

**ENCUESTA NACIONAL
DE TELEVISIÓN**

Principales resultados

16 DE NOVIEMBRE 2021

DESUC
Dirección de Estudios
Sociales

Objetivo del estudio



Objetivo

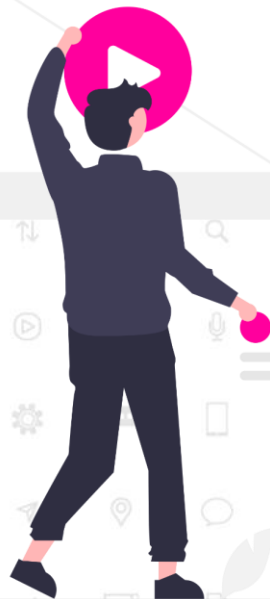
Contar con información que dé cuenta
del **acceso y estado de la opinión pública**
sobre la **televisión abierta y pagada en Chile.**

Principales resultados



Equipamiento

y consumo audiovisual



Dispositivos

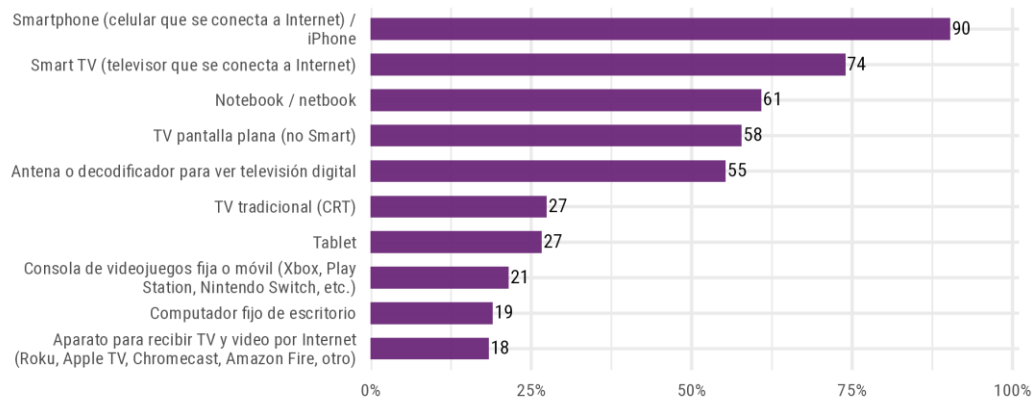
tecnológicos

en hogar

Los dispositivos tecnológicos más presentes en los hogares fueron los **Smartphone (90%)**, **Smart TV (74%)** y **Notebook/Netbooks (61%)**.

De los dispositivos tecnológicos que aparecen en esta tarjeta, ¿cuáles hay en su hogar?

% Sí



X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

2017



82%



52%



35%

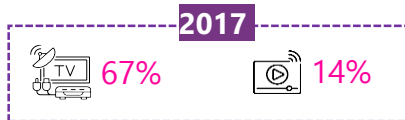
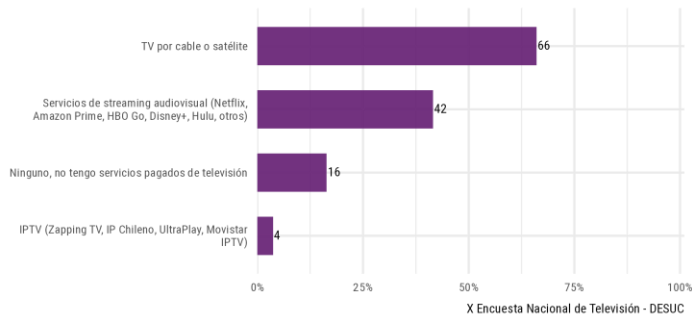


12%

Tenencia servicios

pagados TV

En su hogar ¿tiene alguno de los siguientes servicios pagados de TV?
% personas que menciona. Respuesta múltiple



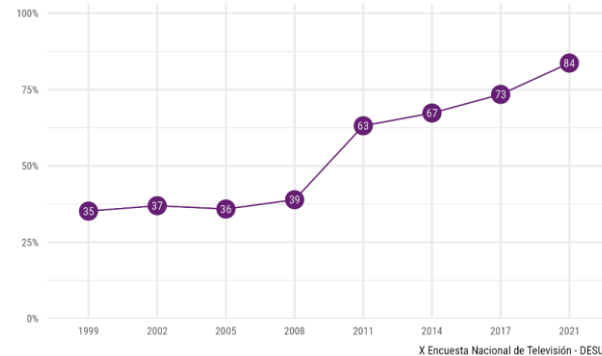
La **TV por cable** es el servicio pagado **más presente en los hogares**, con **66%**. Lo siguen los servicios de **streaming**, con **42%**.

Evolución tenencia

TV de pago

Desde la perspectiva histórica, el porcentaje de personas que **declara acceder a algún tipo de TV de pago** ha aumentado sosteniblemente, pasando de **35% en 1999** a **84% en 2021**.

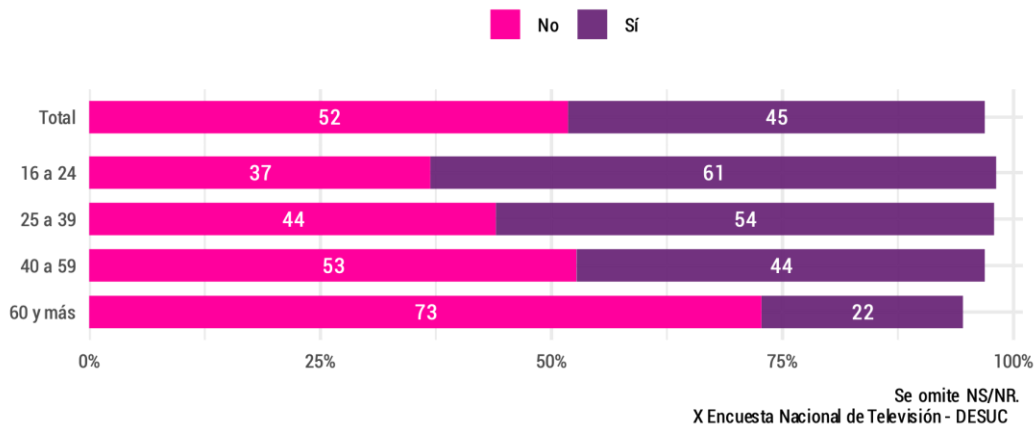
Equipamiento en el hogar
% de personas con televisión de pago



Acceso a contenido audiovisual gratuito por internet

Además de los servicios contratados, ¿usted accede a plataformas de contenido audiovisual por Internet gratuitos?

% respuesta



El **45%** de las personas declara acceder a plataformas de contenido audiovisual gratuitas, **siendo los más jóvenes quienes acceden mayormente a estas plataformas.**

Centrándonos en el uso de Smartphone, **74%** lo utilizan para ver plataformas y redes sociales de videos generados por otros, como YouTube. Le sigue el consumo de streaming pagado, con **48%**.



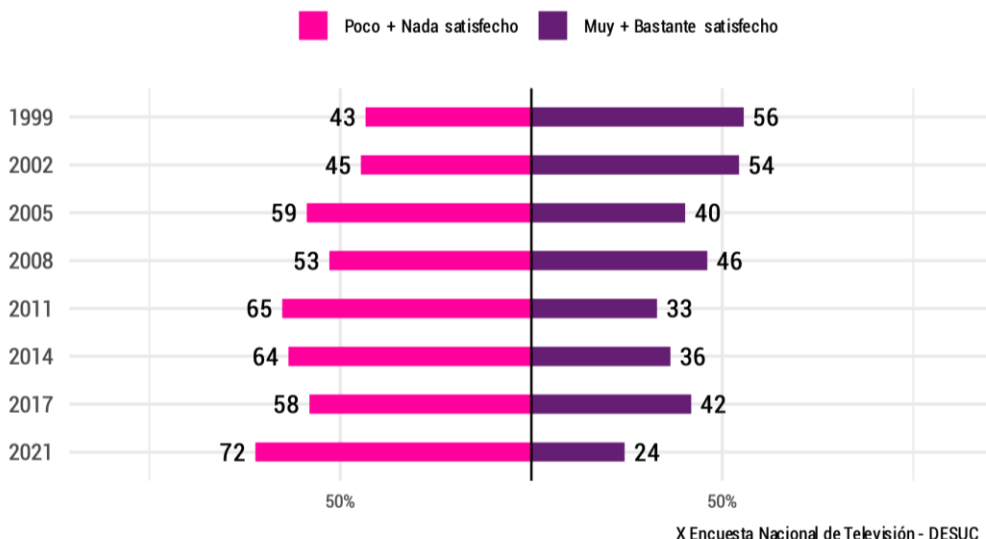
Evaluación de la televisión



Evolución Satisfacción con TV Abierta

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

% respuestas.



En escala de 1 a 7, la media es 3,96

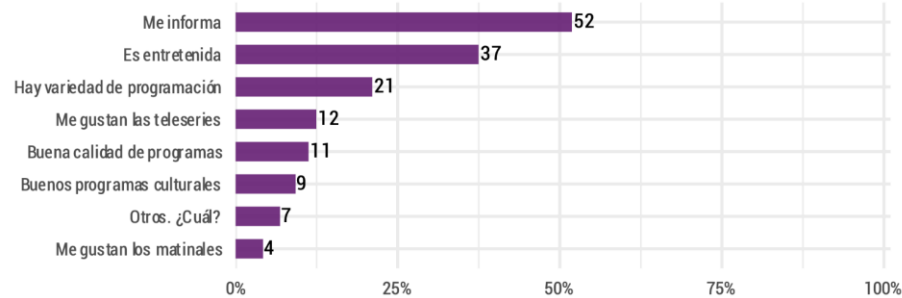
En términos generales, a través de los años se ha visto un **descenso en el nivel de satisfacción con la TV abierta.**

Mientras en 1999 **43%** declaraba estar poco o nada satisfecho, esta proporción llega al **72%** en 2021.

Motivo de (in)satisfacción con TV Abierta

¿Por qué está "Muy satisfecho" o "Bastante satisfecho"?

% personas que menciona. De quienes están muy o bastantes satisfechos con la televisión abierta.



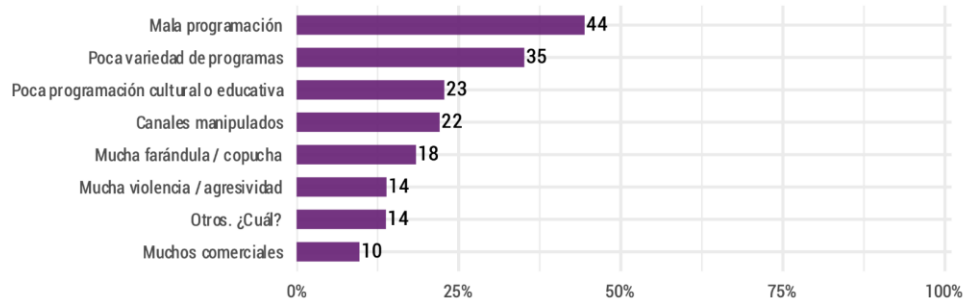
Respecto a los motivos de satisfacción, el rol

informativo y de entretenimiento

son los más mencionados, seguido de lejos por la variedad programática.

¿Por qué está "Poco satisfecho" o "Nada satisfecho"?

% personas que menciona. De quienes están poco o nada satisfechos con la televisión abierta.



En contraste, la

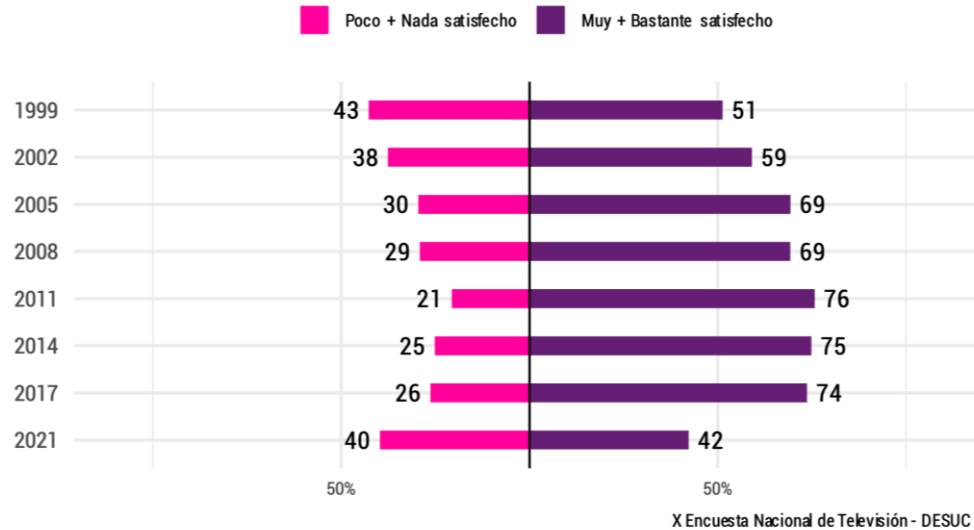
mala y poca programación (general y cultural)

son los motivos más mencionados por las personas que se **encuentran insatisfechas**.

Evolución satisfacción con TV pagada

En general, ¿cuán satisfecho está usted con la televisión pagada (cable o satelital) a la cual tiene acceso en su hogar?

% respuestas.



Pasando a la evaluación histórica de la **TV por pago** se observa un **descenso claro en los niveles de satisfacción**.

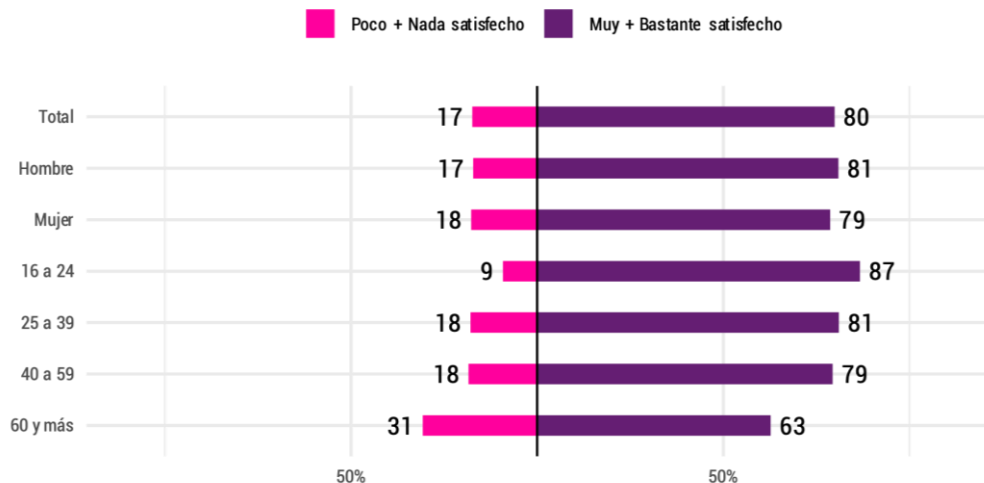
Así, los resultados muestran una **satisfacción media**.

Satisfacción con servicios

audiovisuales por internet

En general, ¿cuán satisfecho está usted con los servicios de contenidos audiovisuales por Internet a los que tiene acceso en su hogar?

% respuesta de quienes tienen servicios de streaming.



Se omite NS/NR.

X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC



Pasando a satisfacción con servicios de streaming, destaca un **alto grado de satisfacción**.

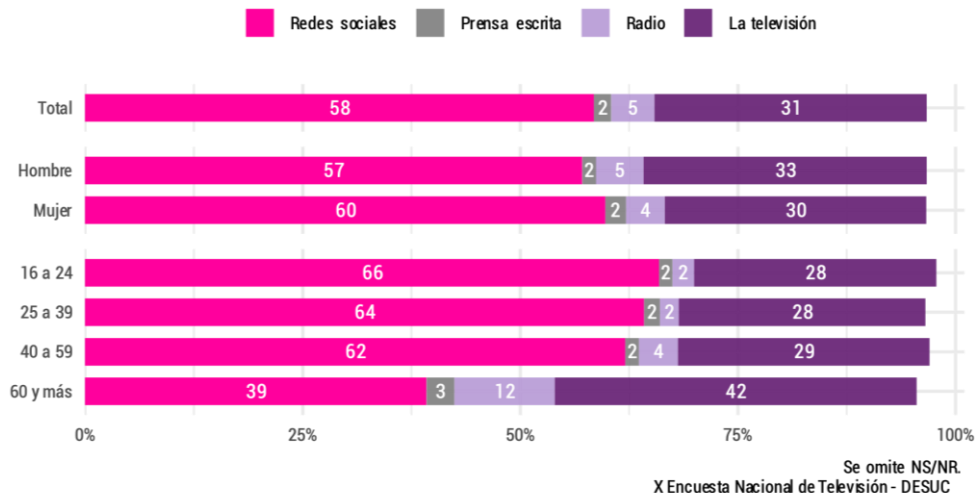
Las **personas jóvenes** son quienes poseen **mayores niveles de satisfacción**,

llegando a **87%**.

Medio con influencia en opinión pública

Según lo que usted piensa, ¿qué medio tiene más influencia sobre lo que piensa la gente? ¿la televisión, la radio, la prensa escrita, o las redes sociales?

% respuesta



Respecto a influencia en opinión pública, las **redes sociales muestran una gran presencia.**

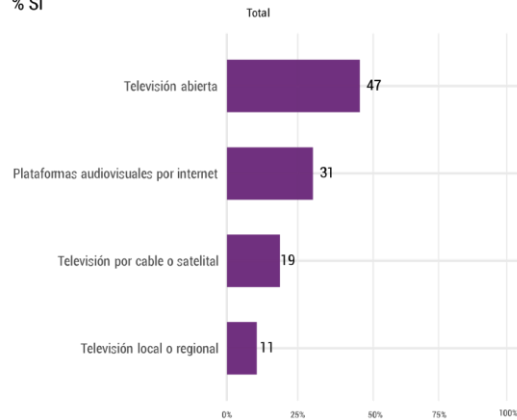
El **58%** de las personas cree que es el medio que tiene más influencia sobre lo que piensa la gente, desplazando al **31%** encontrado en televisión.

Personas de mayor edad continúan otorgándole un rol importante a la TV.

Ver contenidos molestos en medios

En lo que va del año, ¿usted ha visto contenidos que le hayan molestado en...?

% Sí

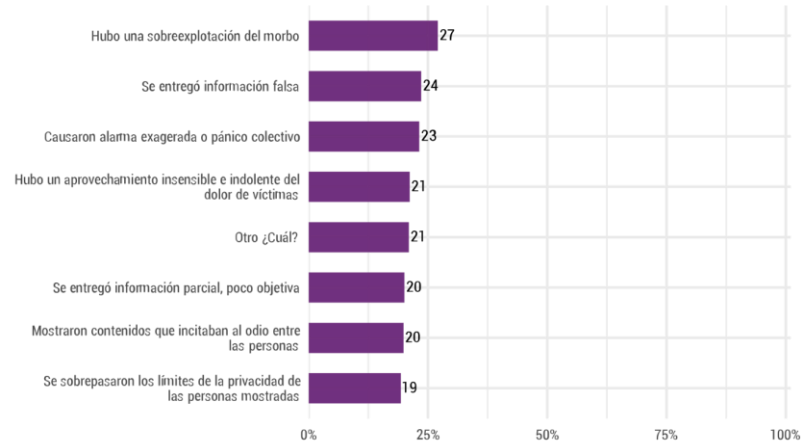


X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

La **TV abierta** lidera con **47%** de personas que **declaran haber visto contenido molesto en este medio**. La siguen las **plataformas audiovisuales por internet** con **31%**.

¿Qué fue lo que le molestó de los contenidos que vio en la plataforma?

% personas que menciona que le molestó algo. Respuesta múltiple



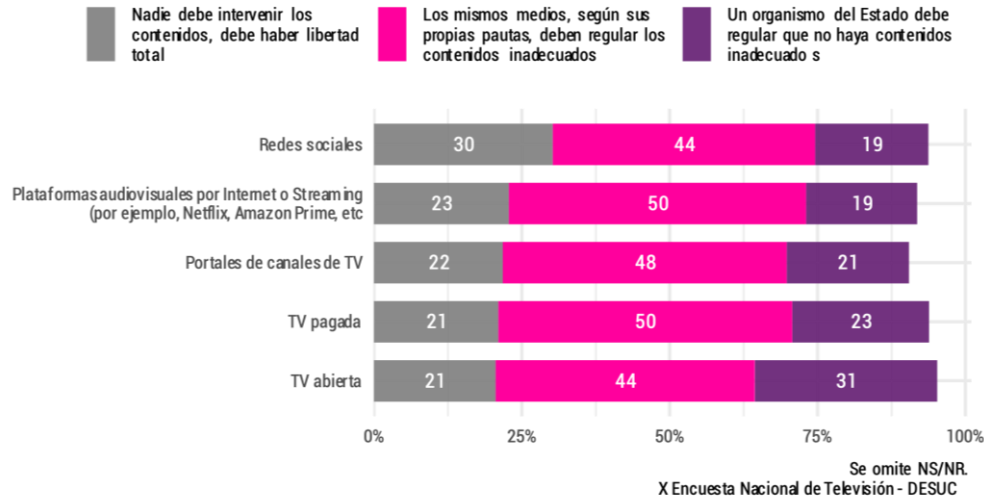
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Si bien ninguna de las razones de molestia sobrepasa el 50%, las más representativas son: **“Hubo sobreexposición del morbo” (27%)**, **“Se entregó información falsa” (24%)** y **“Causaron alarma exagerada” (23%)**.

Percepción sobre nivel de regulación de contenidos

Para cada uno de estos medios, por favor dígame, ¿cuál frase representa mejor su opinión sobre la regulación de contenidos audiovisuales?

% respuesta



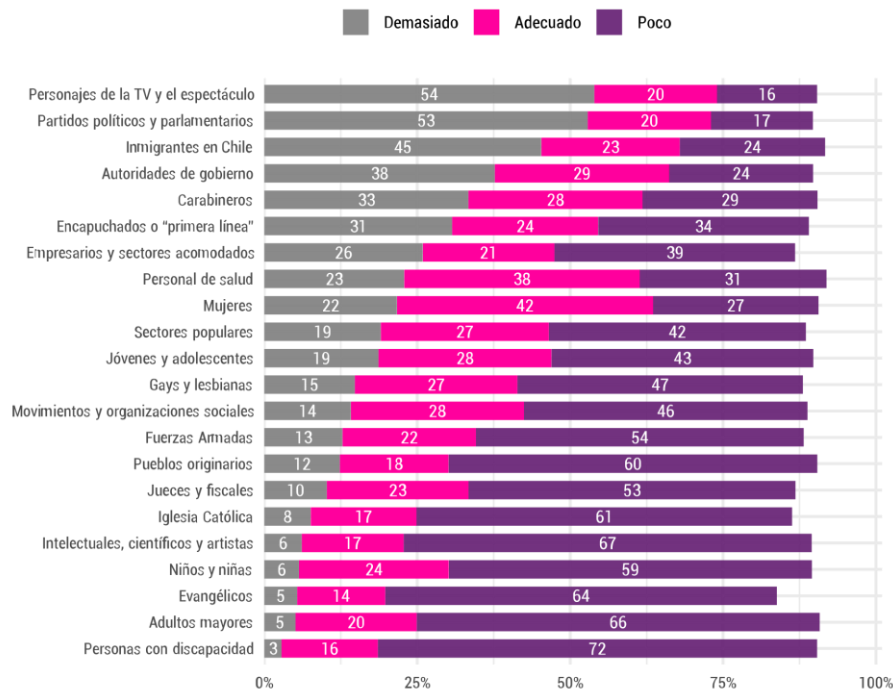
En general existen opiniones divididas, pero **la mayoría de las personas se inclina por una autorregulación de los mismos medios**, de acuerdo a sus propias pautas.

Pero las personas tienen la expectativa de un **rol más activo de parte del Estado** en la **regulación de contenido en la TV abierta**.

Representación de grupos en TV Abierta

De acuerdo a la siguiente escala, dígame si los siguientes grupos o personas aparecen muy poco tiempo, aparecen el tiempo adecuado o demasiado tiempo en televisión abierta

% de respuesta



Se omite NS/NR.

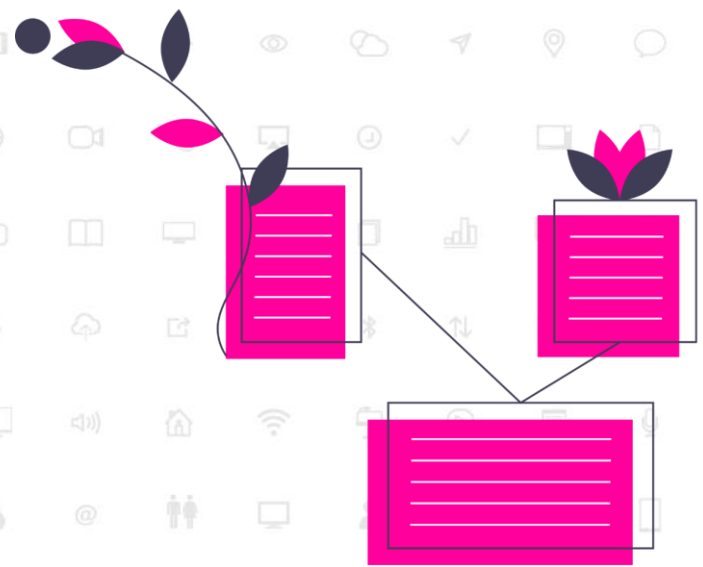
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Partidos políticos, personajes de la TV y el espectáculo e inmigrantes en Chile son los grupos más señalados como que “aparecen demasiado tiempo” en TV abierta.

En contraste, **personas con discapacidad, adultos mayores, niños y niñas e iglesias** son señalados como grupos que “aparecen poco”.

Medios de información

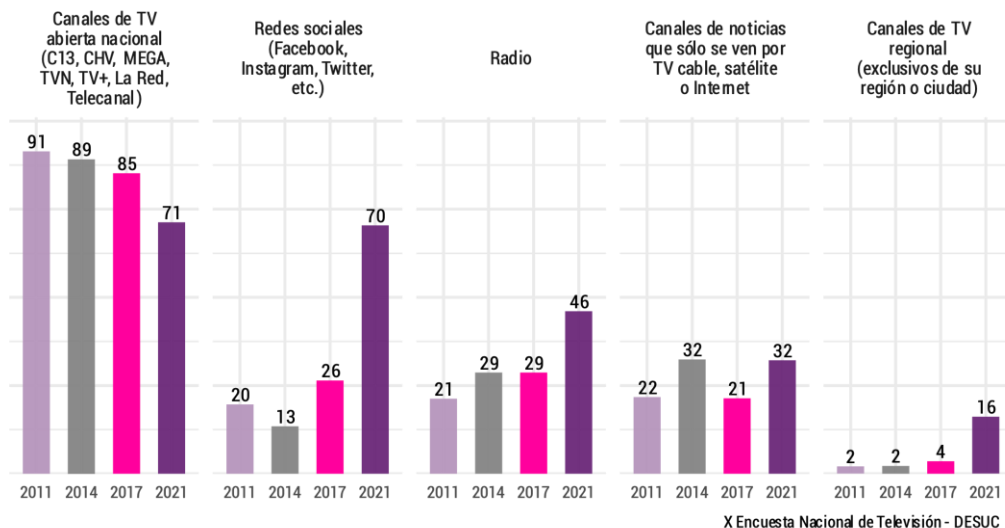
y noticiarios



Evolución medios utilizados para informarse

¿Podría decirme cuáles de estos medios utiliza para informarse?

% Sí.



Respecto a medios de información, junto con la multiplicación de ofertas, se **observa una dispersión de las preferencias y uso de fuentes de información.**

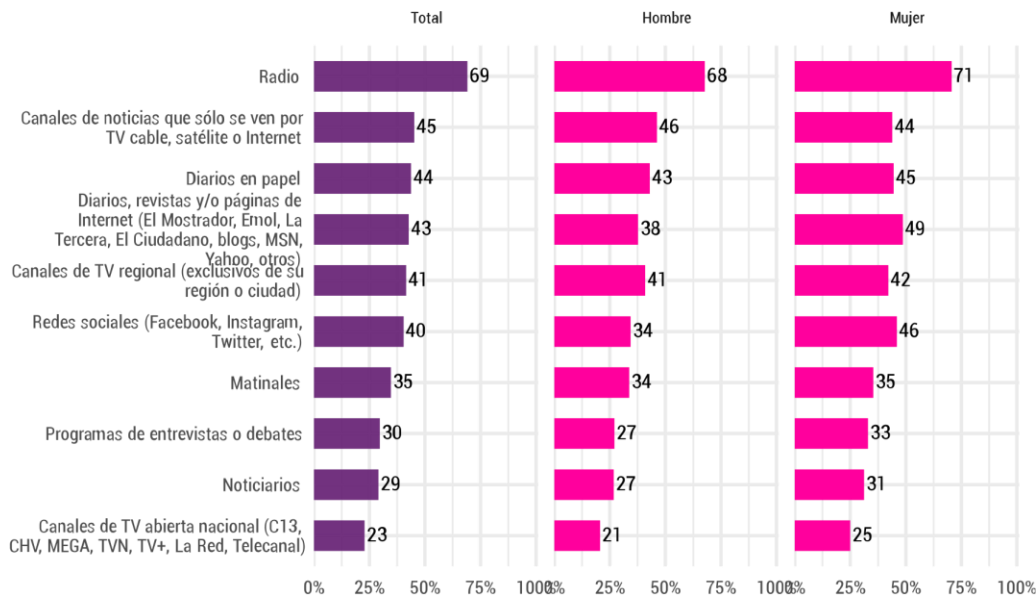
Las redes sociales muestran un gran avance.

La **demanda por inmediatez** también parece estar impulsando esta tendencia.

Confianza en medios utilizados para informarse

En una escala de 1 a 7, donde 1 es “nada” y 7 es “totalmente”, ¿cuánto confía en la información que recibe a través de estos medios?

% de respuestas 6 a 7. Sólo si utiliza el medio para informarse.



X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

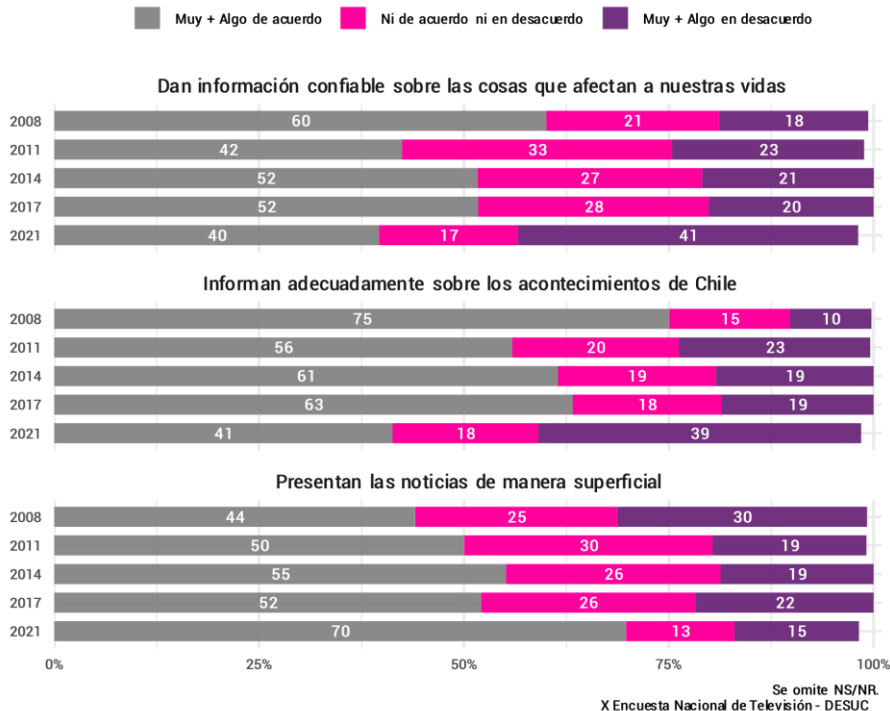
A pesar de que los canales de TV abierta nacional son los más mencionados para informarse, **muestran bajos niveles de confianza.**

Solo **23%** confía en esa información, siendo el medio con **menos confianza.**

Evolución percepciones sobre noticiarios de TV abierta

Respecto con los noticiarios de televisión abierta (C13, TVN, CHV, MEGA), ¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

% Muy + Algo de acuerdo. Sólo quienes se informan con noticiarios de la TV abierta.



Los niveles de desconfianza

han aumentado sostenidamente:

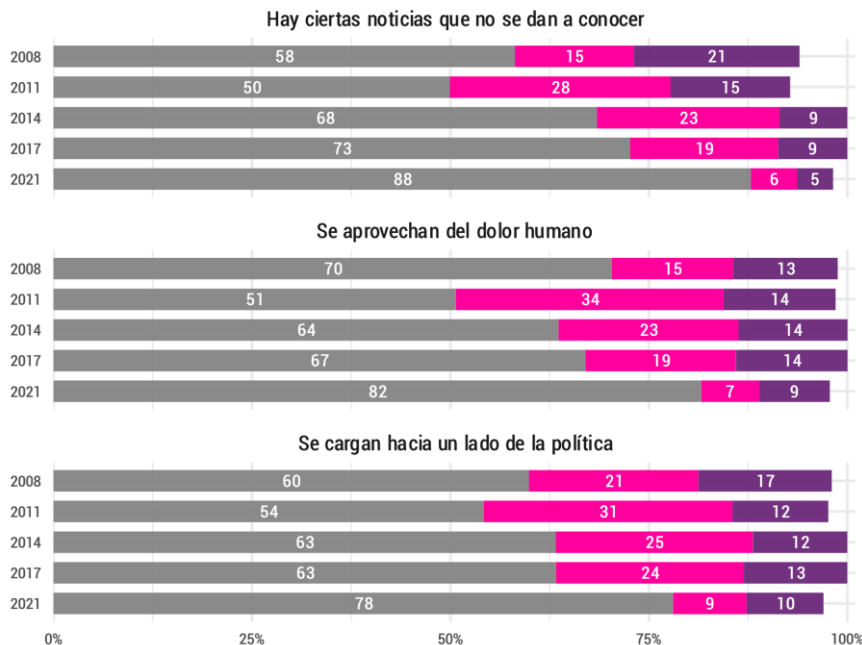
En el 2008 **60%** de las personas confiaban en la información que daban los noticiarios de TV abierta, en el 2021 sólo **40%** confía en ella.

Evolución percepciones sobre noticiarios de TV abierta

Respecto con los noticiarios de televisión abierta (C13, TVN, CHV, MEGA), ¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

% Muy + Algo de acuerdo. Sólo quienes se informan con noticiarios de la TV abierta.

Muy + Algo de acuerdo
 Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 Muy + Algo en desacuerdo



Se omite NS/NR.
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

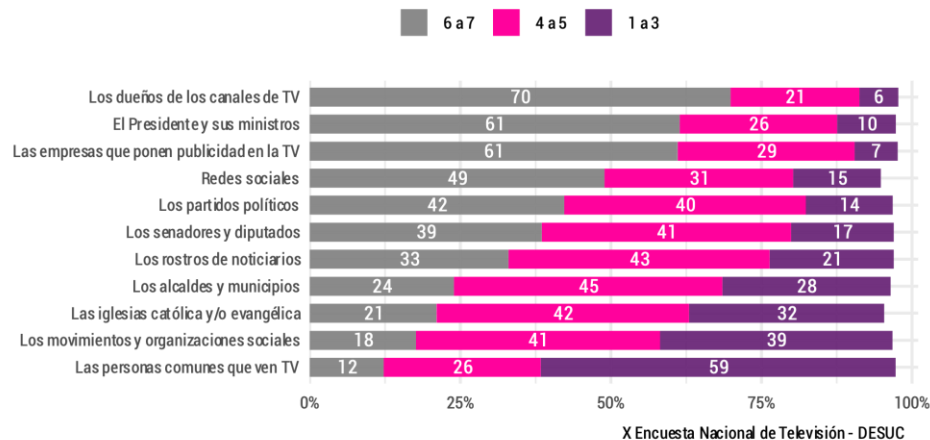
También se observa un aumento en la percepción de que los noticiarios de la TV abierta ocultan información:

Si en 2008, **62%** de las personas declaraba creer que había ciertas noticias que no se daban a conocer, esta proporción aumenta a **89%** en 2021.

Percepción poder de influencia de medios de comunicación

En su opinión, ¿cuánto poder para influir sobre la información o los temas que tratan los noticieros de televisión abierta, tienen las siguientes instituciones o grupos de personas? Use una escala de 1 a 7, donde 1 es "muy poco poder para influir" y 7 es "mucho poder para influir".

% de respuestas. Sólo quienes se informan con noticieros de la TV abierta.

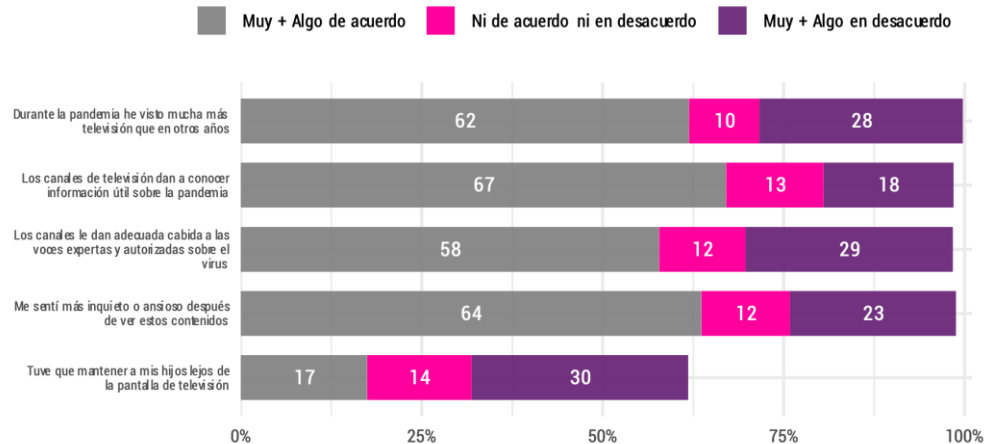


Los tres grupos o actores que consideran con mayor influencia son **los dueños de los canales de TV (70%)**, **las empresas que ponen publicidad en TV y el presidente y sus ministros, ambos con 61%**.

Percepciones rol de TV abierta en contexto de pandemia

En relación a la pandemia, los canales de televisión abierta han realizado diversas coberturas y/o modificado su programación habitual. Respecto a esto, ¿qué tan de acuerdo está usted con cada una de las siguientes frases?

% respuesta. Sólo quienes ven televisión abierta algunos o todos los días de la semana.



Se omite NS/NR.
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

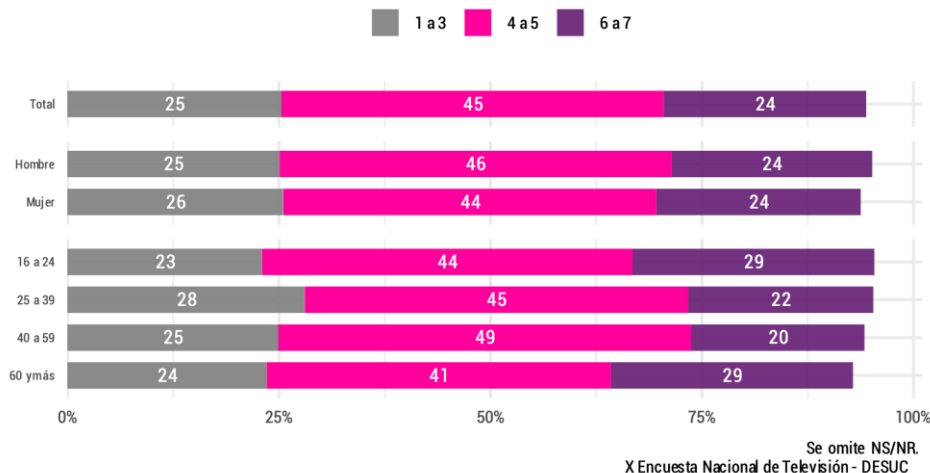
Entre quienes ven TV abierta, **67%** dice estar de acuerdo con que los canales de TV **dan a conocer información útil sobre la pandemia.**

Evaluación TV en información

del proceso constituyente

En una escala de 1 a 7, como en el colegio, donde 1 es "muy malo" y 7 es "muy bueno", evalúe el rol que ha cumplido la televisión al informar sobre el proceso constituyente en que se encuentra el país.

% respuesta

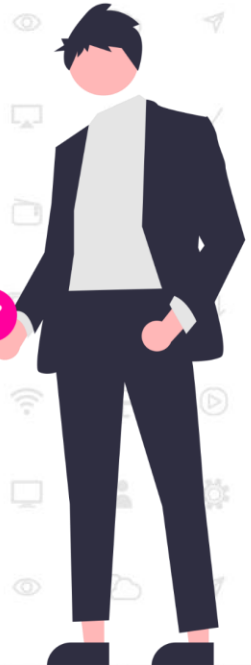
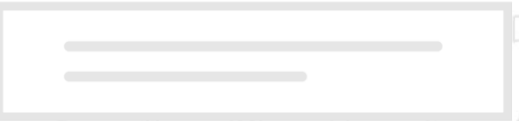
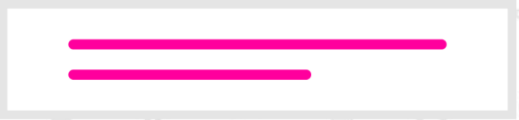


El **24%** de las personas evalúa con **notas 6 y 7** el rol que ha tenido la TV informando sobre el **proceso constituyente**.

El **45%** le pone **notas 4 a 5** y **25%** "reprueba" o encuentra que la TV ha tenido un mal rol informativo.

No hay diferencias por sexo

Conclusiones



Consumo audiovisual extendido, con rol particular de internet:

Consumo audiovisual es transversal en Chile, dándose tanto por medios pagados y gratuitos. Internet se posiciona como vía de consumo con fuerte componente etario y socioeconómico, donde especialmente personas jóvenes y de estratos altos son quienes utilizan este canal para el consumo audiovisual.

Mirada crítica respecto a televisión abierta nacional:

Los datos relevaron importantes niveles de insatisfacción con la televisión abierta, siendo los aspectos más criticados los relativos a la oferta programática. Esta percepción se encuentra mediada por edad y NSE, donde personas de estratos bajos y de mayor edad tienen mejores percepciones al respecto.

Baja penetración de canales regionales:

Los resultados mostraron con claridad un bajo nivel de conocimiento de las personas de regiones respecto a su televisión local.

La variedad en programación como eje central en valoraciones:

Los datos muestran que los aspectos más valorados por las personas son los relacionados con la oferta programática, su variedad y extensión, y en función de ello, construyen sus juicios para evaluar a las distintas plataformas de contenido audiovisual. Así, se explican mayores niveles de satisfacción especialmente con plataformas de streaming en comparación con televisión abierta, regionales y por cable.

Redes sociales consolidándose como fuente informativa:

Los resultados comparativos permitieron ver con claridad el enorme avance que han tenido las redes sociales como fuente informativa.

Brechas entre consumo informativo y confianza:

Sin embargo, más allá del alto nivel de consumo informativo por televisión abierta, noticieros y redes sociales, los datos mostraron una clara brecha en los niveles de confianza, donde solo una parte menor de las personas que ocupan estos medios para informarse, declaran tener altos niveles de confianza.

Evaluación media respecto al rol informativo de la televisión:

Escenario de desconfianza hacia la televisión en su rol informativo, donde parte importante de las personas atribuye a ciertos grupos (empresarios, políticos) el poder de influir en lo que se comunica –o no– en noticiarios de televisión abierta.

Posición ambivalente en expectativas de regulación:

Más allá de lo anterior, las personas tienen una posición intermedia respecto a la necesidad de regulación, donde la mayoría opta por la auto-regulación de los propios medios, requiriendo solo marginalmente la presencia del Estado en la labor de regular contenidos en televisión abierta.

Patrones de consumo, percepciones y opiniones heterogéneas:

Los patrones de consumo, como las percepciones y opiniones de las personas difieren especialmente por edad y nivel socioeconómico. Personas de mayor edad mantienen patrones de consumo más tradicionales, mientras que jóvenes amplían sus canales de consumo, dando paso a la contratación de servicios de *streaming* y por internet. Dado ello, las percepciones de estos últimos tienden a ser más críticos sobre la oferta programática de los medios tradicionales. Esto se replica en niveles socioeconómicos más altos, que tienen visiones más negativas en comparación con estratos bajos sobre la televisión abierta y canales tradicionales.

Ficha

metodológica



Ficha metodológica

Población Objetivo:

Personas de **16 años y más**, chilenas o residentes en Chile, que habitan en viviendas particulares ocupadas localizadas **en zonas urbanas de las dieciséis regiones** de Chile.

Diseño muestral:

De áreas **probabilístico, estratificado geográficamente y multietápico**. (1) etapa: comunas, (2) etapa: manzanas o entidades rurales, (3) etapa: viviendas, y (4) etapa: personas.

Modo de aplicación:

En hogares, **cara a cara**, a través de **encuestador**.

Periodo de levantamiento de datos:

17 de mayo a 28 de septiembre de 2021.

Tamaño muestral:

5.582 encuestas completas.

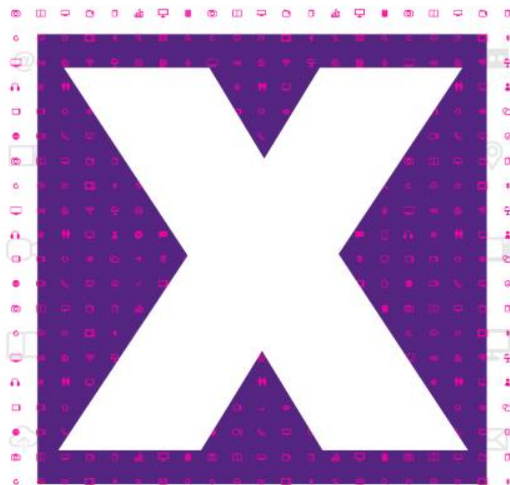
Error muestral:

Error absoluto de $\pm 1,3$ a nivel nacional, bajo supuesto de Muestreo Aleatorio Simple (MAS), para una proporción de 50% a nivel de confianza de 95%

Factor de expansión:

Calculado considerando las **probabilidades desiguales de selección**, con **ajuste explícito de no respuesta** y postestratificación por sexo, edad, macrozona y nivel educacional del encuestado.

El factor permite que los resultados de la encuesta representen a las **13.744.440** personas mayores de 16 años en áreas urbanas de Chile.



**ENCUESTA NACIONAL
DE TELEVISIÓN**

Principales resultados

16 DE NOVIEMBRE 2021

DESUC
Dirección de Estudios
Sociales