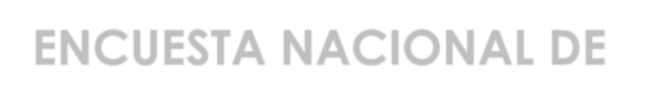
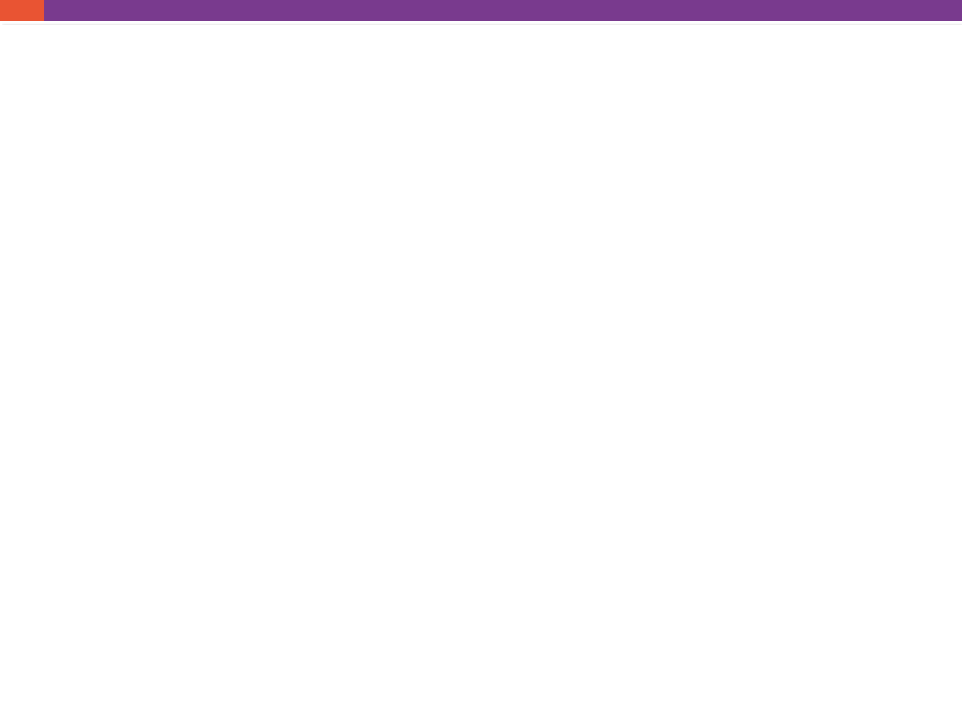
**1**



**Resumen histórico ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN**

## DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES 2018

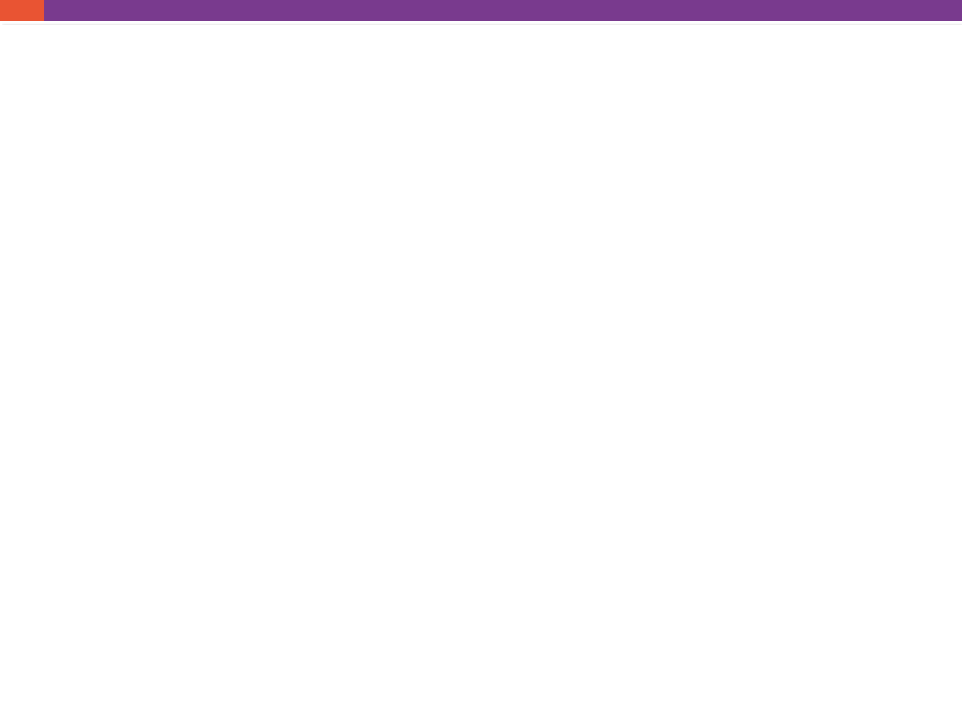
**2**

INTRODUCCIÓN

* Esta presentación es una descripción de datos comparativos en el tiempo, de los resultados de las Encuestas Nacionales de Televisión (ENTV), realizadas a partir del año 1993, cada 3 años.
* Los cuestionarios de la encuesta han variado en el tiempo, de acuerdo a los cambios de la industria y del consumo televisivo. Asimismo, las muestras, que comenzaron en grandes conglomerados urbanos, hoy abarcan ciudades con menos de 20.000 habitantes.
* El diseño metodológico del diseño muestral también se ha perfeccionado, siendo probabilístico en todas sus etapas.
* La última encuesta se realizó en su novena versión en

2017.

**3**



# EQUIPAMIENTO EN EL HOGAR

NÚMERO DE TELEVISORES POR HOGAR

**5**



**2.7**

**2.6**

**2.5**

**2.1**

**1.9**

**1.9**

**2.2**

**2.3**

**2.4**

**4.5**

**4**

**3.5**

**3**

**2.5**

**2**

**1.5**

**1**

**0.5**

**0**

**1993 1996 1999 2002 2005 2008 2011 2014 2017**

PENETRACIÓN DE TELEVISIÓN PAGADA

**80**

**76**

**67**

**63**

**43**

**35**

**38**

**37**

**28**

**11**

**70**

**60**

**50**

**40**

**30**

**20**

**10**

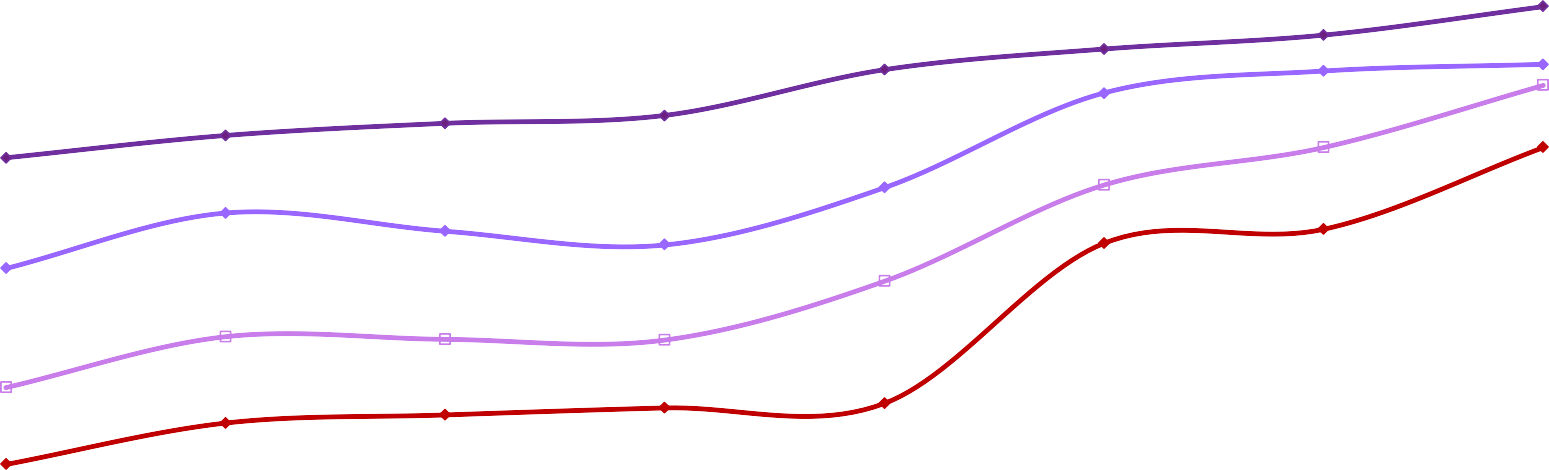
**0**

**1993 1996 1999 2002 2005 2008 2011 2014 2017**

**TOTAL**

PENETRACIÓN DE TELEVISIÓN PAGADA – Evolución Histórica por GSE

**120**



**73**

**75**

**76**

**68**

**71**

**71**

**63**

**67**

**59**

**56**

**53**

**54**

**56**

**49**

**52**

**47**

**37**

**36**

**40**

**41**

**36**

**27**

**21**

**23**

**24**

**25**

**14**

**7**

**16**

**9**

**11**

**7**

**85**

**82**

**80**

**91**

**84**

**88**

**85**

**96**

**100**

**80**

**60**

**40**

**20**

**0**

**1996 1999 2002 2005 2008 2011 2014 2017**

**ABC1 C2 C3 D E**

1ª ENTV 1993

NSE ALTO: 49% NSE MEDIO:17% NSE BAJO: 1%

PENETRACIÓN TELEVISIÓN PAGADA POR TIPO

**70**



**60**

**57**

**59**

**50**

**47**

**40**

**30 29**

**37 36**

**39**

**27**

**34**

**20**

**10**

**6**

**4**

**0 1 1 1**

**14**

**10**

**2**

**1996 1999 2002 2005 2008 2011 2014 2017**

**TV Cable TV satelital o antena parabolica TV por Internet**

PENETRACIÓN DE OTROS BIENES TECNOLÓGICOS

VHS / DVD

100

96

82

**73**

72

67

56

**53**

52

**43**

**35**

30

26

28

26

26

32

26

**23**

23

0

0

0

0

0

0

0

0

55

60

**28**

33

Computador

Video juegos

Smartphone

Notebook

2002

0

2005

0

2008

0

2011

0

2014 2017

Tablet

PENETRACIÓN DE INTERNET

80

70 70

60 63 61

50

40

30

20 21 20

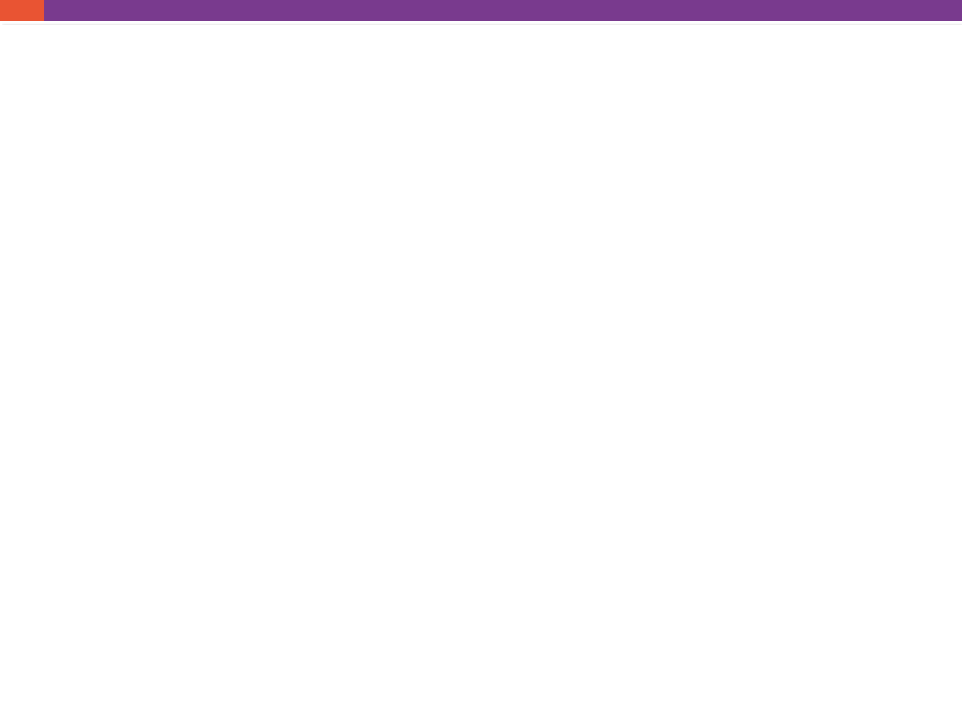
34

10 10

0

1999 2002 2005 2008 2011 2014 2017

**10**



# CONSUMO

### CONSIDERACIONES

METODOLÓGICAS

DATOS DE TIEMPO DE CONSUMO

CORRESPONDEN A TV DATA (RATINGS)

CONSUMO EN FAMILIA

En la 7 ENTV -2011- se realizó un cambio en la manera de preguntar sobre el consumo de TV en familia:

– **ENTV 1996, 1999, 2002, 2005 y 2008**: Se

#### pregunta por el consumo de TV en familia, para cualquier día, sin diferenciar semana de fin de semana.

– **ENTV 2011:** Se pregunta por el consumo de TV en familia, diferenciando semana y fin de semana –dadas las divergencias de visionado a partir de datos de rating-.

##### CONSUMO TELEVISIVO

HORAS DE CONSUMO DE TV ABIERTA, PROMEDIO DIARIO, POR AÑO

BASE: HORAS DE ACUERDO A TV DATA (RATINGS)

**3**



**2.68**

**2.5**

**2.59**

**2.56 2.55**

**2.28**

**2.29**

**2.23**

**2.23**

**2**

**1.5**

**1**

**0.5**

**0**

**2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017**

CONSUMO TV EN FAMILIA

**En algún momento del día, ¿Se ve televisión en familia en su hogar (aunque no estén presentes todos los**

**integrantes del hogar)?**

**90**

¿**Se ve televisión en familia en su hogar (aunque no estén presentes todos los integrantes del hogar)?**

**FIN DE SEMANA + SEMANA**

**80**

81

80

75

**70**

**60**

71 71

73

66

61

**50**

**40**

**30**

**20**

**10**



**1996 1999 2002 2005 2008 2011**

Total

**2014 2017**

CONSUMO TV CON GRUPOS DE AMIGOS (SÓLO 2017)

**En algunas ocasiones, ¿usted se reúne en grupo de amigos/conocidos para ver televisión?**

**No**

**73%**

**Sí**

**27%**

CONSUMO CONVERGENTE

Total

30

25

17

18

13

9

Jóvenes 16 - 24

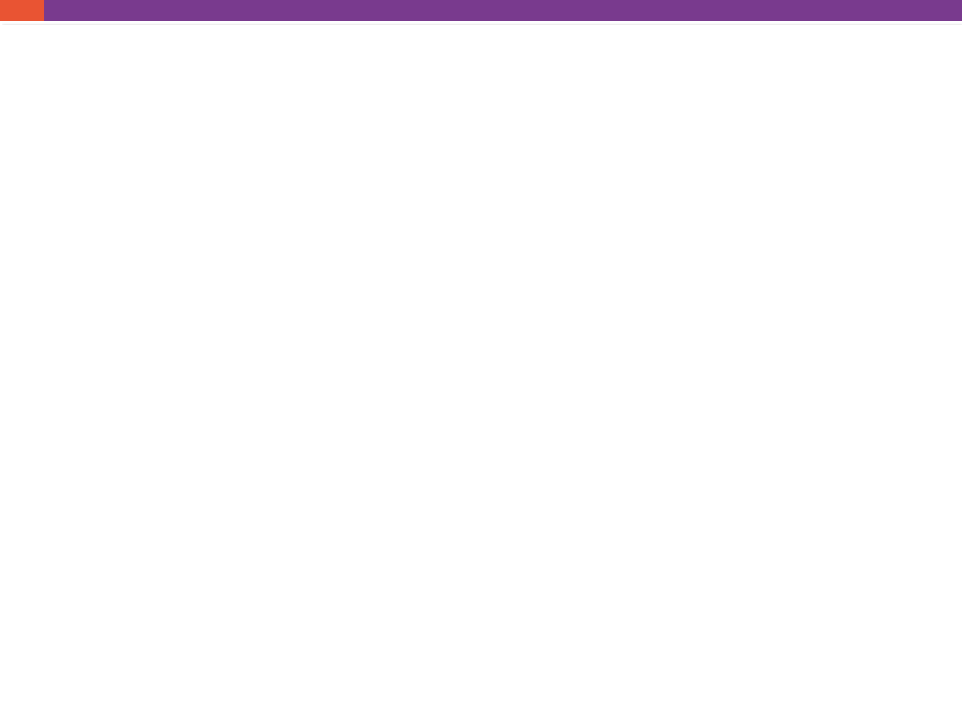
**2011 2014 2017**

**¿Ha realizado alguna de las siguientes actividades durante el último año? Ver TV en portales**

**Ve televisión, series o películas a través de páginas de Internet**

**Ve televisión, series o películas a través de servicios de Internet con suscripción**

**16**



# IMPORTANCIA DE LA TELEVISIÓN

OPINIÓN SOBRE LAS FUNCIONES DE LA TV

**Algo y Muy de Acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo Algo y muy en desacuerdo**

**Una importante fuente de**

**información**

**Una importante fuente de educación y cultura**

**Una importante fuente de entretención**

**Una importante fuente de compañía**

**2011**

**2008**

**68**

**18**

**82**

**86**

**86**

**11**

**9**

**9**

**44**

**21**

**51**

**23**

**40**

**23**

**51**

**24**

**61**

**18**

**68**

**69**

**71**

**17**

**15**

**16**

**61**

**20**

**69**

**72**

**15**

**13**

**Sin Información**

**15**

**15**

**18**

**13**

**15**

**15**

**21**

**25**

**37**

**26**

**35**

**5**

**4**

**7**

**14**

**2005**

**2002**

**2011**

**2008**

**2005**

**2002**

**2011**

**2008**

**2005**

**2002**

**2011**

**2008**

**2005**

**2002**

OPINIÓN SOBRE LAS FUNCIONES DE LA TV REGIONAL

**Algo y Muy de Acuerdo Ni de acuerdo ni en desacuerdo Algo y muy en desacuerdo**

**Son un aporte para el desarrollo cultural de mi ciudad o localidad**

**Muestran la realidad de mi**

**ciudad o localidad**

**Son una buena alternativa de entretención**

**Ofrecen una programación variada**

**2017**

**2014**

**67**

**72**

**15**

**9**

**52 16**

**78 10**

**77**

**7**

**50 18**

**82 9**

**35 21**

**54 20**

**47**

**46**

**16**

**14**

**30 21**

**41 20**

37

33

41

29

24

28

8

17

16

9

18

19

11



**NS/NR: 14%**



**NS/NR: 2%**

**2011**

**2008**

**2017**



**NS/NR: 15%**



**NS/NR: 2%**

**2014**

**2011**

**2008**



**NS/NR: 15,4%**

**2017**



**NS/NR: 2%**

**2014**

**2011**



**NS/NR:**

**15,7%**

**NS/NR: 2%**

**2008**

**2017**

**2014**



**NS/NR: 16,4%**

**2011**



**NS/NR: 2%**

**2008**

### CONSIDERACIONES

METODOLÓGICAS:

MEDIOS UTILIZADOS PARA INFORMARSE

En la 7 ENTV (año 2011) se realizó un cambio en la manera de preguntar acerca de los medios utilizados para informarse:

– **ENTV 1996, 1999, 2002, 2005 y 2008**: Se consultó

sobre cuál era el medio que MÁS utilizaba para informarse -respuesta única, seleccionando una sola alternativa-.

* **ENTV 2011:** Se preguntó acerca de TODOS los medios utilizados para informarse - respuesta múltiple, con más de una alternativa- para levantar información sobre el consumo en medios emergentes.
* Esta forma de preguntar se mantuvo en las versiones

siguientes de la encuesta.

90

80 78 78

68

71

16

11

12 12

11

8

6

6

0 0

0

3

2 2

1

2

4

0

0

0

70

60

50

40

30

20

10

0

TV abierta

Radio Diarios Internet TV de pago TV regional o local

1996 1999 2002 2008

100

90

80

86 83

76

37

36

27

30

27

29

21

24

17

17

15

17

9

8

7

70

60

50

40

30

20

10

0

TV abierta Radio Diarios Internet TV de pago TV regional o local

2011 2014 2017

100

90

85

82

80 77

84 83

90 89

85



70

60

50

40

30

20

13

10 7

2

0

8

6 6 5

3

0.

0. 2

6 5

2 2 0.7

5

3 3 3

0.4

25

21 20 22

3

32 33

29 29

23

21

19

15

4

2

1996 1999 2002 2005 2008 2011 2014 2017

TV Abierta Radio Diarios Internet TV Pago TV Local

100

90

79

80 77

70

86

76 75

72

83 82

60

50

40

34 33

30 27 27

24

23

22

21

20

20 18

13

14

10 5

11

10

7

5 4

1

0

5 11

2

5

4 11

4

4

0

2 11

5

4

8

3

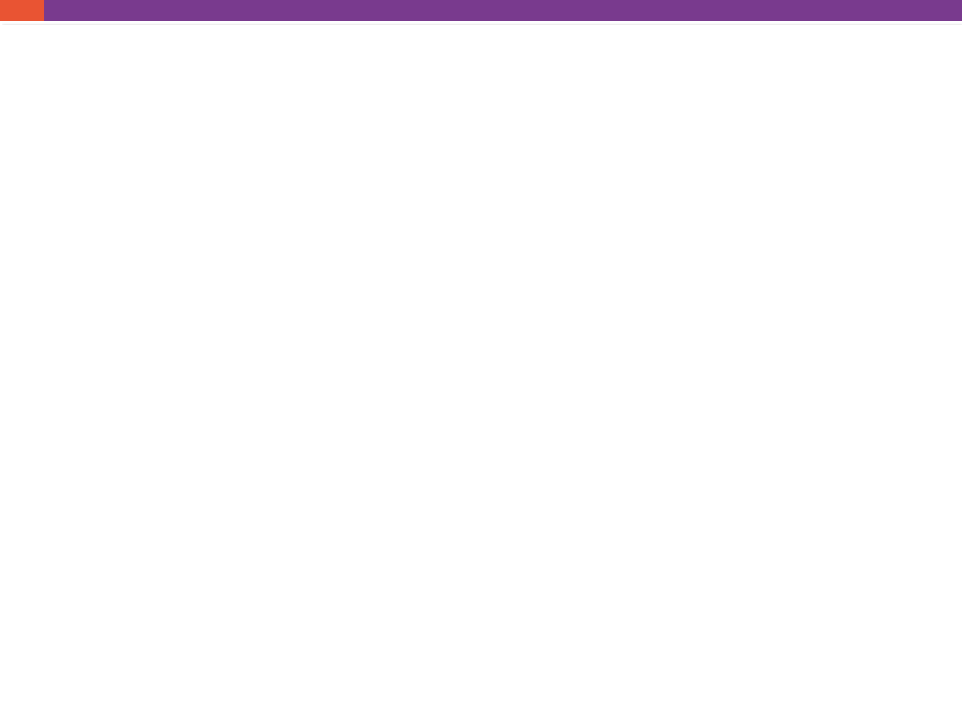
1

0

1996 1999 2002 2005 2008 2011 2014 2017

TV Abierta Radio Diarios Internet TV Pago TV Local

**24**



# SATISFACCIÓN Y EVALUACIÓN TV

SATISFACCIÓN TV ABIERTA

100

90

80

70

60

50

40

30

20

**56 54**

**40**



**47**

**33 35 41**

10 10

0

-10 6

-20

-30

-40

-50 43

-60

-70

-80

-90

-100

12 8

7 10

45

59

13 6 10 10

10

10 19 16

51

65 62 57

SATISFACCIÓN TV DE PAGO

100

90

80

70

60 **53**

50

40

30

20

10

0

-10

-20

-30

-40

**69 69 76 72 72**

**59**

21 24

26

30 30

-50 45 38

-60

-70

-80

-90

-100

SATISFACCIÓN TV REGIONAL

100

**60**

**35**

**40**

36

36

44

90

80

70

60

50

40

30

20

10

0

-10

-20

-30

-40

-50

-60

-70

-80

-90

-100

**2011 2014 2017**

OPINIÓN SOBRE LOS NOTICIARIOS

**Algo –Muy de Acuerdo**

**Ni desacuerdo- Ni de acuerdo**

**Algo –Muy en Desacuerdo**

**Informan adecuadamente sobre los acontecimientos de Chile**

**Se cargan hacia un lado de la política**

**Se aprovechan del dolor humano**

**Presentan las noticias de manera**

**superficial**

**Hay ciertas noticias que no se dan a conocer**

**Presentan demasiada autopromoción de**

**otros programas del canal como noticias**

**Dan buena información sobre las**

**cosas que afectan a nuestras vidas**

**2017**

**2014**

**63**

**61**

18

19

**56** 20

18

19

23

**76** 14 10

**61**

**63**

23

25

**54**

**61**

31

21

13

12

12

16

**65**

**64**

19

23

**51** 34

**72** 14

14

14

14

12

**51**

**55**

**50**

**45**

26

26

30

21

19

19

24

30

**70**

**68**

18

23

8

9

**50**

**59**

28

16

15

20

**58**

**61**

25

26

**49**

**51**

32

23

14

13

16

22

**51**

**52**

28

27

**43** 33

**62** 20

20

21

23

17

**2011**

**2008**

**2017**

**2014**

**2011**

**2008**

**2017**

**2014**

**2011**

**2008**

**2017**

**2014**

**2011**

**2008**

**2017**

**2014**

**2011**

**2008**

**2017**

**2014**

**2011**

**2008**

**2017**

**2014**

**2011**

**2008**

**18**

**60**

**20**

**20**

**56**

**19**

**20**

**63**

**16**

**25**

**59**

**13**

**23**

**64**

**12**

**11**

**47**

**40**

**10**

**45**

**41**

**11**

**47**

**41**

**12**

**41**

**46**

**7**

**43**

**49**

**12**

**53**

**33**

**14**

**50**

**33**

**9**

**39**

**52**

**6**

**26**

**67**

**9**

**34**

**56**

**4**

**29**

**67**

**4**

**20**

**73**

**7**

**33**

**59**

**8**

**34**

**55**

**5**

**26**

**68**

**3**

**14**

**81**

**2**

**11**

**83**

**4**

**16**

**80**

**5**

**17**

**76**

**5**

**22**

**72**

**Farándula**

**Política**

**Delincuencia y**

**policiales**

**Fútbol**

**Asuntos internacionales**

2017

2014

2011

2008

2005

2017

2014

2011

2008

2005

2017

2014

2011

2008

2005

2017

2014

2011

2008

2005

2017

2014

2011

2008

2005

**6**

**8**

**8**

**54**

**48**

**51**

**38**

**42**

**40**

**Sin Información**

**9**

**28**

**58**

**9**

**45**

**46**

**6**

**7**

**5Sin Información 28**

**39**

**41**

**51**

**50**

**61**

**5**

**46**

**46**

**8**

**5**

**35**

**43**

**53**

**12 38**

**48**

**45**

**18 42 38**

**4**

**4**

**3**

**4**

**3**

**35**

**34**

**35**

**28**

**54**

**59**

**59**

**62**

**22**

**71**

**4**

**3**

**2**

**3**

**5**

**35**

**56**

**28**

**35**

**23**

**24**

**65**

**62**

**68**

**68**

**Denuncias ciudadanas**

**Noticias sobre**

**discriminación**

**Otros deportes**

**Ciencia y tecnología**

**Temas valóricos y espirituales**

**2017**

**2014**

**2011**

**2008**

**2005**

**2017**

**2014**

**2011**

**2008**

**2005**

**2017**

**2014**

**2011**

**2008**

**2005**

**2017**

**2014**

**2011**

**2008**

**2005**

**2017**

**2014**

**2011**

**2008**

**2005**

6

4

2

3

5

**47**

**47**

**31**

**62**

**41**

**54**

**27**

**24**

**64**

**68**

7

5

**39**

**52**

2

**29**

**33**

**64**

**64**

2

3

2

**39**

**55**

**27**

**67**

**22**

**75**

40

**56**

**66**

**5**

2

2

2

**29**

**41**

**54**

**32**

**Sin Información**

**60**

**Asuntos comunitarios o locales**

**Medio ambiente**

**Arte y cultura**

**Noticias Regionales**

2017

2014

2011

2008

2005

2017

2014

2011

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
| 2008 | 3 | **25** |  | **68** |
|  |  |  |  |  |
| 2005 | 3 | **21** |  | **72** |

2017

2014

2011

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
| 2008 | 3 | **25** |  | **68** |
|  |  |  |  |  |
| 2005 | 2 | **21** |  | **74** |

2017

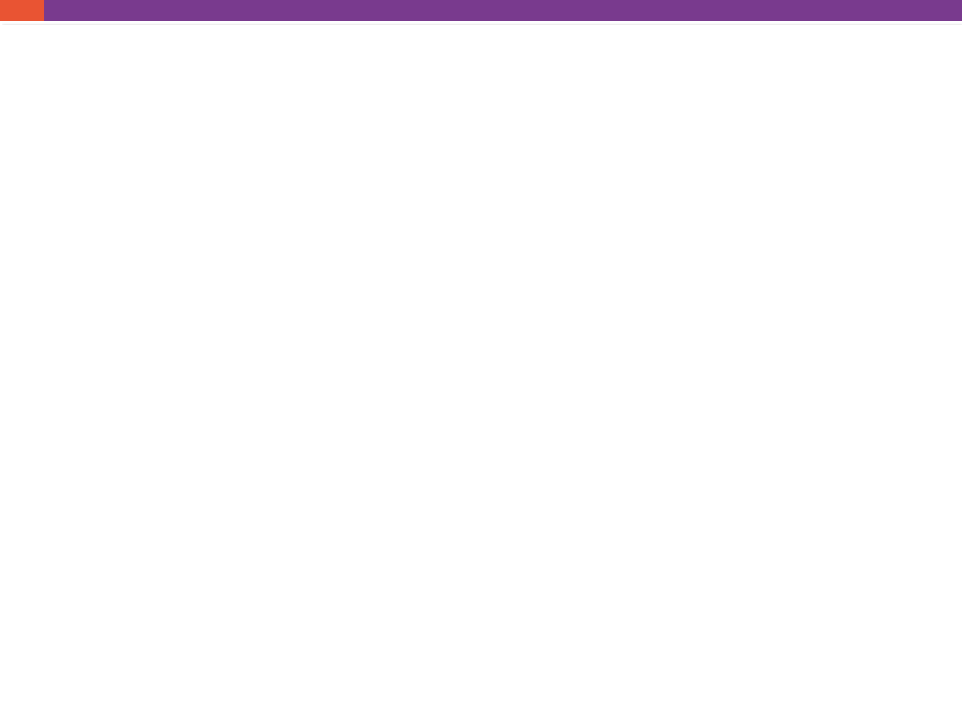
2014

2011

2008

2005

**32**



# REPRESENTACIÓN SOCIAL EN LA TV

PERCEPCION PRESENCIA EN TV – GRUPOS QUE APARECEN DEMASIADO

**74 74**

**67**

**65**

**63**

**59**

**60**

**60**

**57**

**54**

**52**

**50 50**

**48**

**47**

**43 42**

**34**

**28**

**23**

**24**

**24**

**22**

**21**

**24**

**22**

**19**

**14**

**16 16**

**17**

**14**

**15**

**16**

**12**

**12**

**12**

**10 10**

**10**

**11**

**9**

**11**

**8**

**5**

**5**

**6**

**7**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Personajes de la TV y el Partidos Políticos y** | **Autoridades de** | **Jóvenes y** | **Empresarios y sectores** | **Carabineros** | **Iglesia Católica** | **Extranjeros de países** | **Jueces y fiscales** | **Homosexuales** |
| **espectáculo Parlamentarios** | **Gobierno** | **adolescentes** | **acomodados** |  |  | **vecinos** |  |  |

**2017 2014 2011 2008 2005**

**62**

**57 58**

**57**

**57**

**57 58**

**52**

**47**

**49**

**48 48**

**45**

**43**

**38**

**39**

**34**

**34**

**32**

**33**

**31**

**33**

**35 36**

**29 29**

**27**

**29**

**31 31**

**27**

**28**

**28**

**27**

**24**

**19**

**19**

**21**

**22**

**18**

**15**

**14 15**

**16**

**17**

**13**

**13**

**14**

**12 13**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Personas de la** | **Niños** | **Intelectuales y** | **Indígenas** | **Trabajadores y Personas con** | **Mujeres** | **Jóvenes y** | **Evangélicos** | **Iglesia Católica** |
| **tercera edad** |  | **artistas nacionales** |  | **sectores populares discapacidad** |  | **adolescentes** |  |  |

**2017 2014 2011 2008 2005**

PERCEPCIÓN PRESENCIA EN TV – GRUPOS QUE APARECEN POCO (2 de 2)

**53 53**

**42**

**36**

**32**

**29**

**29**

**27**

**26 25**

**22**

**15**

**14**

**9 9 9**

**7**

**8**

**7 7**

**9**

**11**

**7**

**9**

**9 9**

**6**

**6 6**

**6**

**8**

**7**

**8**

**4**

**4**

**4**

**3 3 3**

**3 2**

**2**

**2**

**1**

**0**

**Homosexuales (gays**

**Fuerzas Armadas Otras iglesias no**

**Extranjeros de**

**Carabineros Jueces y fiscales Empresarios y**

**Autoridades de**

**Partidos Políticos y Personajes de la TV**

**y lesbianas)**

**cristianas**

**(Islam/Judaísmo)**

**países vecinos**

**2017 2014 2011 2008 2005**

**sectores**

**acomodados**

**Gobierno**

**Parlamentarios**

**y el espectáculo**

GRUPOS QUE SON FAVORECIDOS (1 de 2)

**56**

**53 52 54**

**50**

**47 47**

**44 43**

**40**

**49 50**

**43**

**42**

**41**

**42 42**

**35**

**31**

**24**

**30**

**27**

**22 23**

**21**

**20**

**16 16 16 16**

**12 13 12**

**11**

**9 10**

**8**

**6 6 7 6**

**10 12**

**11 11**

**8 7 7**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Personajes de la TV** | **Partidos Políticos y** | **Autoridades de** | **Empresarios y** | **Jóvenes y** | **Carabineros** | **Extranjeros de** | **Iglesia Católica** | **Jueces y fiscales** | **Mujeres** |
| **y el espectáculo** | **Parlamentarios** | **Gobierno** | **sectores** | **adolescentes** |  | **países vecinos** |  |  |  |
|  |  |  | **acomodados** |  |  |  |  |  |  |

**2017 2014 2011 2008 2005**

PERCEPCIÓN PRESENCIA EN TV – GRUPOS QUE SON PERJUDICADOS (1 de 2)

**47**

**40**

**34**

**31**

**33**

**35**

**33**

**29**

**29**

**29**

**30**

**29 30**

**26 26 27**

**23**

**26 26 25**

**20**

**21**

**20**

**22**

**21**

**21**

**22**

**22 22**

**15**

**17**

**16**

**16**

**17**

**18**

**18**

**19**

**17**

**18**

**17**

**12 10**

**14**

**15**

**13**

**11**

**11 11**

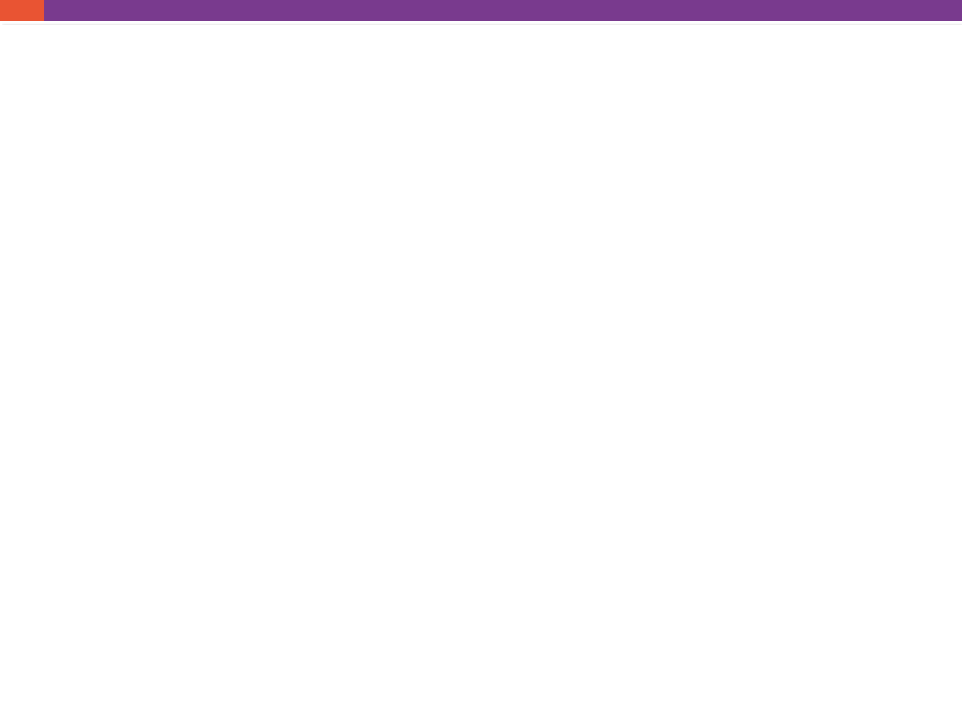
**10**

**8**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Indígenas** | **Personas de la** | **Niños** | **Jóvenes y Trabajadores y Intelectuales y** | **Mujeres** | **Personas con** | **Homosexuales** | **Extranjeros de** |
|  | **tercera edad** |  | **adolescentes sectores popularesartistas nacionales** |  | **discapacidad** |  | **países vecinos** |

**2017 2014 2011 2008 2005**

**38**



# NIÑOS Y JÓVENES

### NIÑOS Y JÓVENES

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS:

OPINIÓN Y EVALUACIÓN PROGRAMAS INFANTILES TV PAGADA Y ABIERTA

En la 7 ENTV -año 2011- se realizó un cambio en la manera de preguntar acerca de la opinión y evaluación sobre programas infantiles :

– **ENTV 1999, 2002, 2005 y 2008**: se consultó a

todas las personas encuestadas.

* **ENTV 2011 y sucesivas:** se consultó solamente a padres con hijos menores de 13 años**.**

39

**TENENCIA DE BIENES TECNOLÓGICOS PROPIOS: NIÑOS, NIÑAS Y**

**ADOLESCENTES**

100

89

90

66

55

42

44

39

26

22

28

29 29

27

21

20

2220

15

17

12

9

5

7

4

1

3

6

5

2

5

3

8

6

16

25

19

26

22

35

40

80

70

60

50

40

30

20

10

2011

2014

2017

2011

2014\*

2014

2017\*

2017

2011

2014

2014\*

2017

0

2017 \*

Consolas de

video juego

* 1. años 8-13 años 14-17 años

Computador/Notebook

(\*Computador fijo)

Teléfonos celulares (\*con acceso a Internet)

40

OPINIÓN PADRES PROGRAMAS INFANTILES – TV ABIERTA

¿Considera Ud. que los programas infantiles en la televisión abierta chilena, son? (\* padres)

2011\* 2008 2005 2002



3\*

9

**Demasiados**

7

16

**Suficientes**

24\*

49

45

45

**Pocos**

70\*

41

46

36

0 10 20 30 40 50 60 70 80

OPINIÓN PADRES PROGRAMAS INFANTILES – TV PAGADA

¿Considera Ud. que los programas infantiles en la televisión pagada, son? (\* padres)

2011\* 2008 2005 2002

**Demasiados**

11\*

20

14

23

**Suficientes**

74\*

74

75

62

**Pocos**

10\*

7

9

11

0 5 10 15 20 25 30 35 40 45 50 55 60 65 70 75 80

EVALUACIÓN PADRES SOBRE PROGRAMAS INFANTILES - TV ABIERTA

¿Cuán satisfecho está Usted con los programas infantiles de televisión ABIERTA? (\* padres)

**60**

53

43 44 44

**40 37 39**

41

**39**

**28**

**9 12 10 12**

**9 8 7 8**

**17**

**3**

**18**

1999 2002 2005 2008 2011 2014 2017

Muy satisfecho Bastante satisfecho Poco satisfecho Nada satisfecho

EVALUACIÓN PADRES SOBRE PROGRAMAS INFANTILES – TV PAGADA

¿Cuán satisfecho está Usted con los programas infantiles de televisión PAGADA? (\*padres)

**74**

**62**

**62**

**64**

**56**

**55**

26

28

20

**26**

16

**17 18**

**11**

**7**

**13**

8

**4**

**4**

**6**

**2**

**2**

1999 2002 2005 2008 2011 2014 2017

Muy satisfecho Bastante satisfecho Poco satisfecho Nada satisfecho

OPINIÓN SOBRE RESPONSABILIDAD EN EL CONSUMO INFANTIL DE TV

**Muestra: Todos los televidentes**

¿En quién recae la responsabilidad de evitar que los niños vean programas no aptos para ellos?

**100**



**84**

**71 71**

**58**

**56**

**54**

**54**

**24**

**21**

**20**

**19**

**16**

**19**

**22**

**5**

**13**

**8**

**4**

**6**

**2**

**2**

**7**

**6**

**2**

**1**

**1**

**2**

**2**

**4**

**3**

**3**

**3**

**3**

**18**

**18**

**91**

**90**

**80**

**70**

**60**

**50**

**40**

**30**

**20**

**10**

**0**

**1996 1999 2002**

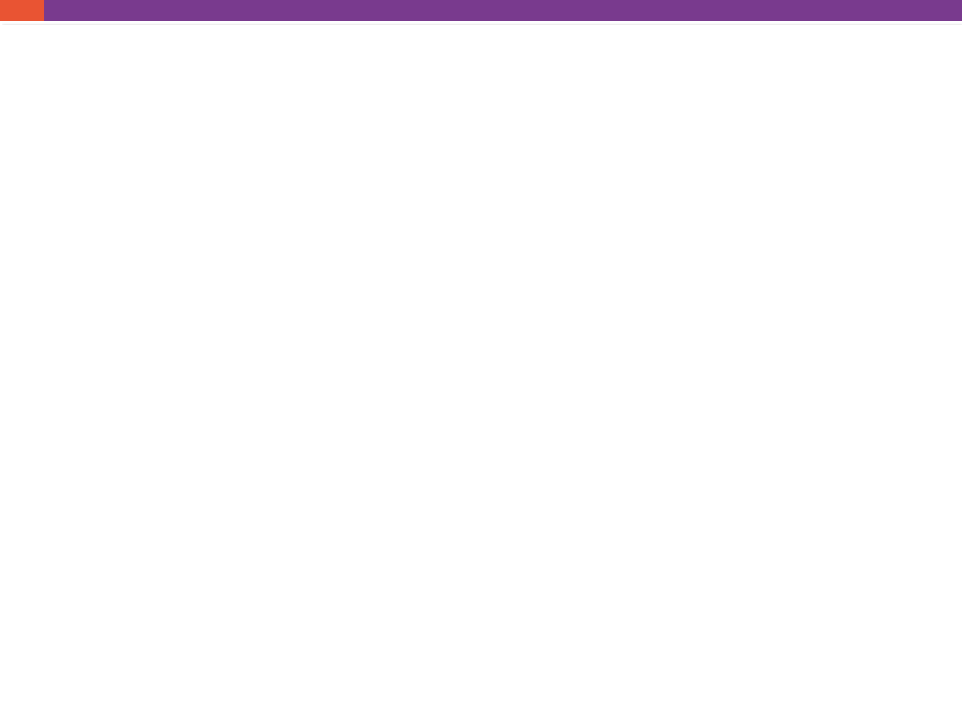
**2006 2008 2011 2014 2017**

**Principalmente en los padres Compartida entre los padres, los canales y el CNTV**

**Compartida entre los padres y los canales Principalmente en el Consejo Nacional de Televisión (Estado)**

**Principalmente en los canales de televisión**

**46**



# TV DIGITAL

NIVEL DE CONOCIMIENTO DE LA TDT

¿Sabe qué es la TV digital? (% sí)

**100**



**32**

**36**

**14**

**90**

**80**

**70**

**60**

**50**

**40**

**30**

**20**

**10**

**0**

**2011 2014 2017**

EXPECTATIVAS SOBRE LA TDT

¿Qué es lo que más le gustaría que pasara con la TDT? (primera mención)

**60**



**45**

**30**

**19**

**21**

**18**

**2**

**9**

**18**

**50**

**40**

**30**

**20**

**10**

**0**

**2014 2017**

**Más programas educativos Más programas culturales Más pluralismo y diversidad Más programas infantiles**

EXPECTATIVAS SOBRE LA TDT (SÓLO 2017)

¿Cuál de estos servicios de la TDT es más relevantes?

Recibir alertas de emergencia (sísmica/volcanes/tsunamis)

**37**

**60**

**19**

**60**

**15**

**36**

**15**

**49**

**7**

**35**

**7**

**42**

Tele-educación, es decir, cursos de educación y capacitación a

través de la TV

Que el televisor ofrezca gran parte de las funciones del computador

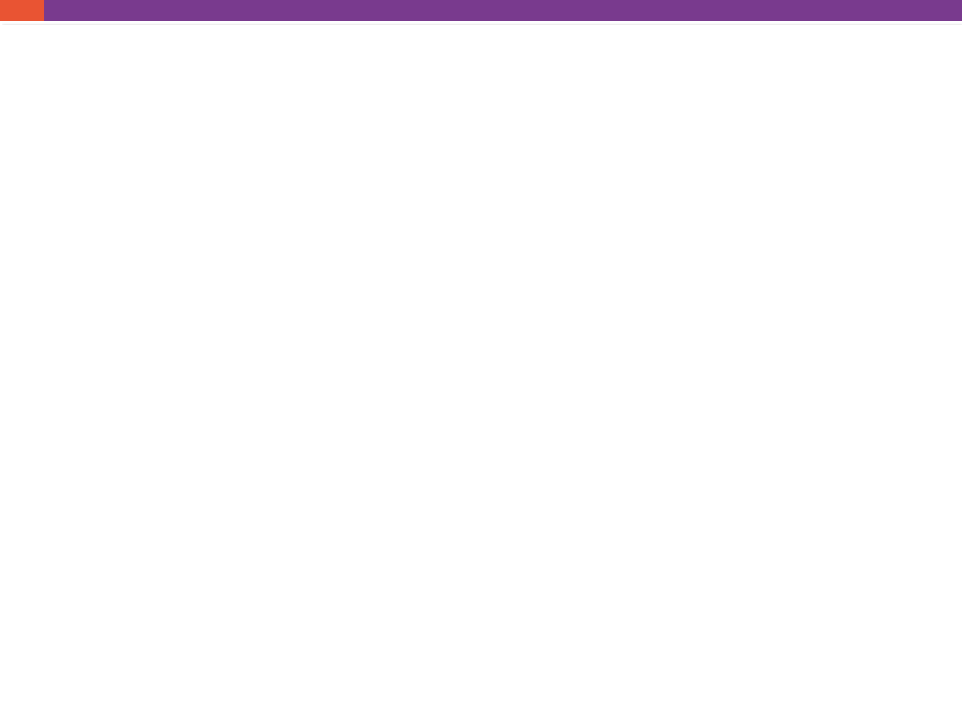
Línea abierta con los canales de TV para interactuar con ellos

Gobierno Electrónico, para acceder a información y servicios del Estado y evaluar estos servicios y opinar o preguntar al respecto

Tele-medicina, es decir, servicios de medicina a distancia

Total menciones 1° Lugar

**50**



# REGULACIÓN DE LA TV

EXPOSICIÓN A CONTENIDOS INADECUADOS

¿Usted ha visto contenidos inadecuados en…?

**70**



**60**

**58**

**58**

**50**

**45**

**40**

**36**

**30**

**32**

**32**

**20 16**

**15**

**10**

**20**

**15**

**5**

**0**

**2**

**2002 2005 2008 2011 2014 2017**

**En TV abierta En TV de pago En TV regional En Internet**

51

¿Cuál de estas alternativas representa mejor su opinión sobre la televisión abierta chilena?

**100**



**45**

**44**

**40**

**38**

**35**

**31**

**25**

**22**

**29**

**25**

**37**

**32**

**27**

**1 7**

**19**

**7**

**8**

**4**

**5**

**6**

**90**

**80**

**70**

**60**

**50**

**40**

**30**

**20**

**10**

**0**

**1999 2002 2005 2008 2011**

**No debe haber regulación a ninguna hora**

**Debe haber un horario definido para adultos, dentro del que los canales pueden transmitir lo que quieran**

**Debe haber un horario para la programación de adultos y en ese horario se debe regular sólo algunos contenidos extremos Debería haber una estricta regulación, tanto de horarios como de contenidos**

52

Porcentaje de personas “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con cada afirmación, por año

Hay que dar libertad a los canales para que se **53**

regulen a sí mismos. **47**

Hay que dejar que los televidentes decidan si **66**

un contenido es apropiado o no. **68**

El Estado debe impedir que ciertos contenidos **70**

sean transmitidos. **72**

El Estado debe regular los contenidos **73**

televisivos. **79**

Debe existir un organismo público que cuide

que los programas de televisión respeten la **75 81**

diversidad de la sociedad.

Debe existir un organismo público que cuide

que los programas de televisión respeten la **80 83**

dignidad de las personas.

Debe existir un organismo público que cuide

que los programas de televisión respeten la **80 85**

formación de niños y jóvenes

Debe haber un horario definido para adultos. **8587**

2017 2014

ACUERDO REGULACIÓN TV PAGADA

¿Cuál de estas representa mejor su opinión sobre la televisión pagada?

**100**



**90**

**80**

**70**

**60**

**50**

**40**

**34**

**30**

**19**

**20**

**17**

**411**

**30**

**37**

**26 27**

**33**

**20**

**32**

**29 26**

**20**

**14**

**10**

**15**

**14**

**16**

**9 9**

**0**

**1999 2002 2005 2008 2011**

**No debe haber regulación a ninguna hora**

**Debe haber un horario definido para adultos, dentro del que los canales pueden transmitir lo que quieran**

**Debe haber un horario para la programación de adultos y en ese horario se debe regular sólo algunos contenidos extremos Debería haber una estricta regulación, tanto de horarios como de contenidos**

No debe haber ninguna regulación que controle los contenidos

**100**



**14**

**14**

**16**

**9**

**9**

**5**

**8**

**6**

**4**

**5**

**90**

**80**

**70**

**60**

**50**

**40**

**30**

**20**

**10**

**0**

**1999 2002 2005 2008 2011**

**TV Abierta TV Pagada**

Debería haber una estricta regulación, tanto de horarios como de contenidos

**100**



**25**

**32**

**29**

**26**

**22**

**17**

**15**

**20**

**17**

**38**

**90**

**80**

**70**

**60**

**50**

**40**

**30**

**20**

**10**

**0**

**1999 2002 2005 2008 2011**

**Tv Abierta Tv Pagada**

**OPINIÓN REGULACIÓN TELEVISIÓN ABIERTA Y PAGADA**

Debe haber un horario para la programación de adultos y en ese horario se debe regular sólo algunos contenidos extremos

**100**



**31**

**30**

**29**

**35**

**32**

**25**

**19**

**27**

**26**

**27**

**90**

**80**

**70**

**60**

**50**

**40**

**30**

**20**

**10**

**0**

**1999 2002 2005 2008 2011**

**Tv Abierta Tv Pagada**

OPINIÓN REGULACIÓN PROGRAMACIÓN CULTURAL (1 de 2 / 2002 a 2014)

Actualmente existe una normativa que exige a los canales de televisión abierta chilena transmitir una hora de programación cultural a la semana en horario de alta audiencia (18:00 a 24:30 Hrs). Dígame, ¿Qué opina usted de esta medida?

**67 64 66**

**61**

**45**

**42**

**32 33**

**29 29**

**5 2 3 3 7**

2002 2005 2008 2011 2014

Esta norma no debiese existir Es lo adecuado Se debería exigir más horas

OPINIÓN REGULACIÓN PROGRAMACIÓN CULTURAL (2 de 2 / 2017)

Hoy en día los canales de TV abierta debe emitir 4 horas de programación cultural a la semana y no sólo una como era anteriormente. Frente

a esto, ¿Con cuál de estas afirmaciones esta más de acuerdo?

Hoy en día hay más de 1 hora de

**29.1**

**33.6**

programación cultural en la TV abierta

**29.1**

**2.9**

**5.3**

La emisión de programación cultural en TV abierta sigue igual que antes

Hoy en día hay menos horas de

programación cultural en la TV abierta

No ve TV abierta

NS/NR

* + - Los hogares chilenos están cada vez más equipados con medios y tecnologías y esta tendencia también se ha extendido a los menores de edad, incluyendo los preescolares, que en los años 2000 comienzan a aparecer como dueños de tecnologías.

FINALES

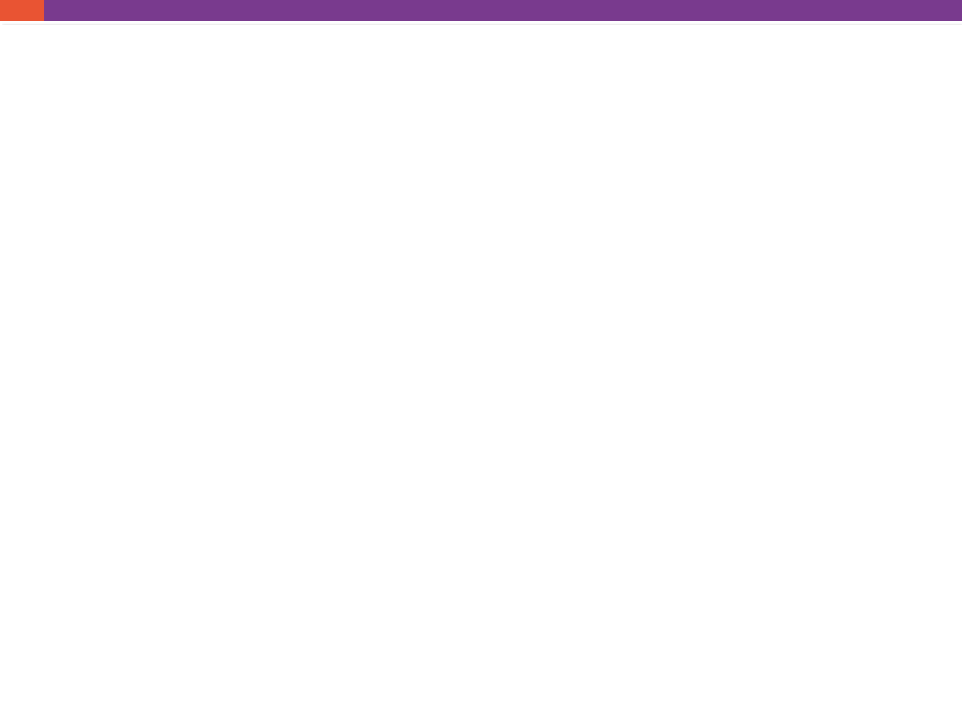
* + - En este contexto, el televidente se presenta más exigente hacia la televisión abierta que hace tres años, evaluando su oferta más críticamente. De todos modos, el consumo de TV abierta, tanto individual como social, sigue siendo alto.
    - Al mismo tiempo que ha aumentado en el tiempo la tenencia de TV pagada –explosivamente entre 2008 y 2017-, los padres con hijos menores de 13 años se han vuelto más críticos respecto a la muy escasa oferta de programación infantil en TV abierta.
    - Entre quienes tienen TV de pago aparecen con fuerza las suscripciones a servicios de *streaming* como Netflix y similares a partir de 2014 (primera vez que se mide)
    - El equipamiento en manos de niños, niñas y adolescentes también ha crecido durante las distintas versiones de este estudio, en particular las tecnologías móviles como smartphones, notebooks y tablets.

FINALES

* + - Junto con este incremento en la propiedad de tecnología se registran cambios en las formas de consumo en estas audiencias, lo que supone desafíos para la regulación.
    - Se espera que la televisión sea regulada –abierta y pagada- y esta opinión se ha ido reforzando con los años. En un contexto de más acceso a oferta audiovisual y de comunicación, la televisión abierta sigue concentrando la mayor parte de las preocupaciones y expectativas como bien cultural, lo que representa un desafío para los canales de televisión, el estado y la propia ciudadanía.
    - Los estudios más recientes (2014 y 2017) registran la aparición de una nueva preocupación: los contenidos que se ofrecen en Internet. Este resultado debe ser interpretado en conjunto con el incremento de dispositivos propios entre los niños.

FINALES

**63**



# ANEXO METODOLÓGICO



**64**

###### METODOLOGÍA

TAMAÑO MUESTRAL ENCUESTAS NACIONALES DE TELEVISIÓN

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Año** | **Casos** | **Ciudades** |
| **1993**  **I** | 2.366 | Gran Santiago.  Regiones: 4 Centros Urbanos. |
| **1996**  **II** | 2.430 | Gran Santiago.  Regiones: Antofagasta, Valparaíso/Viña del Mar, Concepción/Talcahuano, Temuco. |
| **1998**  **III** | 2.423 | Gran Santiago.  Regiones: Antofagasta, Valparaíso/Viña del Mar, Concepción/ Talcahuano, Temuco |
| **2002**  **IV** | 2.564 | Gran Santiago  Regiones: Antofagasta, Coquimbo/La Serena, Valparaíso/Viña del Mar, Concepción/Talcahuano, Temuco. |
| **2005**  **V** | 2.770 | Gran Santiago  Regiones: Antofagasta, Coquimbo/La Serena, Valparaíso/Viña del Mar, Concepción/Talcahuano, Temuco |
| **2008**  **VI** | 5.008 | Gran Santiago  Regiones: Arica, Iquique/Alto Hospicio, Antofagasta, Copiapó, Coquimbo/La Serena, Valparaíso/Viña del Mar, Rancagua, Talca, Concepción/ Talcahuano y Temuco/Padre las Casas, Valdivia, Puerto Montt, Coihaique, Punta Arenas. |



**65**

###### METODOLOGÍA

TAMAÑO MUESTRAL ENCUESTAS NACIONALES DE TELEVISIÓN

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Año** | **Casos** | **Ciudades** |
| **2011**  **VII** | 5.047 | Gran Santiago  Regiones: Arica, Iquique/Alto Hospicio, Antofagasta, Copiapó, Coquimbo/La Serena, Valparaíso/Viña del Mar, Rancagua, Talca, Concepción/Talcahuano y Temuco/Padre las Casas, Valdivia, Puerto Montt, Coihaique, Punta Arenas. |
| **2014**  **VIII** | 5.479 | Gran Santiago, Lampa, Calera de Tango, Pirque.  Regiones: Arica, Iquique/Alto Hospicio, Pozo Almonte, Antofagasta, Calama, Tocopilla, Mejillones, Copiapó, Vallenar, Tierra Amarilla, Coquimbo/La Serena, Monte Patria, Andacollo, Valparaíso/Viña del Mar, Calera, Limache, Cartagena, Putaendo, Olmué, Rancagua, Machalí, Graneros, Doñihue, Coltauco, Olivar, Talca, Molina, San Javier, Maule, Yerbas Buenas, Concepción/ Talcahuano, Los Ángeles, Chillán, Lota, Penco, Santa Bárbara, Hualqui, San Ignacio, El Carmen, Florida, Temuco/Padre las Casas, Victoria, Lautaro, Cunco, Gorbea, Valdivia, La Unión, Mariquina, Paillaco, Osorno, Puerto Montt, Puerto Varas, Llanquihue, Frutillar, Coihaique, Aisén, Punta Arenas. |
| **2017**  **IX** | 5.424 | Gran Santiago, Lampa, Calera de Tango, Pirque.  Regiones: Arica, Iquique/Alto Hospicio, Pozo Almonte, Antofagasta, Calama, Tocopilla, Mejillones, Copiapó, Vallenar, Tierra Amarilla, Coquimbo/La Serena, Monte Patria, Andacollo, Valparaíso/Viña del Mar, Calera, Limache, Cartagena, Putaendo, Olmué, Rancagua, Machalí, Graneros, Doñihue, Coltauco, Olivar, Talca, Molina, San Javier, Maule, Yerbas Buenas, Concepción/Talcahuano, Los Ángeles, Chillán, Lota, Penco, Santa Bárbara, Hualqui, San Ignacio, El Carmen, Florida, Temuco/Padre las Casas, Victoria, Lautaro, Cunco, Gorbea, Valdivia, La Unión, Mariquina, Paillaco, Osorno, Puerto Montt, Puerto Varas, Llanquihue, Frutillar, Coihaique, Aisén, Punta Arenas. |



**66**

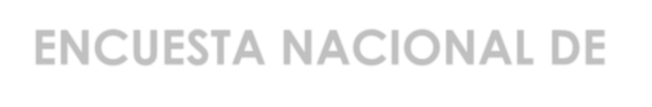
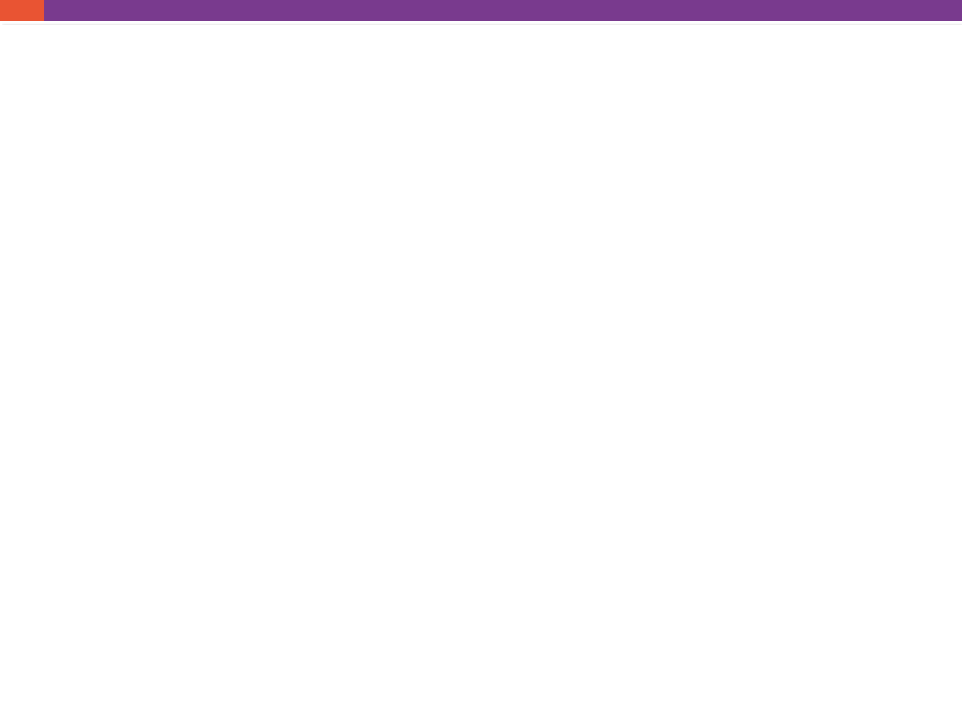
###### CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS

* En la primera ENTV, realizada el año 1993, se utilizaron dos muestras, con dos bases distintas :

1. Base 1: 12-18 años. (513 casos)
2. Base 2: Mayores de 18 años. (1.853 casos)

* A partir de las siguientes versiones del estudio se usó una sola muestra. Los datos de la versión 1993 presentados en este informe corresponden a la base *“mayores de 18 años”*, la cual tiene mayor relación con la muestra de las mediciones siguientes.
* Los tamaños muestrales, así como las comunas incluidas, han cambiado durante los años. Entre los años 2005 y 2008 se incrementó a casi el doble el tamaño muestral, mejorando la representatividad del estudio. Entre las versiones de 2011 y 2014 se incluyó por primera vez a localidades con 20.000 habitantes o menos.
* Entre la versión de 2014 y la de 2017 hubo cambios profundos al cuestionario, lo que significó la desaparición de varias preguntas. Algunas series de tiempo pueden aparecer discontinuas debido a este cambio.

**67**



**Resumen histórico ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN**

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS Y RELACIONES INTERNACIONALES MAYO 2018