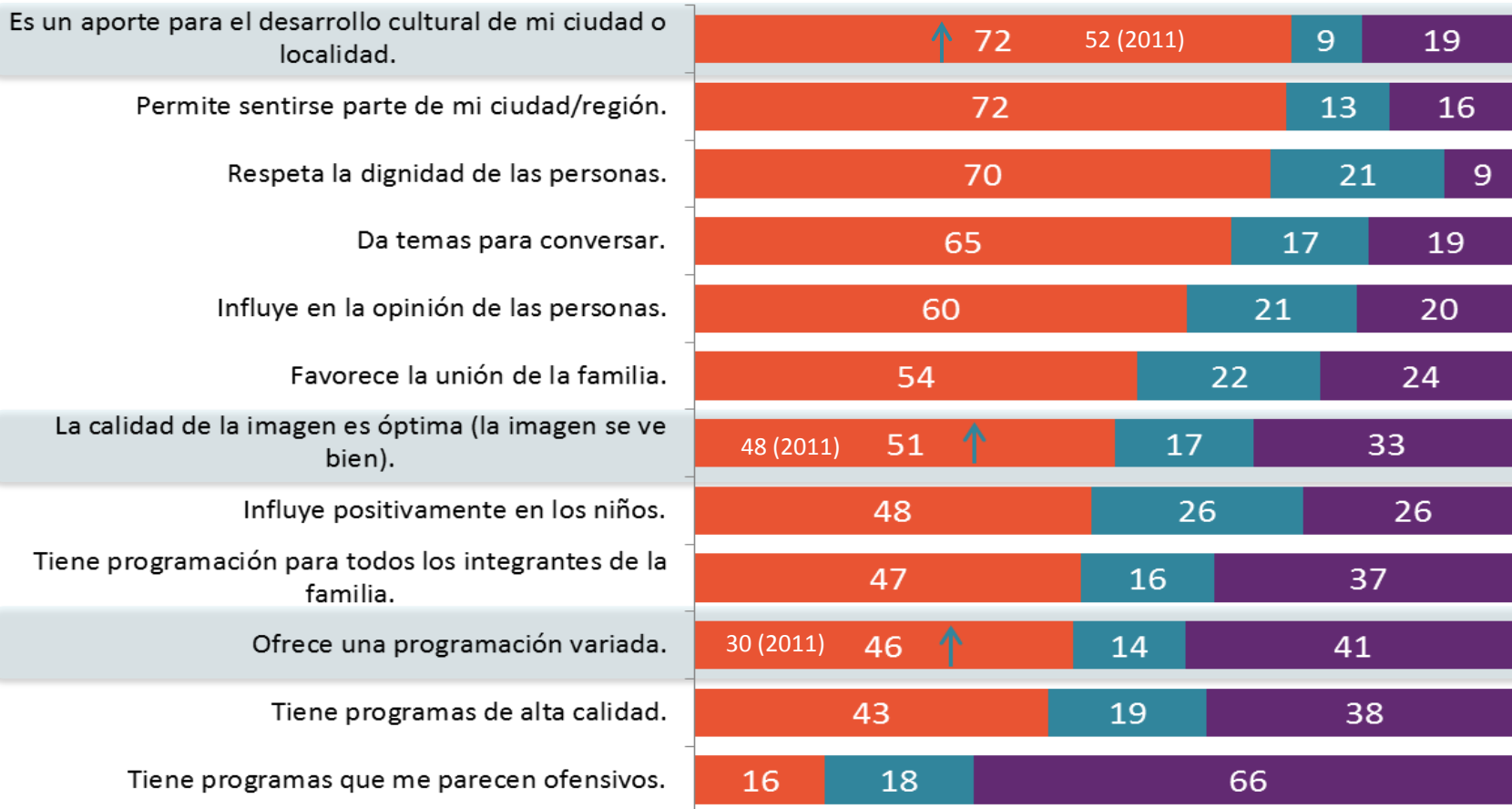
# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

## EVALUACIÓN DE ATRIBUTOS DE LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

Departamento de Estudios

Base: Encuestados en Regiones (n:3909)

■ Algo y muy de acuerdo   
 ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo   
 ■ Algo o muy en desacuerdo



↑↓ = Diferencias Significativas

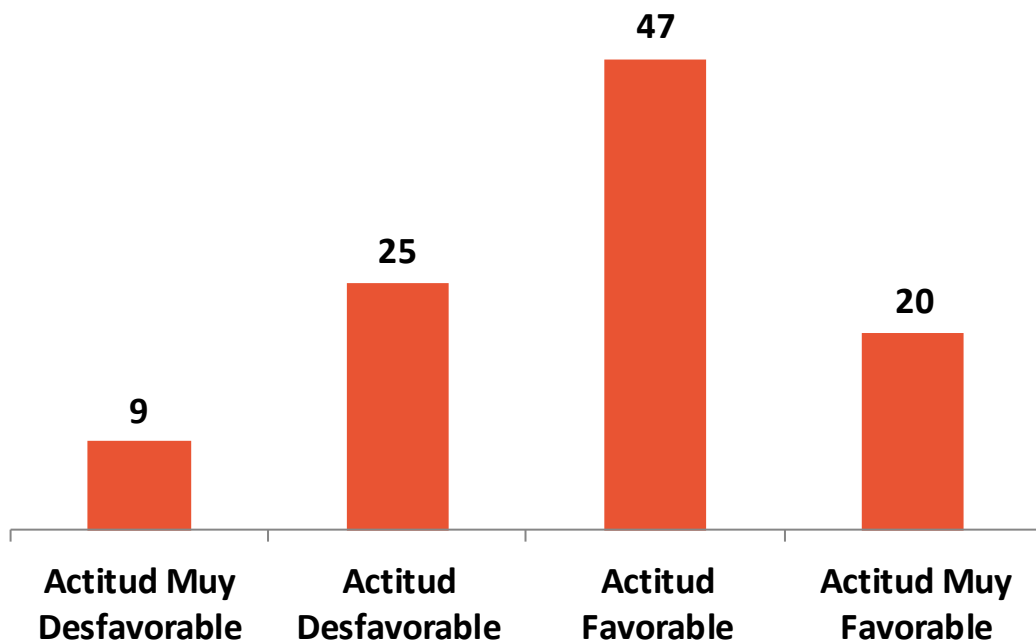
# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

## ESCALA DE ACTITUD HACIA LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

Base: Encuestados en Regiones (n:3909)

Departamento de Estudios

**Escala de Actitud hacia la Televisión Regional/Local:** Valoración conjunta de diversos atributos



Existe una actitud mayormente positiva hacia la televisión regional/local

*Alfa de Cronbach: 0,883*

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

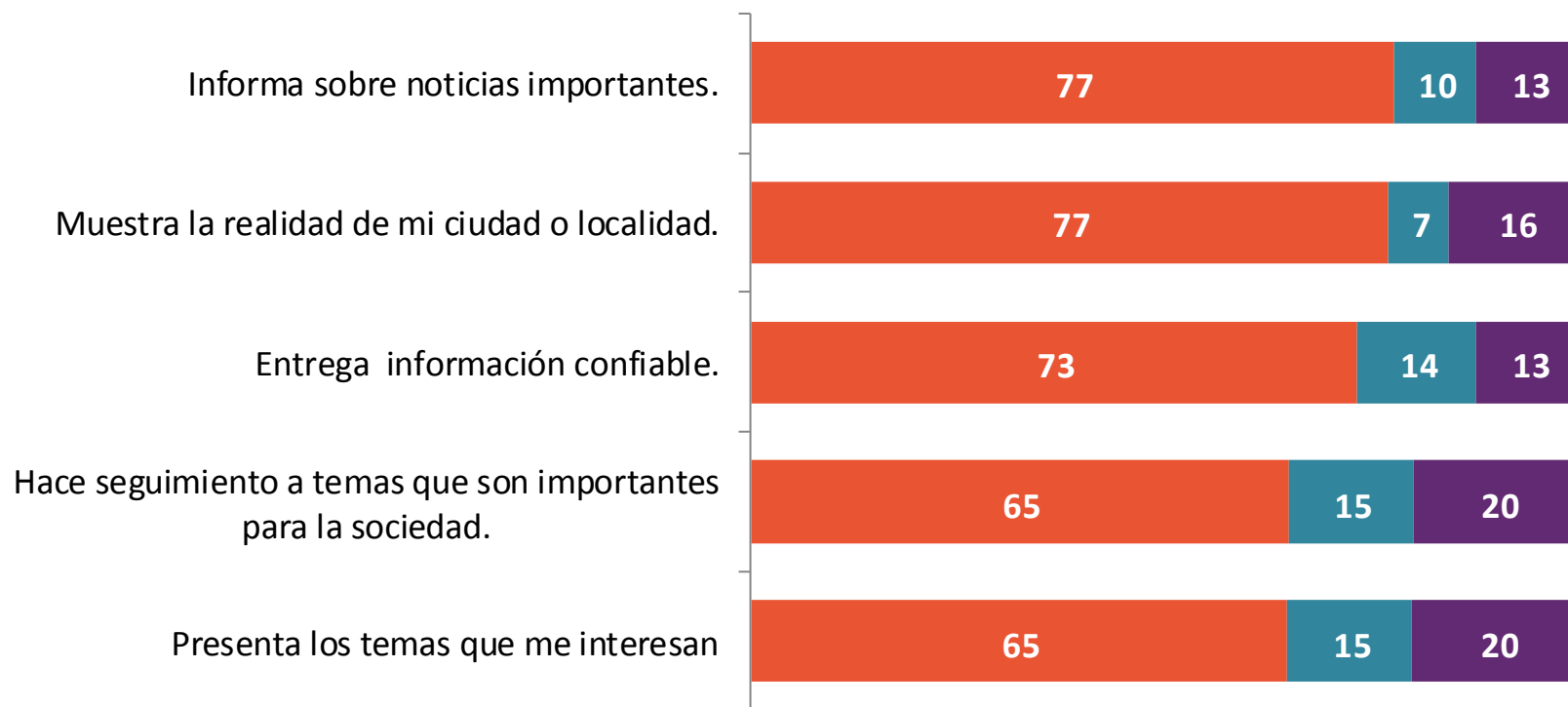
## EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LA TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

Departamento de Estudios

Base: Encuestados en Regiones (n:3909)

Pensando en la información de la televisión regional o de su ciudad, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

■ Algo y muy de acuerdo   ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo   ■ Algo y muy en desacuerdo



[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN DE PAGO

# PRINCIPALES RESULTADOS

## EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN DE PAGO

- La televisión de pago es evaluada positivamente, sobre todo por la variedad de canales y contenidos y por la oferta de programación infantil.
- El nivel socioeconómico E expresa menor satisfacción hacia la televisión de pago, lo que puede relacionarse con el mayor costo relativo a su ingreso.
- En comparación con el 2011, la televisión de pago cobra importancia en su rol informativo.

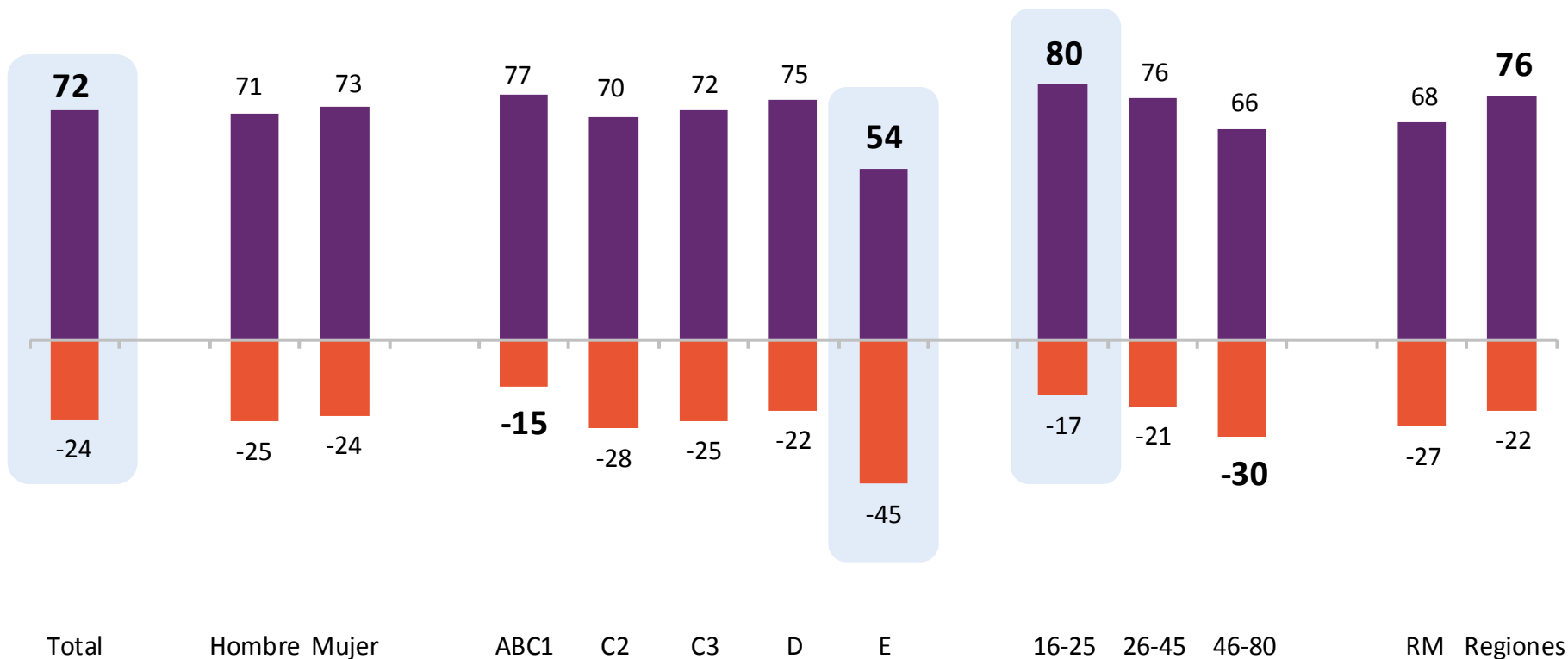
# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN DE PAGO

Departamento de Estudios

## NIVEL DE SATISFACCIÓN

Base: sólo encuestados que tienen TV pagada (n: 3.689)

Porcentaje



■ Muy y bastante satisfecho/a ■ Poco y nada satisfecho/a

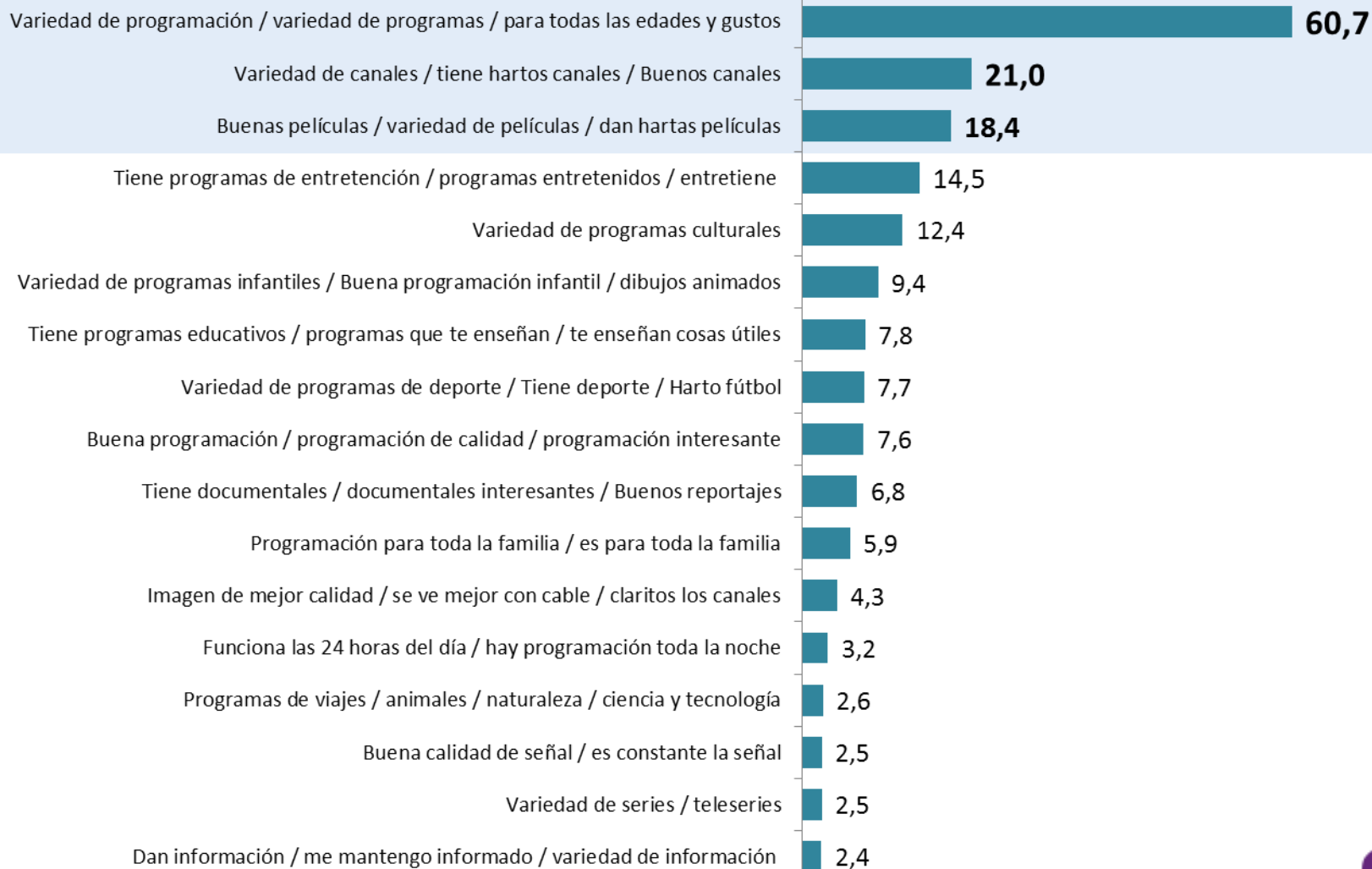
Comparativo	
2011	2014
76%	73%

# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN DE PAGO

## RAZONES DE SATISFACCIÓN CON LOS CANALES DE PAGO (espontánea)

Base: muy satisfechos o satisfechos con televisión pagada = 72% (2.656)

Porcentaje de menciones



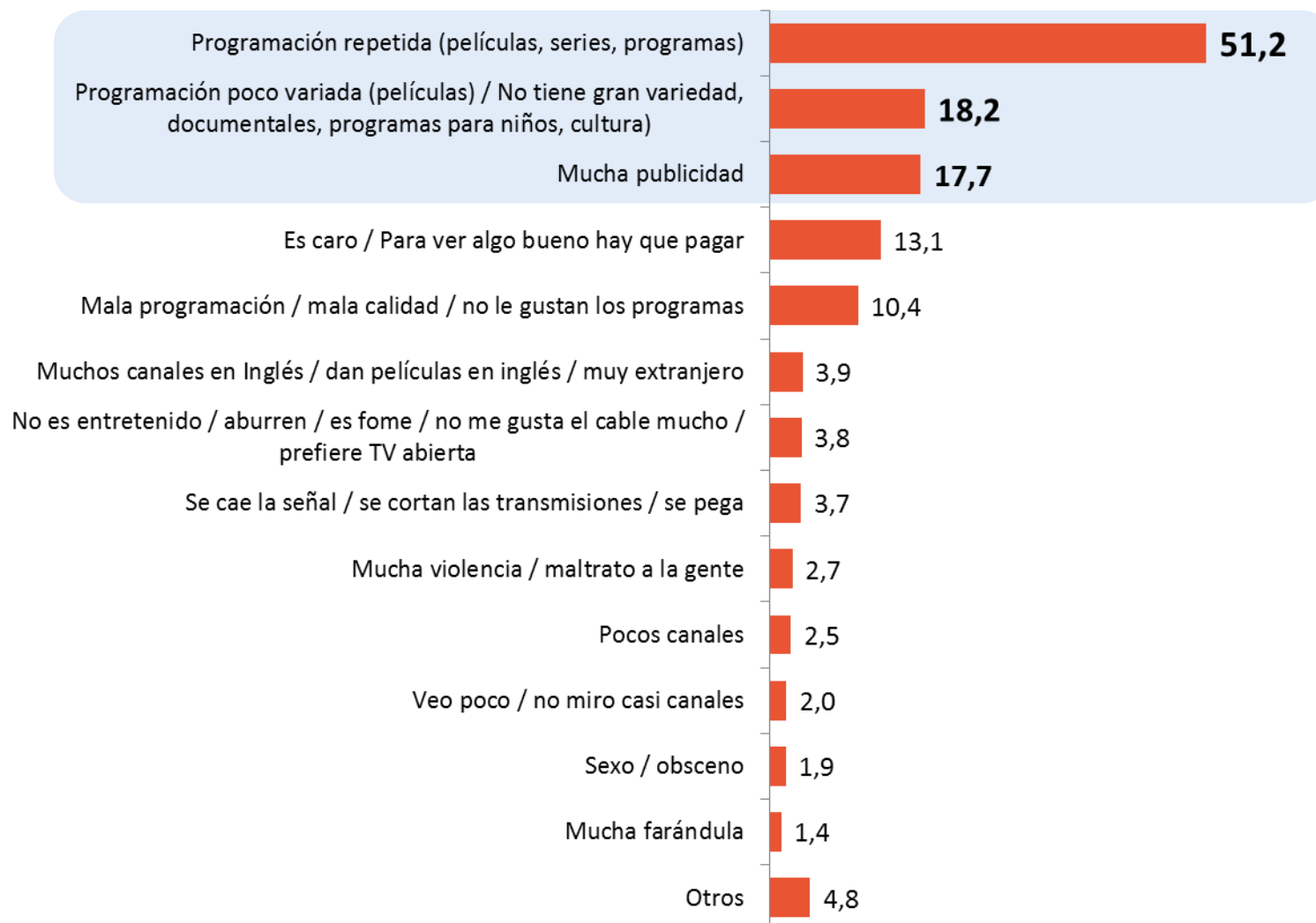
# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN DE PAGO

Departamento de Estudios

## RAZONES DE INSATISFACCIÓN CON LOS CANALES DE PAGO (espontánea)

Base: muy insatisfechos o insatisfechos televisión pagada = 24,4% (885)

Porcentaje de menciones



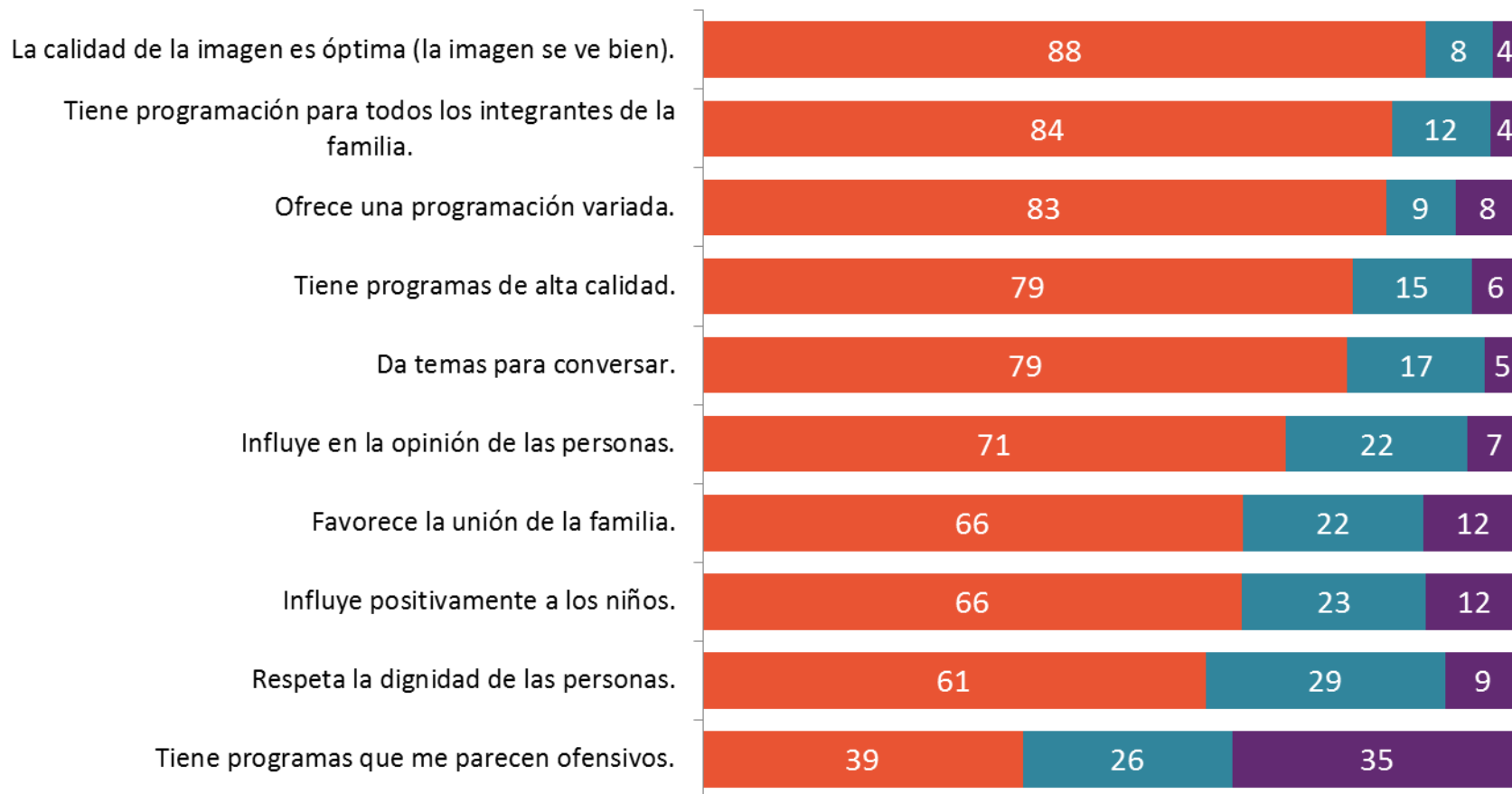
# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN DE PAGO

## EVALUACIÓN DE ATRIBUTOS DE LA TELEVISIÓN DE PAGO

Departamento de Estudios

Base: sólo encuestados que tienen TV pagada (n: 3.689)

■ Algo o muy de acuerdo   
 ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo   
 ■ Algo o muy en desacuerdo

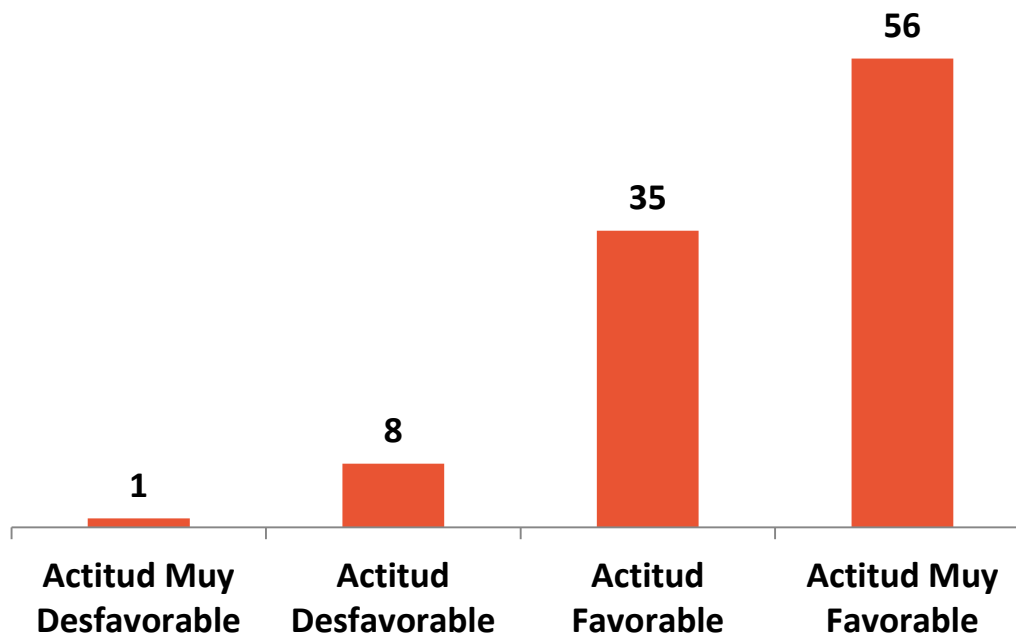


# EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN DE PAGO

## ESCALA DE ACTITUD HACIA LA TELEVISIÓN DE PAGO

Base: sólo encuestados que tienen TV pagada (n: 3.689)

**Escala de Actitud hacia la Televisión pagada:** Valoración conjunta de diversos atributos



Alfa de Cronbach: 0,82

La actitud hacia la televisión de pago es sumamente positiva.

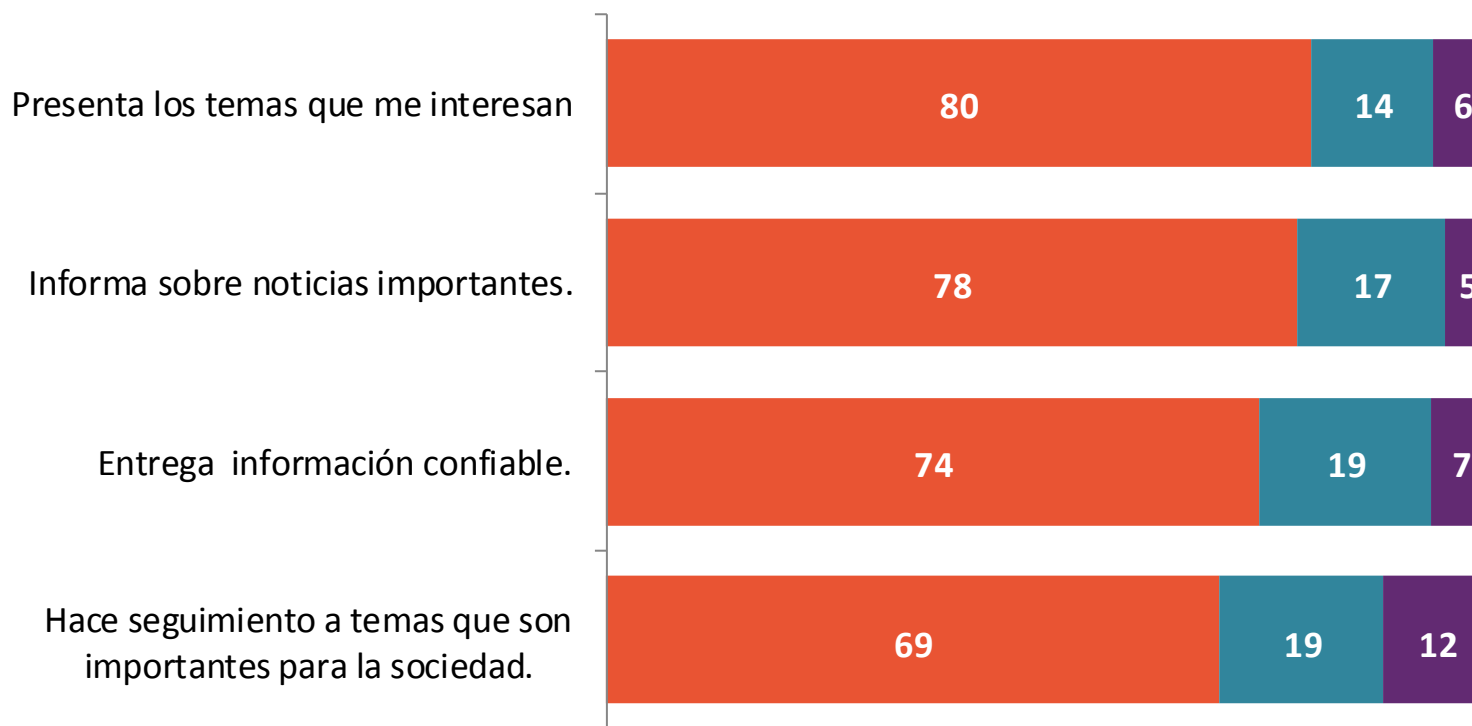
Hay que considerar que esta escala considera sólo a quienes cuentan con este servicio.

## EVALUACIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LA TELEVISIÓN DE PAGO

Base: sólo encuestados que tienen TV pagada (n: 3.689)

Pensando en la información de la televisión de pago, ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

■ Algo o muy de acuerdo   ■ Ni de acuerdo ni en desacuerdo   ■ Algo o muy en desacuerdo



[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# EVALUACIÓN DE LOS NOTICIARIOS

# PRINCIPALES RESULTADOS

## EVALUACIÓN DE LOS NOTICIARIOS

Departamento de Estudios

- La televisión abierta continúa siendo el medio de comunicación más utilizado por las personas para informarse.
- Respecto del 2011, crece la preferencia por la radio y la televisión de pago como medios de información.
- Si bien la mayoría considera que los noticiarios se mantienen igual, aumentan quienes creen que han mejorado respecto del año pasado.
- Las críticas negativas a los noticiarios se concentran en la invisibilidad de ciertas noticias, el tiempo destinado a temas irrelevantes y el tratamiento sensacionalista de la información.
- En cuanto a los noticiarios de la televisión regional/local, se valora positivamente su aporte al sentido de pertenencia.

# EVALUACIÓN DE LOS NOTICARIOS

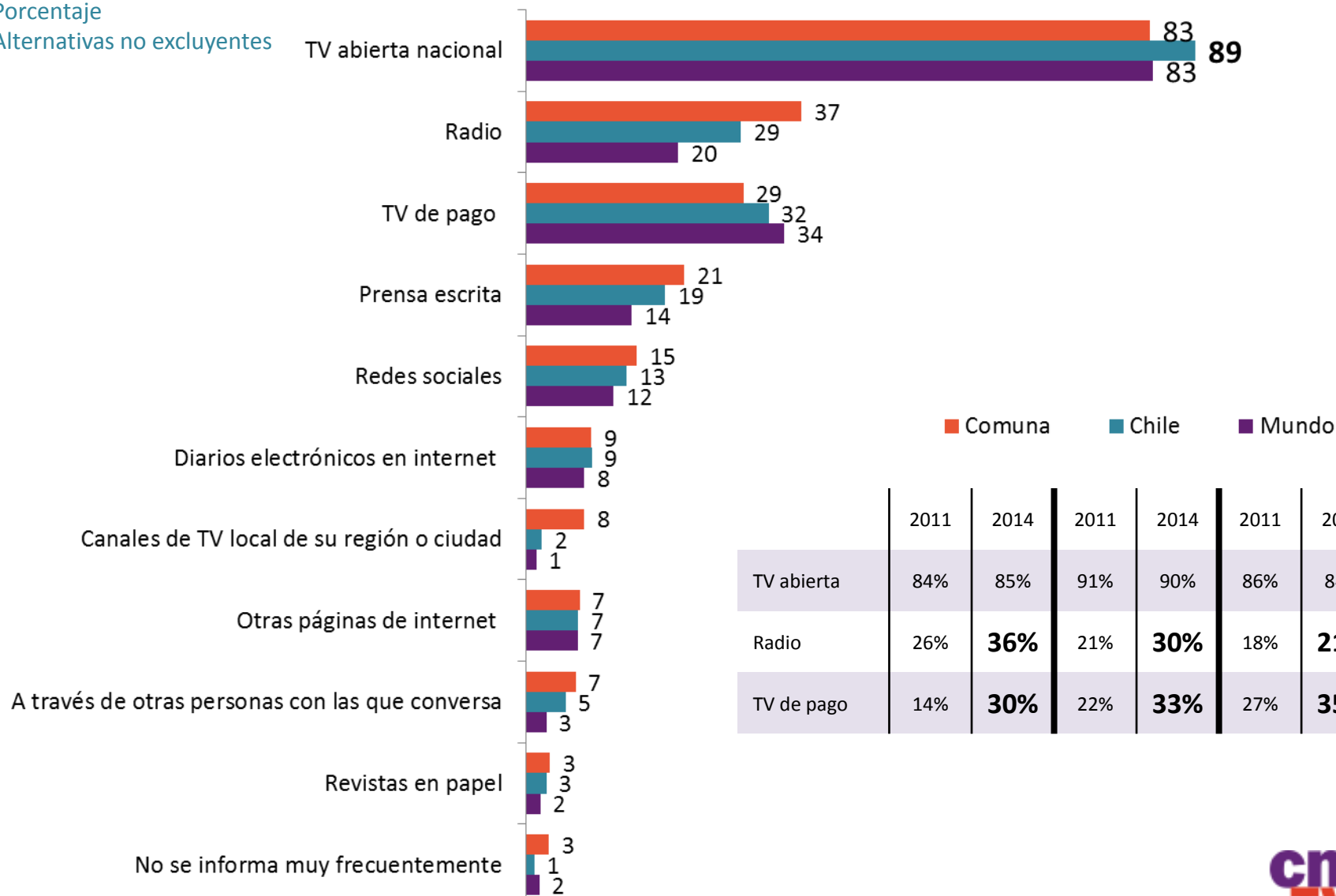
Departamento de Estudios

## MEDIOS QUE UTILIZA PARA INFORMARSE SOBRE SU COMUNA/CHILE/MUNDO

Total muestra: 5.479

Porcentaje

Alternativas no excluyentes



	2011	2014	2011	2014	2011	2014
TV abierta	84%	85%	91%	90%	86%	84%
Radio	26%	<b>36%</b>	21%	<b>30%</b>	18%	<b>21%</b>
TV de pago	14%	<b>30%</b>	22%	<b>33%</b>	27%	<b>35%</b>

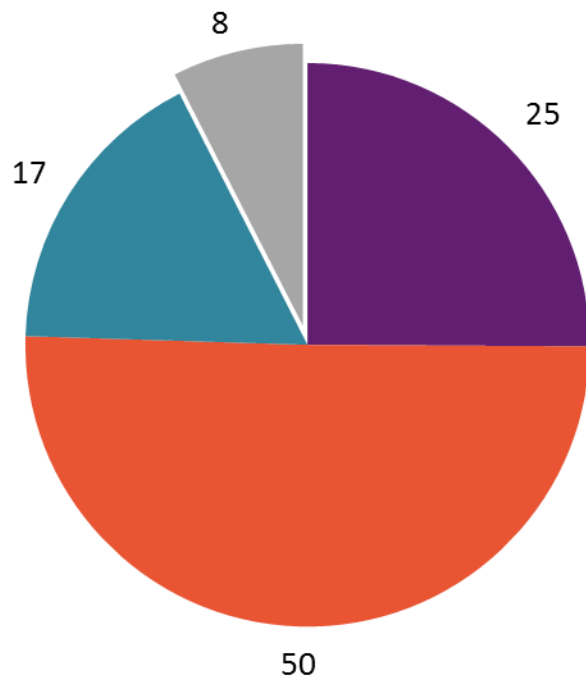
# EVALUACIÓN DE LOS NOTICIARIOS

## EVALUACIÓN DE LOS NOTICIARIOS DE TELEVISIÓN ABIERTA

Total muestra: 5.479

Respecto al año 2011, ¿usted diría que los noticiarios de televisión abierta **han mejorado, se mantienen iguales o han empeorado?**

Porcentaje



- Han mejorado respecto al año pasado
- Se mantienen igual que el año pasado
- Han empeorado respecto al año pasado
- NS/NR

LOS NOTICIARIOS...	ENTV 2011	ENTV 2014
Han mejorado respecto al año pasado	18	25
Se mantienen igual que el año pasado	67	50
Han empeorado respecto al año pasado	14	17
NS/NR	-	8

# EVALUACIÓN DE LOS NOTICIARIOS

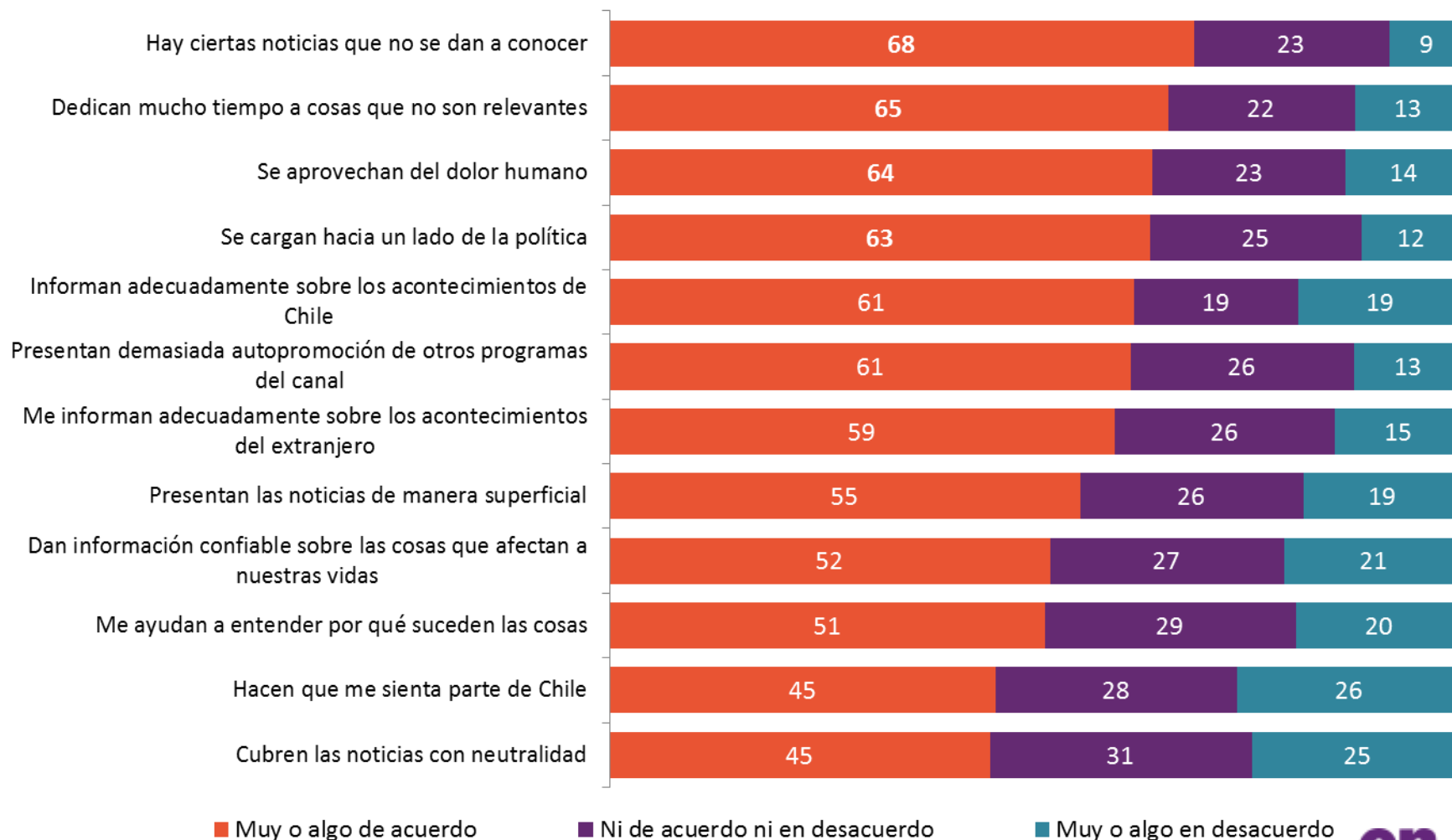
Departamento de Estudios

## EVALUACIÓN DE LOS NOTICIARIOS DE TELEVISIÓN ABIERTA

Total muestra: 5.479

¿Qué tan **de acuerdo** está usted con las siguientes frases?

Porcentaje



# EVALUACIÓN DE LOS NOTICIARIOS

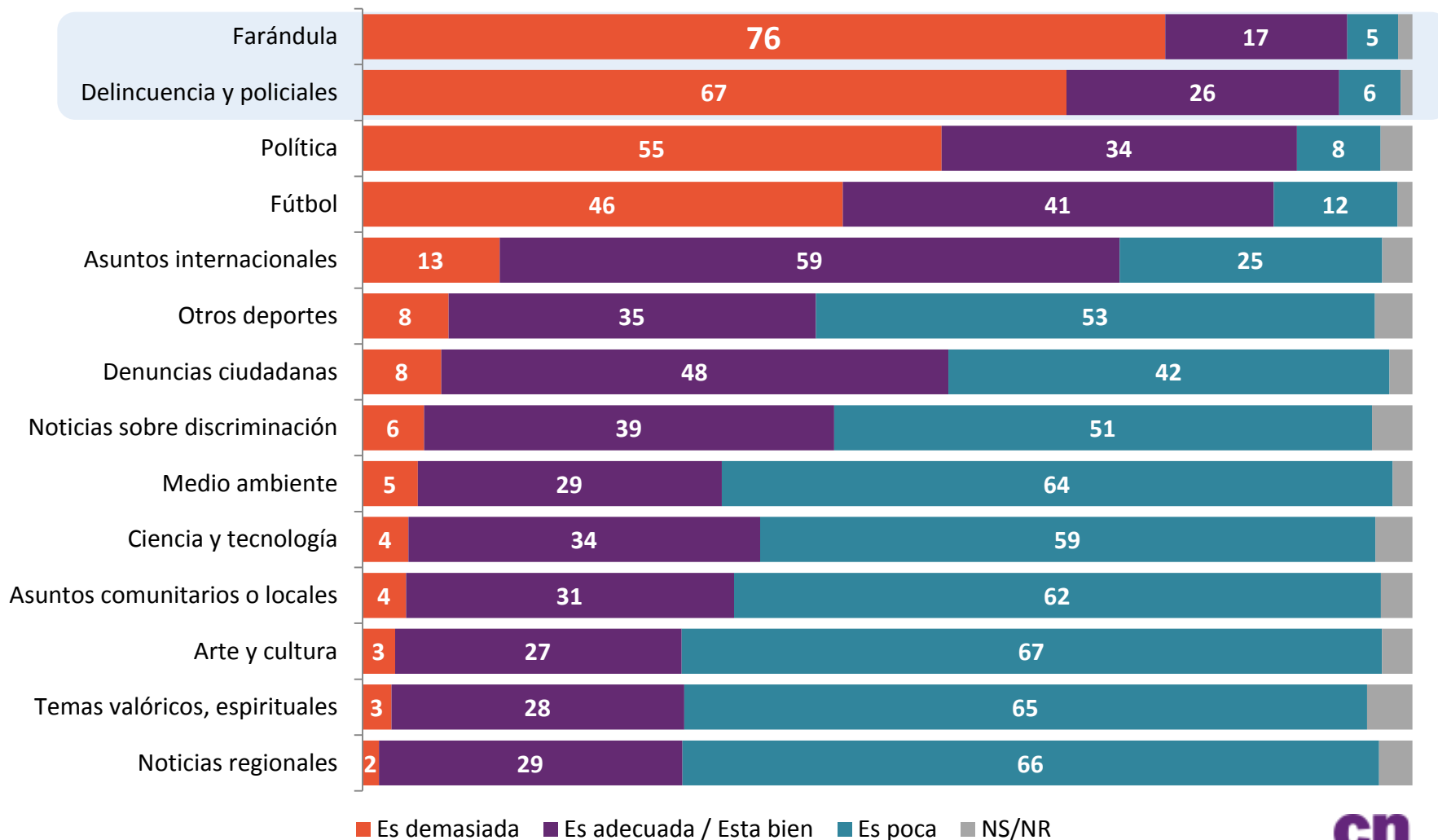
Departamento de Estudios

## EVALUACIÓN DE LOS NOTICIARIOS DE TELEVISIÓN ABIERTA

Total muestra: 5.479

Usted considera que la cantidad de tiempo que los noticiarios dedican a estos temas es...

Porcentaje



# EVALUACIÓN DE LOS NOTICIARIOS

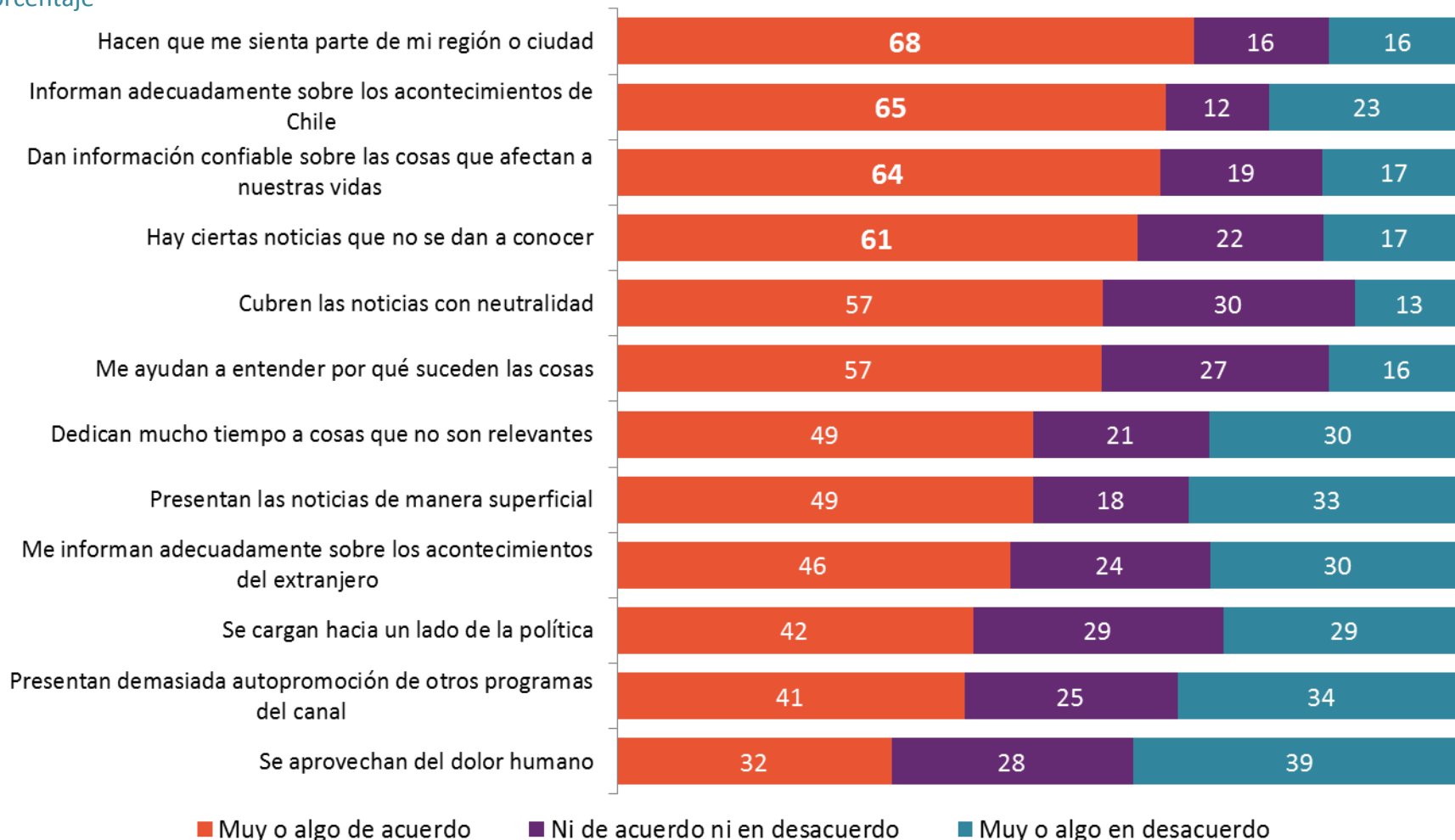
Departamento de Estudios

## EVALUACIÓN DE LOS NOTICIARIOS DE TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

Base: encuestados en regiones que ven programas regionales (n: 1.081)

### ¿Qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

Porcentaje



[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# LA TELEVISIÓN Y LOS/AS NIÑOS/AS

# PRINCIPALES RESULTADOS

## LA TELEVISIÓN Y LOS/AS NIÑOS/AS

- La programación infantil de la televisión abierta y regional/local presenta bajos niveles de satisfacción, lo que puede deberse a la escasa oferta.
- La programación infantil de la televisión pagada alcanza niveles de satisfacción mayores que los de la evaluación general del servicio.
- Los/as niños/as destinan más tiempo a ver televisión de pago que televisión abierta.
- Los menores de trece años que ven televisión por Internet dedican un volumen importante de horas a esta actividad.
- La mayoría de los padres declara no tener dificultades para supervisar el contenido audiovisual que ven sus hijos/as y establecen una normativa en cuanto a los programas y horarios.
- Los padres asumen su responsabilidad de evitar que sus hijos/as vean programas inadecuados, pero esperan colaboración de los canales de televisión y del Consejo Nacional de Televisión.

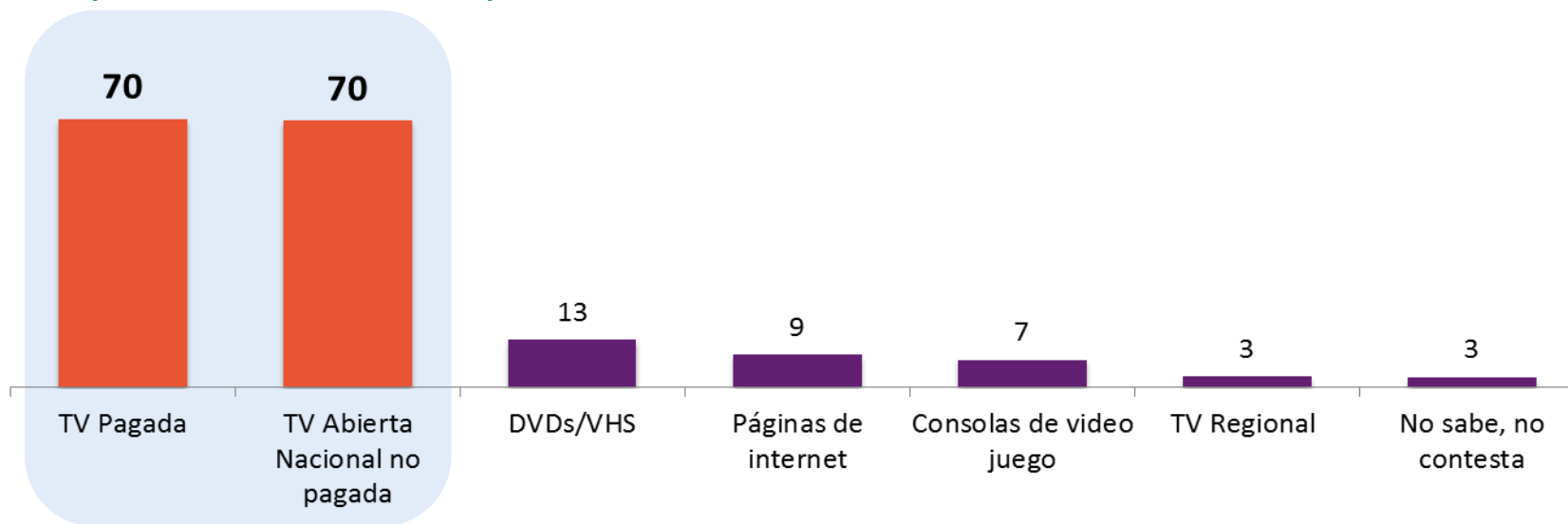
# LA TELEVISIÓN Y LOS/AS NIÑOS/AS

## MEDIOS POR LOS QUE VEN CONTENIDO AUDIVISUAL LOS/AS NIÑOS/AS

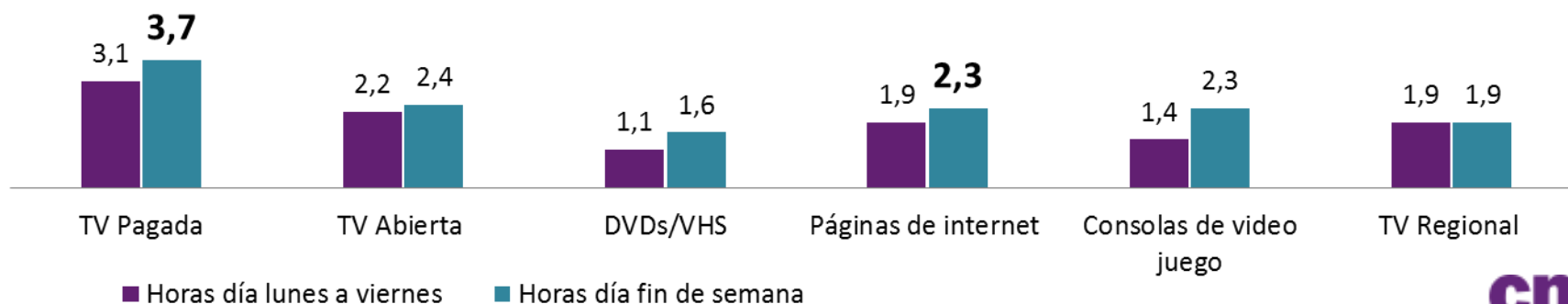
Base: hogares con niños de 13 años y menos (n: 2.254)

### Los niños ven programas en...

Porcentaje de "sí". Alternativas no excluyentes



### Horas promedio al día que ven niños de 13 años o menos



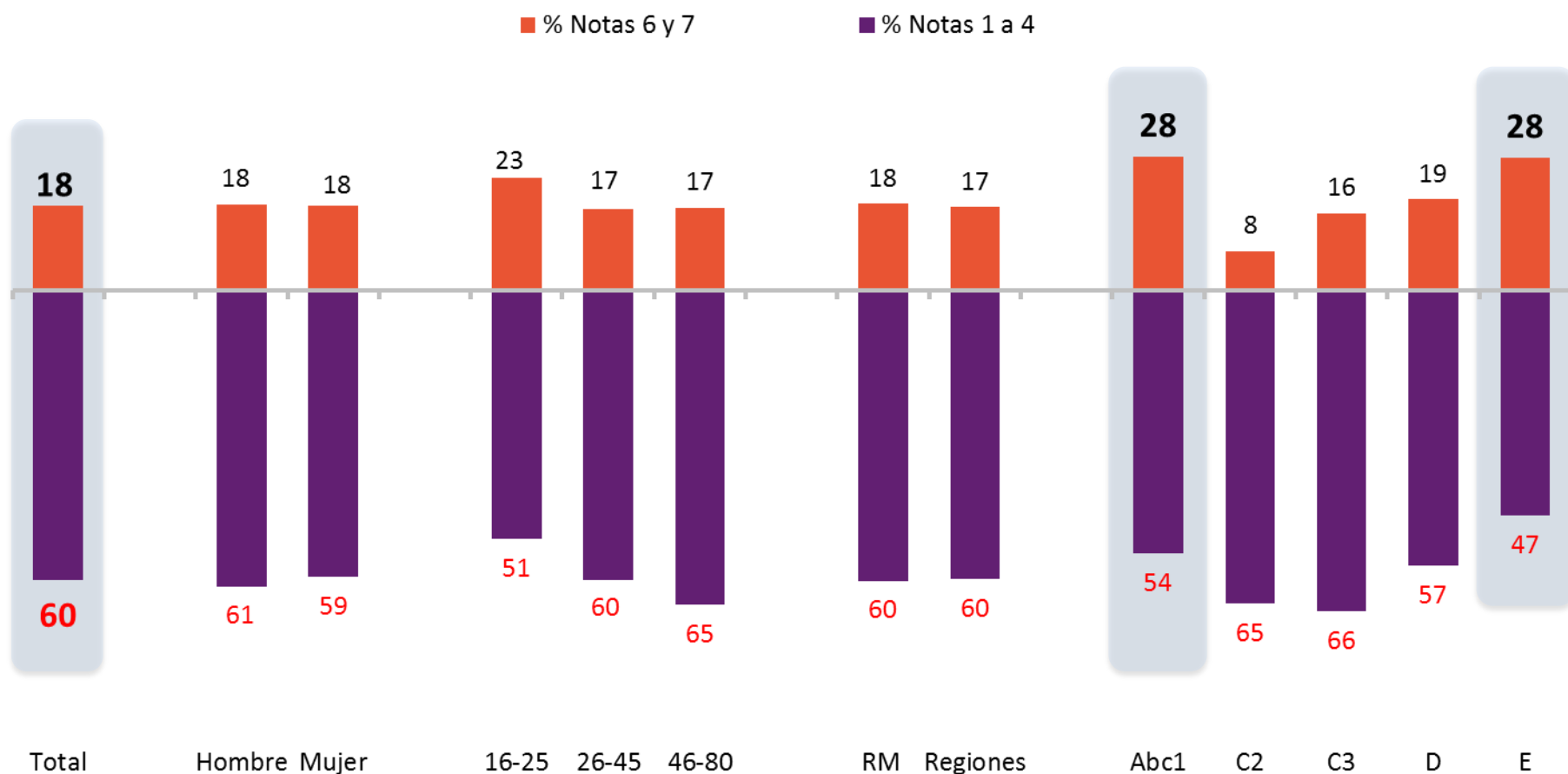
# LA TELEVISIÓN Y LOS/AS NIÑOS/AS

Departamento de Estudios

## EVALUACIÓN PROGRAMAS INFANTILES DE TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL

Base: padre, madre (o tutor) de niños menores de 13 años (n:1667)

Con una escala de 1 a 7, donde **1 es pésimo y 7 excelente**, ¿qué nota le pondría a los programas infantiles que se transmiten en televisión abierta?



# LA TELEVISIÓN Y LOS/AS NIÑOS/AS

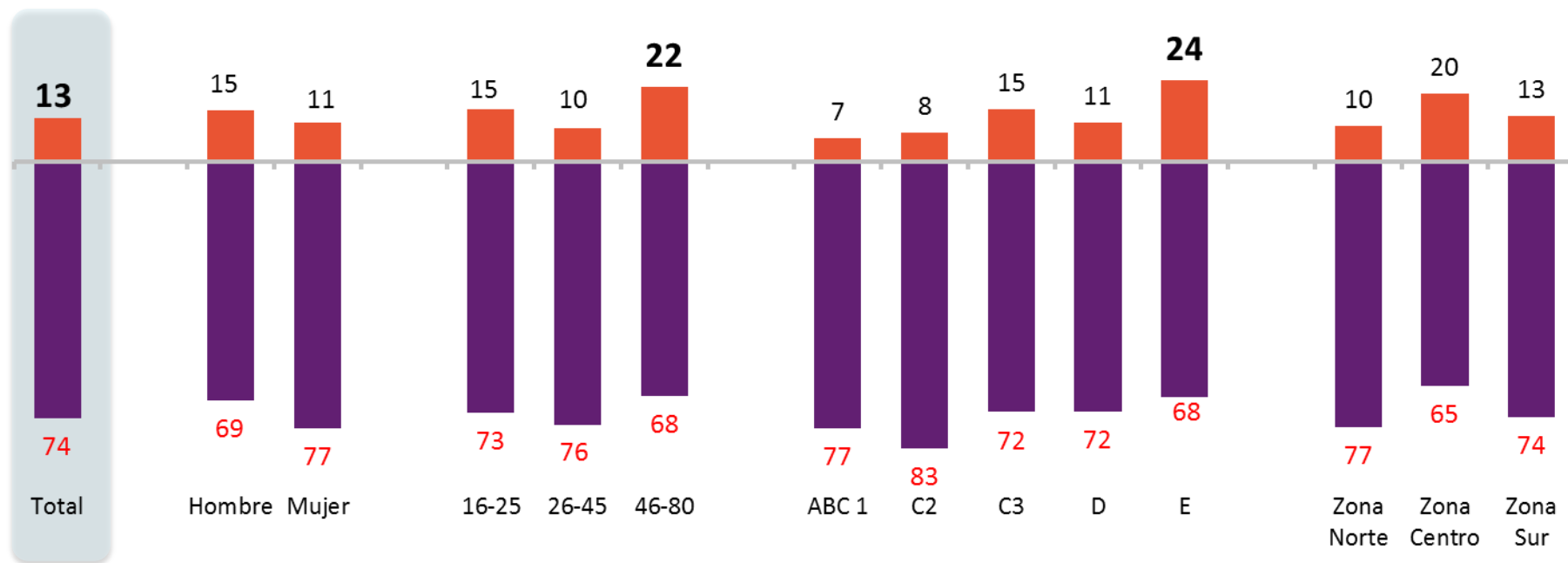
Departamento de Estudios

## EVALUACIÓN PROGRAMAS INFANTILES DE TELEVISIÓN REGIONAL/LOCAL

Base: padre, madre (o tutor) de niños menores de 13 años, que no residen en la Región Metropolitana (n:364)

Con una escala de 1 a 7, donde **1 es pésimo y 7 excelente**, ¿qué nota le pondría a los programas infantiles que se transmiten en la televisión de su región o ciudad?

■ % Notas 6 y 7      ■ % Notas 1 a 4



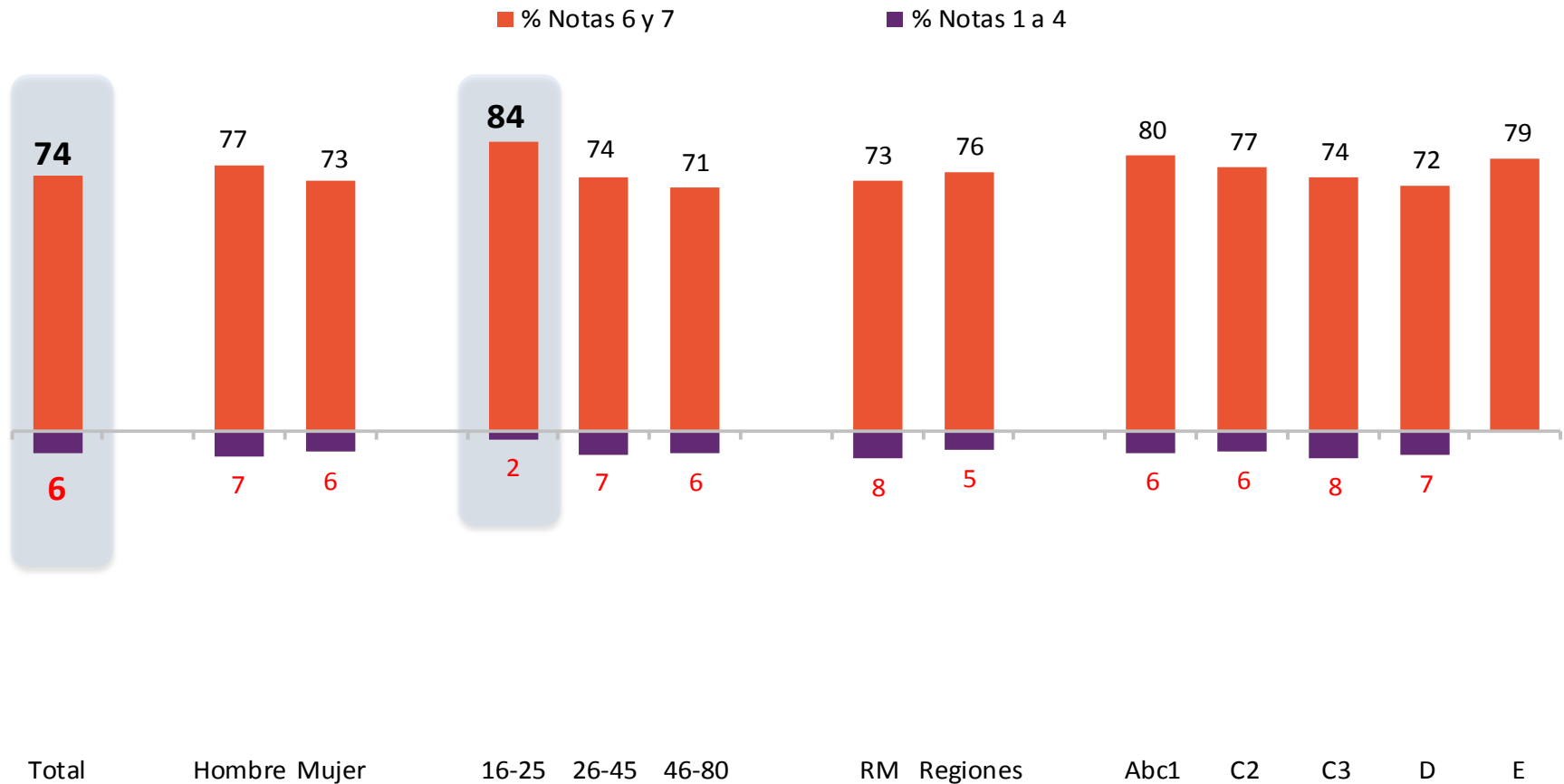
# LA TELEVISIÓN Y LOS/AS NIÑOS/AS

Departamento de Estudios

## EVALUACIÓN PROGRAMAS INFANTILES DE TELEVISIÓN DE PAGO

Base: padre, madre (o tutor) de niños menores de 13 años (n: 1121)

Con una escala de 1 a 7, donde 1 es pésimo y 7 excelente, ¿qué nota le pondría a los programas infantiles que se transmiten en la televisión de pago?



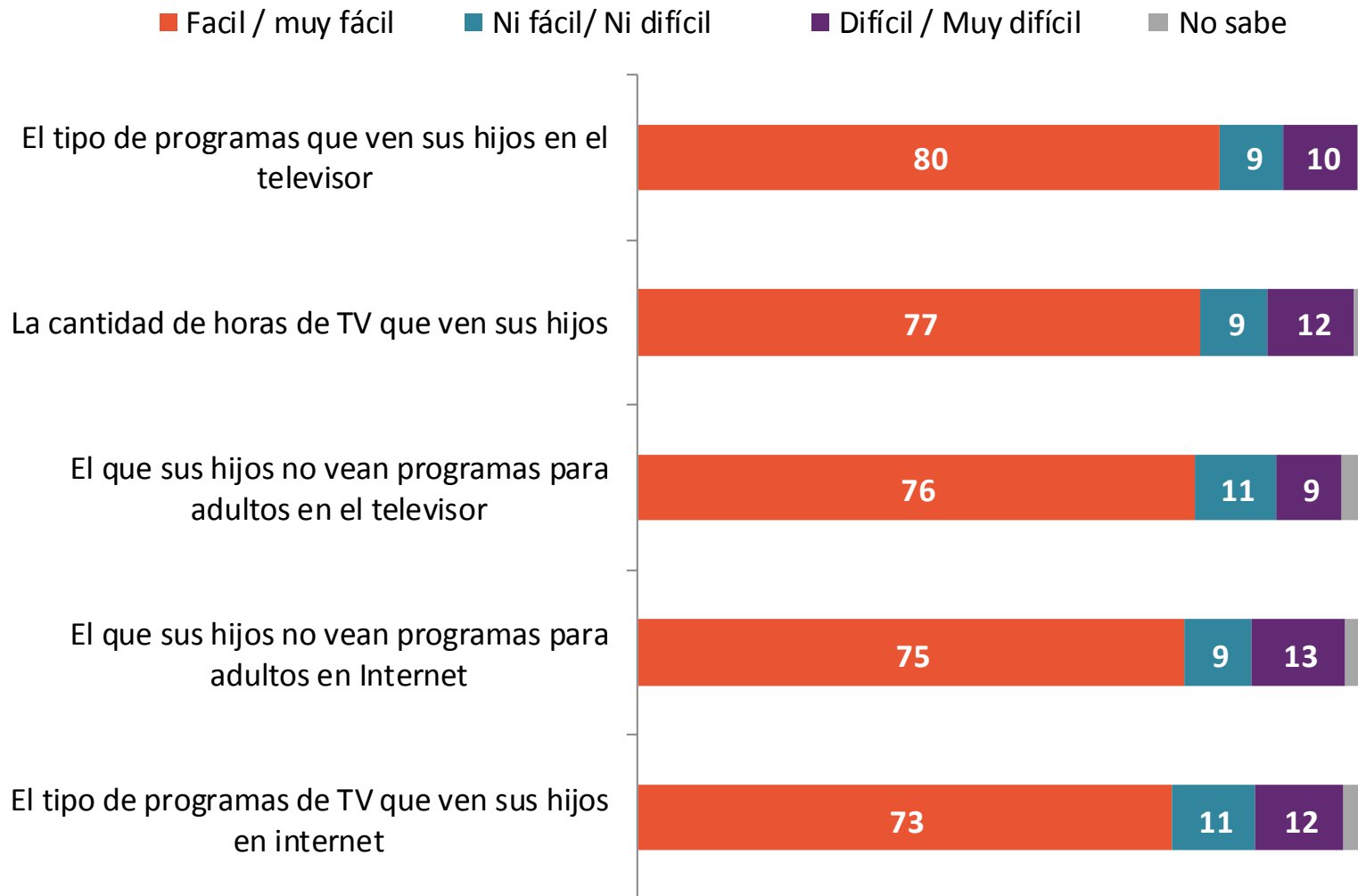
# LA TELEVISIÓN Y LOS/AS NIÑOS/AS

Departamento de Estudios

## DIFICULTADES PARA SUPERVISAR LOS QUE VEN LOS/AS NIÑOS/AS

Base: padre, madre (o tutor) de niños menores de 13 años (n: 1667)

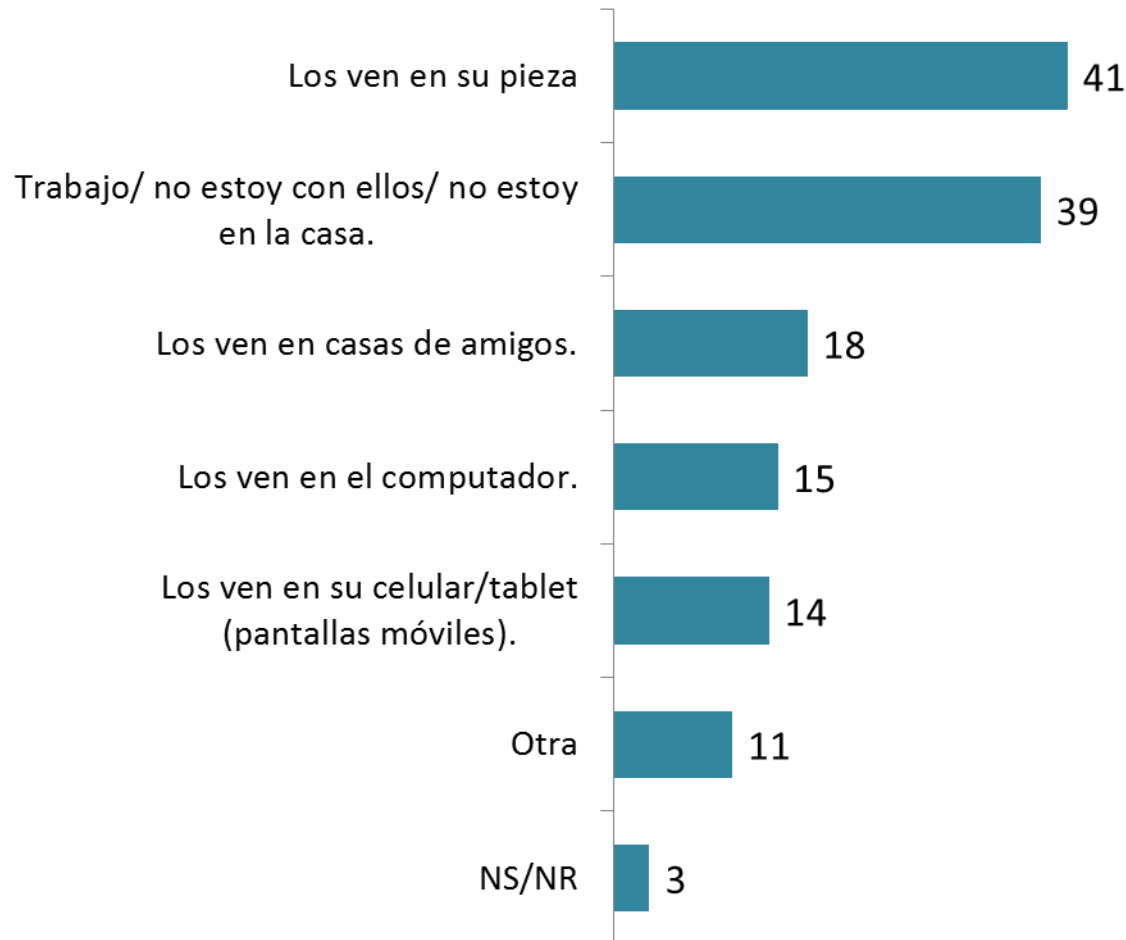
### Qué tan fácil o difícil es para usted supervisar...?



## DIFICULTADES PARA SUPERVISAR LO QUE VEN LOS/AS NIÑOS/AS

Base: Apoderados que declararon que es difícil o muy difícil supervisar a los menores (n:317)

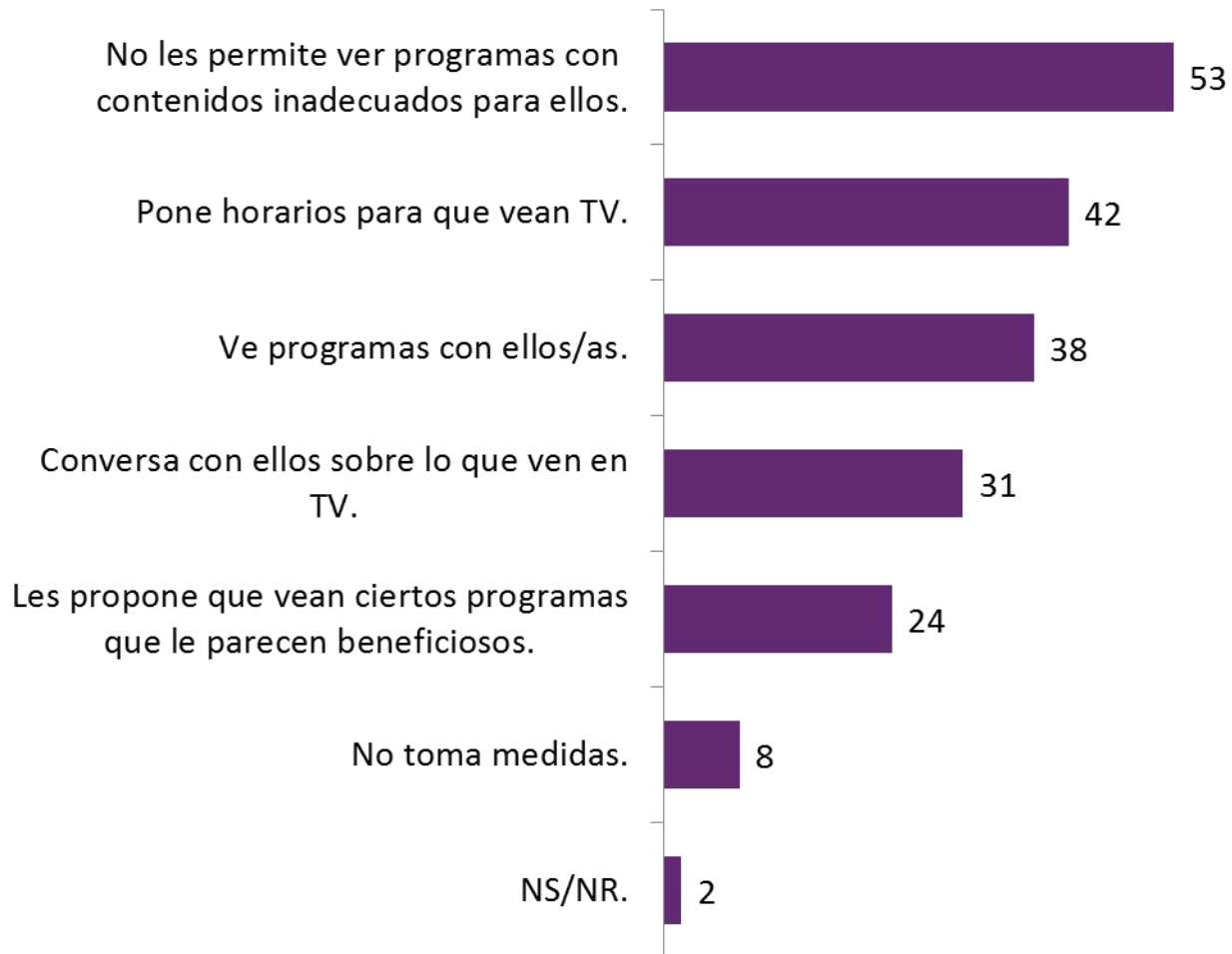
### Les resulta difícil supervisar porque...



## MEDIDAS PARA SUPERVISAR LOS QUE VEN LOS/AS NIÑOS/AS

Base: padre, madre (o tutor) de niños menores de 13 años (n: 1667)

### Medidas que toman los padres para supervisar los programas que ven sus hijos



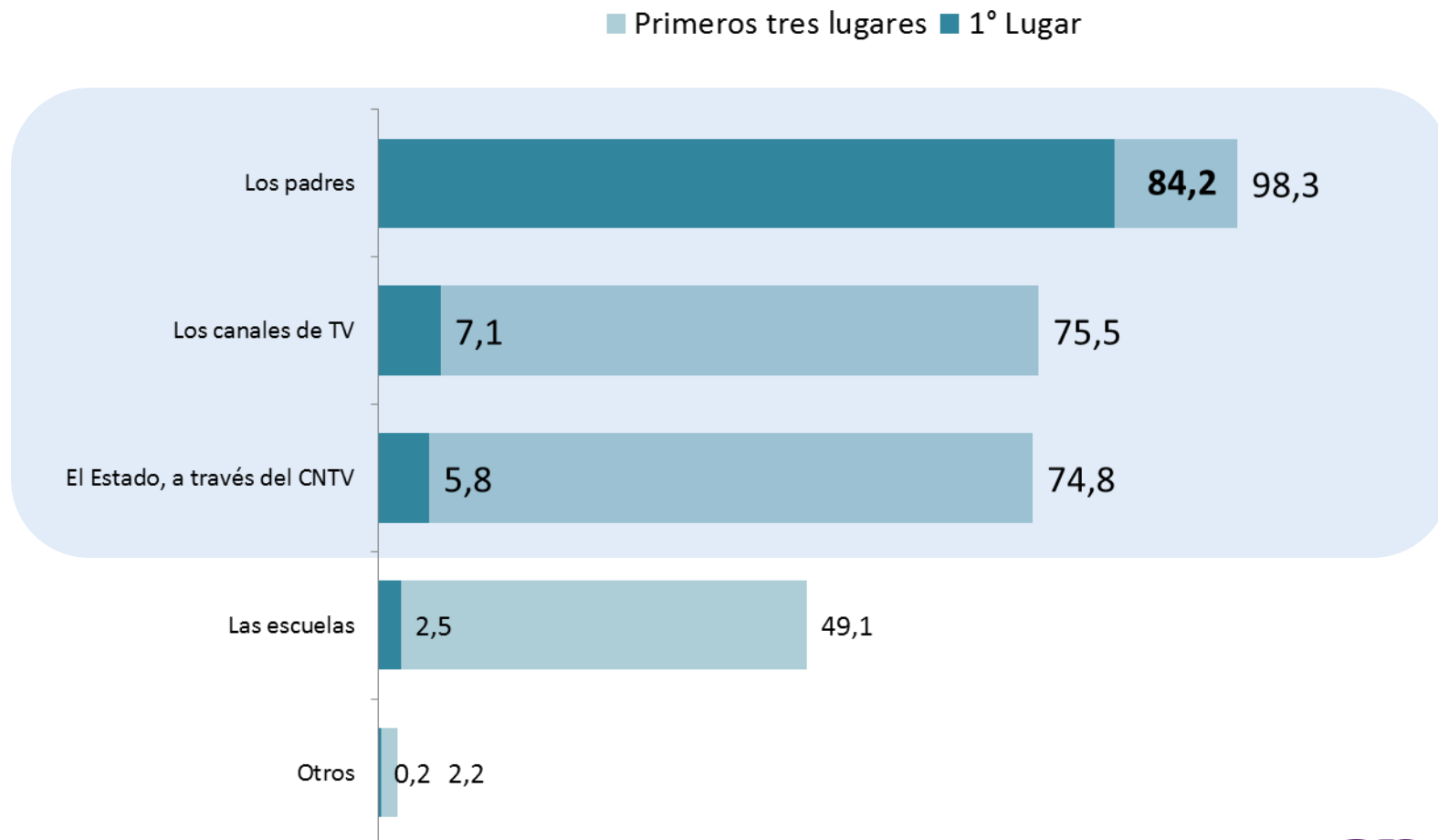
# LA TELEVISIÓN Y LOS/AS NIÑOS/AS

## REGULACIÓN CONTENIDO AUDIOVISUAL DIRIGIDO A NIÑOS/AS

Total muestra: 5.479

¿Quiénes son los más responsables de **evitar que los niños vean programas no aptos para ellos?**

Porcentaje de menciones en 1er lugar y en primeros tres lugares



[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# REGULACIÓN

- Se considera que el Consejo Nacional de Televisión, los canales y los auspiciadores pueden mejorar la televisión. Sin embargo, no es menor el rol que las personas se adjudican en esta labor.
- Existe un alto acuerdo con la regulación televisiva y se esperan orientaciones que refuercen la capacidad de las personas para evaluar lo que eligen ver en televisión.
- Entre quienes han visto contenidos audiovisuales inadecuados, la mayoría menciona haberlo hecho en televisión abierta.
- Los contenidos inadecuados se asocian a: imágenes eróticas y obscenas (porcentaje mayor entre quienes tienen televisión de pago); farándula; violencia y agresividad.

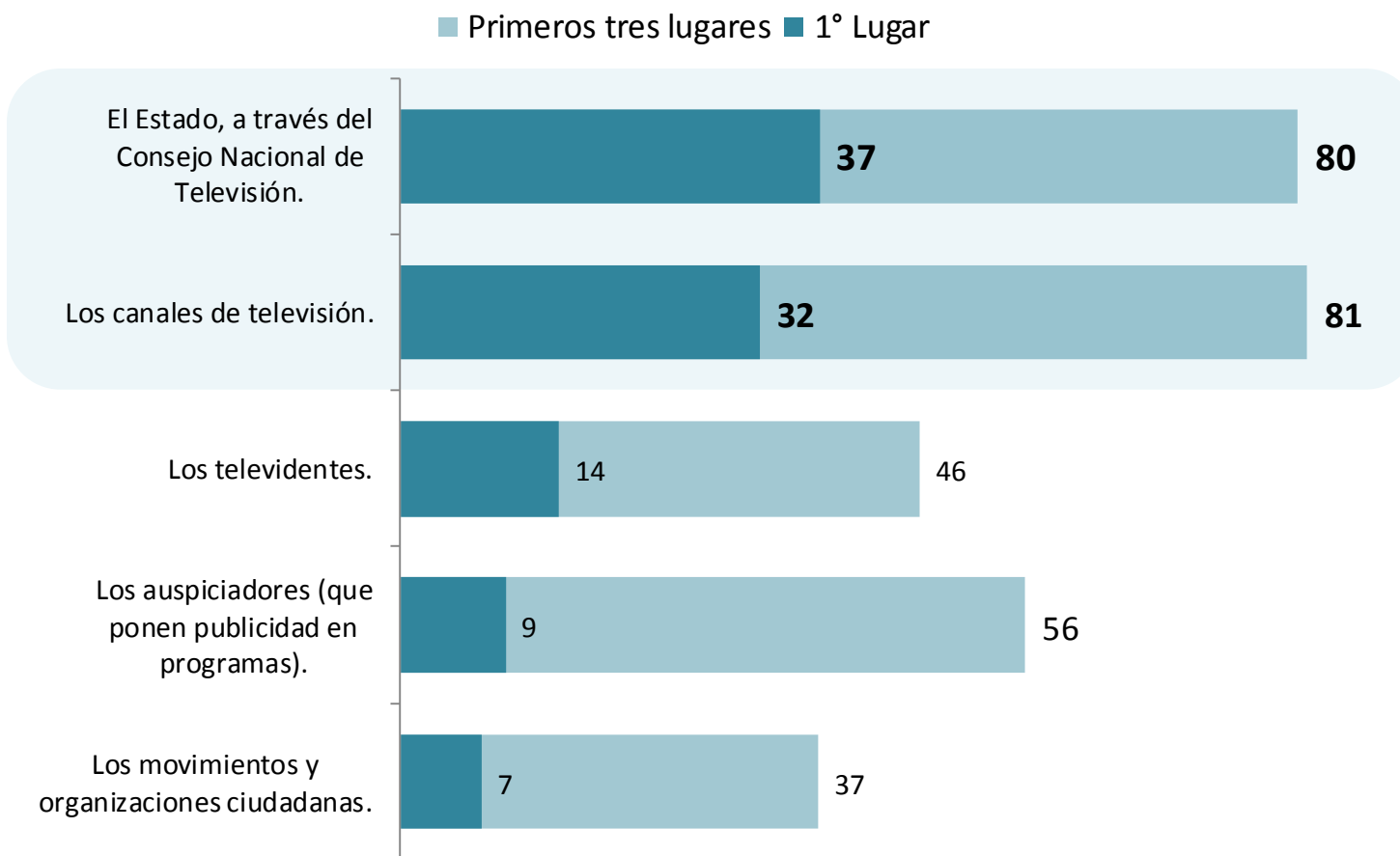
- Se espera que la programación televisiva presente contenidos significativos para las personas, lo que también relacionan con programación de calidad.
- Existe una amplia aceptación del aumento de horas de contenido cultural y se respalda que el Estado financie programas de calidad.
- El conocimiento del Consejo Nacional de Televisión es menor en los niveles socioeconómicos bajos.

## ¿QUIÉNES PUEDEN MEJORAR LA TELEVISIÓN ABIERTA NACIONAL?

Total muestra: 5.479

Ordene de 1 a 5, considerando que el primero es quien tiene **más capacidad** de mejorar la televisión y el quinto el que tiene **menor capacidad**.

Porcentaje de menciones en 1er lugar y en tres primeros



## ACTITUD HACIA LA REGULACIÓN TELEVISIVA

Total muestra: 5.479

¿Qué tan de acuerdo está con las siguientes frases relativas a cómo debe funcionar la televisión? Porcentajes



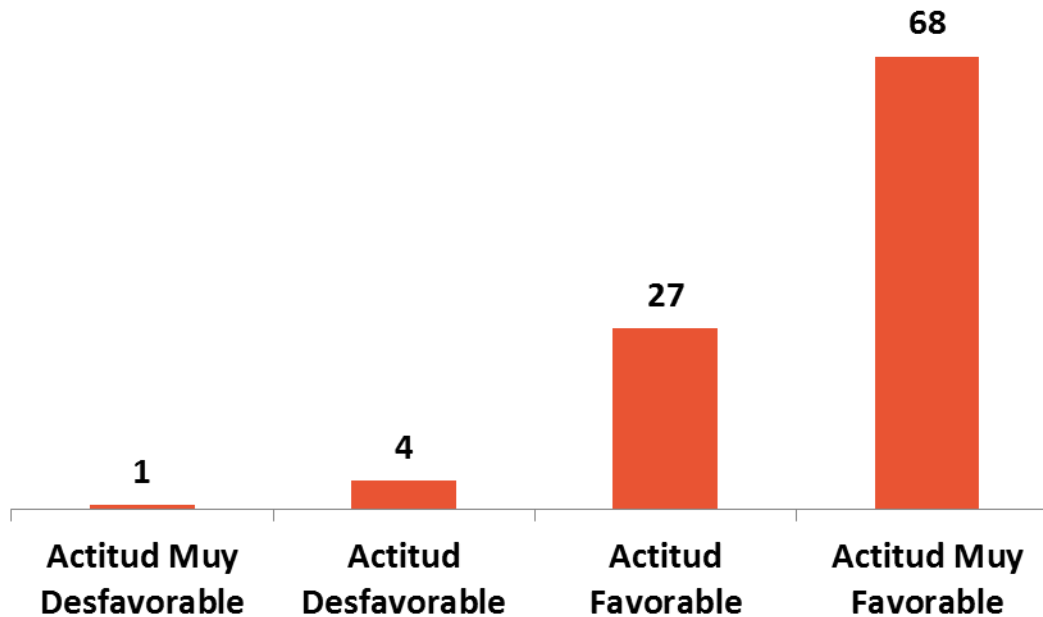
# REGULACIÓN

## ESCALA ACTITUD HACIA LA REGULACIÓN TELEVISIVA

Total muestra: 5.479

Departamento de Estudios

**Escala de Actitud hacia la Regulación Televisiva:** Valoración conjunta de diversos atributos



La actitud hacia la regulación televisiva es significativamente positiva.

*Alfa de Cronbach: 0,82*

# REGULACIÓN

## PRESENCIA DE CONTENIDOS INADECUADOS

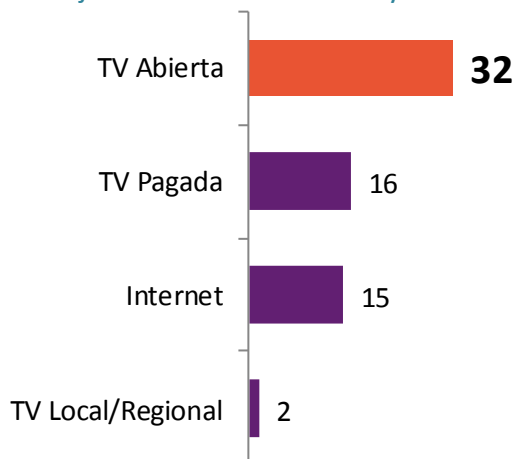
Total muestra: 5.479

Ha visto **contenido inadecuado** en al menos uno de los 4 medios



Ha visto **contenido inadecuado** en...

Porcentaje. Alternativas no excluyentes.



Departamento de Estudios

Porcentaje de menciones



Este porcentaje es mayor entre quienes tienen televisión de pago (33,4%), que entre aquellos que no cuentan con este servicio (28,4%).

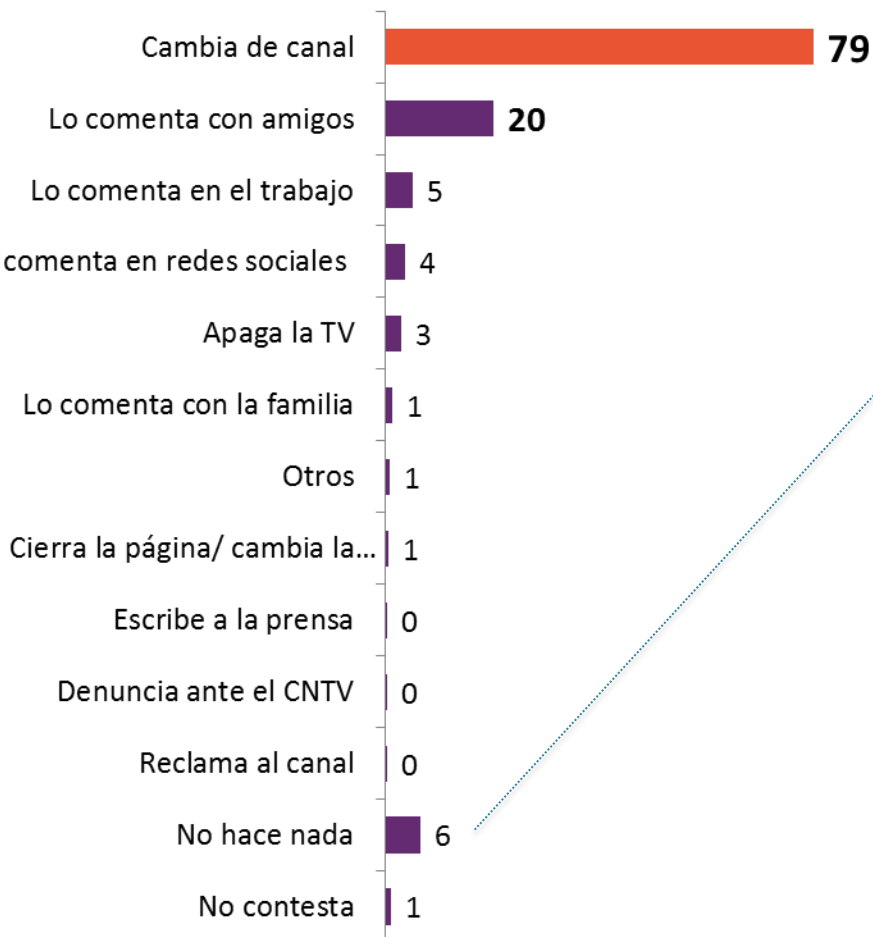
# REGULACIÓN

## ACCIONES FRENTE A CONTENIDOS INADECUADOS

Base: personas que en el 2014 han visto contenidos que le parezcan inadecuados o que le hayan molestado (n:2.059)

### Frente a estos contenidos que considera inadecuados, usted...?

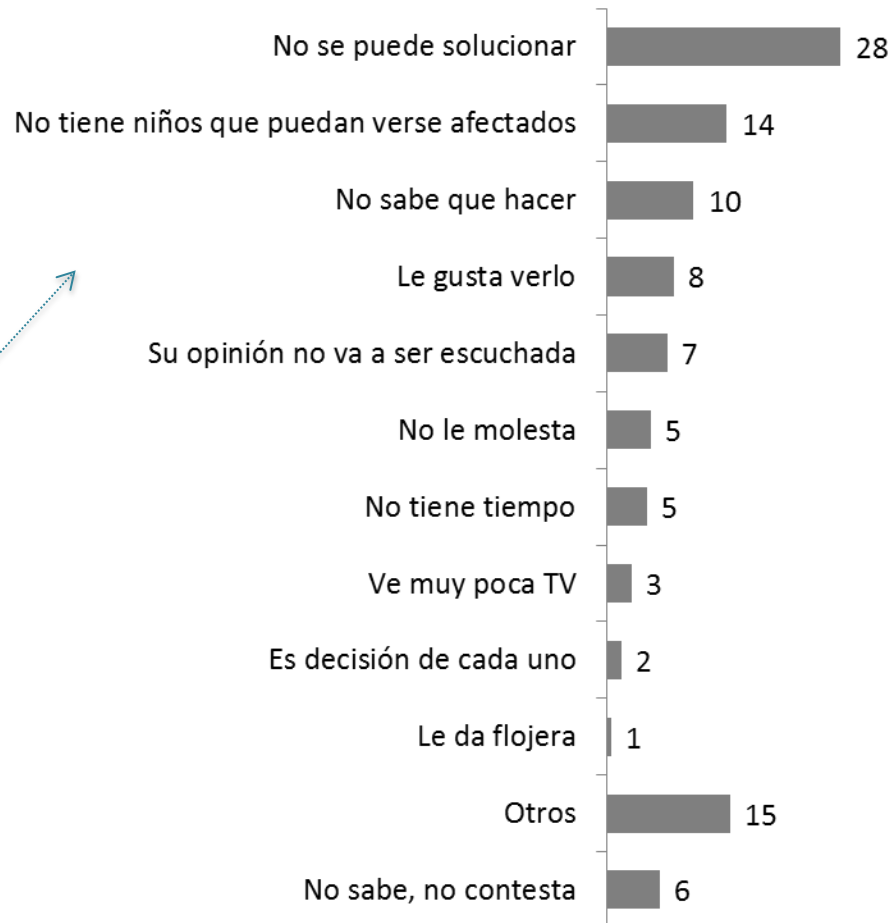
Porcentaje. Alternativas no excluyentes.



Departamento de Estudios

### ¿Por qué no hace nada...? (espontánea)

Porcentaje de menciones. N= 104

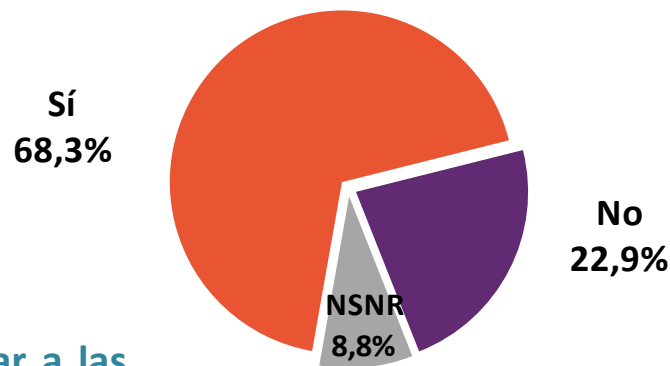


# REGULACIÓN

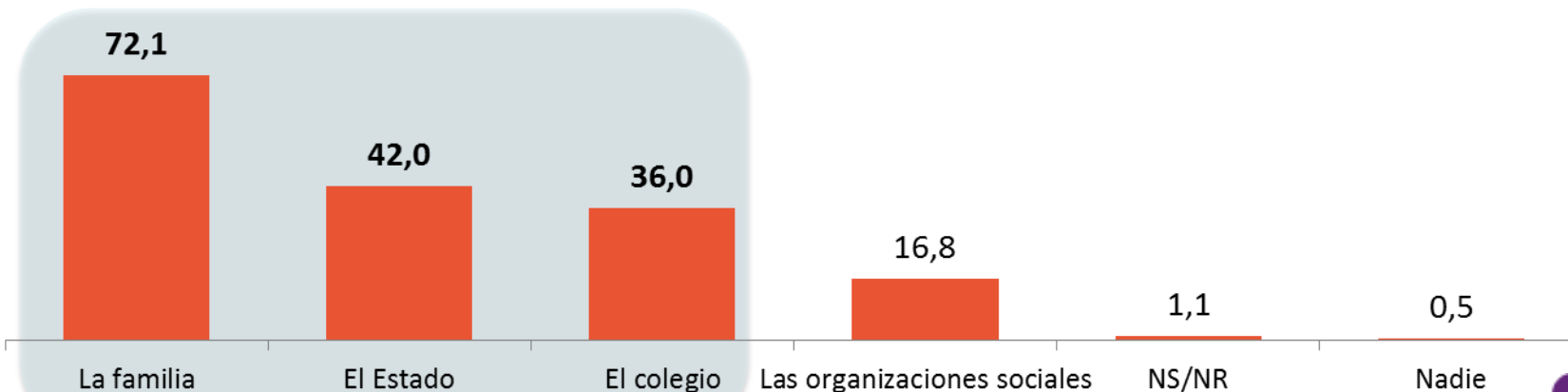
## EDUCACIÓN DE MEDIOS

Total muestra: 5.479

Según lo que usted piensa ¿Es importante que las personas reciban orientaciones para evaluar la programación que eligen ver en televisión?



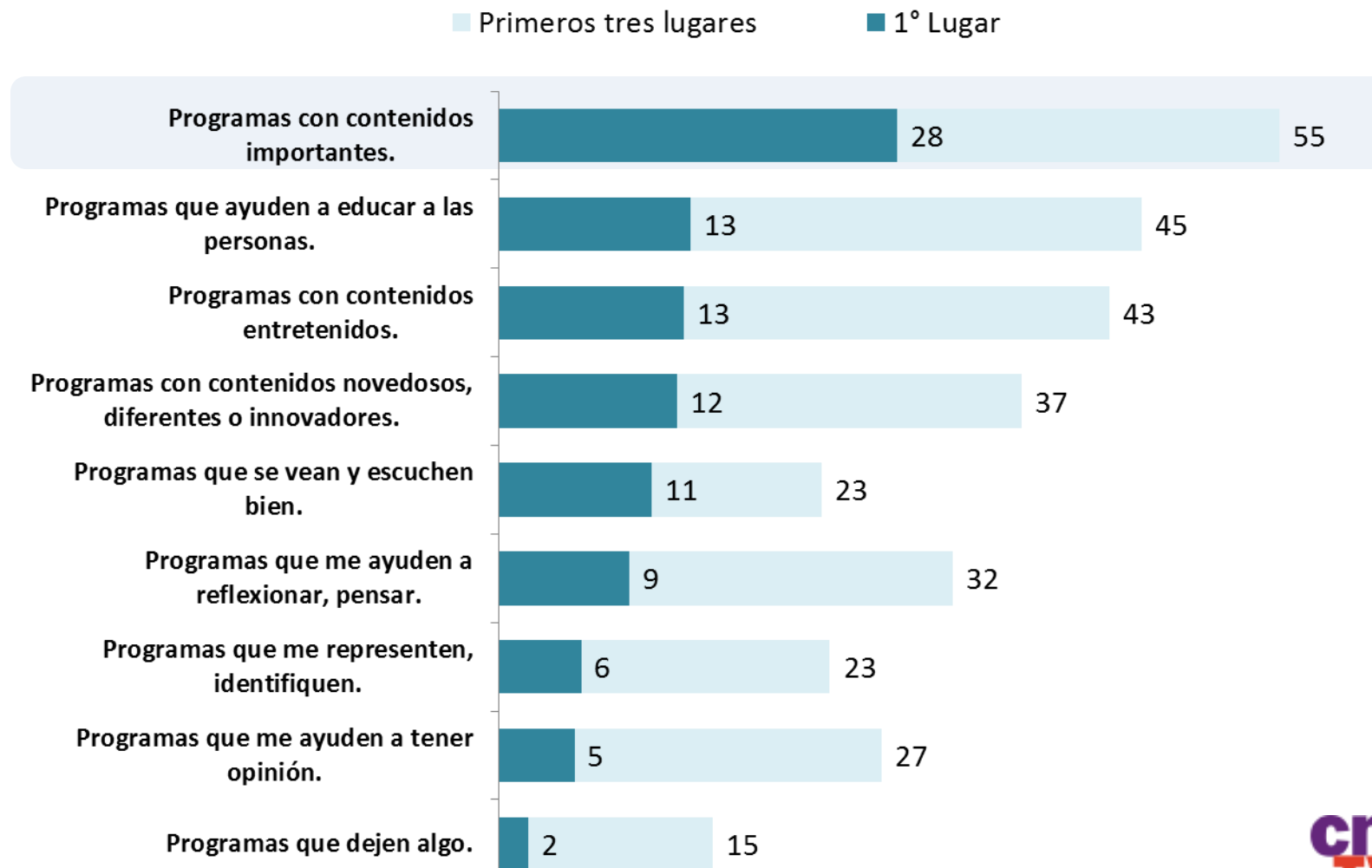
¿Quién o quiénes deben tener el rol de orientar a las personas para evaluar la programación que eligen ver en televisión? Alternativas no excluyentes. Muestra: 3419



## DEFINICIÓN DE PROGRAMA DE CALIDAD

Total muestra: 5.479

Según su opinión, ¿Cuáles de las siguientes frases representa mejor lo que es un programa de calidad en la televisión? Por favor, elija las tres frases que mejor lo representen



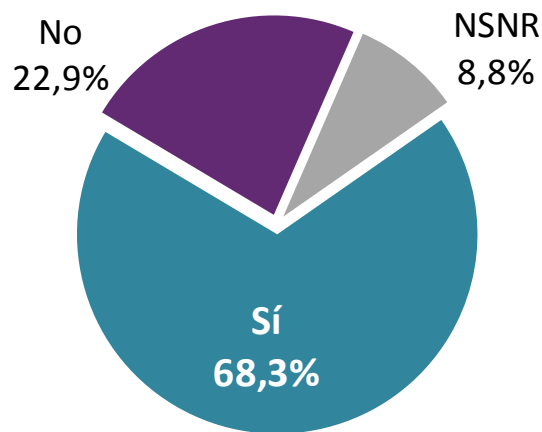
# REGULACIÓN

## FINANCIACIÓN DE PROGRAMAS DE CALIDAD

Total muestra: 5.479

Departamento de Estudios

Según su apreciación de lo que es **calidad**, ¿piensa usted que es importante que el **Estado financie programas de calidad** en televisión?



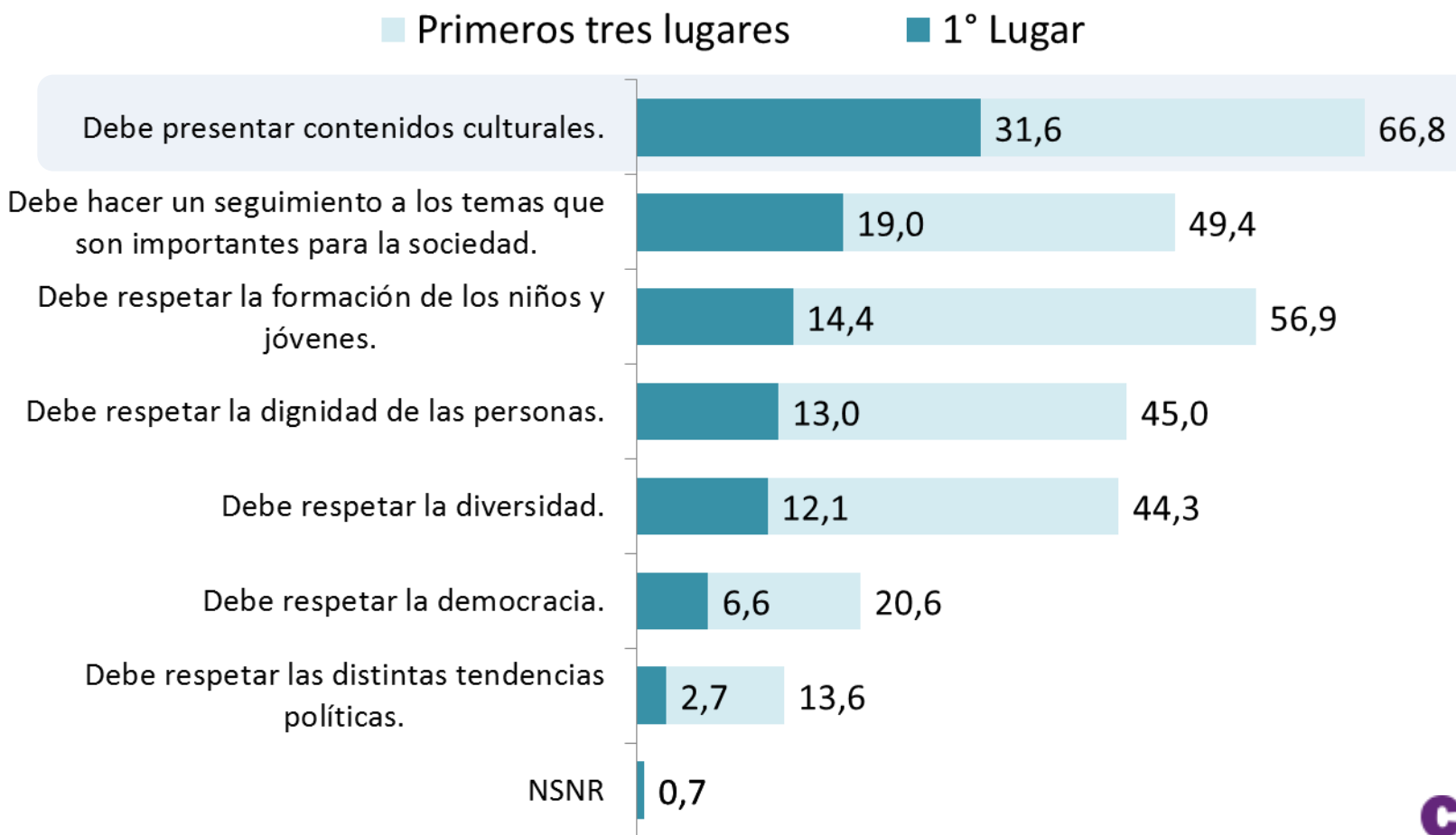
% Si por segmentos



## EXPECTATIVAS HACIA LA TELEVISIÓN EN GENERAL

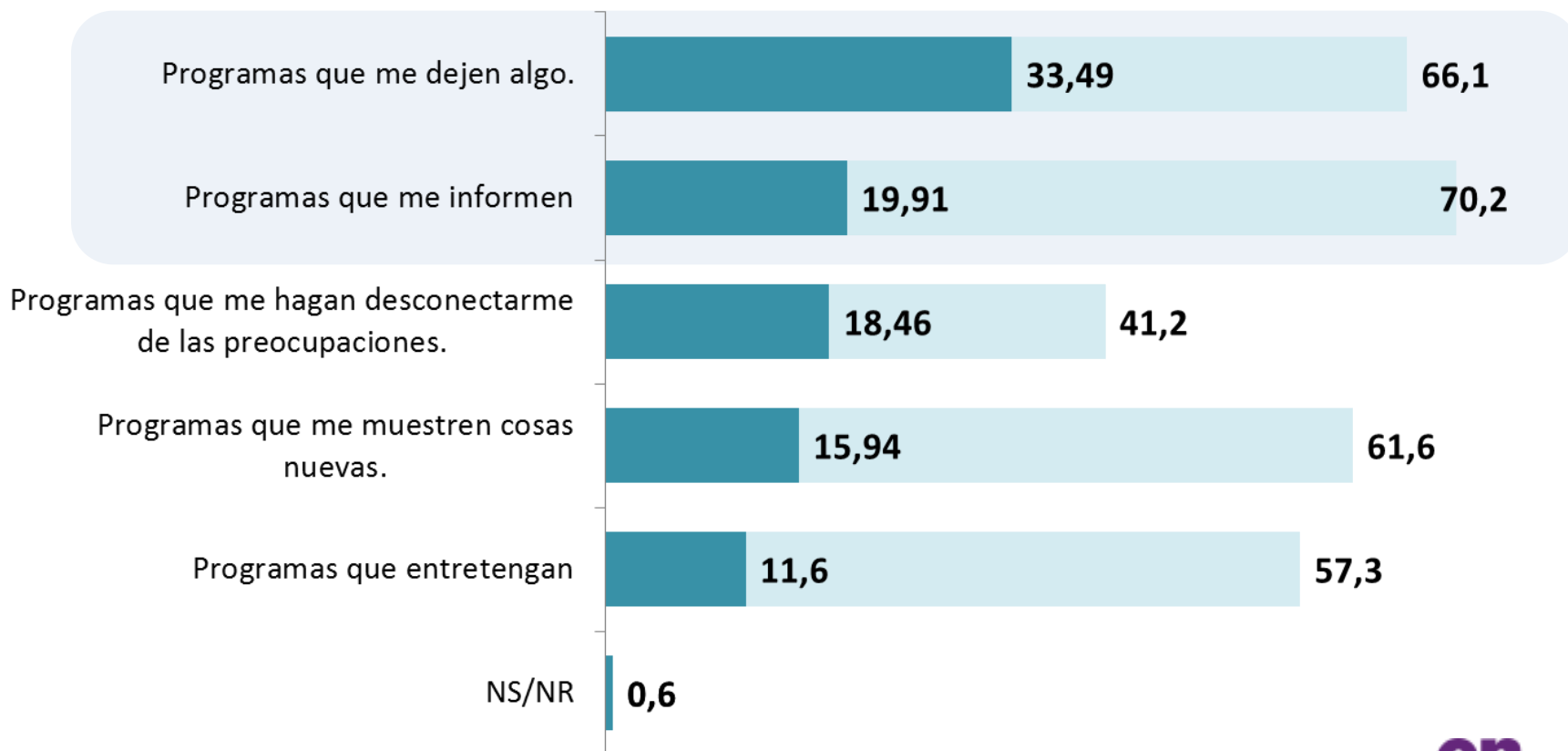
Total Muestra: 5.479

Considerando la programación televisiva en general, de las siguientes frases elija las que considere más importantes:



### ¿Qué tipo de programas busca al ver TV?

■ Primeros tres lugares   ■ 1° Lugar

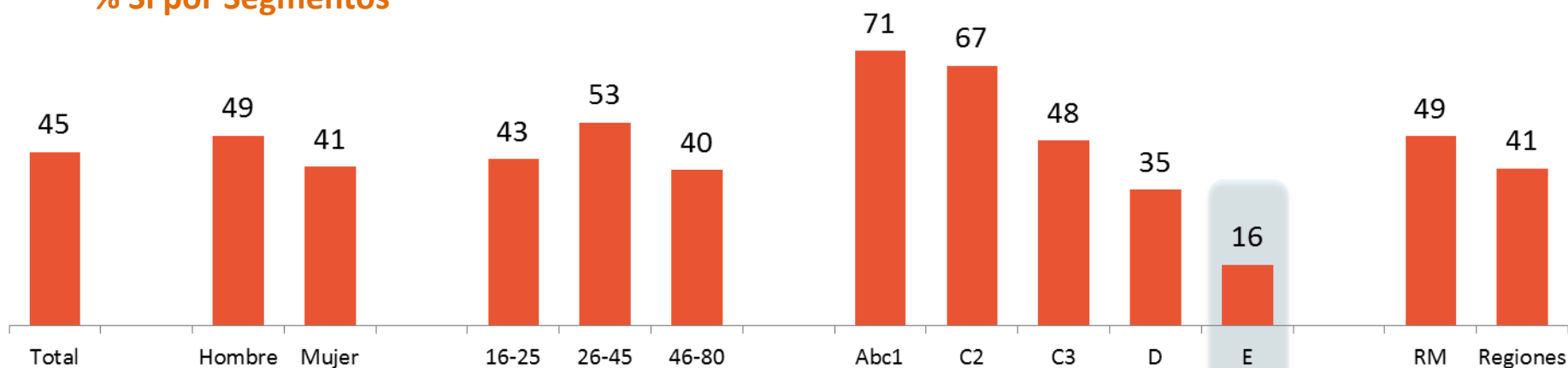


### ¿Conoce usted al Consejo Nacional de Televisión?

Porcentaje.



### % Sí por Segmentos

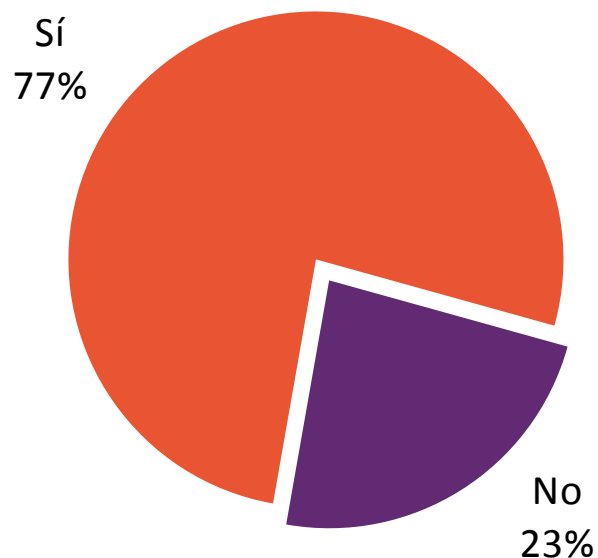


## CONOCIMIENTO DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

Base: Quienes Sí conocen al CNTV (n: 2.462)

¿Usted sabe cuáles son algunas de las labores que desarrolla el Consejo Nacional de Televisión?

Entre quienes conocen al Consejo Nacional de Televisión una mayoría manifiesta saber cuáles son sus labores.



## CONOCIMIENTO DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

Base: Quienes Sí conocen las labores del CNTV (n: 1884)

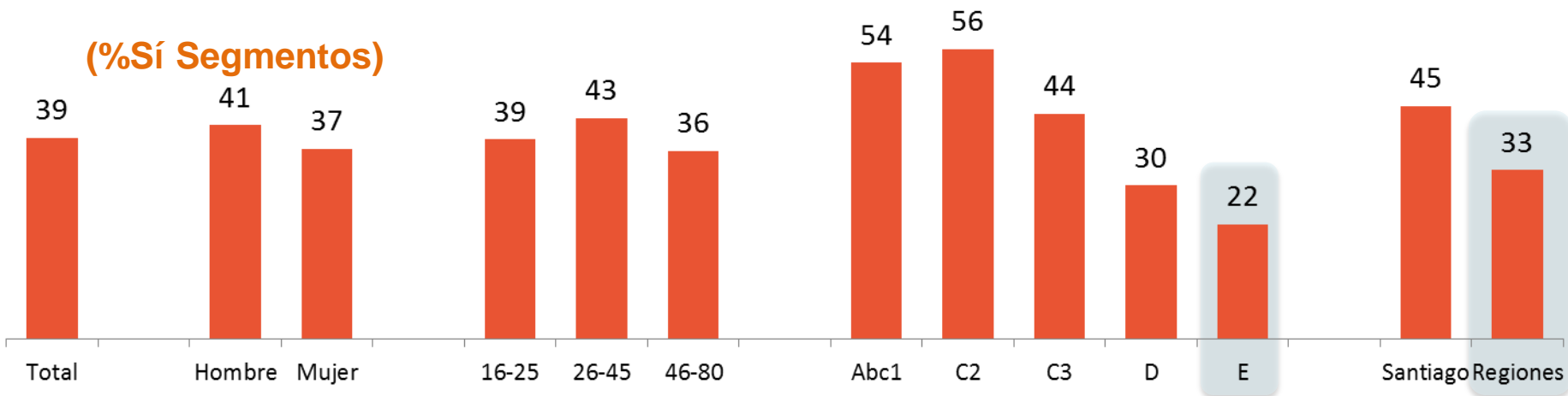
### ¿Cuáles son las labores que realiza el Consejo Nacional de Televisión? (Espontánea)



## CONOCIMIENTO DEL CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN

Total muestra: 5.479

¿Sabe si las personas como usted pueden denunciar los contenidos que le parezcan inadecuados de la televisión al Consejo Nacional de Televisión?



[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

# PRINCIPALES RESULTADOS

## TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

Departamento de Estudios

- Existe un porcentaje alto de desconocimiento sobre la Televisión Digital Terrestre y se asocia principalmente a calidad de imagen.
- Se espera que con la Televisión Digital aumente la presencia de contenidos educativos y culturales, lo que se condice con las demandas de los entrevistados hacia la televisión en general.

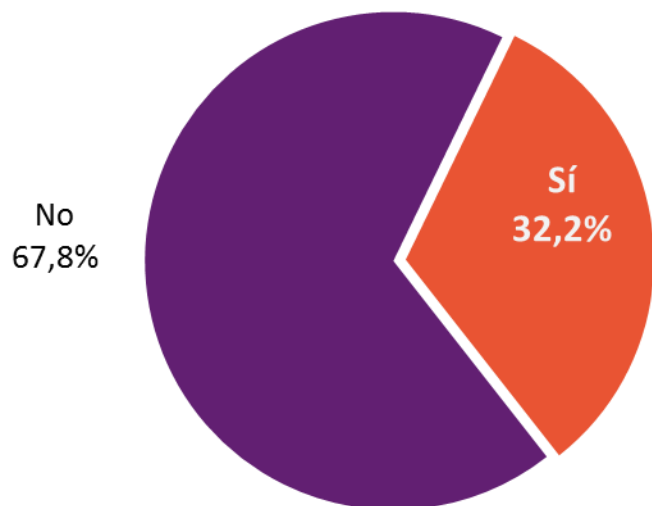
# TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

## CONOCIMIENTO DE LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

Total muestra: 5.479

Departamento de Estudios

### ¿Sabe qué es la televisión digital?



### ¿Qué sabe de la televisión digital? (espontánea)

Porcentaje de menciones



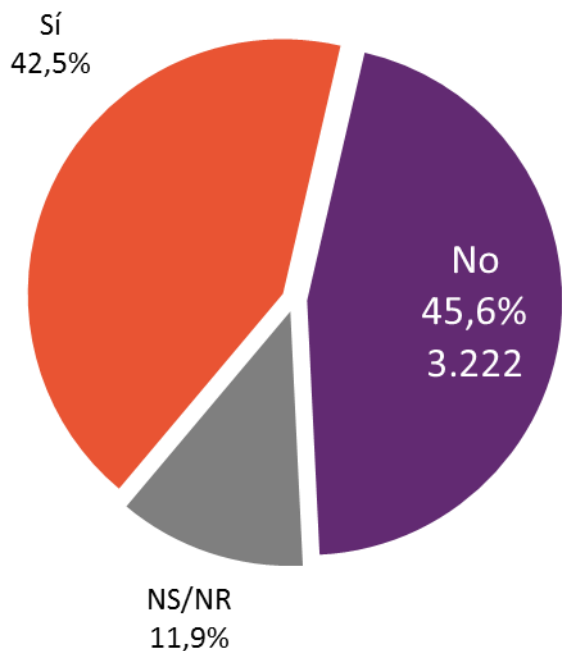
# TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

## EQUIPAMIENTO TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

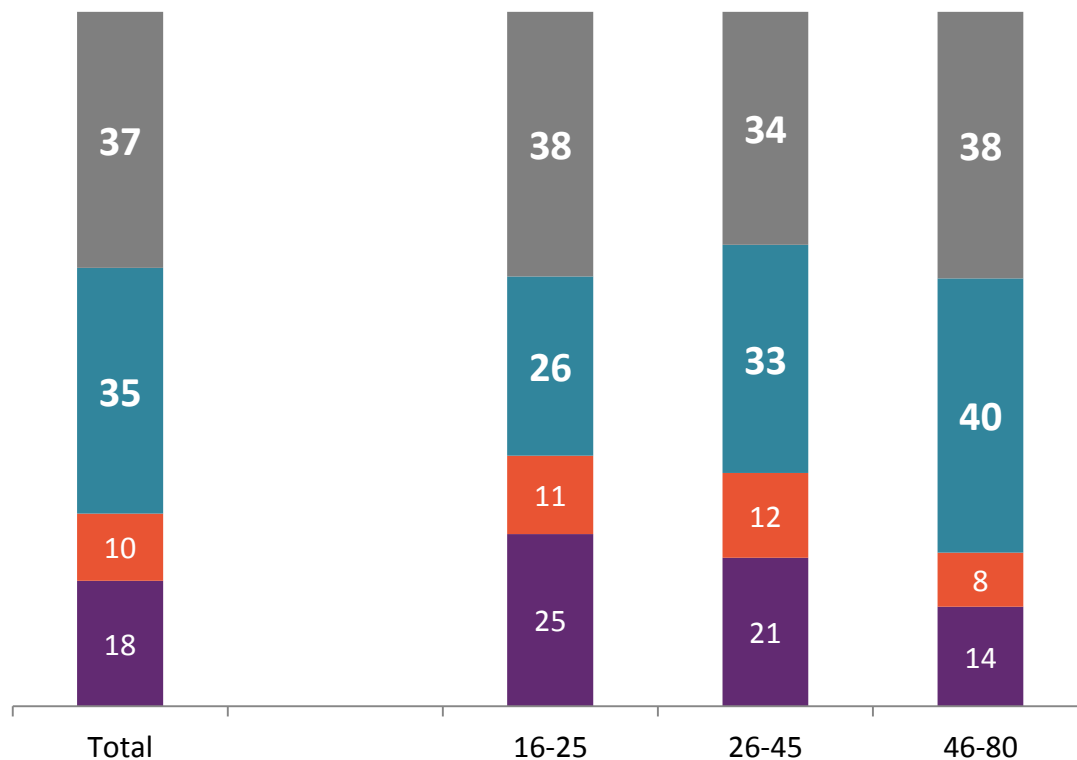
Departamento de Estudios

Total muestra: 5.479

¿Tiene usted un **televisor que le permita ver televisión digital?**



Entre las siguientes alternativas para obtener TV Digital en su hogar, ¿usted...?



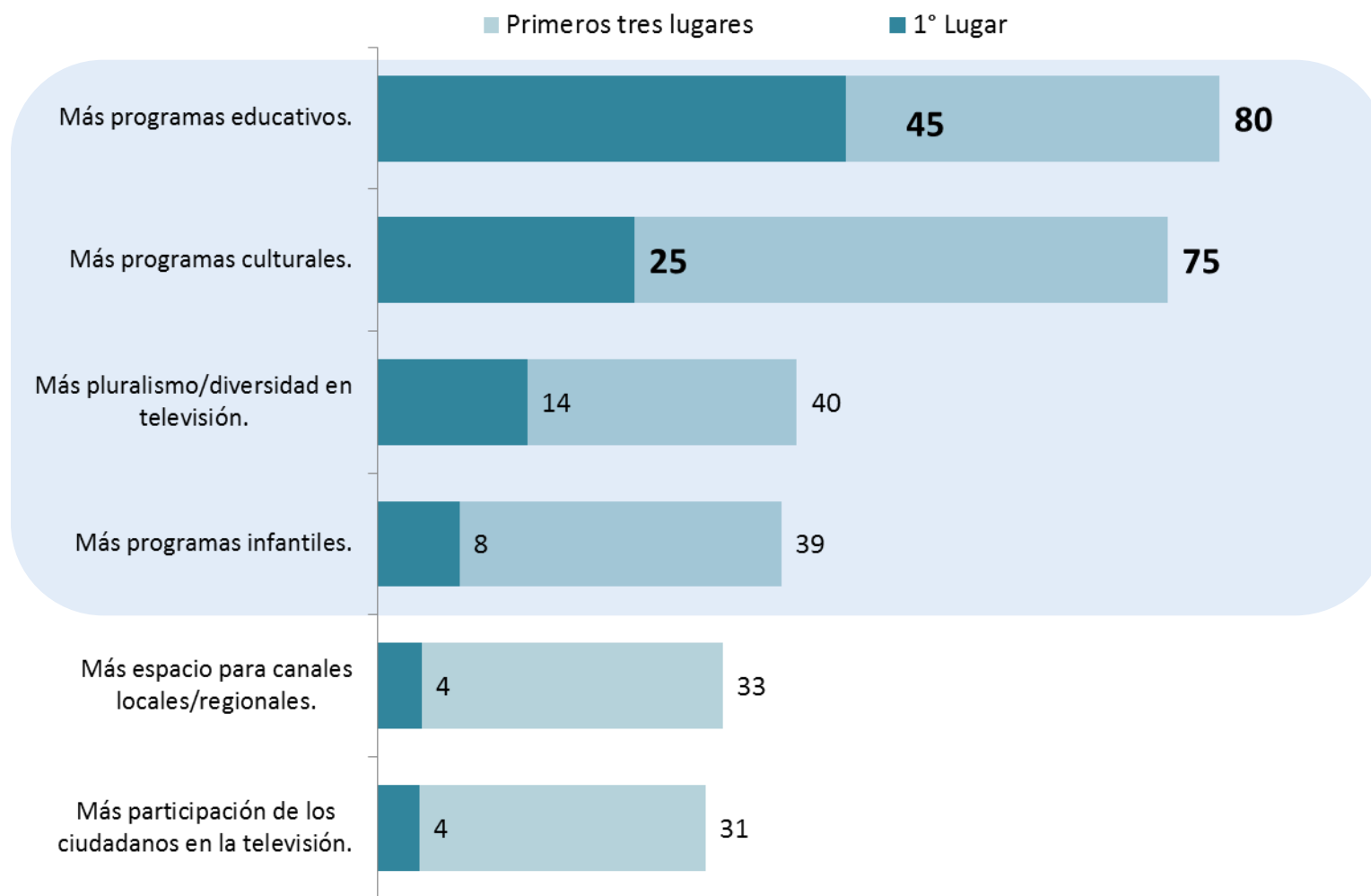
- No sabe qué haría
- No haría nada y continuaría recibiendo televisión análoga
- Compraría un decodificador, para su TV
- Compraría un TV nuevo, apto para TV digital.

# TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

## EXPECTATIVAS HACIA LA TELEVISIÓN DIGITAL TERRESTRE

Total muestra: 5.479

De la siguiente lista, ¿qué sería lo que más le gustaría que sucediera con la nueva Ley de TV digital? En primer, segundo y tercer lugar.



[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# CONCLUSIONES

## Renovación tecnológica y consumo convergente

Los hogares chilenos están especialmente equipados y tecnologizados de acuerdo a los datos de esta encuesta, donde destacan los dispositivos móviles. Esto evidencia una necesidad por estar conectados, utilizando medios de comunicación diversos, tradicionales y nuevos, y articulados con otras personas. Lo anterior aparece como tendencia, en especial, en los grupos más jóvenes y entre quienes tienen más acceso a este tipo de bienes y servicios.

Existe ya un consumo convergente de televisión y contenidos audiovisuales, que en el caso de los jóvenes, prioriza la organización de su propio menú televisivo. Esta actitud más activa frente a los contenidos y la televisión social que se comienza a perfilar, ¿demandará nuevas apuestas a la industria televisiva?

## Evaluación de la televisión

La televisión abierta es de alto consumo y mantiene su importancia como referente cultural. Esta misma relevancia -en la cotidianeidad de las personas- la hace también objeto de grandes críticas y demandas. Se espera represente la diversidad social del país, con contenidos significativos e 'importantes' para las personas. Esta es la contracara de una crítica que apunta a la 'farandulización' de la pantalla y a contenidos desechables.

La televisión regional destaca por sus cercanía, la televisión de pago por su diversidad y oferta a distintos públicos. Valoraciones que no desdibujan el rol de la televisión abierta, la que sigue articulando el discurso de lo nacional.

En cuanto a la agenda informativa, las personas exigen una adecuada representación de temas y actores sociales y más respeto de los valores universales.

## **Regulación**

Existe acuerdo respecto de la regulación televisiva, avalando las medidas que apuntan a financiar programas de calidad y a incluir más cultura.

En este aspecto se denota una teleaudiencia más activa y preocupada tanto en demandar una televisión de calidad como en responder a contenidos considerados inadecuados. En este sentido, los hábitos de consumo aparecen menos consolidados y más permeables frente a la variedad de ofertas y alternativas de acceso.

## **Rol social de la TV**

Se refuerza en esta encuesta el rol público y social de la televisión abierta, donde emergen las responsabilidades de la industria-incluyendo a los avisadores-, el Estado y el propio público televidente que aparece no solo en su calidad de consumidor sino también de ciudadano.

[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)

**cnTV**

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISION

# VIII ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS  
2014

**cn**  
**TV**