

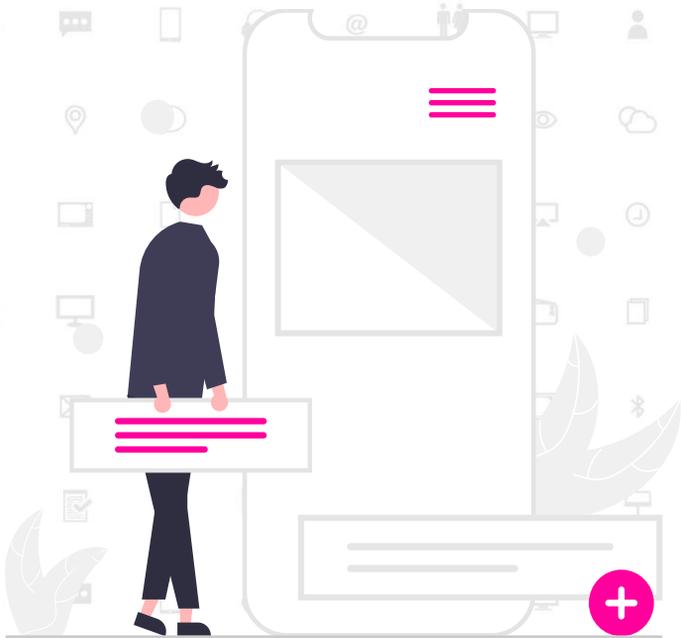
**ENCUESTA NACIONAL
DE TELEVISIÓN**

NOVIEMBRE 2021

DESUC
Dirección de Estudios
Sociales

Índice

- 1. Objetivo del estudio**
- 2. Ficha metodológica**
- 3. Caracterización de la muestra**
- 4. Principales resultados**
- 5. Síntesis**



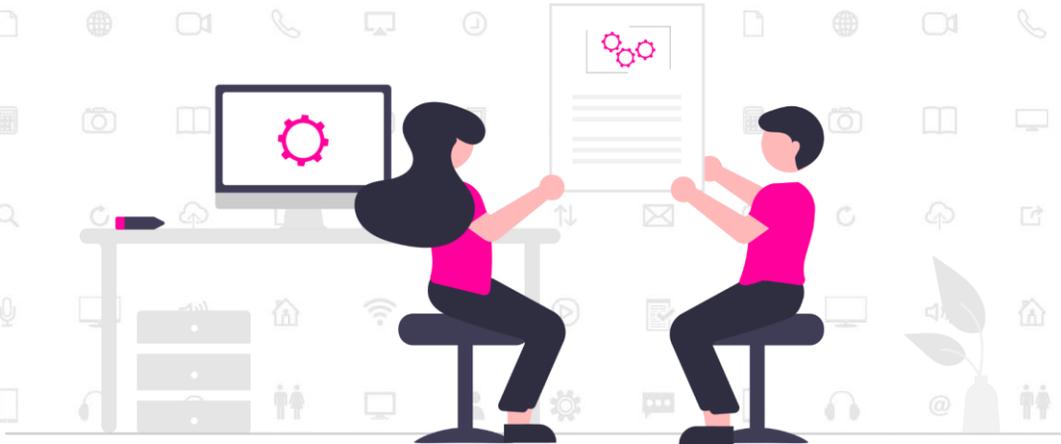
Objetivo del estudio

Objetivo

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

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**.

Período de levantamiento de datos:

- 17 de mayo a 28 de septiembre de 2021.

Tamaño muestral:

- **5.582** encuestas completas.

Ficha metodológica

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.

Caracterización

de la muestra

Caracterización de la muestra

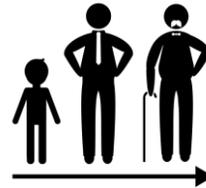
Sexo



49%
Hombre

51%
Mujer

Edad



16%
15 a 24

31%
25 a 39

32%
40 a 59

21%
60 y +

Caracterización de la muestra

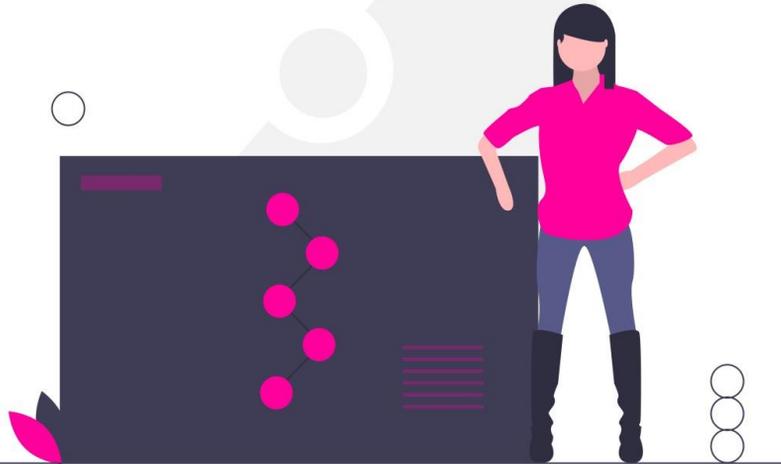
Macrozona

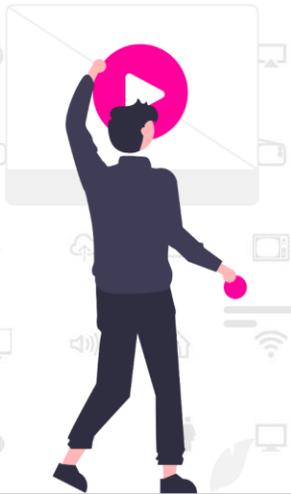


Nivel socioeconómico



Principales resultados





Equipamiento

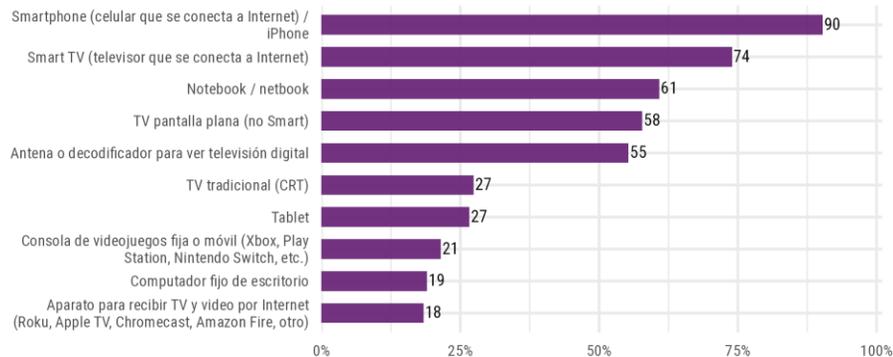
y consumo

audiovisual

Dispositivos tecnológicos en hogar

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

% Sí



X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

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

Evolución número de televisores en hogar

Equipamiento en el hogar

Número de televisores promedio por hogar



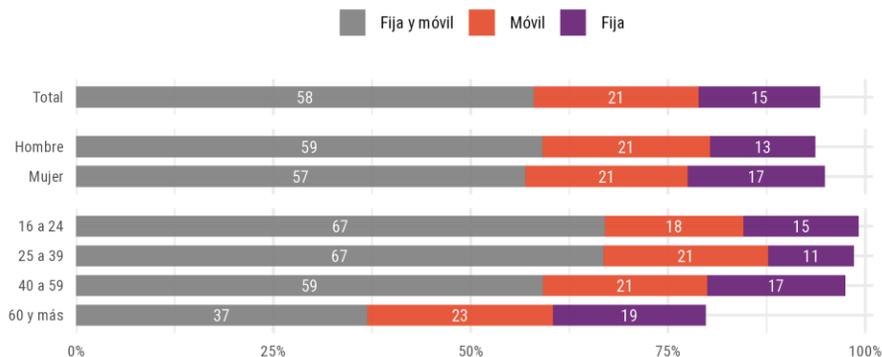
Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

El número de televisores promedio por hogar se ha mantenido bordeando entre los 2 y 3 aparatos.

En 2021, los hogares tienen un promedio de 2,3 televisores.

Tipo de conexión a internet

¿Cuáles de los siguientes tipos de conexión a Internet tiene usted?
% respuesta



Se omite NS/NR.

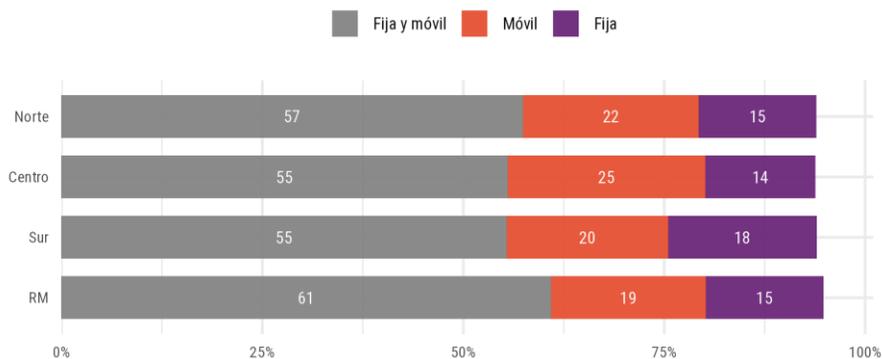
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

La mayoría de las personas tiene en su hogar tanto conexión fija, como móvil.

Personas más jóvenes en proporción cuentan más con ambos servicios.

Tipo de conexión a internet

¿Cuáles de los siguientes tipos de conexión a Internet tiene usted?
% respuesta



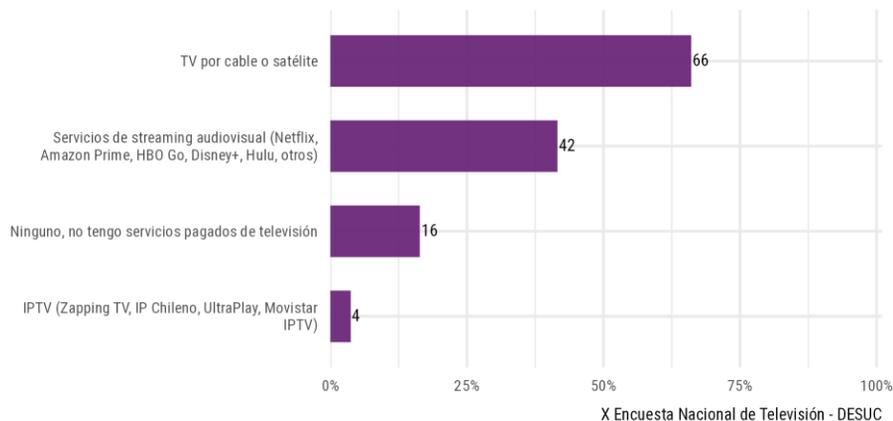
Se omite NS/NR.
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

No se observaron grandes diferencias al respecto según macrozona.

Tenencia servicios pagados TV

En su hogar ¿tiene alguno de los siguientes servicios pagados de TV?

% personas que menciona. Respuesta múltiple



La televisión por cable es el servicio pagado por internet más presente en los hogares, con un 66%.

Lo siguen los servicios de streaming, con un 42%.

Evolución tenencia televisión de pago

Equipamiento en el hogar

% de personas con televisión de pago



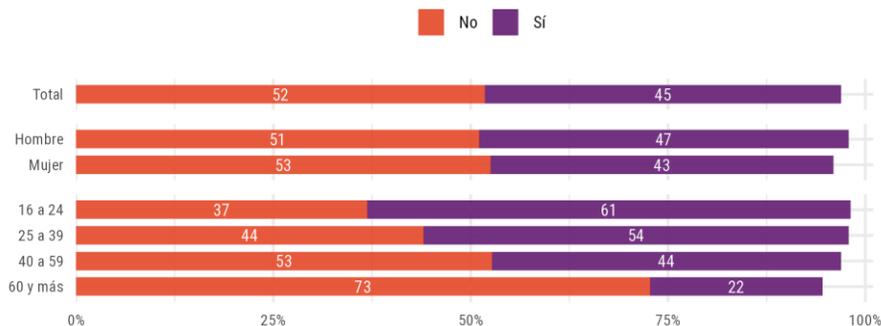
Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

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

Acceso a contenido audiovisual gratuito por internet

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

% respuesta



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

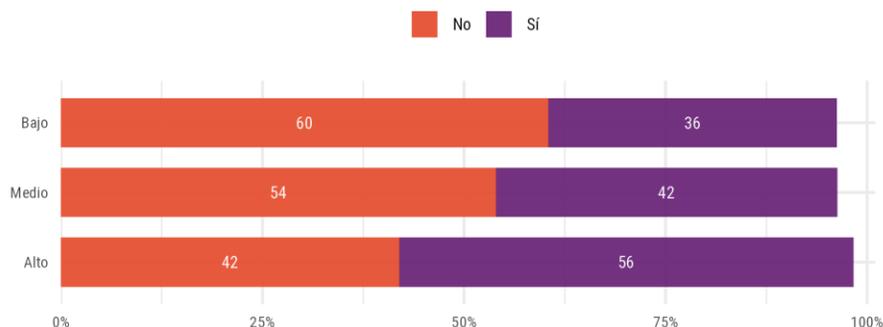
El 45% de las personas declara acceder a plataformas de contenido audiovisual gratuitas.

Este acceso está fuertemente mediado por la edad, siendo los más jóvenes quienes en proporción más acceden a estas plataformas.

Acceso a contenido audiovisual gratuito por internet

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

% respuesta



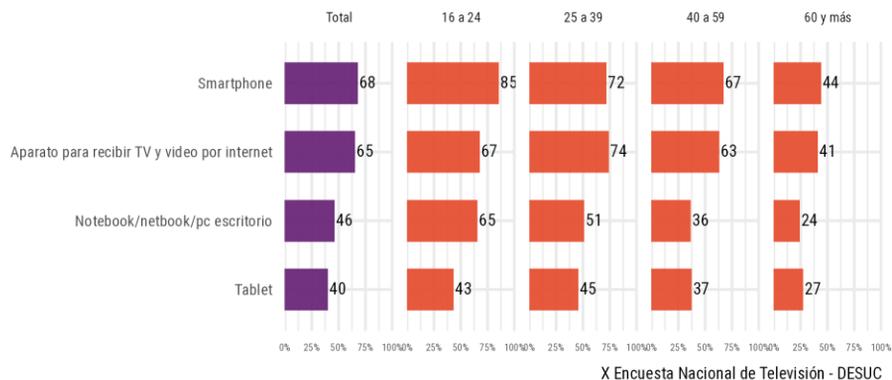
Se omite NS/NR.
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Esto se replica para el nivel socioeconómico, donde personas de estratos altos son quienes más acceden a dichas plataformas.

Uso de dispositivos para consumo audiovisual

Pensando en su consumo personal de contenido audiovisual, ¿cuáles de los dispositivos que usted posee, usa efectivamente?

% Sí. De quienes poseen el dispositivo

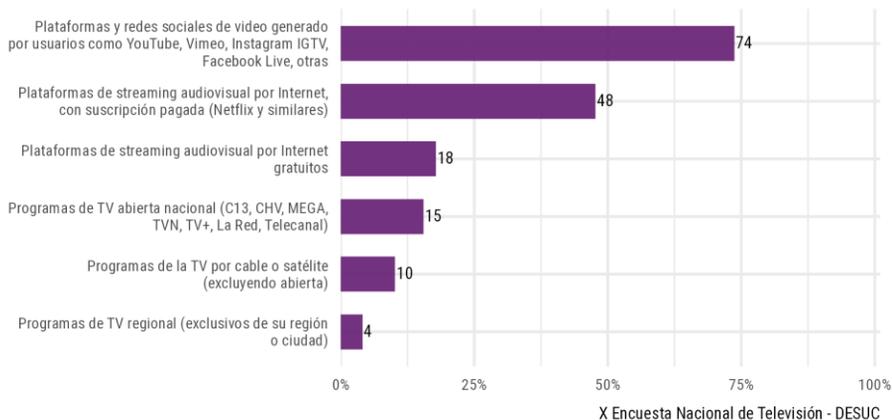


El smartphone se posiciona como el dispositivo (que no es TV) que más se utiliza para consumir contenido audiovisual (68%), seguido para los aparatos para recibir TV y video por internet.

La edad surge como un elemento importante, donde proporcionalmente los jóvenes son quienes más usan los aparatos para consumo audiovisual.

Contenido visto a través de Smartphone

¿A través de su dispositivo Smartphone, que contenido ve más frecuentemente?
% personas que menciona. De quienes consumen contenido audiovisual en el dispositivo

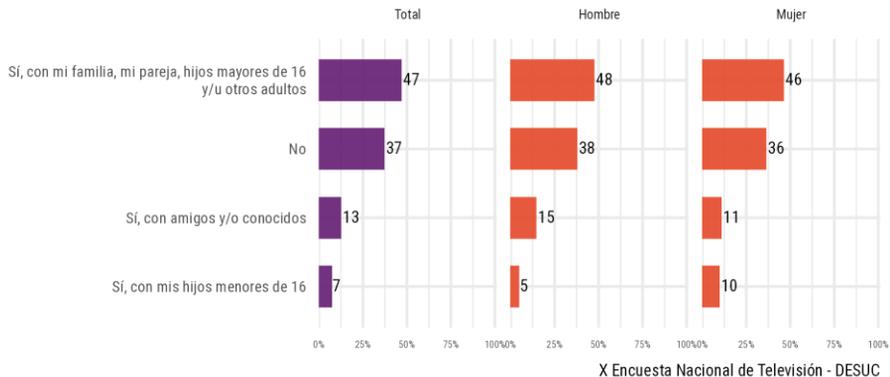


Centrándonos en el uso de Smartphone, el 74% lo utilizan para ver plataformas y redes sociales de videos generados por otros, como YouTube.

Lo sigue el consumo de streaming pagado, con un 48%.

Consumo audiovisual en compañía

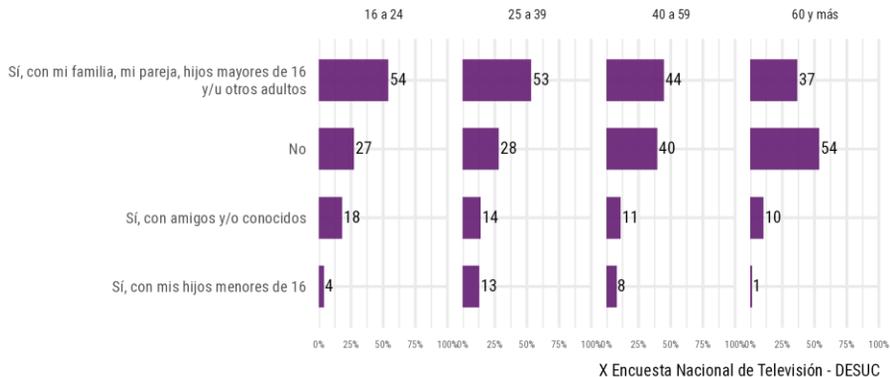
Pensando en las últimas dos semanas, ¿usted ha visto contenidos audiovisuales en compañía de alguien?
% personas que menciona. Respuesta múltiple.



El 47% de las personas declara haber visto contenido audiovisual en compañía de su círculo cercano, aunque un 37% también señala que lo ha visto en solitario.

Consumo audiovisual en compañía

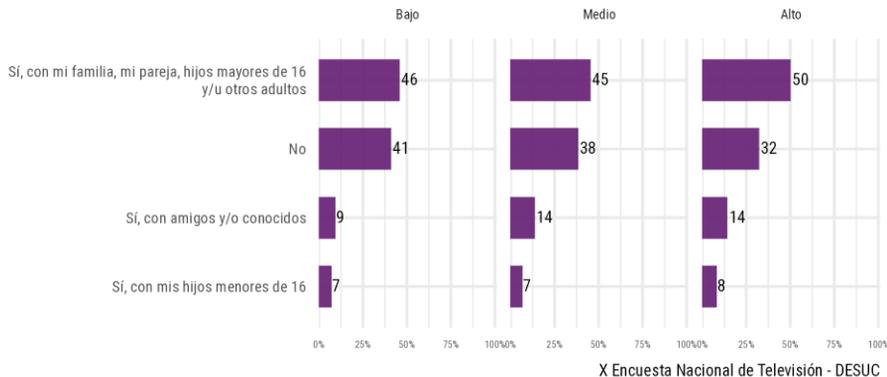
Pensando en las últimas dos semanas, ¿usted ha visto contenidos audiovisuales en compañía de alguien?
% personas que menciona. Respuesta múltiple.



Al observar por edad, se ve que el consumo en compañía es un patrón de personas más jóvenes, mientras que el 54% de personas con 60 años y más declara ver contenido audiovisual solo.

Consumo audiovisual en compañía

Pensando en las últimas dos semanas, ¿usted ha visto contenidos audiovisuales en compañía de alguien? % personas que menciona. Respuesta múltiple.

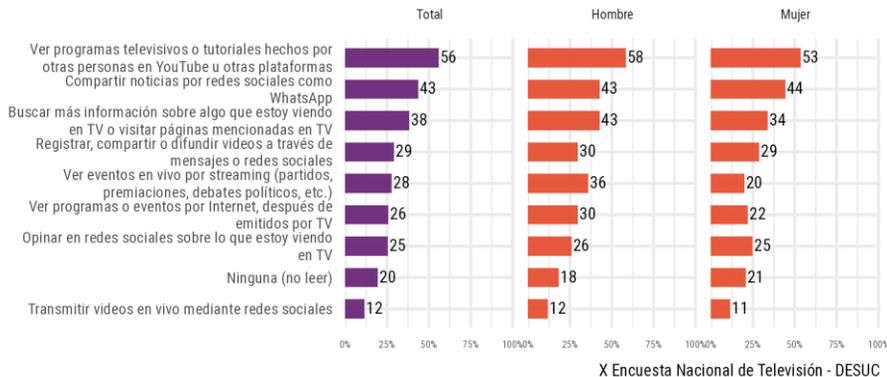


Esto se replica para el NSE bajo, quienes en proporción consumen más contenido en solitario que en el NSE alto.

Realización actividades en internet

Ahora vamos a hablar sobre otras actividades relacionadas con Internet.
¿Usted realiza alguna de las actividades que le voy a mencionar?

% persona que menciona. Respuesta múltiple.



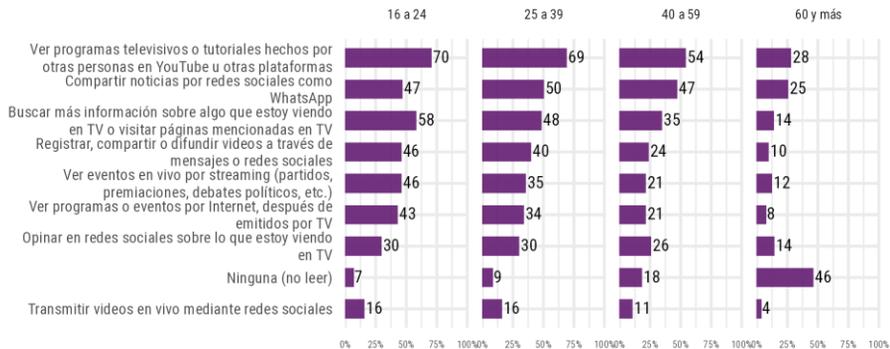
Respecto a actividades por internet, las que más destacan es el consumo de tutoriales (56%), compartir noticias por redes sociales (43%), y buscar información relacionada al contenido que se TV (38%).

Hombres consumen más: tutoriales, buscan información, y ven contenido ya emitido.

Realización actividades en internet

Ahora vamos a hablar sobre otras actividades relacionadas con Internet.
¿Usted realiza alguna de las actividades que le voy a mencionar?

% menciones. Respuesta múltiple.



X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

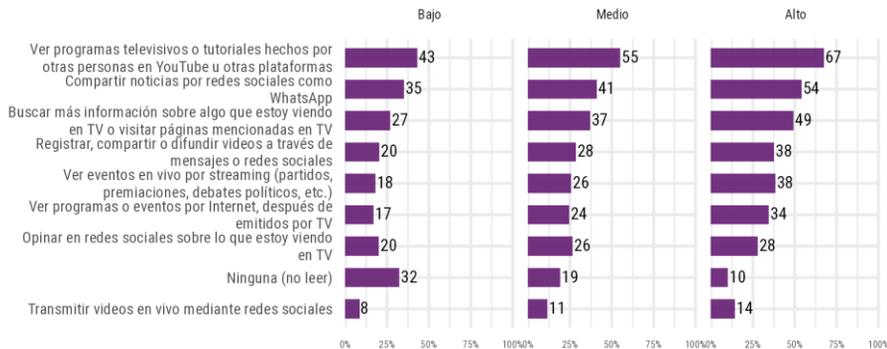
Las actividades vuelven a estar fuertemente influenciadas por la edad, siendo los jóvenes quienes más realizan estas actividades por internet.

En contraste, el 46% de las personas de mayor edad declaran no hacer ninguna de las actividades abordadas.

Realización actividades en internet

Ahora vamos a hablar sobre otras actividades relacionadas con Internet.
¿Usted realiza alguna de las actividades que le voy a mencionar?

% menciones. Respuesta múltiple.



X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Esto se replica para el NSE, donde a medida que nos movemos a niveles más altos, aumenta la declaración de realización de actividades por internet.

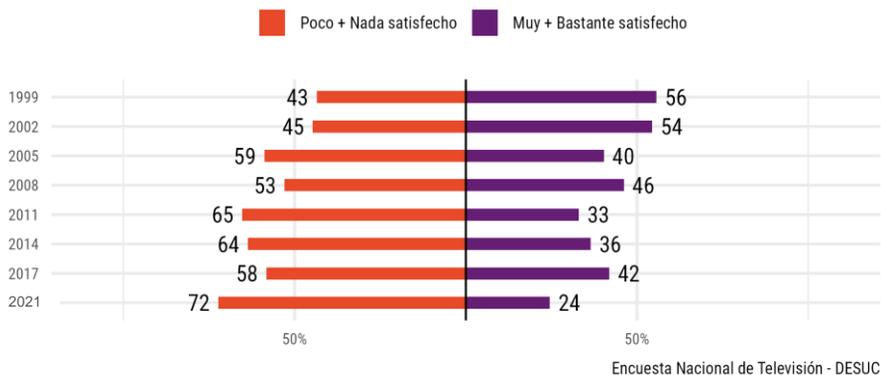
A stylized illustration of a person with dark skin, wearing a bright pink t-shirt and black pants, sitting on a large, light gray pie chart. The pie chart has a prominent pink slice. The background is filled with a grid of small, light gray icons representing various digital and media concepts.

Evaluación de la TV abierta nacional

Evolución Satisfacción con TV Abierta

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

% respuestas.



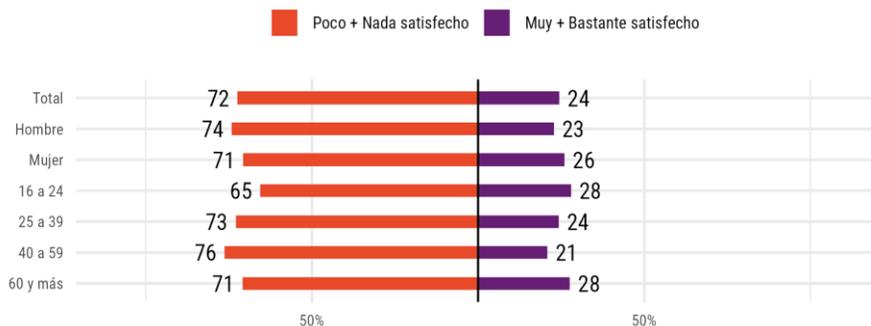
En términos generales, a través de los años se ha visto un descenso en el nivel de satisfacción con la TV abierta.

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

Satisfacción con TV Abierta

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

% de respuesta



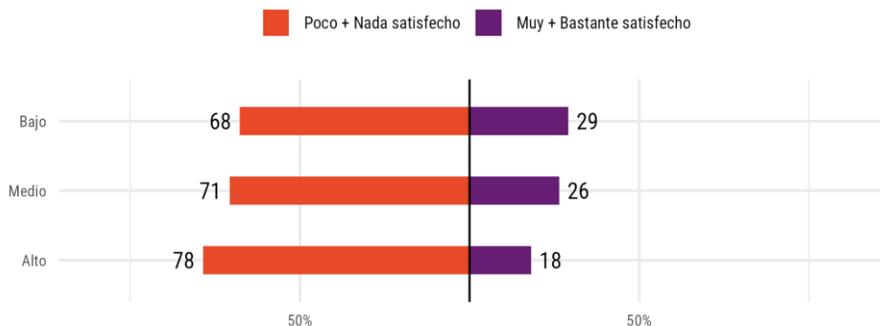
Se omite NS/NR.
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Personas de edades medias muestran marginalmente un mayor nivel de insatisfacción.

Satisfacción con TV Abierta

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

% de respuesta



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

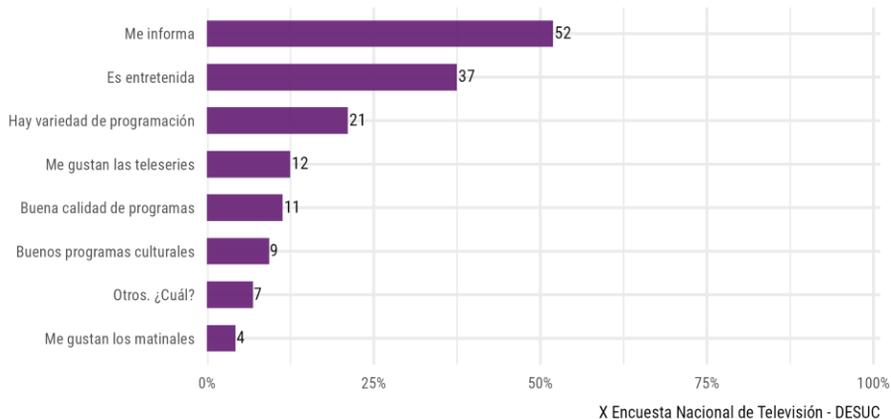
Personas de NSE alto tienen visiones más críticas respecto a la TV abierta.

Un 78% de este grupo se declara insatisfecho, proporción que es de 68% en NSE bajo.

Motivo de 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.

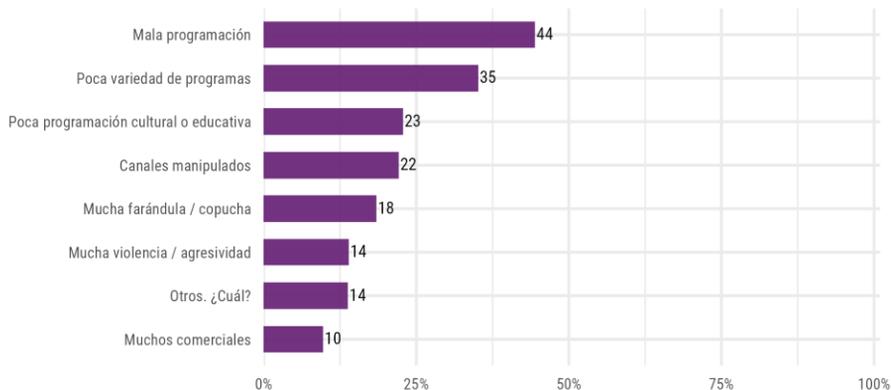


Respecto a los motivos de satisfacción, el rol informativo y de entretenimiento son los más mencionados, seguido más de lejos por la variedad programática.

Motivo de insatisfacción con TV Abierta

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

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



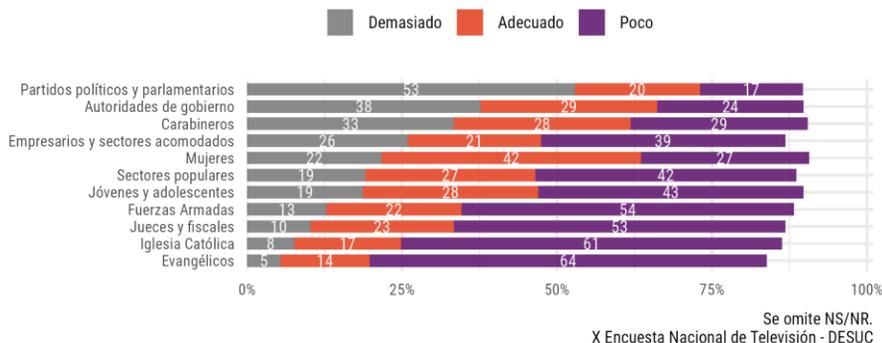
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

En contraste, la mala y poca programación (general y cultural) son los motivos más mencionados por las personas que se encuentran insatisfechas.

Presencia 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



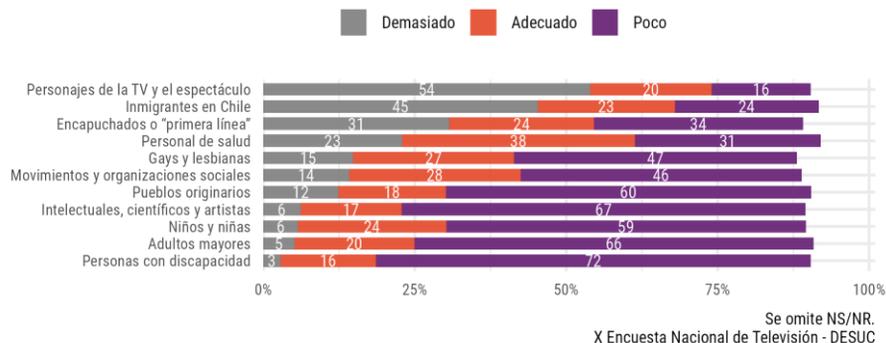
Partidos políticos, personajes de la TV y el espectáculo e inmigrantes en Chile los son grupos más señalados como que “aparecen demasiado” tiempo en la TV abierta.

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

Presencia 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



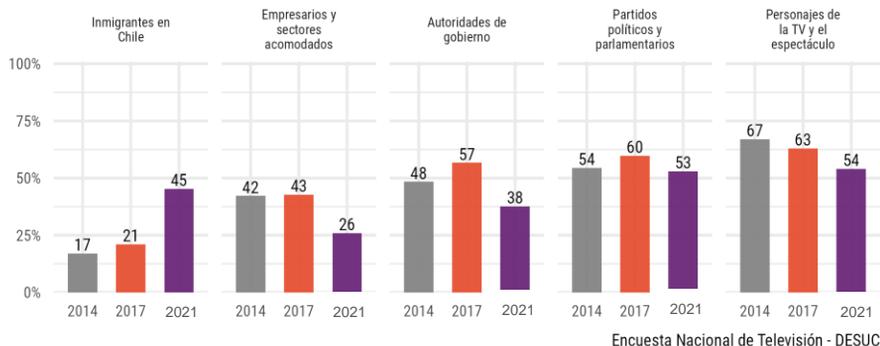
Partidos políticos, personajes de la TV y el espectáculo e inmigrantes en Chile los son grupos más señalados como que “aparecen demasiado” tiempo en la TV abierta.

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

Evolución presencia grupos en TV abierta – Aparecen demasiado

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. Quienes aparecen demasiado.

% Demasiado.



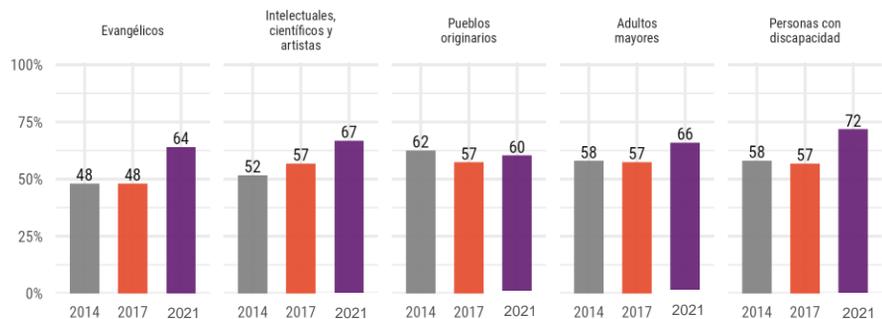
Desde una perspectiva histórica, inmigrantes en Chile han aumentando sus menciones como grupo que “aparece demasiado”.

Por el contrario, autoridades de gobierno y personas de TV y el espectáculo han disminuido sus menciones.

Evolución presencia grupos en TV abierta – Aparecen poco

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. Quienes aparecen poco

% Poco

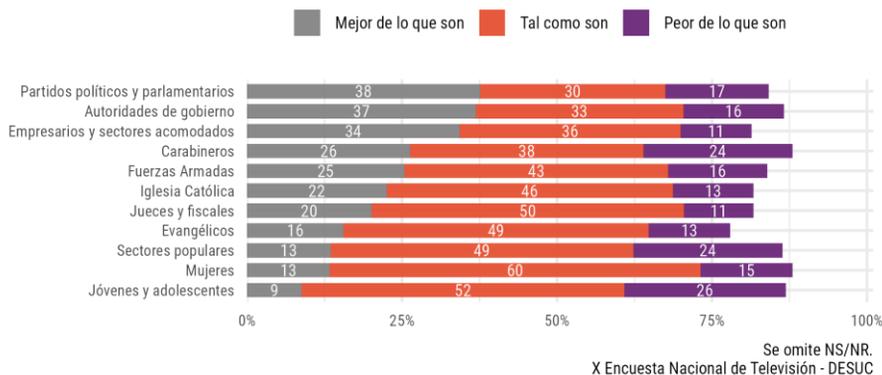


Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Por otro lado, personas con discapacidad y grupos evangélicos han aumentado en sus menciones como grupos que “aparecen poco”.

Representación de grupos con TV Abierta

Pensando en la misma lista de grupos o personas, dígame si piensa que la TV los perjudica, los favorece, o no los perjudica ni los favorece
% de respuesta



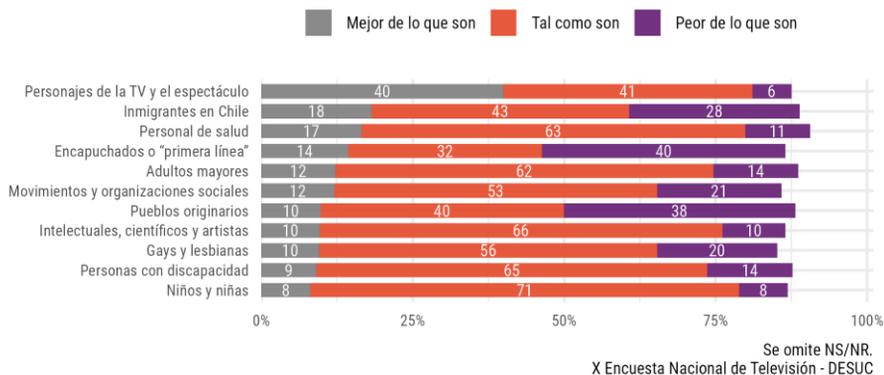
Respecto a la representación de los grupos, se ve una visión crítica sobre personas de la TV y el espectáculo, y personas vinculadas a la política, donde se les atribuye que se les representa “mejor de lo que son”.

Por el contrario, encapuchados y pueblos originarios se muestran “peor de lo que son”.

Representación de grupos con TV Abierta

Pensando en la misma lista de grupos o personas, dígame si piensa que la TV los perjudica, los favorece, o no los perjudica ni los favorece

% de respuesta



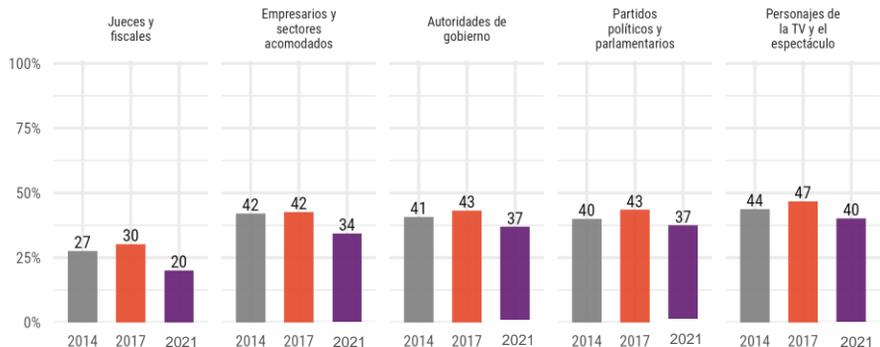
Respecto a la representación de los grupos, se ve una visión crítica sobre personas de la TV y el espectáculo, y personas vinculadas a la política, donde se les atribuye que se les representa "mejor de lo que son".

Por el contrario, encapuchados y pueblos originarios se muestran "peor de lo que son".

Evolución representación de grupos con TV Abierta – Mejor de lo que son

Pensando en la misma lista de grupos o personas, dígame si piensa que la televisión los muestra peor de lo que son, tal como son o mejor de lo que son.

% Mejor de lo que son.



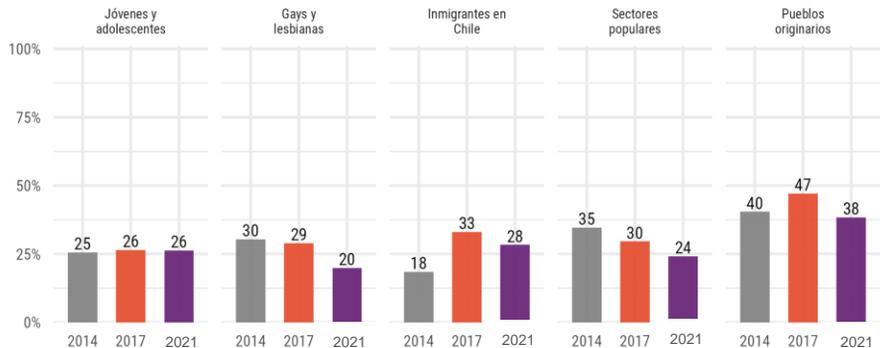
Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Grupos como jueces y fiscales, empresarios, y personas de TV y el espectáculo han bajado sus menciones en torno a que se muestran “mejor de lo que son”.

Evolución representación de grupos con TV Abierta – Peor de lo que son

Pensando en la misma lista de grupos o personas, dígame si piensa que la televisión los muestra peor de lo que son, tal como son o mejor de lo que son.

% Peor de lo que son.



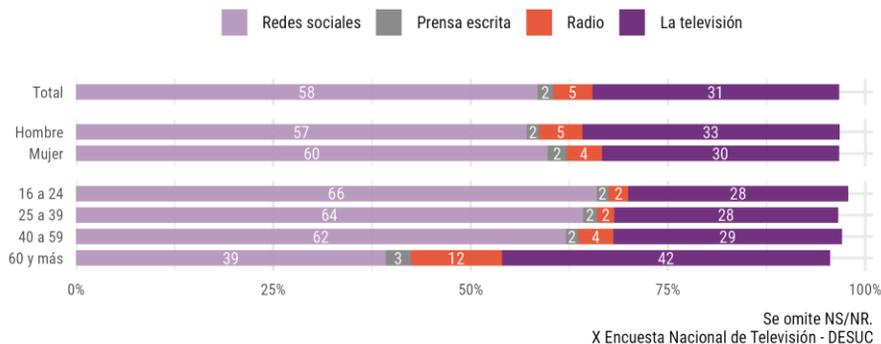
Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Lo mismo ha sucedido gays y lesbianas, sectores populares y pueblos originarios, donde las respuestas de que se muestran “peor de lo que son” también han mostrado un descenso.

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



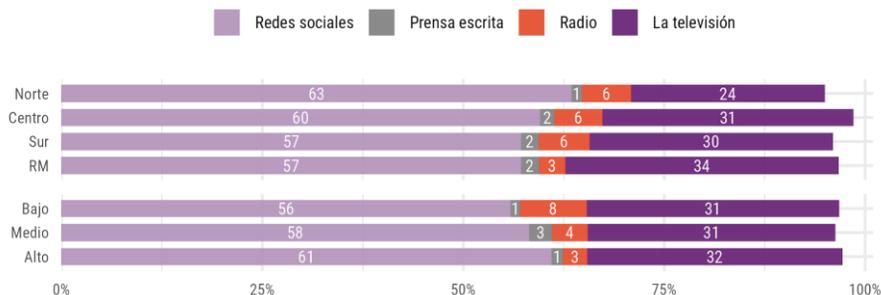
Respecto a influencia en opinión pública, las redes sociales muestran una gran presencia, donde el 58% de las personas cree que es el medio que tiene más influencia sobre lo que piensa la gente, desplazando al 31% encontrado en televisión.

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

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



Se omite NS/NR.

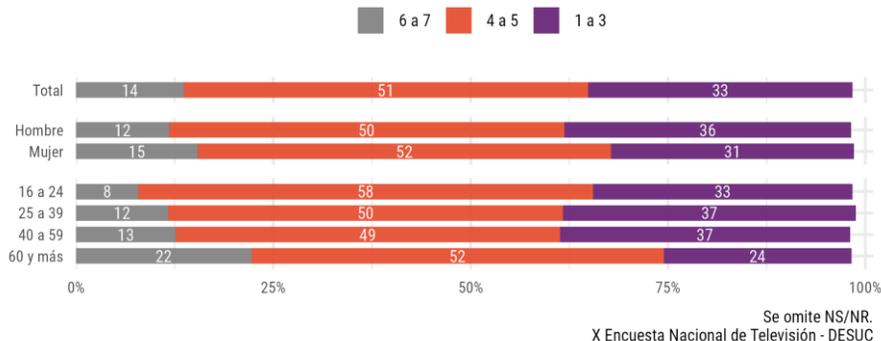
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

En general, la tendencia se replica, pero se observa que la macrozona norte y personas de NSE alto marginalmente le entregan un mayor rol a las redes sociales.

Evaluación TV Abierta

Pensando en lo que hemos conversado hasta ahora, por favor póngale una nota general de 1 a 7 a la televisión abierta nacional, donde 1 es “muy mala” y 7 es “muy buena”.

% respuesta



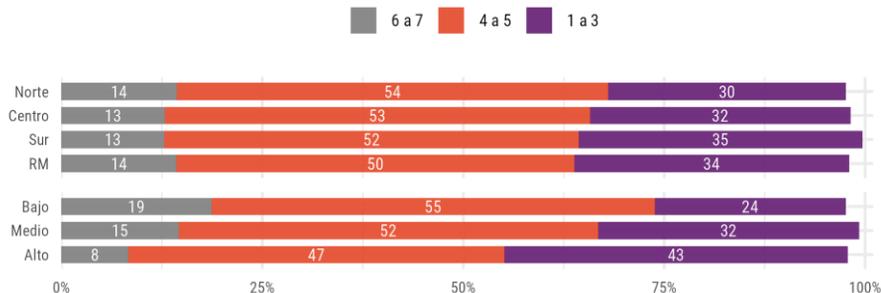
En términos de evaluación, se obtiene una nota intermedia, con un 51% de notas de 4 a 5.

Mujeres y personas de mayor edad evalúan de mejor manera a la televisión abierta nacional.

Evaluación TV Abierta

Pensando en lo que hemos conversado hasta ahora, por favor póngale una nota general de 1 a 7 a la televisión abierta nacional, donde 1 es “muy mala” y 7 es “muy buena”.

% respuesta



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

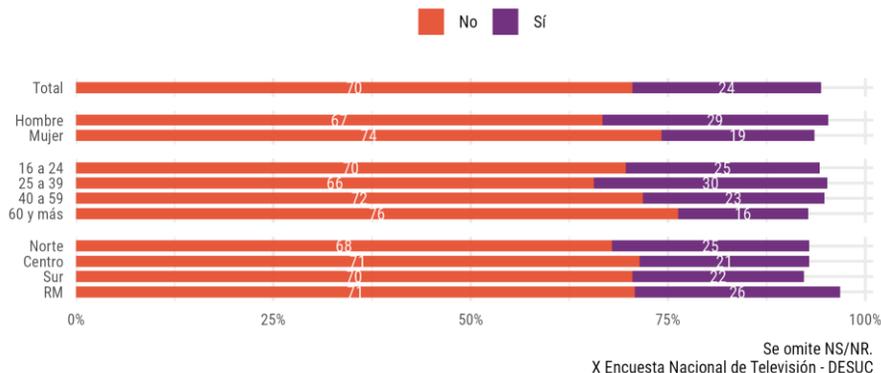
Personas de niveles socioeconómicos bajos también evalúan de manera más positiva a la TV abierta.

Mientras solo un 24% de ellos entrega nota reprobatoria, esto alcanza un 43% en NSE alto.

Surgimiento nuevos canales digitales

Pensando en un año atrás, ¿usted ha visto aparecer nuevos canales digitales en la televisión?

% respuesta



En general, las personas no identifican surgimiento de nuevos canales digitales (70%).

Hombres y personas más jóvenes declaran en mayor medida haber visto surgir estos nuevos canales.

A large, stylized grey bird graphic, similar to a penguin, is the central focus. It has a large circular head and a smaller body. A pie chart is integrated into the bird's head, with a single slice highlighted in pink. A thin black line extends from the pink slice down to a pink rectangular box containing the text 'regional'.

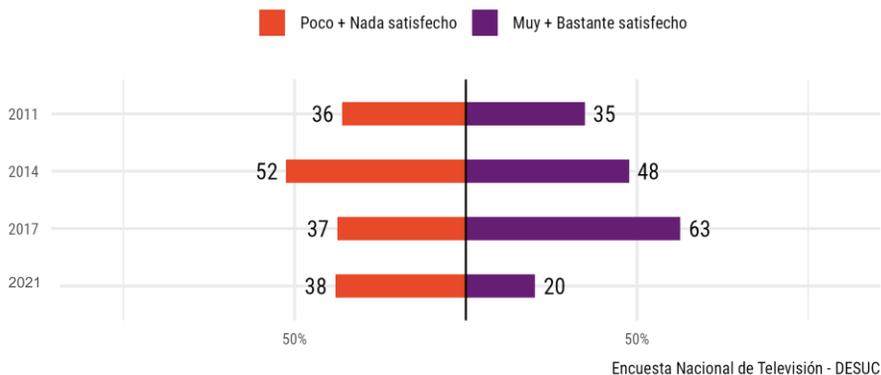
Evaluación de la TV abierta regional



Evolución satisfacción con TV regional

En general, y pensando sólo en los canales y señales de su región o ciudad, ¿cuán satisfecho está usted con estos canales de televisión?

% respuestas.



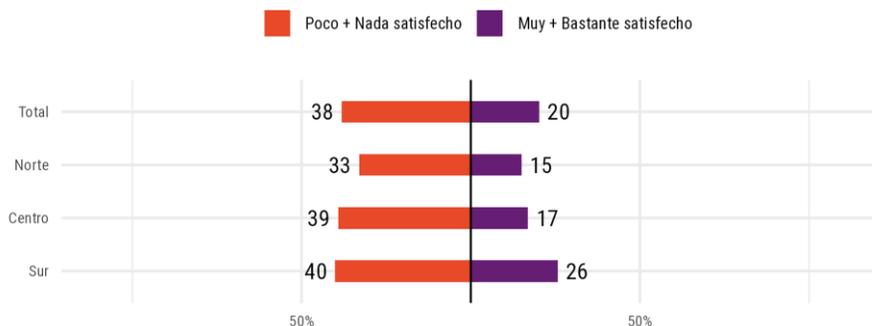
A pesar de que en años anteriores el nivel de satisfacción con canales regionales fue en aumento, el 2021 mostró un descenso importante.

Más allá de eso, cabe destacar que una parte importante de las personas de regiones declaró no saber o no responder la pregunta, lo que puede mostrar una baja penetración de estos canales en el consumo de las personas.

Satisfacción con TV regional

En general, y pensando sólo en los canales y señales de su región o ciudad, ¿cuán satisfecho está usted con estos canales de televisión?

% respuesta de quienes viven en regiones.



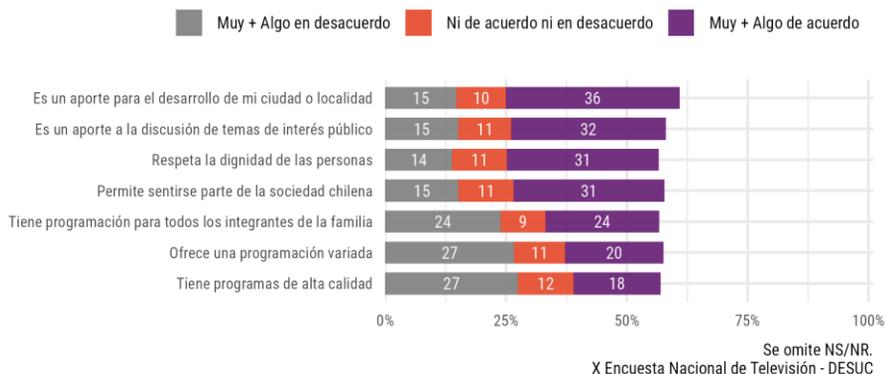
Se omite NS/NR.
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

En específico, personas de la macrozona sur mostraron levemente un mayor nivel de satisfacción (26%), pero también son las más insatisfechas (40%).

Percepciones sobre TV regional

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

% respuesta. Solo en regiones

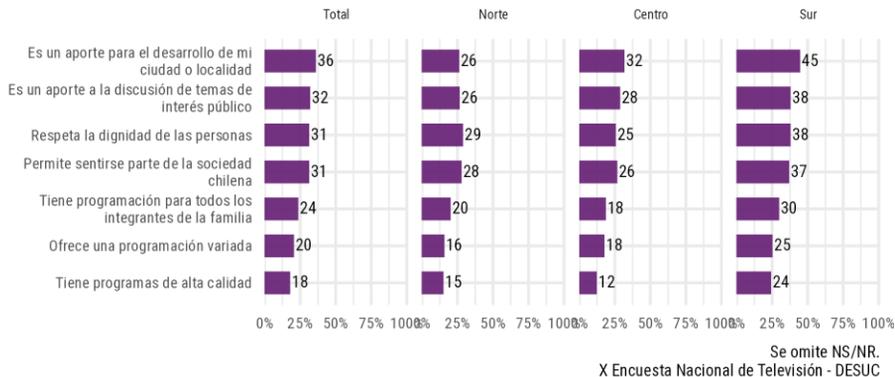


Los aspectos más valorados de los canales se relacionan a aspectos subjetivos sobre el aporte de los canales al desarrollo de las localidades, a la discusión pública y al sentirse parte de la sociedad chilena.

Percepciones sobre TV regional

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

% Muy + Algo de acuerdo. Solo en regiones



Las personas de la macrozona sur tienen una mirada más positiva sobre los canales regionales.

Mientras un 26% de las personas del norte declara estar de acuerdo con que el canal regional es un aporte para el desarrollo de la ciudad/localidad, este porcentaje es de un 45% en personas de la zona sur.

A pie chart with a large grey slice and a smaller pink slice. A thin black line extends from the pink slice down to a list of three horizontal bars. The background of the slide is a grid of various grey icons representing different digital and media concepts.

Evaluación

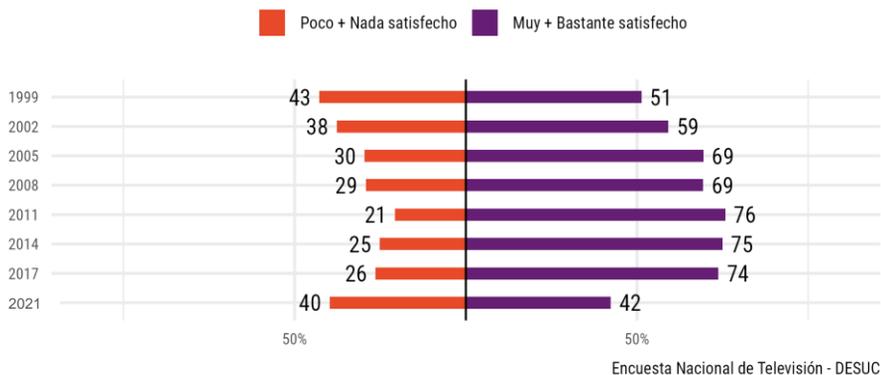
de la TV pagada



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.



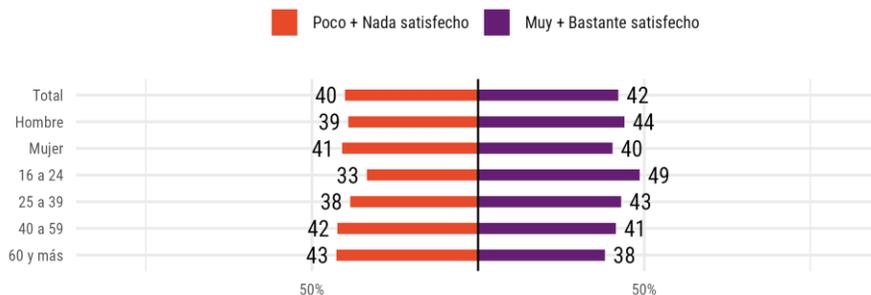
Pasando a la evaluación histórica de la televisión por pago, se vuelve a replicar el caso de TV regional, donde en 2021 se observa un descenso claro en los niveles de satisfacción.

Así, los resultados muestran una satisfacción media.

Satisfacción con TV pagada

En general, y pensando sólo en los canales y señales de televisión de pago (cable o satelital), ¿cuán satisfecho está usted con estos canales de televisión?

% de respuesta. Sólo quienes tienen TV por cable o satélite.



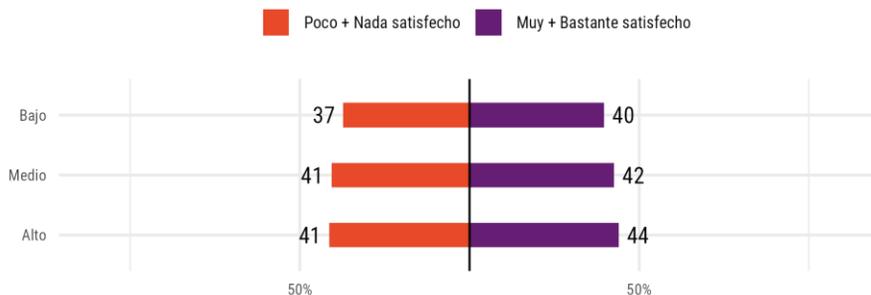
Se omite NS/NR.
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Al respecto, personas de menor edad se muestran marginalmente más satisfechas con la televisión de pago.

Satisfacción con TV pagada

En general, y pensando sólo en los canales y señales de televisión de pago (cable o satelital), ¿cuán satisfecho está usted con estos canales de televisión?

% de respuesta. Sólo quienes tienen TV por cable o satélite.



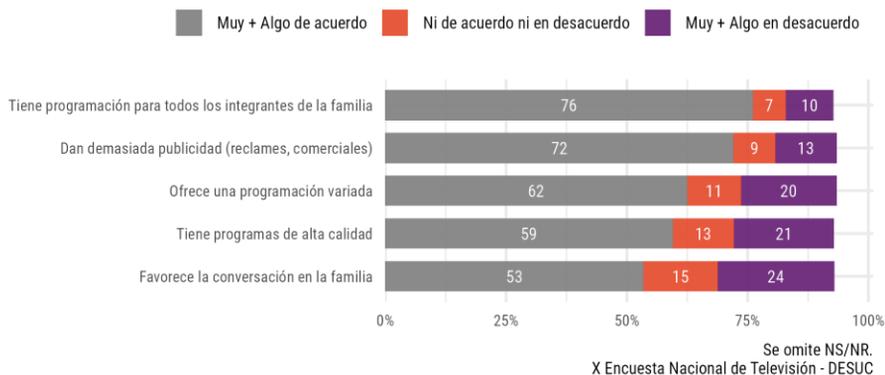
Se omite NS/NR.
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

No existen grandes diferencias en satisfacción según nivel socioeconómico.

Percepciones sobre TV pagada

Pensando en la televisión de pago (cable o satelital),
¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

% de respuesta. Sólo quienes tienen TV por cable o satélite.



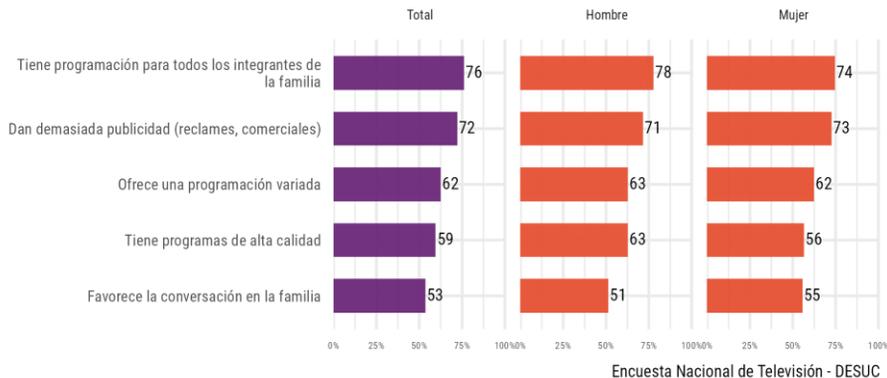
Ahora, independiente del nivel medio de satisfacción, es posible observar una mirada bastante positiva sobre la televisión de pago y la programación que oferta.

Sin embargo, existe una crítica sobre la abundancia de publicidad.

Percepciones sobre TV pagada

Pensando en la televisión de pago (cable o satelital),
¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

% menciones "Muy + Algo de acuerdo". Sólo quienes tienen TV por cable o satélite.

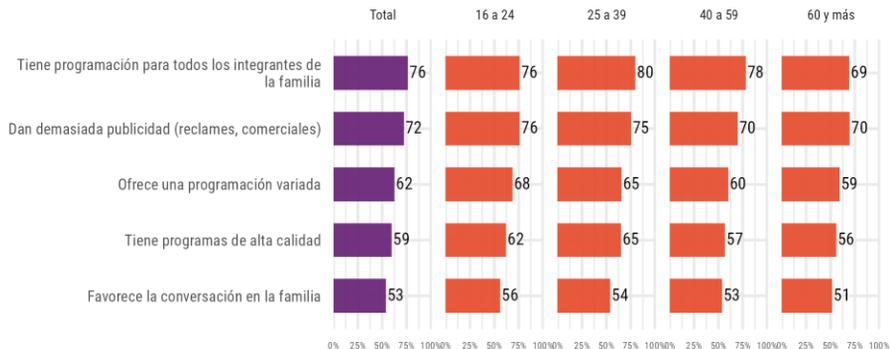


No existen grandes diferencias entre hombres y mujeres respecto a su opinión sobre el servicio de televisión de pago, salvo en la percepción de tener programas de calidad, donde hombres tienen una visión más positiva.

Percepciones sobre TV pagada

Pensando en la televisión de pago (cable o satelital),
¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

% menciones "Muy + Algo de acuerdo". Sólo quienes tienen TV por cable o satélite.



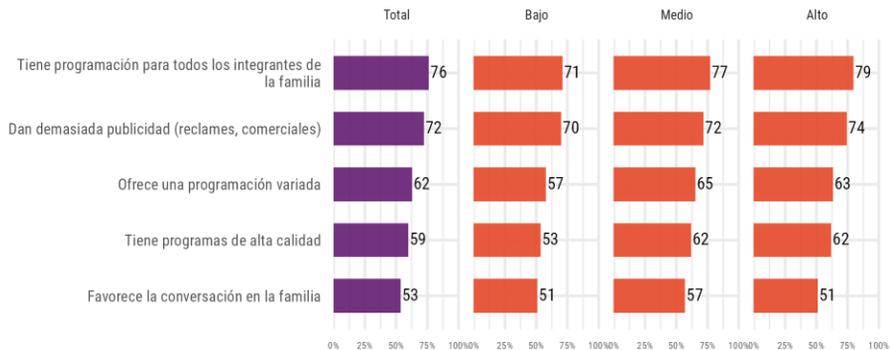
Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Personas de menor edad son quienes en general tienen visiones más positivas sobre la televisión de pago, aunque también son los más críticos respecto a la abundancia de publicidad en este servicio.

Percepciones sobre TV pagada

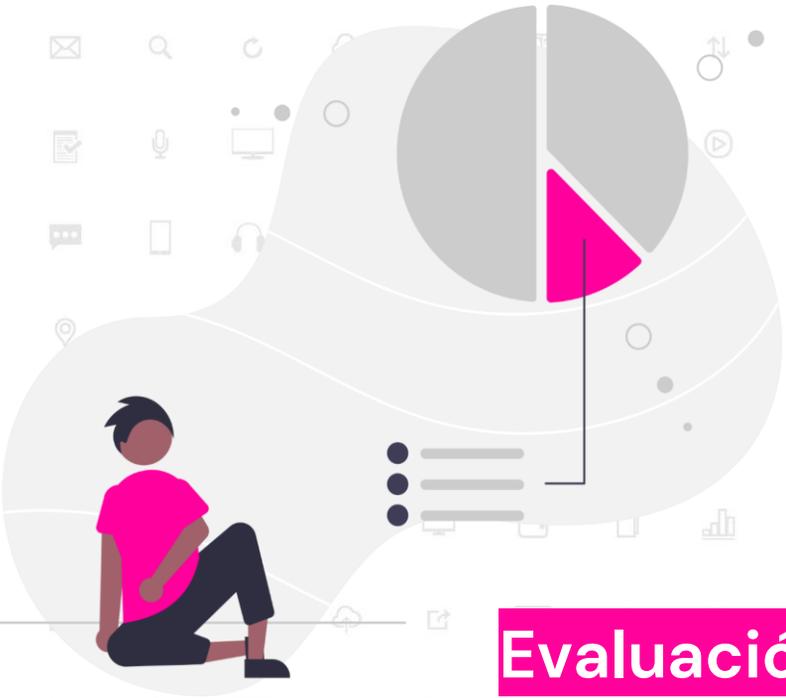
Pensando en la televisión de pago (cable o satelital),
¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

% menciones "Muy + Algo de acuerdo". Sólo quienes tienen TV por cable o satélite.



Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

En general, las percepciones de personas de nivel socioeconómico alto son más positivas en comparación con personas de nivel bajo o medio.



Evaluación

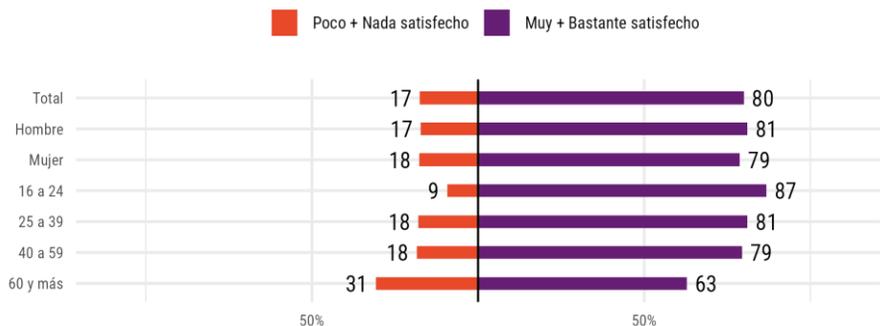
de servicios audiovisuales

por Internet

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

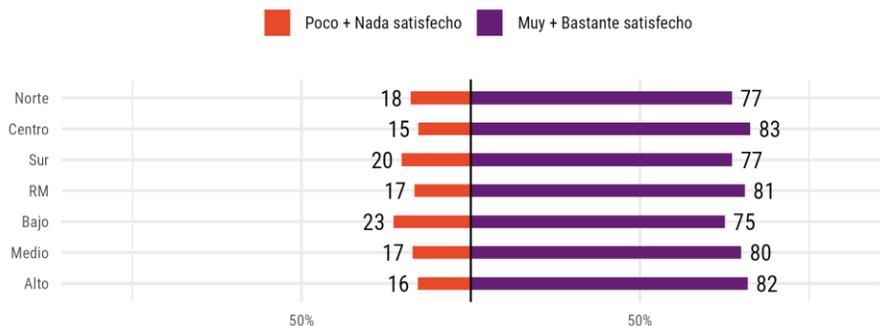
Pasando a satisfacción con servicios de streaming, a diferencia de lo ocurrido en canales regionales y televisión de pago, destaca un alto grado de satisfacción.

Las personas jóvenes son quienes poseen mayores niveles de satisfacción, llegando a un 87%.

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

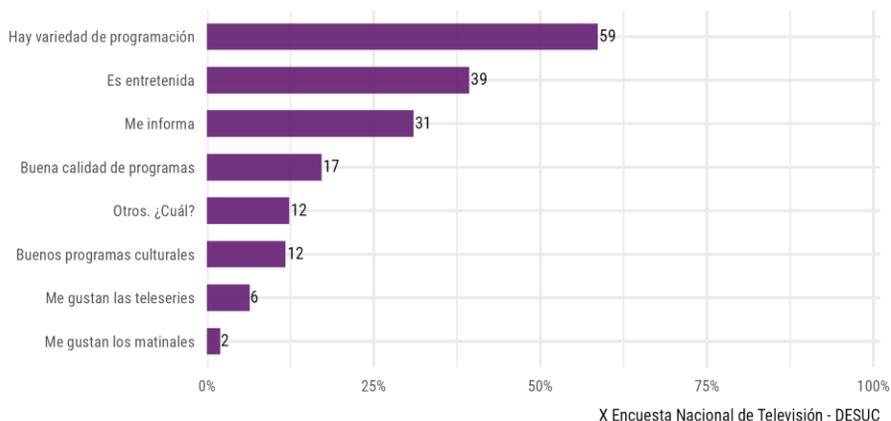
Personas de la RM y la zona centro tienen marginalmente mayores niveles de satisfacción.

Esto se replica para personas de nivel socioeconómico alto, que poseen una satisfacción mayor.

Motivo satisfacción con servicios audiovisuales por internet

¿Por qué está muy o bastante satisfecho?

% personas que menciona. Respuesta múltiple



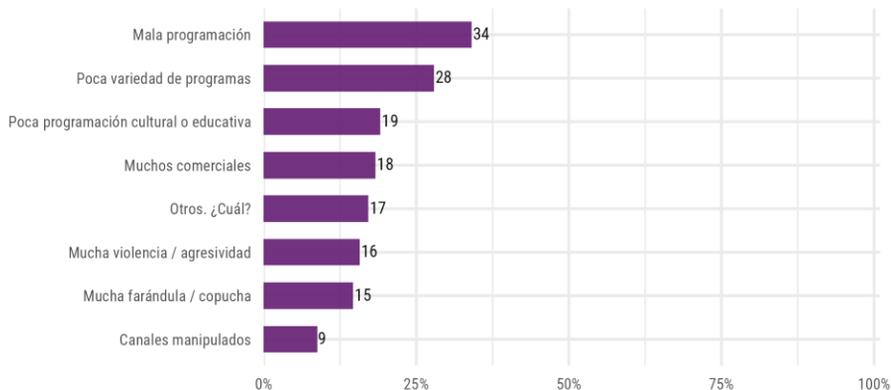
El 59% de las personas que declara estar muy o bastante satisfecho señala la variedad de la programación como un motivo para estar satisfecho.

Lo sigue la entretención e información que entregan estos servicios.

Motivo insatisfacción con servicios audiovisuales por internet

¿Por qué está poco o nada satisfecho?

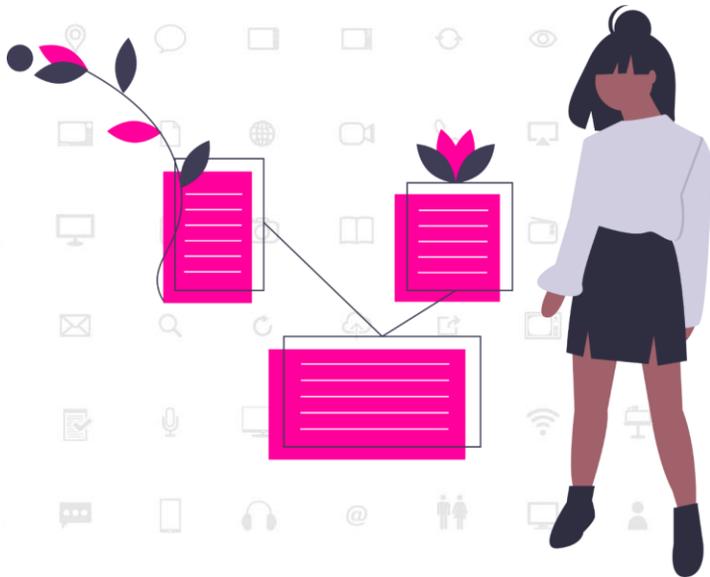
% personas que menciona. Respuesta múltiple



X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

En contraste, lo más criticado es la mala programación, mencionado por el 34% de las personas que declara estar insatisfecho. Lo sigue de cerca la poca variedad de programas (258%) y la poca programación cultural o educativa (19%).

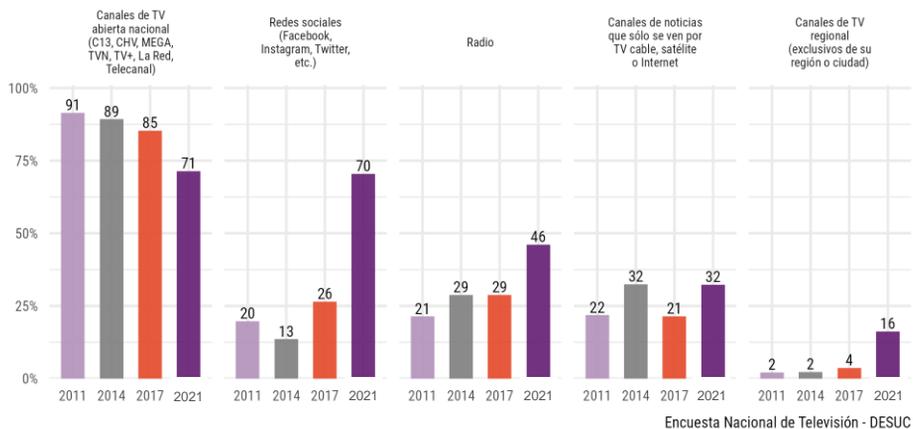
Medios de información y noticiarios



Evolución medios utilizados para informarse

¿Podría decirme cuáles de estos medios utiliza para informarse?

% Sí.



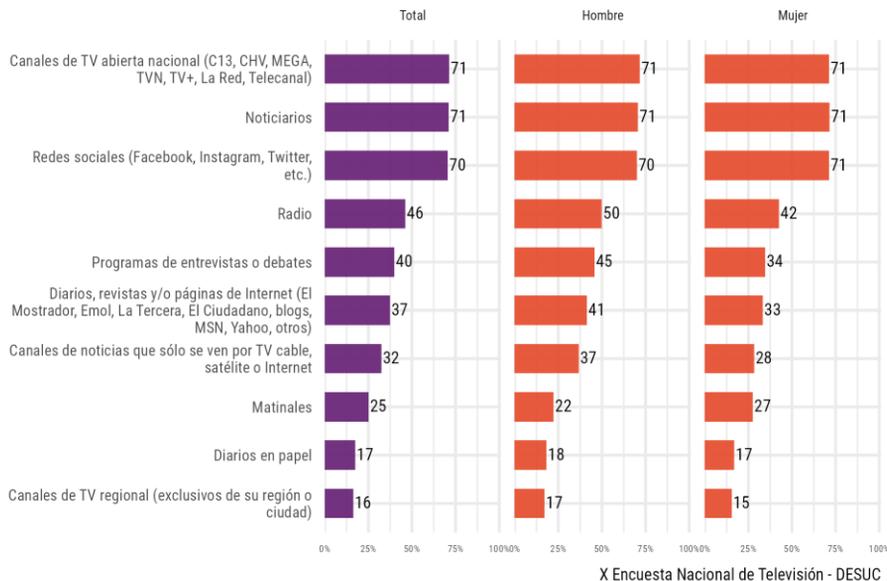
Respecto a medios de información, los canales de televisión abierta nacional han caído de manera sostenida como medio informativo desde el 2011 hasta ahora.

Por el contrario, las redes sociales muestran un gran avance.

Medios utilizados para informarse

¿Podría decirme cuáles de estos medios utiliza para informarse? ¿Algún otro?

% Sí.



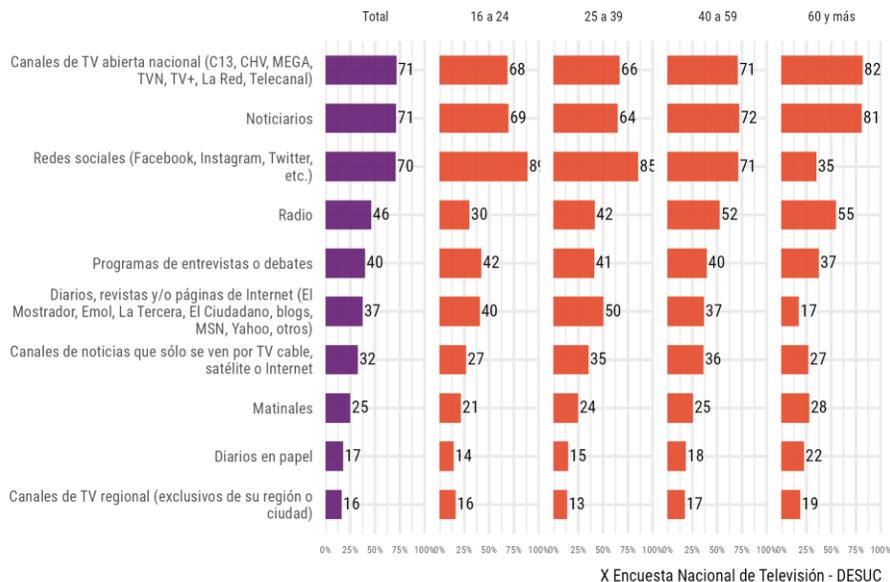
Los principales medios que utilizan las personas para informarse son los canales de televisión abierta nacional, los noticieros y las redes sociales.

En general, no hay diferencias relevantes de acuerdo al sexo de la persona.

Medios utilizados para informarse

¿Podría decirme cuáles de estos medios utiliza para informarse? ¿Algún otro?

% Sí.

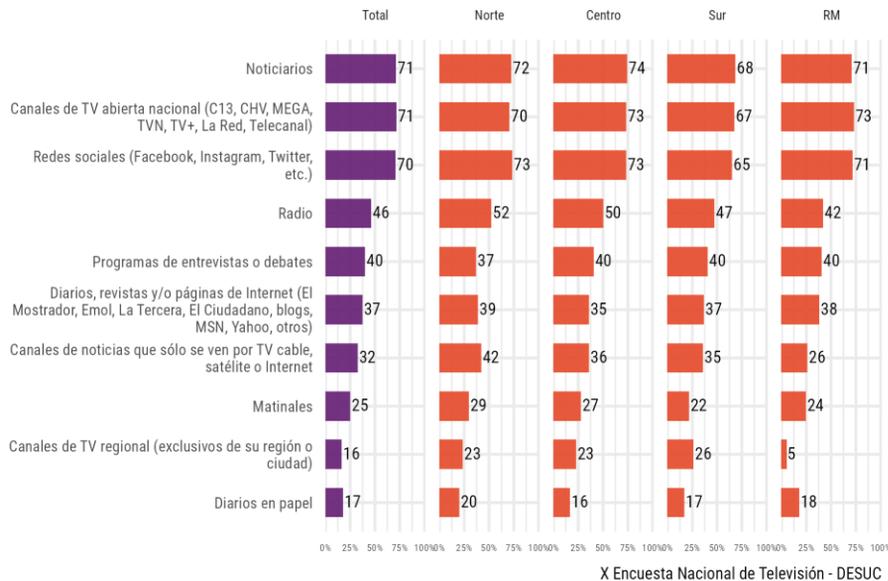


Personas de mayor edad suelen informarse a través de los canales de TV abierta nacional, noticieros y radio.

En cambio, los jóvenes se informan mayormente por redes sociales.

Medios utilizados para informarse

¿Podría decirme cuáles de estos medios utiliza para informarse? ¿Algún otro?
% Sí.



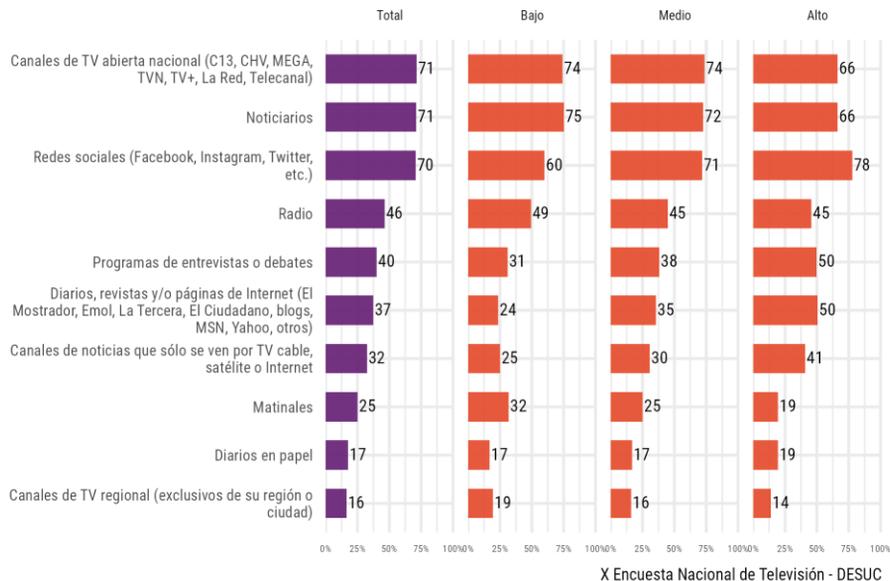
La situación es similar en la macrozona Norte, Sur y Centro de Chile.

Sólo el 26% de las personas de RM ven los noticieros de TV cable, satélite o Internet para informarse, un porcentaje menor a las de otras macrozonas.

Medios utilizados para informarse

¿Podría decirme cuáles de estos medios utiliza para informarse? ¿Algún otro?

% Sí.



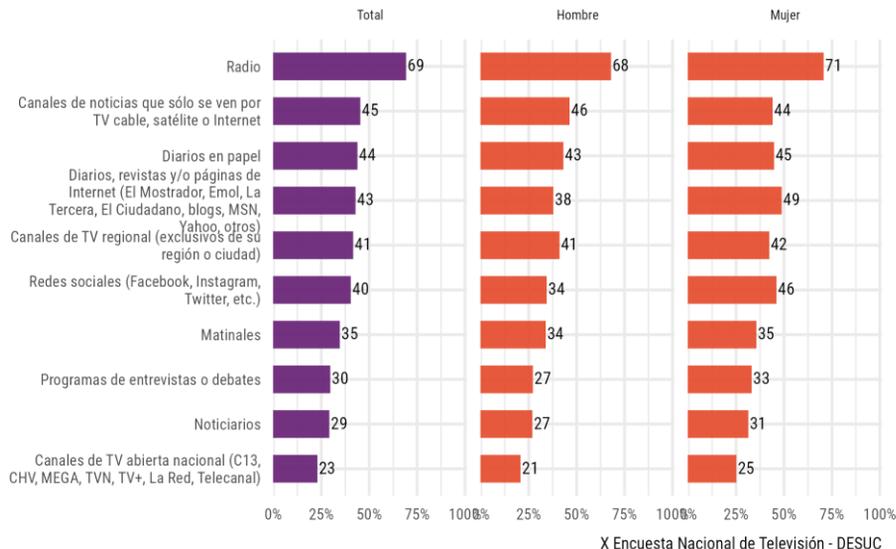
Personas de NSE alto, a diferencia de los otros, utiliza en mayor medida los diarios, revistas y/o páginas de Internet para informarse (50%).

Por otro lado, el NSE bajo ve a los matinales como una opción informativa en mayor medida que las demás clasificaciones (32%).

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.



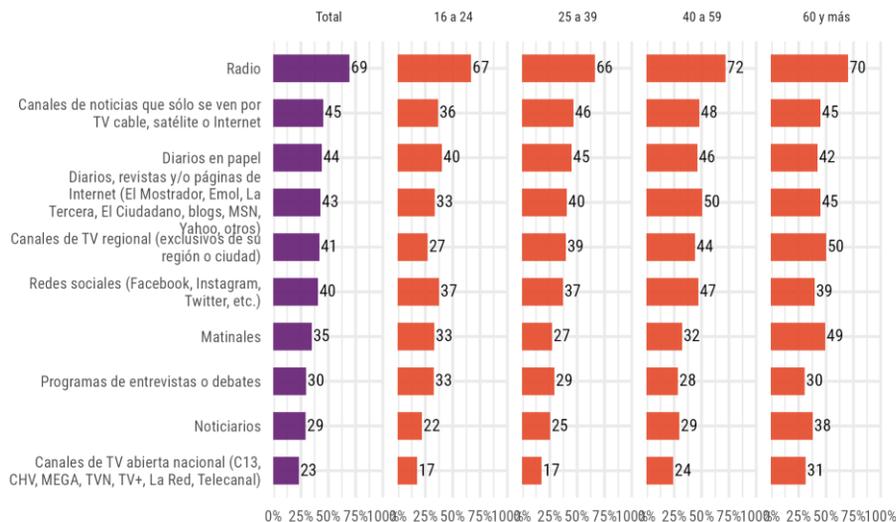
Ahora bien, y a pesar de que los canales de televisión abierta nacional son un medio de los más mencionados para informarse, muestran bajos niveles de confianza.

En concreto, solo un 23% confía en esa información, siendo el medio con menos confianza.

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.



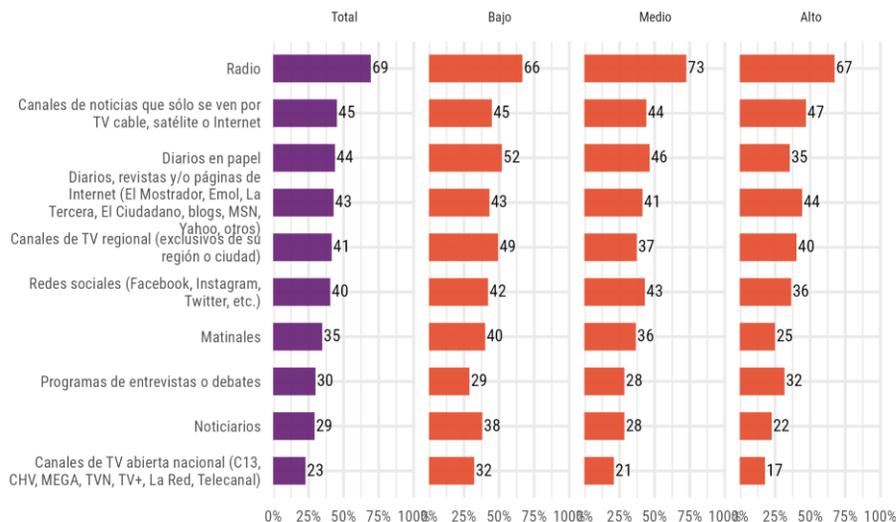
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Personas de 60 y más años confían más en la información entregada por los canales de la televisión abierta nacional (31%) en comparación con las personas de menor edad.

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

En general, las principales diferencias se dan entre el NSE bajo y alto, donde el primero suele confiar más en la información entregada por los medios que consume.

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?

% de respuestas. Sólo quienes se informan con noticiarios de TV abierta



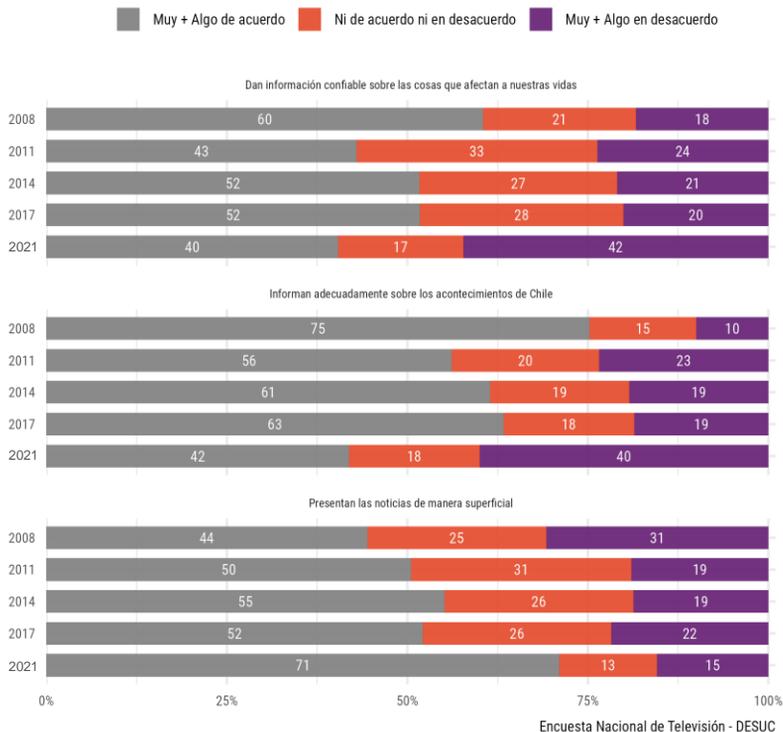
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

En línea con esa desconfianza, se puede ver que entre quienes utilizan los canales de televisión abierta nacional como medio informativo, el 88% cree que hay ciertas noticias que no se dan a conocer.

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.

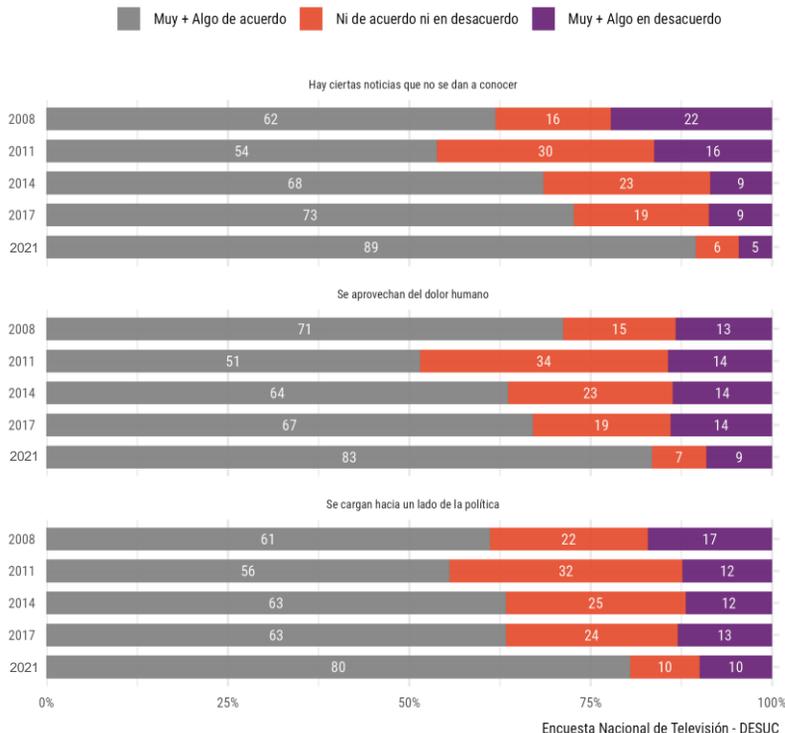


Los niveles de desconfianza han aumentado sostenidamente: en el 2008 un 60% de las personas confiaban en la información que daban los noticiarios de televisión abierta, en el 2021 sólo un 40% confía en ella.

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.

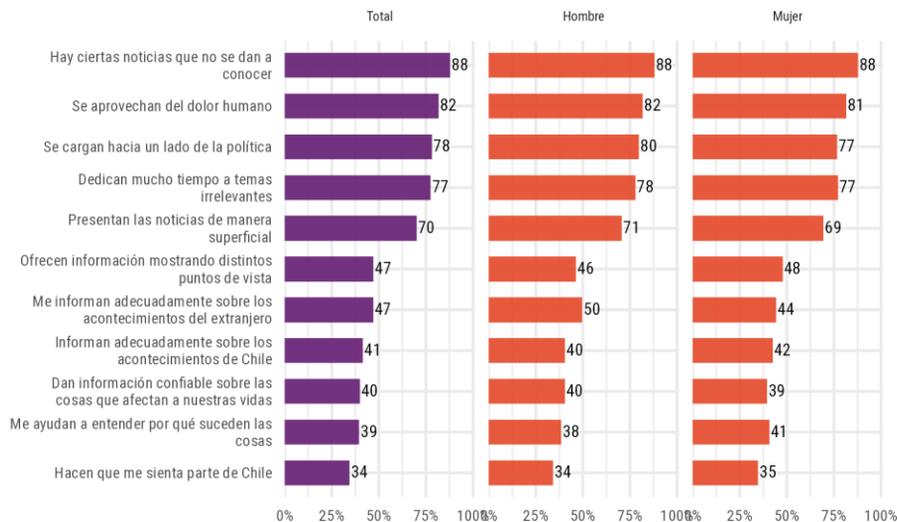


También se observa un aumento en la percepción de que los noticiarios de la televisión abierta ocultan información: si en 2008 un 62% de las personas declaraba cree que habían ciertas noticias que no se daban a conocer, esta proporción aumente a un 89% en 2021.

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.



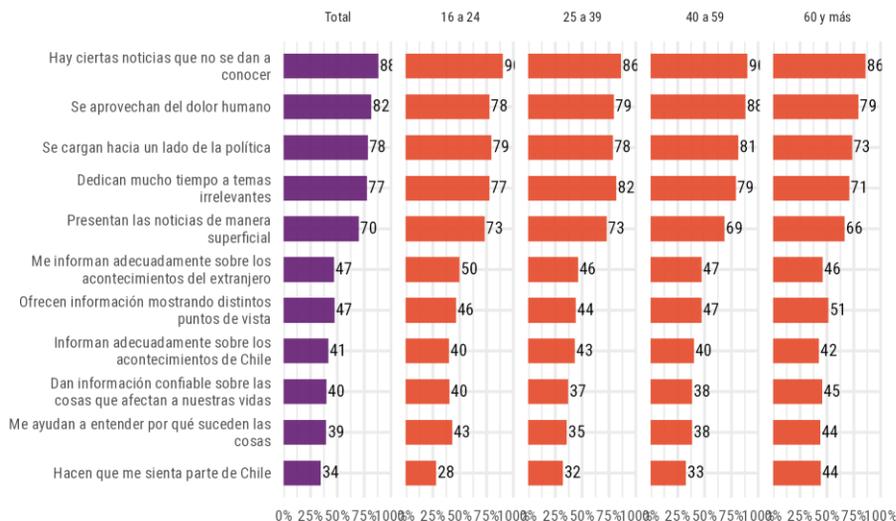
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

No existen diferencias en estas percepciones según sexo en 2021.

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.



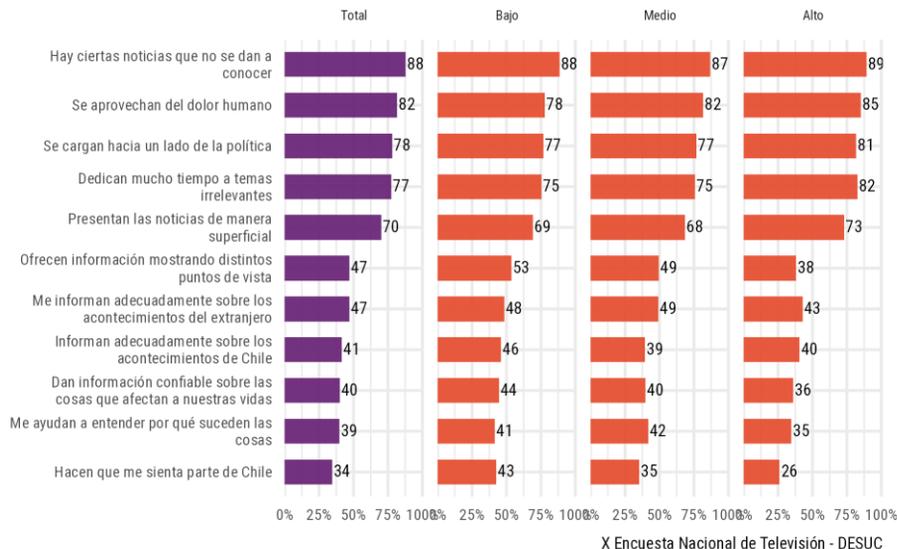
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Sólo el 28% de las personas entre 16 y 24 años declara que los noticiarios los hacen sentirse parte de Chile, al contrario de las personas de 60 años y más, donde el 44% siente lo mismo

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.

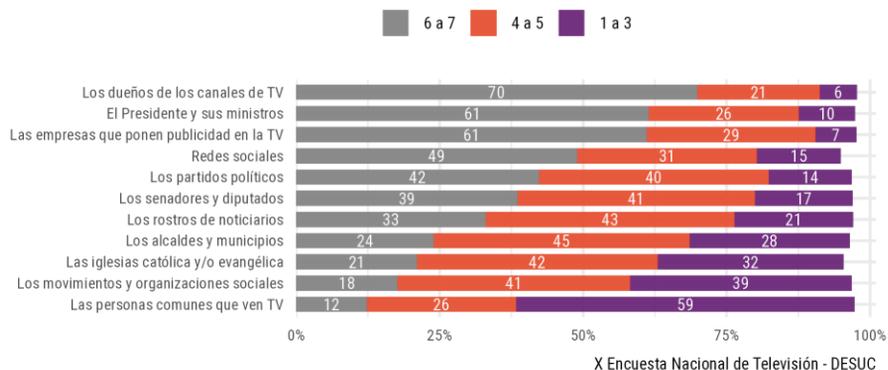


Personas de nivel socioeconómico bajo y las personas de 60 y más años, suelen tener un comportamiento similar en torno a la televisión y, en este caso, sobre los noticiarios de televisión abierta nacional

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.



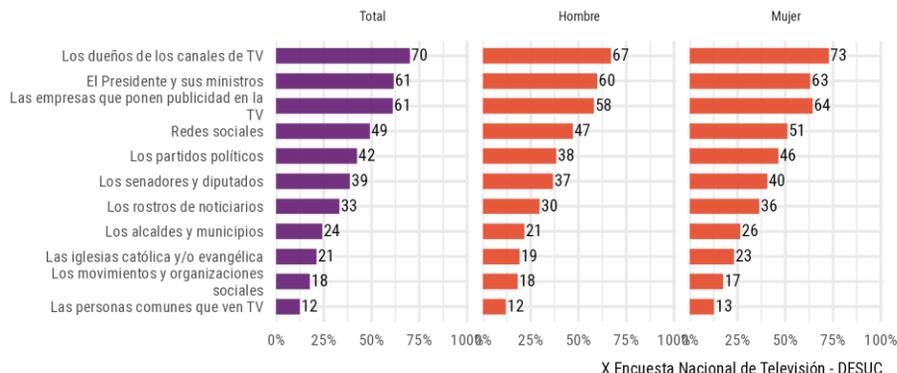
Los tres grupos o actores que consideran con mayor influencia son los dueños de los canales de televisión (70%), las empresas que ponen publicidad en televisión y el presidente y sus ministros, ambos con 61%.

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 6 a 7. Sólo quienes se informan con noticieros de la TV abierta.

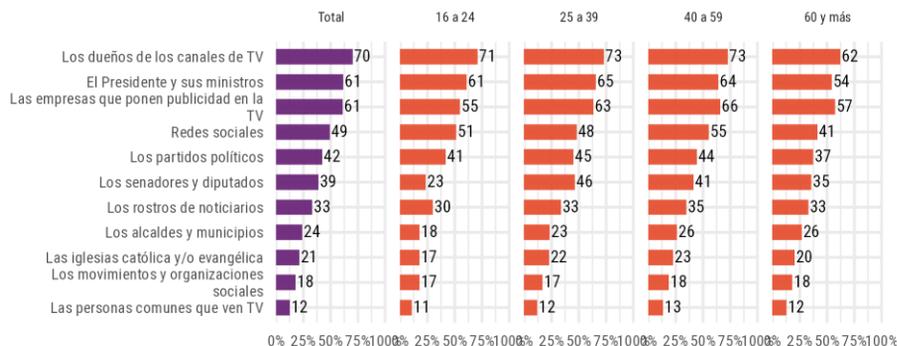
No existen diferencias en estas percepciones según sexo.



Percepción poder de influencia de medios de comunicación

En su opinión, ¿cuánto poder para influir sobre la información o los temas que tratan los noticiarios 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 6 a 7. Sólo quienes se informan con noticiarios de la TV abierta.



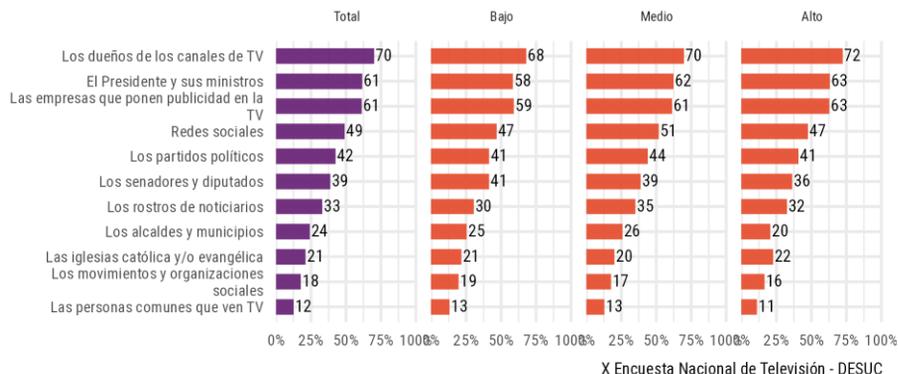
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Las opiniones sobre la influencia de estos grupos y personas son transversales y no hay grandes diferencias entre los grupos.

Percepción poder de influencia de medios de comunicación

En su opinión, ¿cuánto poder para influir sobre la información o los temas que tratan los noticiarios 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 6 a 7. Sólo quienes se informan con noticiarios de la TV abierta.

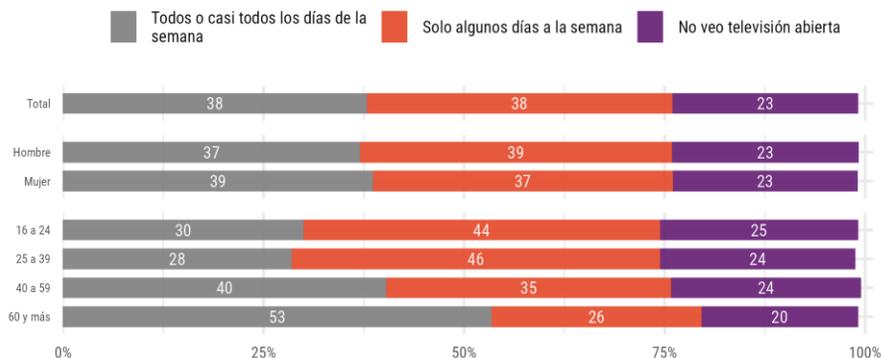


Los tres grupos coinciden en que los actores con mayor influencia en el contenido son los dueños de los canales, las empresas que ponen publicidad en televisión y el presidente y sus ministros

Frecuencia consumo TV abierta

Pensando en una semana normal ¿Con qué frecuencia ve televisión abierta?

% respuesta



Se omite NS/NR.

X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

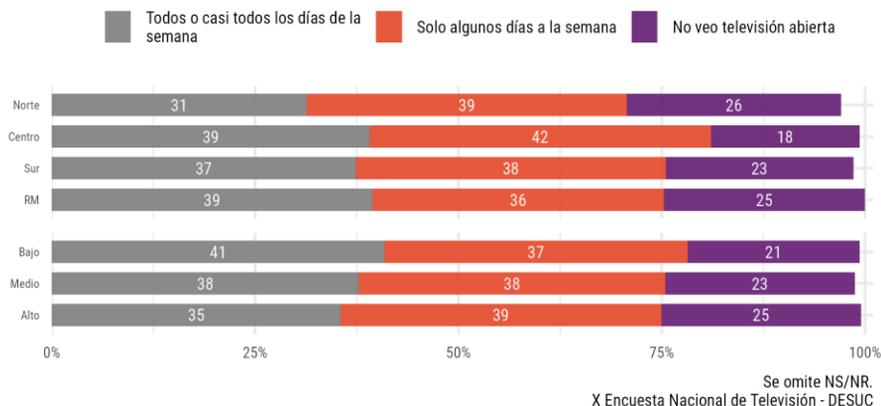
La televisión abierta ha sido uno de los medios más utilizados por las personas al momento de entretenerse o informarse.

Solo un 23% dice no ver televisión abierta.

A medida que se avanza en edad, se observa un mayor consumo de la televisión abierta.

Frecuencia consumo TV abierta

Pensando en una semana normal ¿Con qué frecuencia ve televisión abierta?
% respuesta

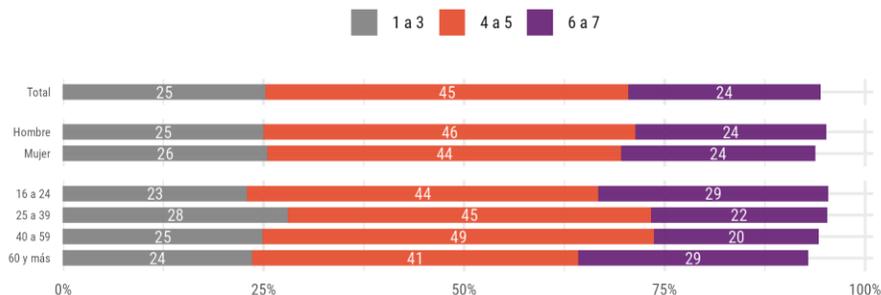


En relación al nivel socioeconómico, vemos un mayor consumo (41% declara ver casi todos o casi todos los días de la semana) en el NSE bajo, el cual disminuye mientras aumenta el nivel socioeconómico de las personas, llegando a 35% en el NSE alto

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



Se omite NS/NR.

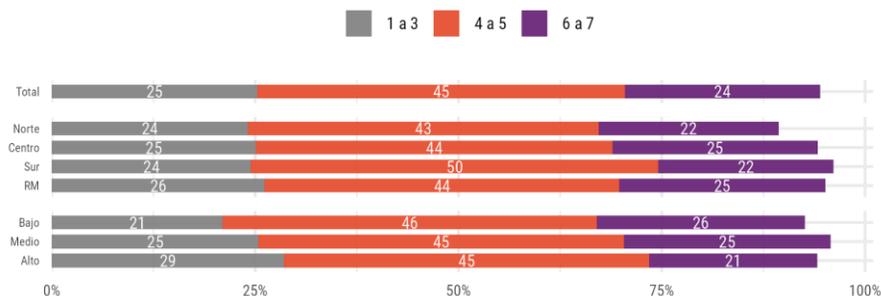
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

El 24% de las personas evalúa con notas 6 y 7 el rol que ha tenido la televisión informando sobre el proceso constituyente. Un 45% le pone notas 4 a 5 y un 25% “reproba” o encuentra que la televisión ha tenido un mal rol informativo. No hay diferencias por sexo

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



Se omite NS/NR.

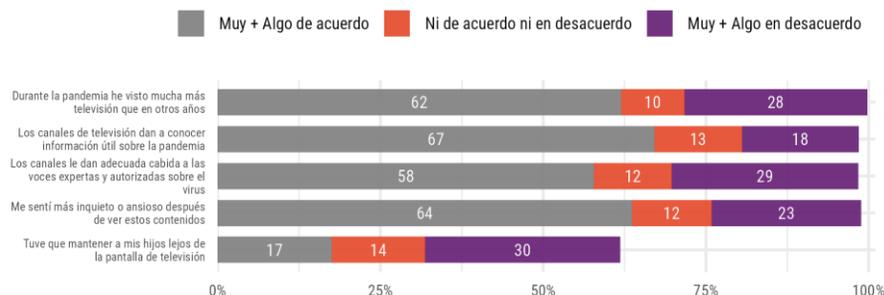
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Mientras que sólo el 21% de las personas de NSE bajo da notas de 1 a 3 al rol informativo, el 29% de las personas de NSE alto entrega la misma nota.

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.



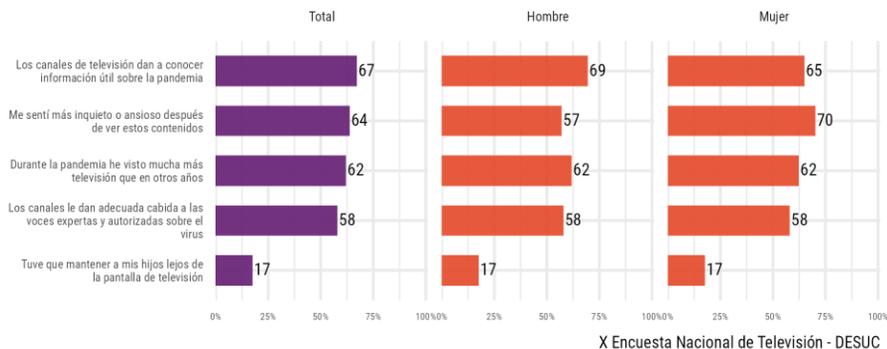
Se omite NS/NR.
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

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

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?

% Muy + Algo de acuerdo. Sólo quienes ven televisión abierta algunos o todos los días de la semana.

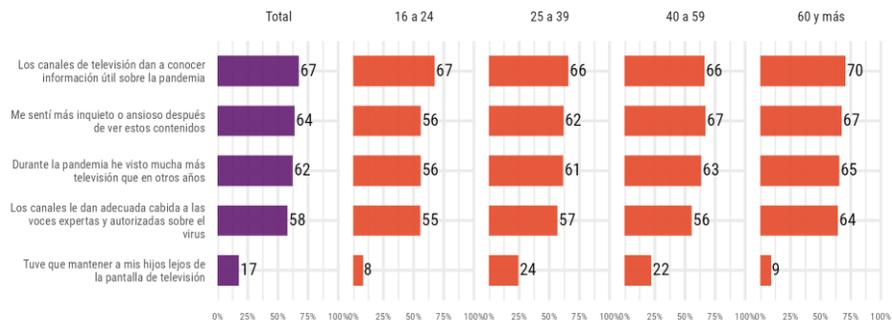


No hay diferencias sustantivas entre las respuestas brindadas por hombres y mujeres, salvo en la afirmación relacionada con la ansiedad, donde un 57% de los hombres declara que estuvo ansioso luego de ver contenidos asociados, proporción que aumenta a 70% en mujeres

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?

% Muy + Algo de acuerdo. Sólo quienes ven televisión abierta algunos o todos los días de la semana.



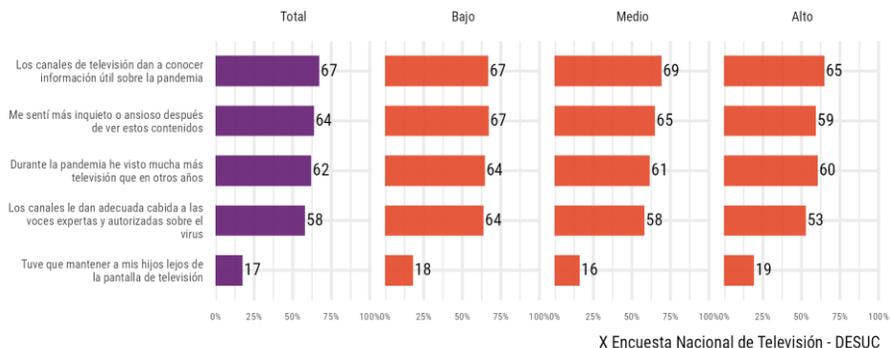
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Se ve un incremento en las menciones de las personas que estuvieron algo o muy de acuerdo con la afirmación “Tuve que mantener a mis hijos/as lejos de la pantalla de televisión”, entre las personas de 25 y 39 años, y de 40 y 59 años, asociado probablemente a edades donde se tienen hijos

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?

% Muy + Algo de acuerdo. Sólo quienes ven televisión abierta algunos o todos los días de la semana.

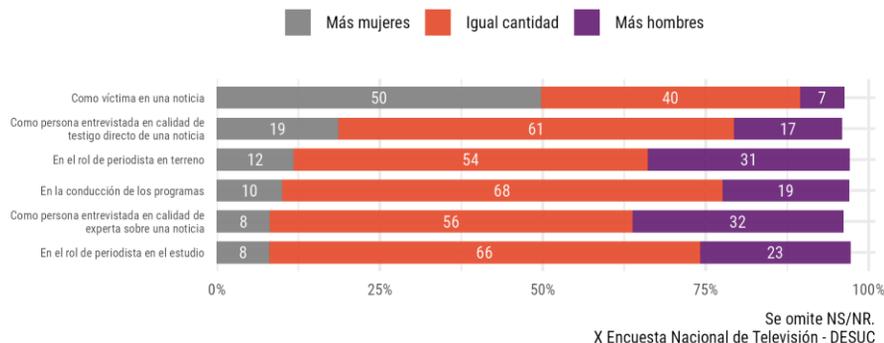


En general, no hay diferencias entre segmento socioeconómicos. Aun así, cabe destacar que un 64% de las personas con NSE bajo cree que los canales le dieron adecuada cabida a las voces expertas y autorizadas sobre el virus, proporción que disminuye en 11 puntos en el NSE alto.

Percepciones presencia de hombres y mujeres en TV abierta

Respecto de la presencia de hombres y mujeres en los programas informativos de la televisión abierta, ¿usted diría que en los siguientes roles aparecen más mujeres, más hombres o igual cantidad de mujeres y hombres?

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

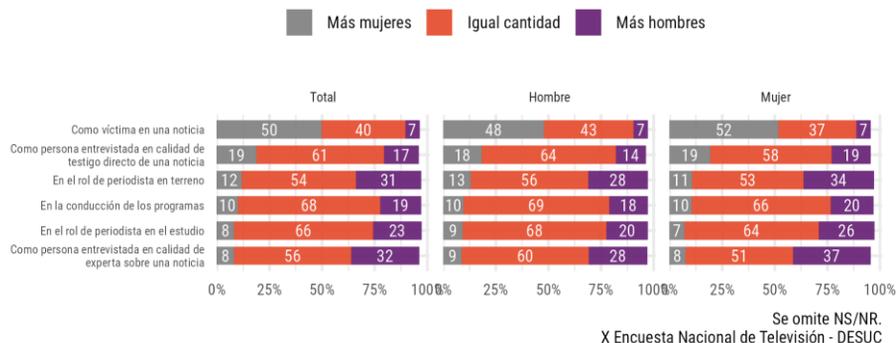


Mientras que el 31% y 32% de las personas percibe que hay más hombres en el rol de periodista en terreno o como persona entrevistada en calidad de experto sobre una noticia, cuando sólo el 12% y el 8% percibe que hay más mujeres ocupando estos roles.

Percepciones presencia de hombres y mujeres en TV abierta

Respecto de la presencia de hombres y mujeres en los programas informativos de la televisión abierta, ¿usted diría que en los siguientes roles aparecen más mujeres, más hombres o igual cantidad de mujeres y hombres?

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

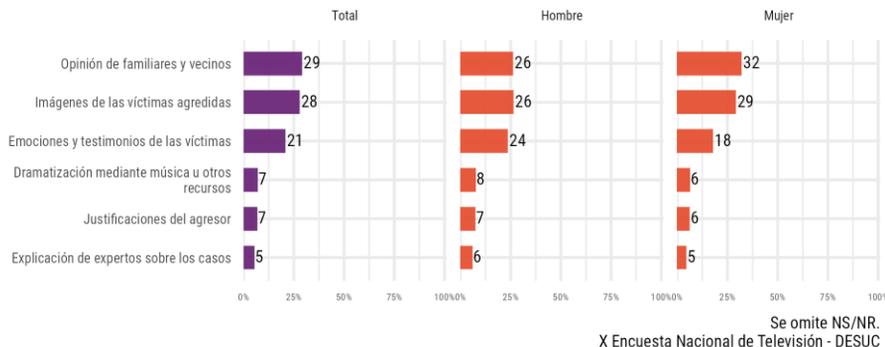


Mientras que el 31% y 32% de las personas percibe que hay más hombres en el rol de periodista en terreno o como persona entrevistada en calidad de experto sobre una noticia, cuando sólo el 12% y el 8% percibe que hay más mujeres ocupando estos roles.

Percepciones sobre hechos de violencia contra la mujer en TV abierta

Cuando usted ha visto noticias o comentarios sobre hechos de violencia contra la mujer en televisión, ¿cuál de los siguientes elementos, más aparecen en la noticia?

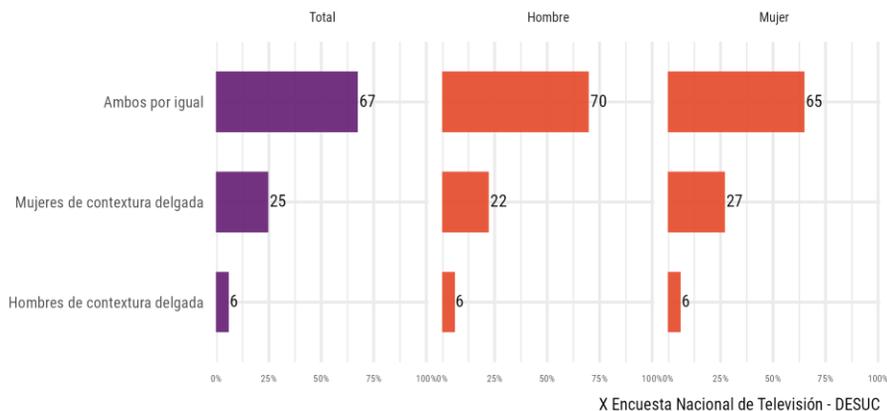
% de menciones. Sólo quienes ven televisión abierta algunos o todos los días de la semana.



En percepciones sobre hechos de violencia contra la mujer en TV abierta, sólo el 18% de las mujeres menciona como un elemento de este tipo de noticias las “emociones y testimonios de las víctimas”, que se contrasta con el 24% en hombres.

Percepciones sobre presencia de hombres y mujeres de contextura delgada en TV abierta

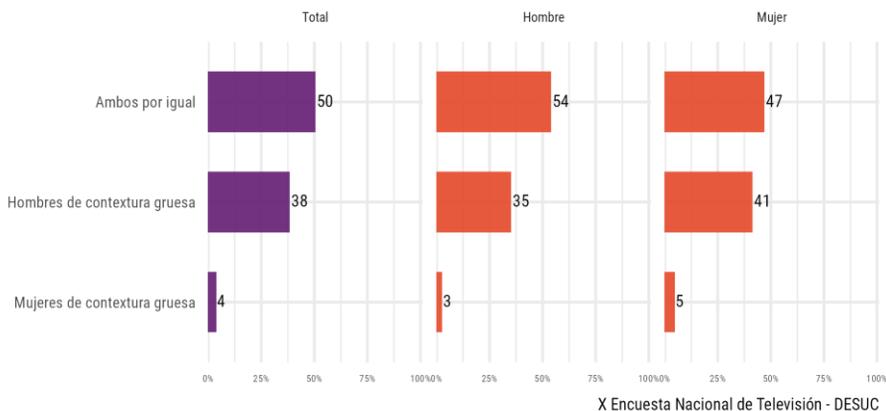
Respecto a los rostros de televisión, usted ve más frecuentemente a...
% respuesta



El 25% de las personas ven más frecuentemente a mujeres de contextura delgada. A pesar de que el 67% responde ver a ambos por igual, es importante destacar el alto número de personas que percibe que hay más mujeres que hombres de contextura delgada en la televisión.

Percepciones sobre presencia de hombres y mujeres de contextura gruesa en TV abierta

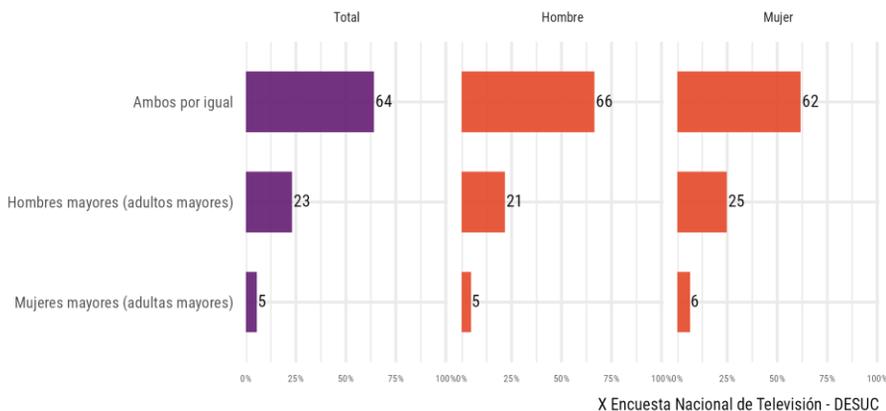
Respecto a los rostros de televisión, usted ve más frecuentemente a...
% respuesta



El 38% de las personas dice que ve más frecuentemente a hombres de contextura gruesa, versus el 4% que declara ver a mujeres con esta contextura.

Percepciones sobre presencia de hombres y mujeres mayores en TV abierta

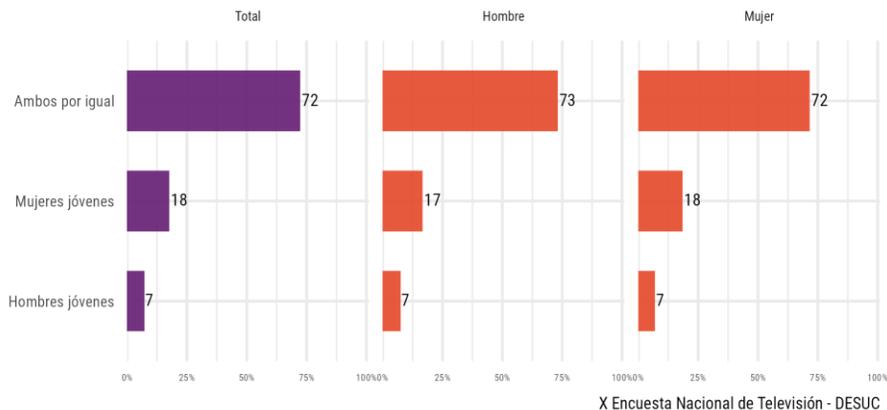
Respecto a los rostros de televisión, usted ve más frecuentemente a...
% respuesta



Un 23% de las personas afirma que ve más frecuentemente a hombres mayores que mujeres mayores, donde solo alcanza el 5%.

Percepciones sobre presencia de hombres y mujeres jóvenes en TV abierta

Respecto a los rostros de televisión, usted ve más frecuentemente a...
% respuesta

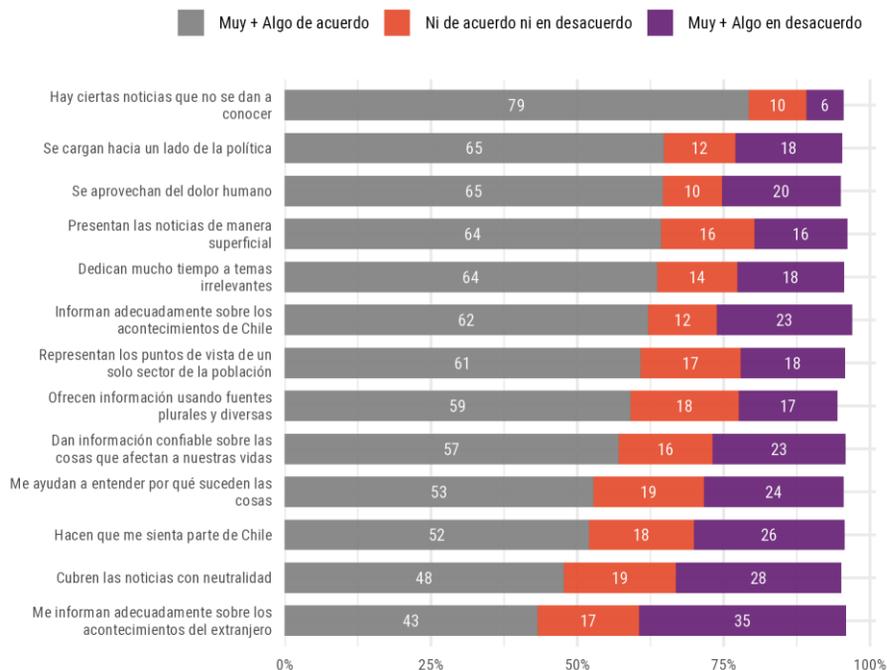


El 18% dice ver más frecuentemente a mujeres jóvenes que a hombres jóvenes en televisión, con solo el 7%.

Percepciones sobre noticiarios regionales

Pensando en los noticiarios de televisión de su región o ciudad, ¿qué tan de acuerdo está usted con las siguientes frases?

% respuestas. Sólo quienes se informan a través de canales regionales



Respecto a noticiarios regionales, el 79% de las personas dicen estar muy o algo de acuerdo con que hay noticias que no se dan a conocer, una respuesta similar a quienes se informan a través de noticiarios de televisión abierta nacional

Se omite NS/NR.

X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

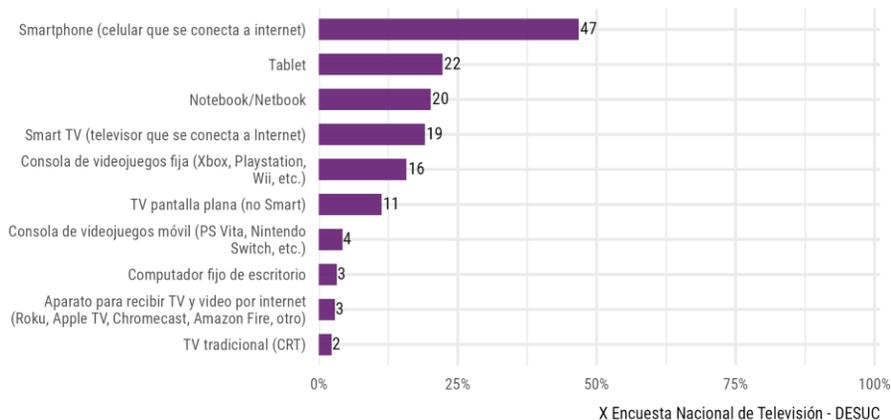


El audiovisual y los niños

NNA y tenencia de dispositivos electrónicos

¿El NNA es dueño/a de alguno de estos dispositivos electrónicos?

% Sí, de quienes viven con NNAs

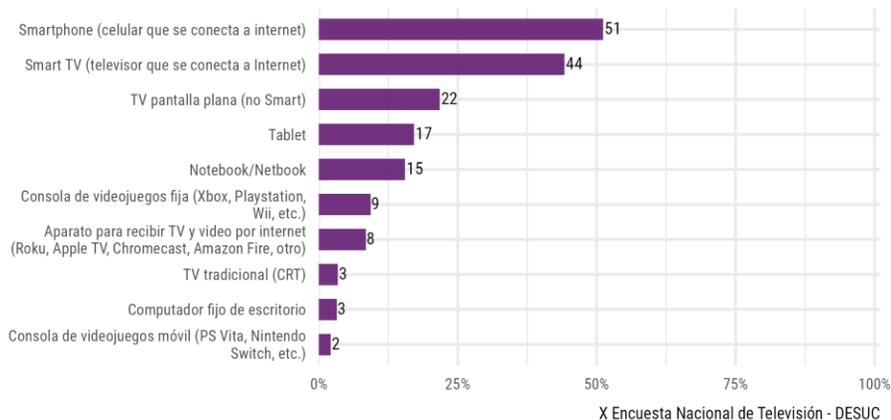


El 47% de las personas (de hogares con NNA) declara que el niño, niña o adolescente es dueño de un smartphone, el 22% de Tablet y el 20% de notebook/netbook.

NNA y uso de dispositivos electrónicos para ver contenido audiovisual

¿Ve televisión o contenidos audiovisuales a través de ese dispositivo?

% Sí, de quienes viven con NNAs

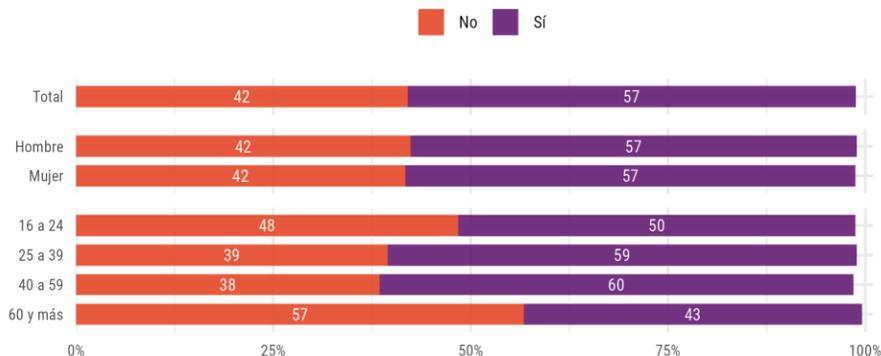


Al analizar ahora el uso de estos dispositivos para ver contenido audiovisual, el 51% de las personas señala que el smartphone es utilizado por el NNA para ver televisión o contenidos audiovisuales.

Conocimiento canal TV Educa Chile

¿Usted conoce el canal TV Educa Chile?

% respuesta, de quienes viven con NNAs



Se omite NS/NR.

X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

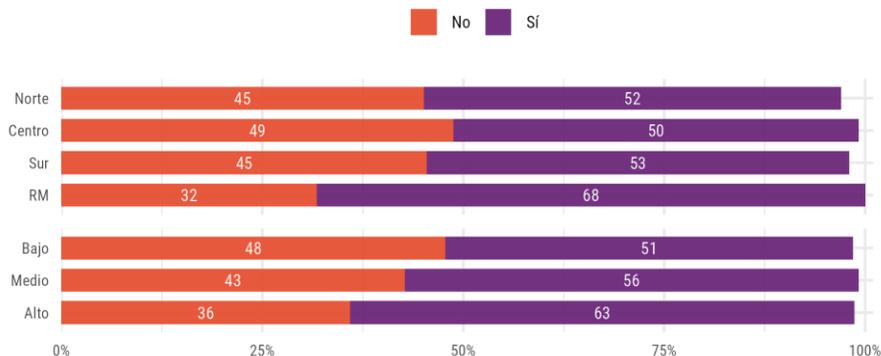
Respecto conocimiento del canal TV Educa Chile, solo el 57% de las personas que habita con NNAs declaran conocer el canal.

Personas de edad mediana son quienes en mayor medida señalar conocer el canal, probablemente vinculado a estar en un ciclo de vida vinculado a tareas de crianza.

Conocimiento canal TV Educa Chile

¿Usted conoce el canal TV Educa Chile?

% respuesta, de quienes viven con NNAs



Se omite NS/NR.

X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

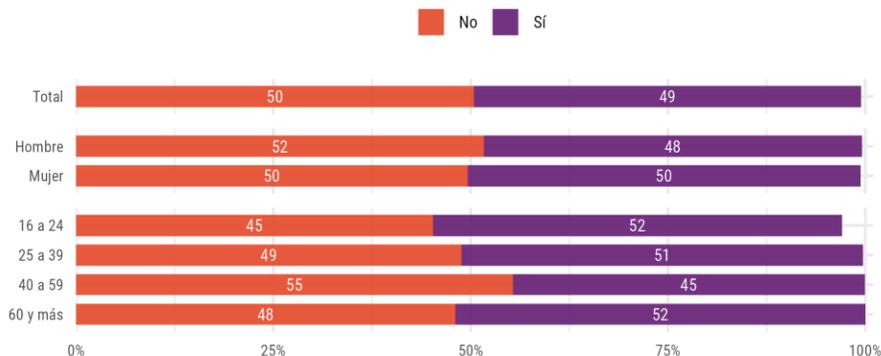
Personas de la región Metropolitana son las que proporcionalmente conocen más el canal.

El nivel de conocimiento del canal aumenta notoriamente a medida que nos movemos a niveles socioeconómicos más altos.

Consumo canal TV Educa

¿Alguno de sus hijos/as ven este canal?

% respuesta, de quienes viven con NNAs y conocen el canal



Se omite NS/NR.

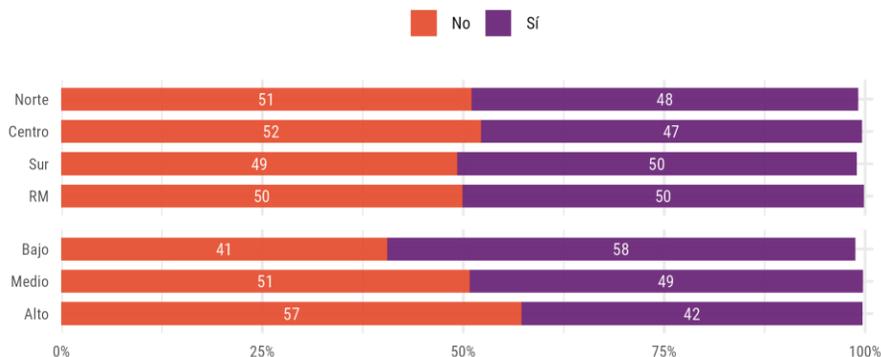
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Dentro de quienes conocen el canal, el 49% señala que sus hijos ven el canal. Esta proporción es levemente mayor en mujeres que en hombres

Consumo canal TV Educa

¿Alguno de sus hijos/as ven este canal?

% respuesta, de quienes viven con NNAs y conocen el canal



Se omite NS/NR.

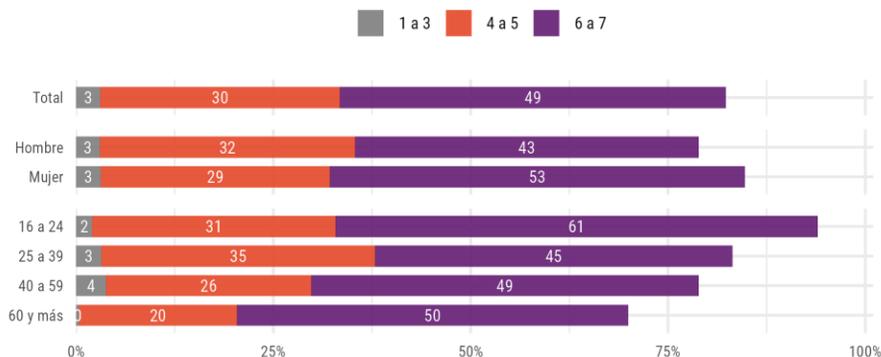
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

A pesar de que personas de nivel alto son quienes declaraban en mayor medida conocer el canal, son quienes proporcionalmente muestran menores niveles de consumo.

Evaluación canal TV Educa

¿Con qué nota evaluaría al canal?

% respuesta, de quienes viven con NNAs y conocen el canal



Se omite NS/NR.

X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

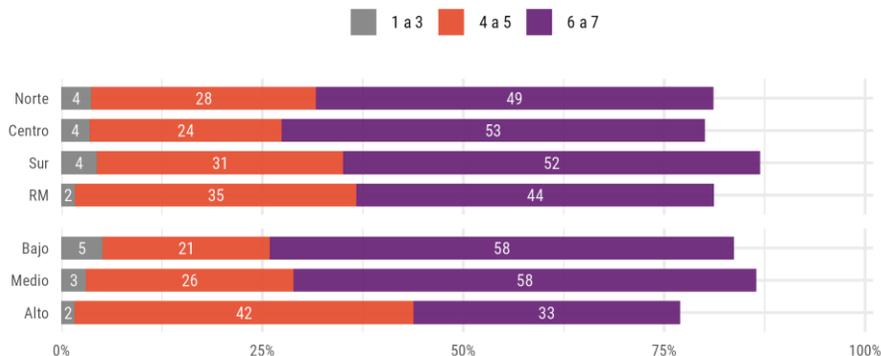
Ahora, más allá de estos niveles medios de consumo, en general existe una evaluación positiva sobre el canal.

Mujeres y personas jóvenes son quienes mejor evalúan el canal.

Evaluación canal TV Educa

¿Con qué nota evaluaría al canal?

% respuesta, de quienes viven con NNAs y conocen el canal



Se omite NS/NR.

X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Personas de niveles socioeconómicos medios y bajos – quienes proporcionalmente consumen más el canal – también tienen una evaluación más positiva respecto a éste.



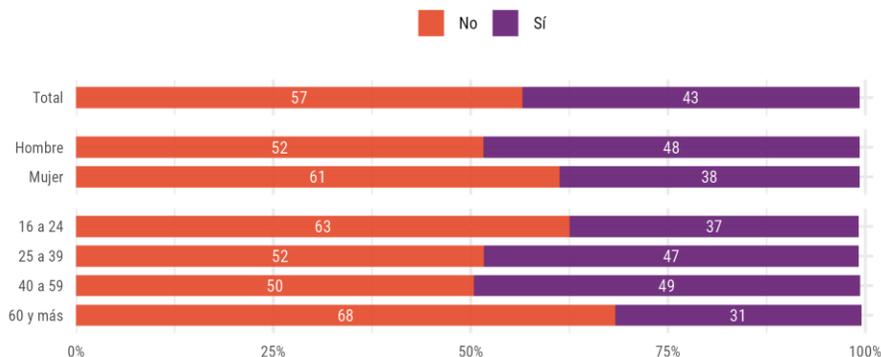
Consejo Nacional de TV

y la regulación

Conocimiento CNTV

¿Conoce usted al Consejo Nacional de Televisión / CNTV?

% respuesta



Se omite NS/NR.

X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

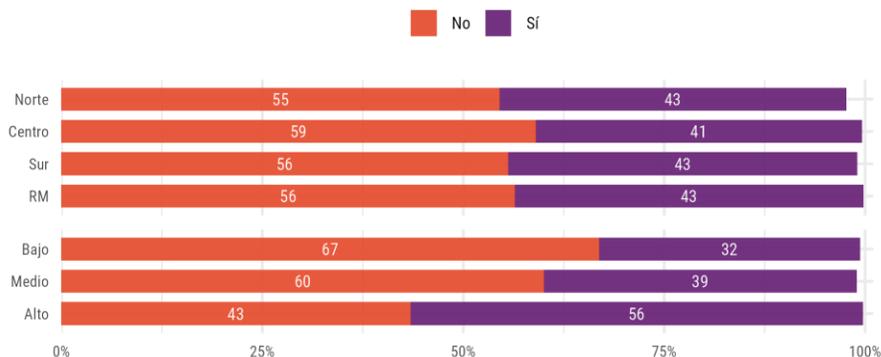
Existe un bajo nivel de conocimiento, donde solo el 43% de las personas declara conocer el CNTV.

Mayor conocimiento en hombres, y en términos relativos, las personas de mayor edad son quienes menos conocen al Consejo.

Conocimiento CNTV

¿Conoce usted al Consejo Nacional de Televisión / CNTV?

% respuesta



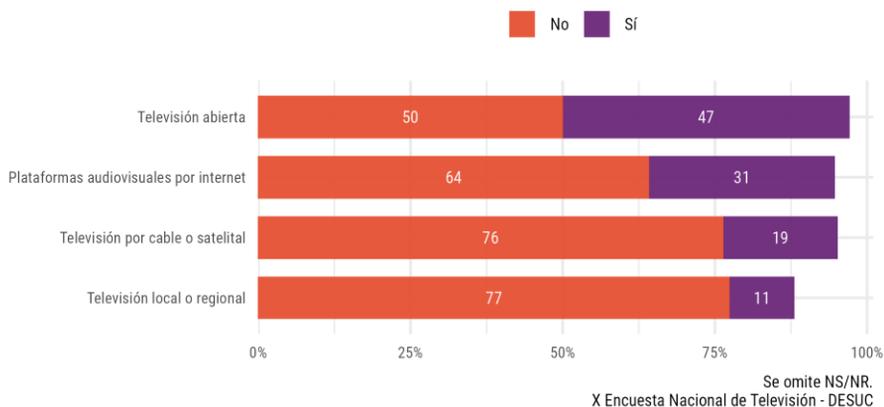
Se omite NS/NR.

X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Se ve una clara tendencia donde el grado de conocimiento se relaciona con el nivel socioeconómico de las personas

Declaración ver contenidos molestos en medios

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

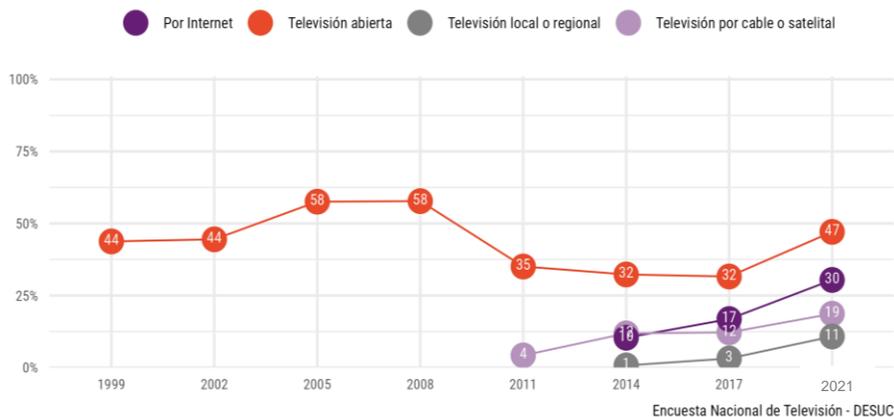


Respecto a contenido inadecuados, el 47% señala haber visto un contenido que le molestó en la televisión abierta, un 31% en plataformas audiovisuales por internet, un 19% en televisión por cable o satelital, y un 11% en televisión local o regional.

Evolución declaración ver contenidos molestos en medios

En lo que va del año 2021, ¿usted ha visto contenidos que le hayan molestado en...?

% Sí.



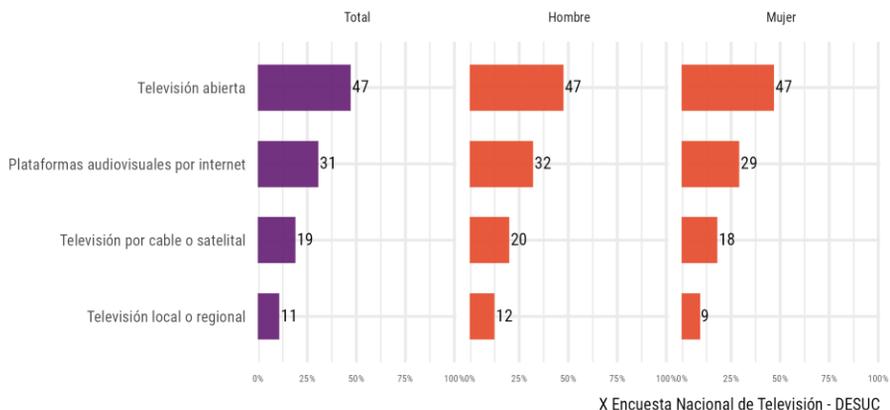
Las cuatro plataformas de contenido audiovisual que se midieron presentaron un aumento en el contenido molesto en relación a la medición del 2017.

Declaración ver contenidos molestos en medios

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

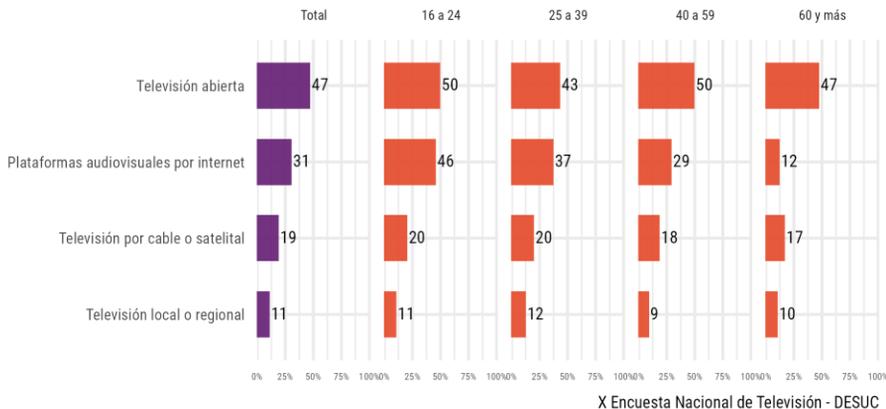
% Sí

No existen diferencias relevantes según sexo.



Declaración ver contenidos molestos en medios

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

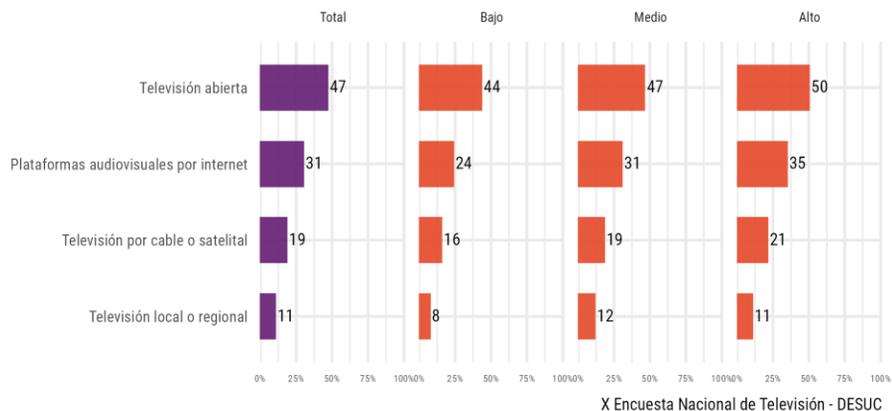


No existen grandes diferencias en general por edad, siendo posiblemente explicadas por los distintos patrones de consumo.

Declaración ver contenidos molestos en medios

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

% Sí

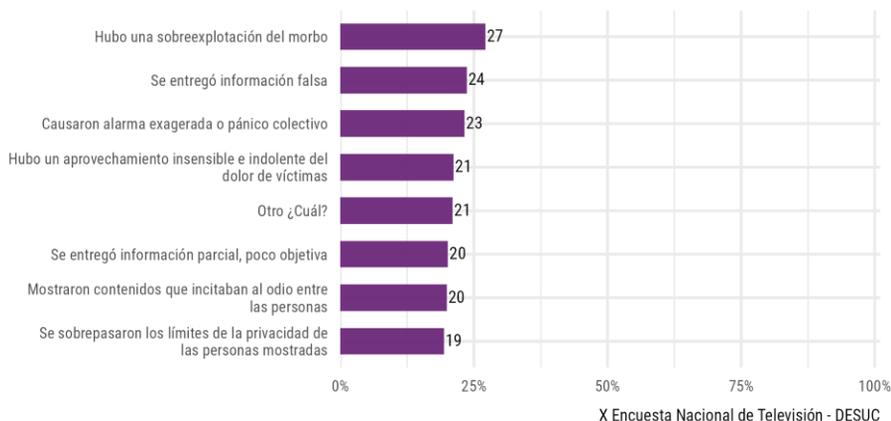


La declaración de molestia por contenidos en general es más alta en personas de nivel socioeconómico alto, en contraste con personas de nivel medio y bajo.

Motivo de molestia por contenido en medios

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

% personas que menciona que les molestó algo. Respuesta múltiple



De las personas que declaró haber visto al menos por un medio un contenido que le produjo molestia, el 27% señala que en dicho contenido hubo una sobreexplotación del morbo. Lo sigue entregando información falsa, con 24.

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



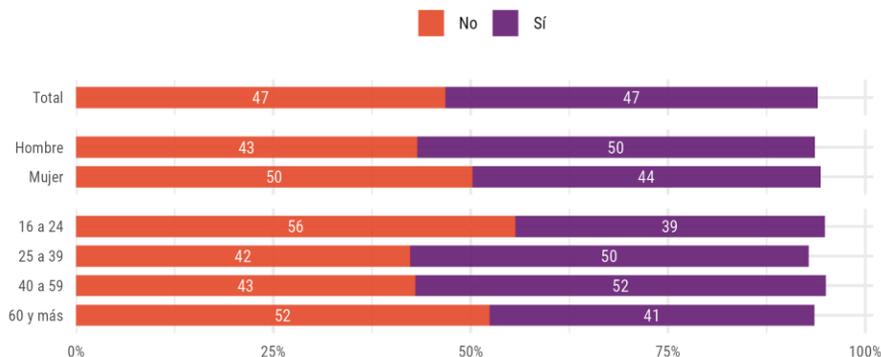
En general existen opiniones divididas, pero la mayoría de las personas se inclina por una autoregulación de los mismos medios, de acuerdo a sus propias pautas.

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

Conocimiento sobre denuncias en CNTV

Sabe si las personas como usted pueden denunciar contenidos al CNTV?

% respuesta



Se omite NS/NR.

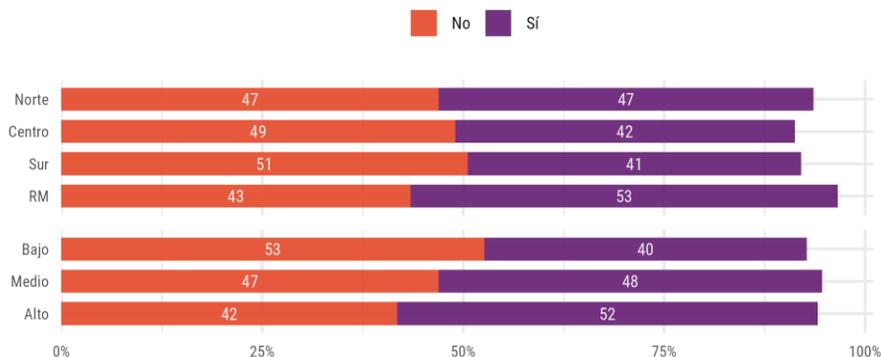
X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

El 47% declara que las personas pueden denunciar contenido al CNTV, proporción que es de 50% en hombres, versus un 44% en mujeres.

Conocimiento sobre denuncias en CNTV

Sabe si las personas como usted pueden denunciar contenidos al CNTV?

% respuesta

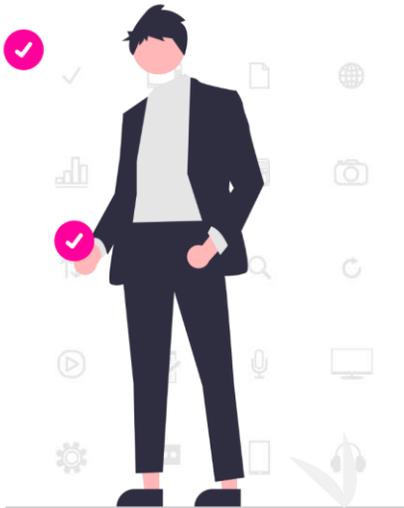
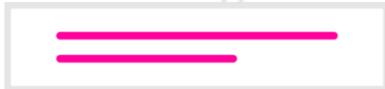


Se omite NS/NR.

X Encuesta Nacional de Televisión - DESUC

Personas de la región Metropolitana y de niveles socioeconómicos más altos son quienes en mayor proporción señalan que las personas pueden denunciar contenido al CNTV.

Síntesis



Síntesis

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:

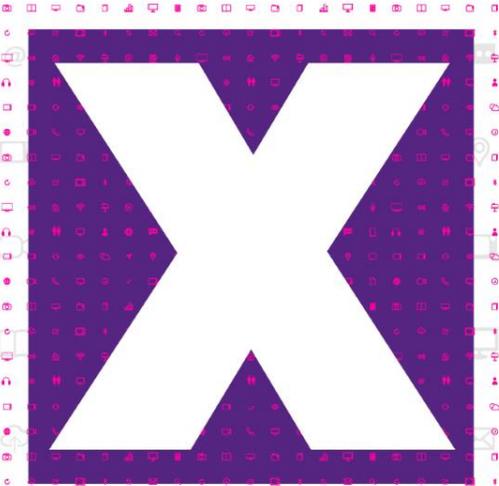
Escenario de desconfianza hacia la televisión en su rol informativo, donde parte importante de las personas atribuye a ciertos grupos (empresarios, políticos) el poder de influir en lo que se comunica —o no— en noticiarios de televisión abierta.

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.



**ENCUESTA NACIONAL
DE TELEVISIÓN**

NOVIEMBRE 2021

DESUC
Dirección de Estudios
Sociales