

**EVALUACIÓN AÑO 2016
SOBRE CONTENIDOS Y PROGRAMACIÓN
EN LA TV ABIERTA**

Diciembre, 2016

METODOLOGÍA

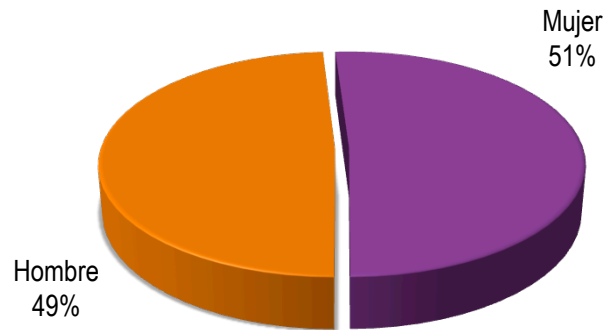
Técnica	Encuestas telefónicas con CATI y encuestas cara a cara en puntos de afluencia con tablet.
Universo	Chilenos, hombres y mujeres mayores de 18 años, habitantes de las 73 comunas urbanas con más de 50 mil personas que representan el 70,9% del total del país.
Muestreo	<p>Para las entrevistas a través de teléfono fijo el muestreo fue probabilístico, a partir de BBDD con cobertura nacional, propias de CADEM, y dentro del hogar, la selección de los sujetos se hizo por cuotas de sexo, edad y NSE (Alto C1-C2; Medio C3; Bajo D/E).</p> <p>Para las entrevistas cara a cara en punto fijo con tablet se pre-definieron cuotas para comunas específicas en la Región Metropolitana, Valparaíso y Bio-Bío, además de sexo, edad y GSE (ABC1 y D/E) como complemento al muestreo del teléfono fijo.</p>
Muestra	728 casos. 505 entrevistas fueron aplicadas telefónicamente y 223 entrevistas cara a cara en puntos de afluencia. Margen de error de +/- 3,7 puntos porcentuales al 95% de confianza.
Ponderación	Los datos fueron ponderados a nivel de sujetos por GSE, Zona, Sexo y Edad, obteniendo una muestra de representación nacional para el universo en estudio.
Fecha de Terreno	Miércoles 21 y jueves 22 de diciembre 2016.

ESTUDIO CUANTITATIVO ENCARGADO A:

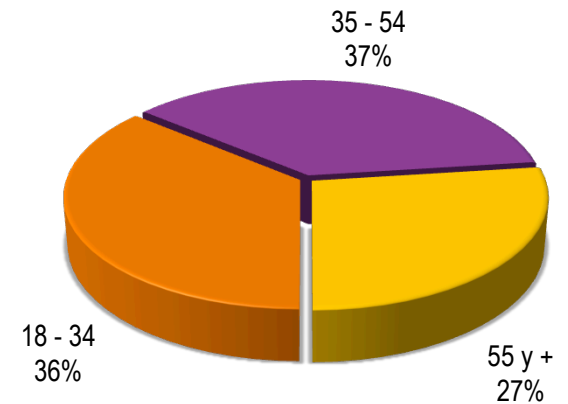


VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS

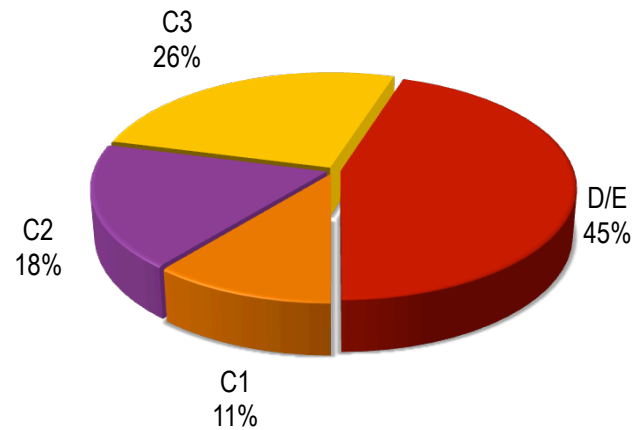
SEXO



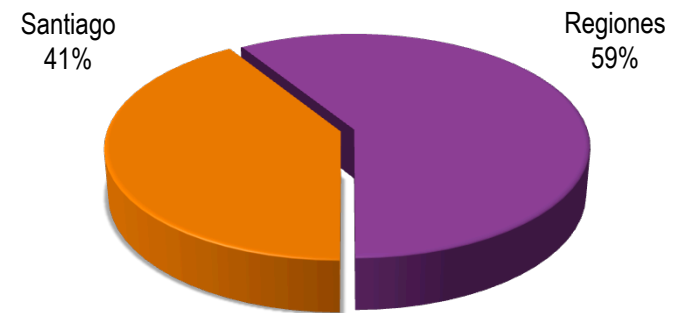
EDAD



NIVEL SOCIOECONÓMICO



ZONA

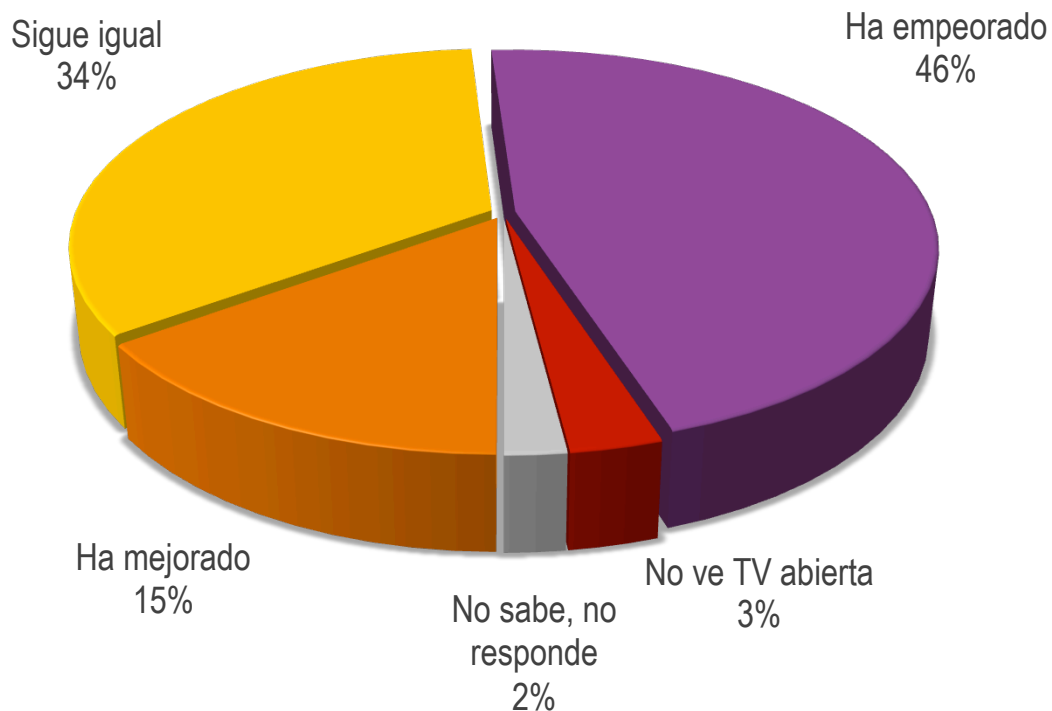


RESULTADOS

I. BALANCE TV ABIERTA 2016

EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN ABIERTA

EN GENERAL, RESPECTO DE AÑOS ANTERIORES, USTED DIRÍA QUE DURANTE EL 2016 LA TELEVISIÓN ABIERTA...



Quienes creen que la TV abierta ha mejorado o se mantiene igual (49%) son ligeramente más que quienes piensan que ha empeorado.
Un porcentaje muy menor declara NO ver TV abierta.

EVALUACIÓN TELEVISIÓN ABIERTA 2016

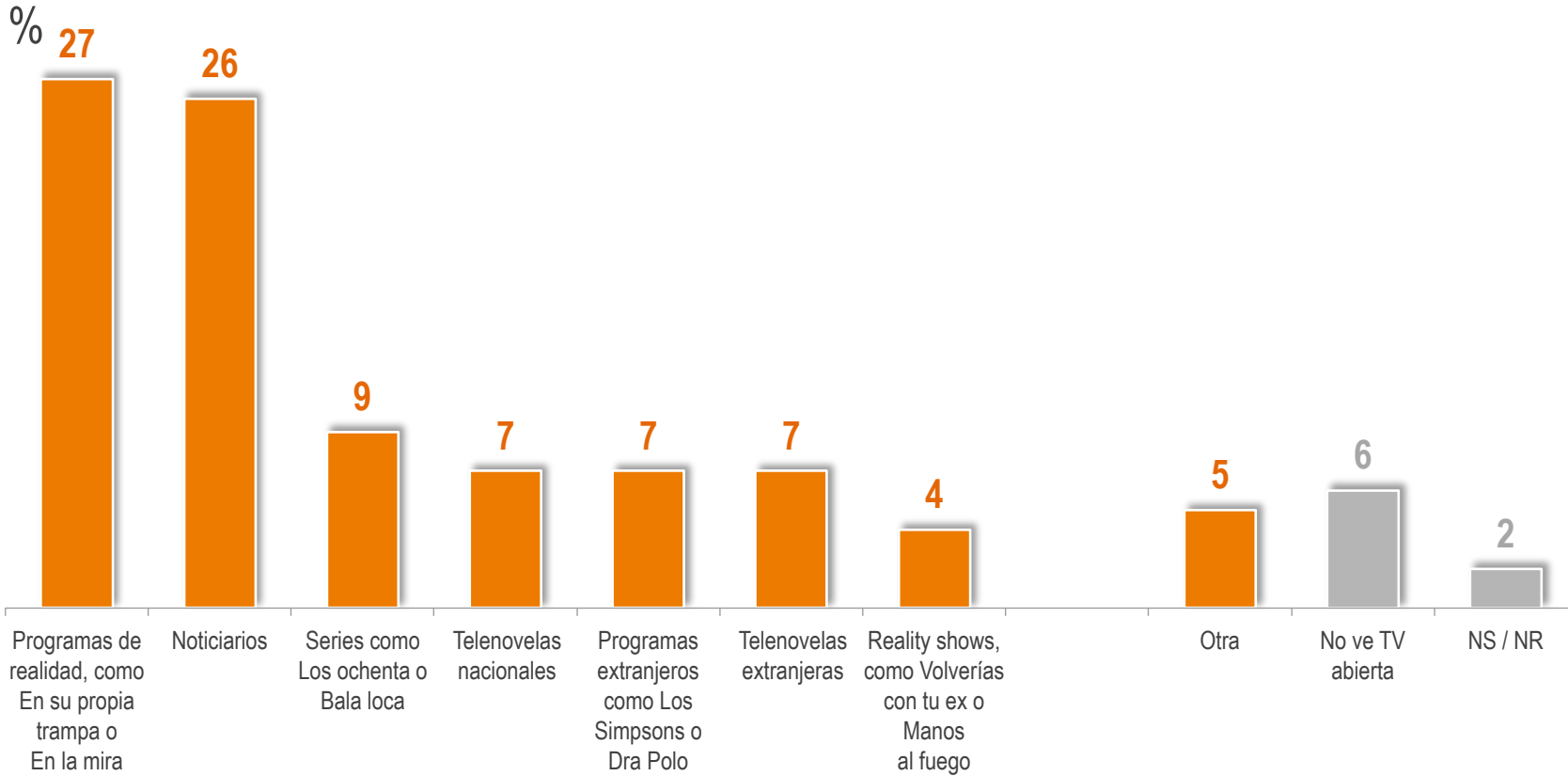
EN GENERAL, RESPECTO DE AÑOS ANTERIORES, USTED DIRÍA QUE DURANTE EL 2016 LA TELEVISIÓN ABIERTA... (%)

	TOTAL	SEXO		EDAD			GSE				SECTOR		OCUPACIÓN			
		Hombre	Mujer	18-34	35-54	55 y más	C1	C2	C3	D/E	Santiago	Región	Trabajador	Estudiante	Dueña de casa	Jubilado
Ha mejorado	15	17	13	17	15	14	11	11	19	16	15	16	14	18	14	22
Sigue igual	34	37	31	34	36	31	26	32	31	39	38	32	35	34	31	31
Ha empeorado	46	41	51	45	43	52	57	52	48	40	41	50	47	38	51	43
No ve TV abierta	3	3	4	2	5	2	6	3	2	4	5	3	3	8	4	1
NS / NR	2	2	1	2	1	1		2	1	2	3	1	1	2		2

Las opiniones más críticas –“ha empeorado”- se concentran en mujeres, en sectores medios y altos y en las regiones.

PREFERENCIA DE PROGRAMAS DE TV

PENSANDO EN LA TELEVISIÓN ABIERTA QUE HA VISTO DURANTE EL AÑO 2016, ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES TIPOS DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN PREFERE MÁS...?



Los programas informativos, tanto noticiarios como de realidad, son los tipos de programas que más dicen preferir las audiencias.

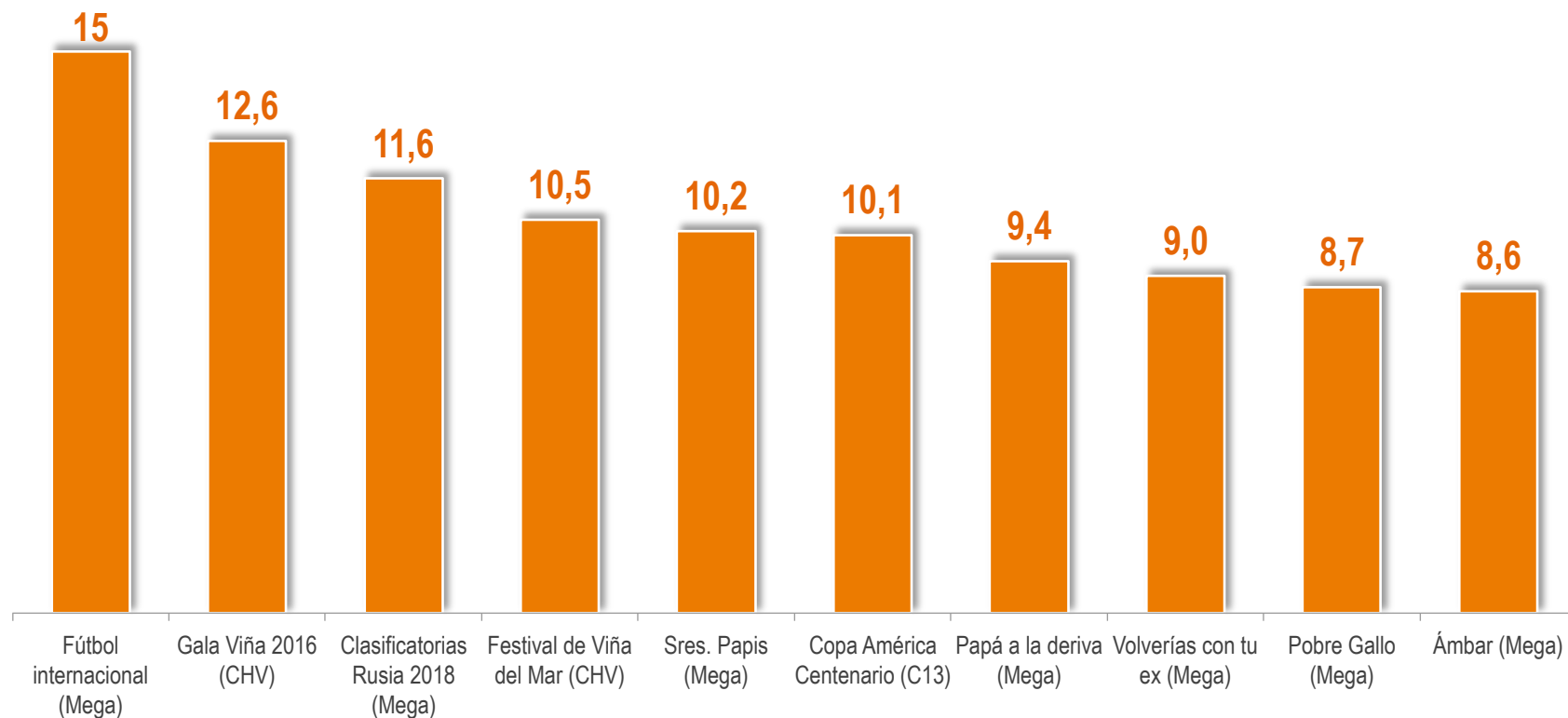
PREFERENCIA DE PROGRAMAS DE TV

PENSANDO EN LA TELEVISIÓN ABIERTA QUE HA VISTO DURANTE EL AÑO 2016, ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES TIPOS DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN PREFERE MÁS...? %

	TOTAL	SEXO		EDAD			GSE				SECTOR		OCUPACIÓN				EVALUACIÓN TV 2016		
		Hombre	Mujer	18-34	35-54	55 y más	C1	C2	C3	D/E	Santiago	Región	Trabajador	Estudiante	Dueña de casa	Jubilado	Ha Mejorado	Sigue Igual	Ha empeorado
Programas de realidad	27	26	27	32	22	26	25	29	25	27	25	28	31	21	24	14	36	26	26
Noticiarios	26	28	24	23	29	27	28	28	28	24	27	26	24	24	26	39	30	23	27
Series como Los ochenta o Bala loca	9	8	11	10	10	8	12	11	10	8	12	7	10	14	7	7	9	8	11
Telenovelas nacionales	7	5	10	6	9	6	3	6	10	7	6	8	6	8	13	6	4	9	7
Programas extranjeros	7	8	6	8	5	8	8	5	7	8	6	8	6	4	4	13	7	7	7
Telenovelas extranjeras	7	4	9	5	8	7	2	6	7	8	5	8	4	8	13	11	7	8	6
Reality shows,	4	4	3	4	5	2	-	2	4	5	4	3	4	4	5	1	3	6	3
Otra	5	5	4	3	5	7	4	6	6	3	4	5	4	5	5	1	3	6	4
No ve TV abierta	6	8	3	7	6	3	14	3	1	7	7	4	7	8	3	3	-	4	6
NS / NR	2	5	3	3	2	6	4	3	2	5	4	3	4	4	-	5	1	3	4

PREFERENCIA DE PROGRAMAS DE TV

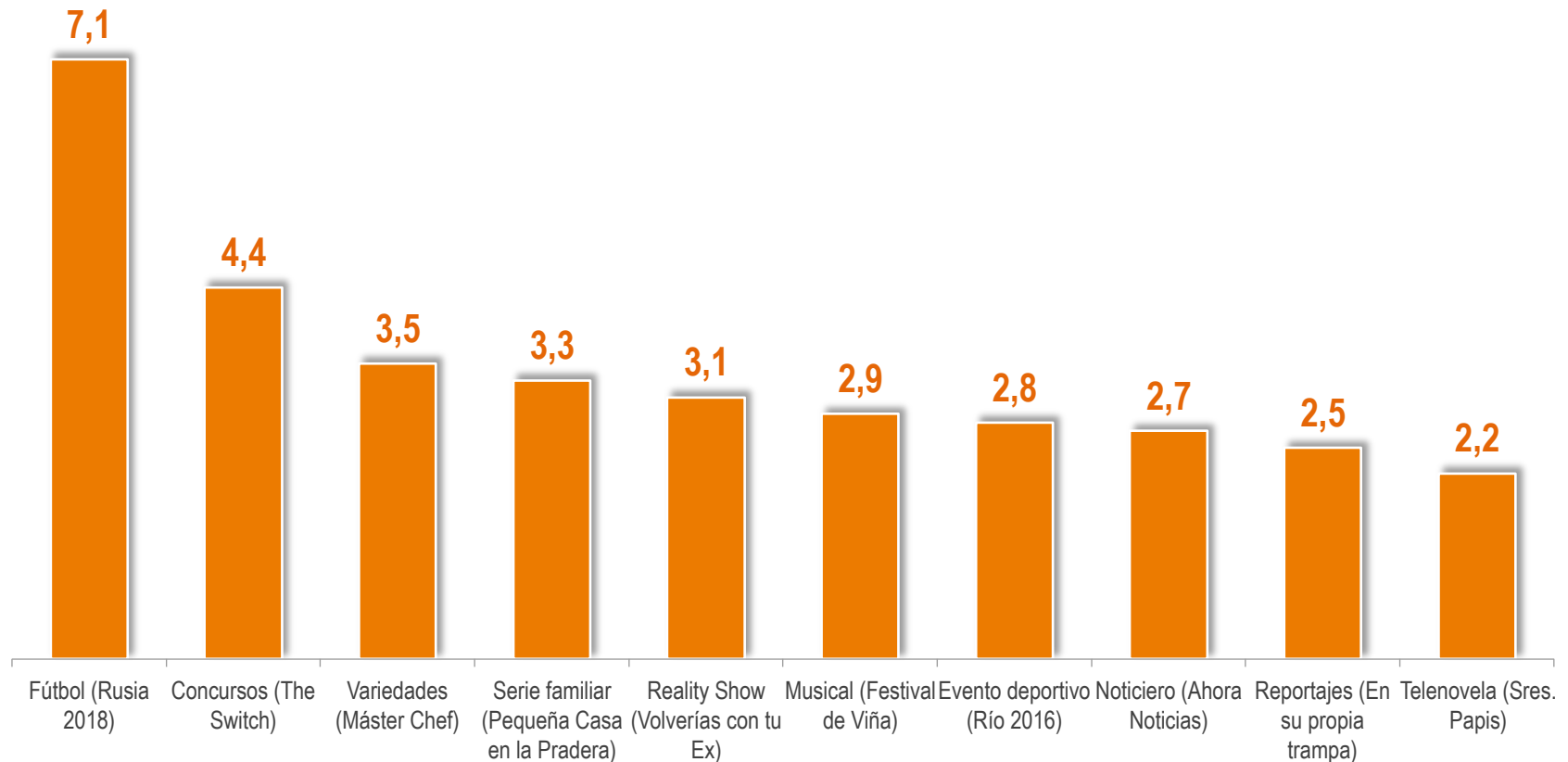
LOS 10 PROGRAMAS MÁS VISTOS DEL 2016 (RATING INDIVIDUAL PROMEDIO ANUAL)



Según datos de rating, los **eventos deportivos y musicales** fueron los programas más sintonizados del año 2016.

PREFERENCIA DE GÉNEROS TELEVISIVOS


LOS 10 GÉNEROS MÁS VISTOS DEL 2016 (RATING INDIVIDUAL PROMEDIO ANUAL)

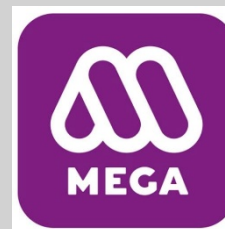


Los géneros más vistos fueron “fútbol”, “concursos”, “variedades”, “series juveniles” y “reality shows. Entre paréntesis se muestra un programa que ejemplifica la categoría.

PREFERENCIA DE PROGRAMAS DE TV

PROGRAMA MÁS VISTO POR CANAL AÑO 2016 (RATING INDIVIDUAL PROMEDIO ANUAL)

 Festival Tierra Amarilla



Fútbol Internacional



Teletón 2016



Gala Viña 2016



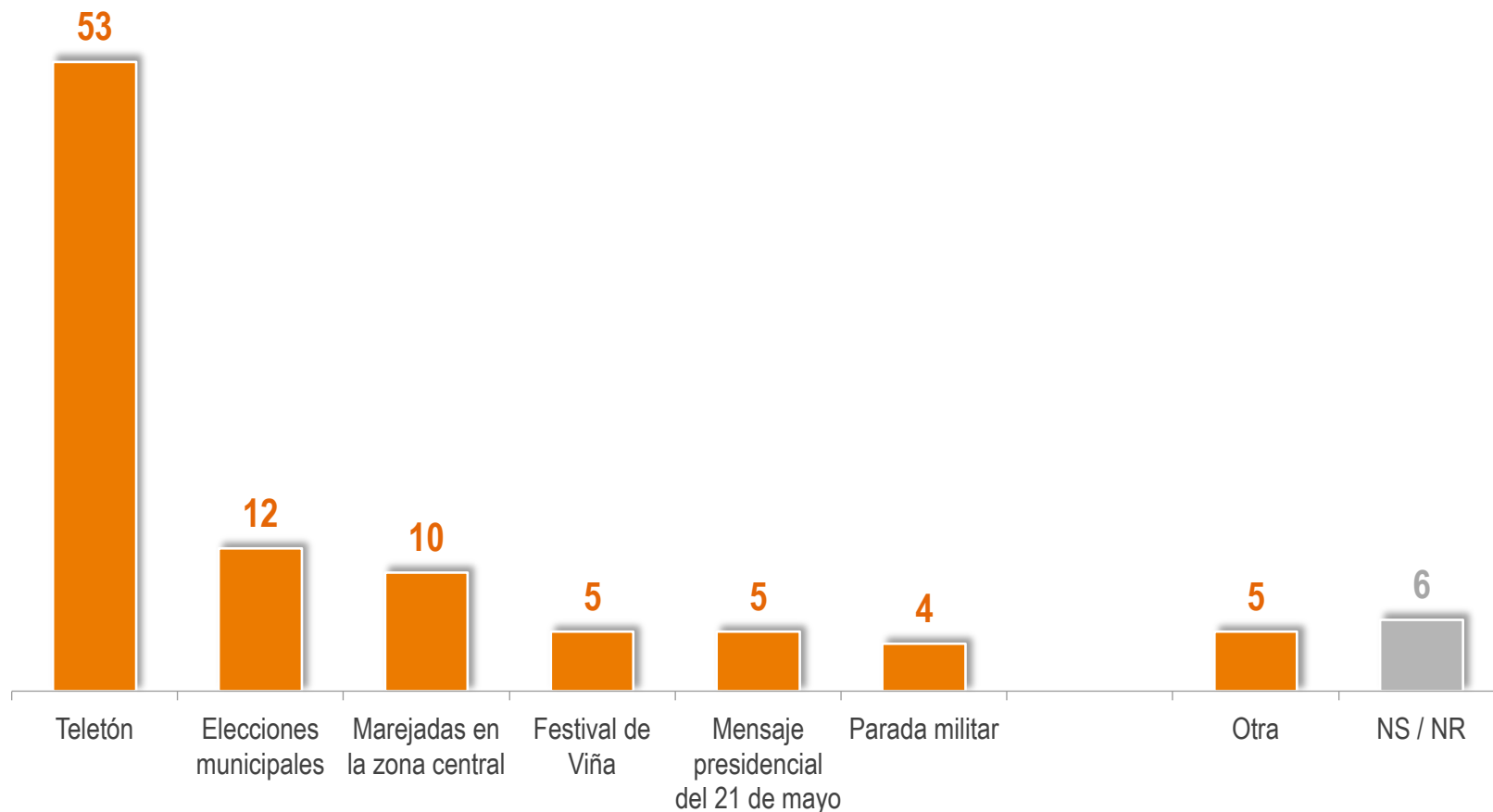
Juegos Olímpicos Río 2016



Copa América Centenario

EVENTO TELEVISIVO DEL 2016

EN SU OPINIÓN, ¿CUÁL FUE EL EVENTO MÁS SIGNIFICATIVO DE LA TELEVISIÓN DURANTE 2016? %



La **Teletón** es el evento más recordado por la población, muy por sobre otros como las elecciones o las marejadas de la zona central.

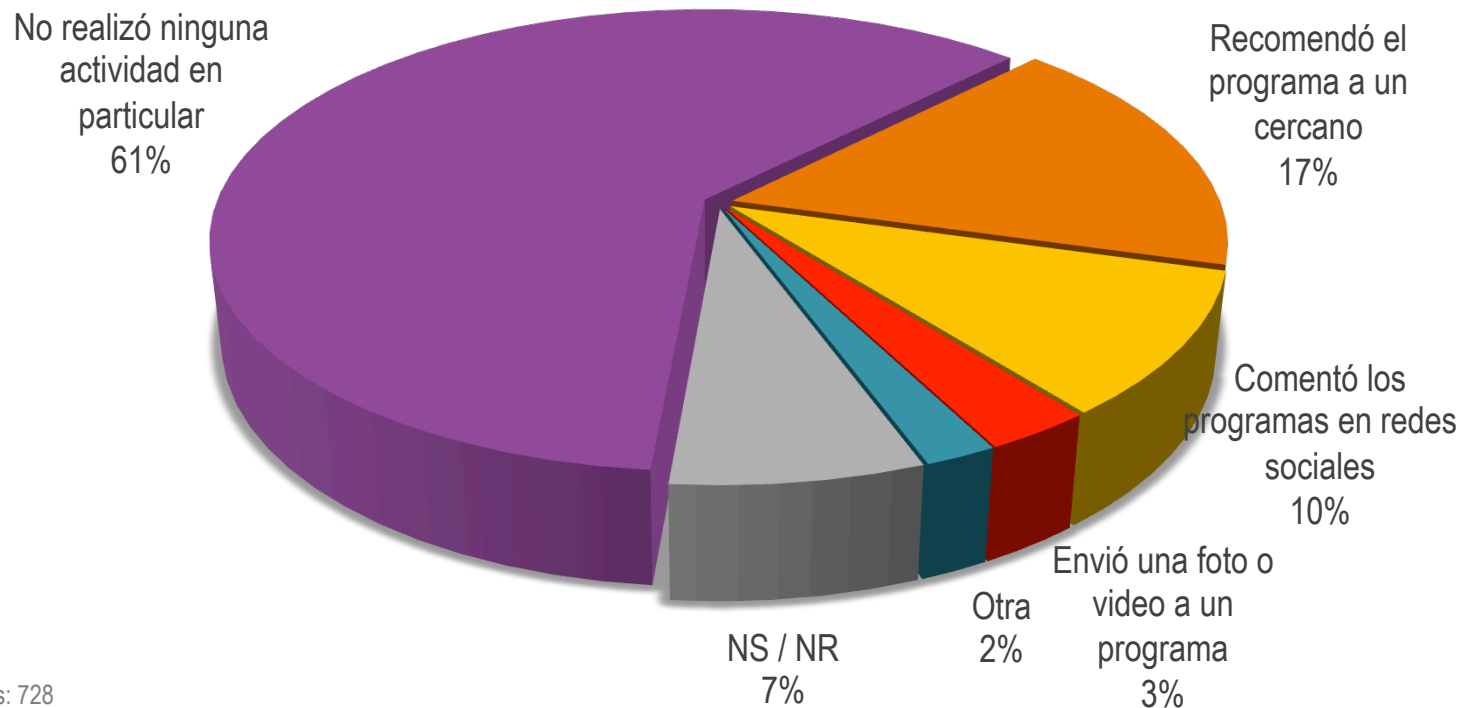
EVENTO TELEVISIVO DEL 2016

EN SU OPINIÓN, ¿CUÁL FUE EL EVENTO MÁS SIGNIFICATIVO DE LA TELEVISIÓN DURANTE 2016? %

	TOTAL	SEXO		EDAD			GSE				SECTOR		OCUPACIÓN				EVALUACIÓN TV 2016		
		Hombre	Mujer	18-34	35-54	55 y más	C1	C2	C3	D/E	Santiago	Región	Trabajador	Estudiante	Dueña de casa	Jubilado	Ha Mejorado	Sigue Igual	Ha empeorado
Teletón	53	49	58	53	55	51	46	54	55	54	51	55	54	50	57	54	57	55	52
Elecciones municipales	12	13	10	15	12	8	19	13	10	11	15	10	13	15	9	8	10	14	11
Marejadas en la zona central	10	10	10	9	10	14	11	8	11	11	11	10	9	6	10	13	11	9	12
Festival de Viña	5	6	3	7	4	3	3	6	2	7	4	6	5	11	4	1	4	5	5
Mensaje presidencial del 21 de mayo	5	4	5	7	2	5	7	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5
Parada militar	4	4	3	3	2	7	1	3	5	4	4	3	2	4	5	9	4	4	3
Otra	5	5	4	1	7	6	5	7	7	2	6	4	5	3	3	4	1	4	6
NS / NR	6	8	6	6	8	7	9	5	6	8	7	7	7	7	8	7	7	5	7

TELEVISIÓN Y PARTICIPACIÓN

¿CUAL ES LA ACTIVIDAD QUE USTED MÁS REALIZÓ AL VER TELEVISIÓN EL 2016...?
%



Casos: 728

Si bien un porcentaje de la audiencia indica no haber realizado actividades en particular mientras ve televisión (61%), se observa un emergente porcentaje que permite caracterizar el fenómeno social que genera el visionado (32 %). Es creciente la tendencia de una televisión que promueve temas que circulan a través de las mismas personas y las redes sociales. La convergencia tecnológica da paso a un rol activo frente a los contenidos.

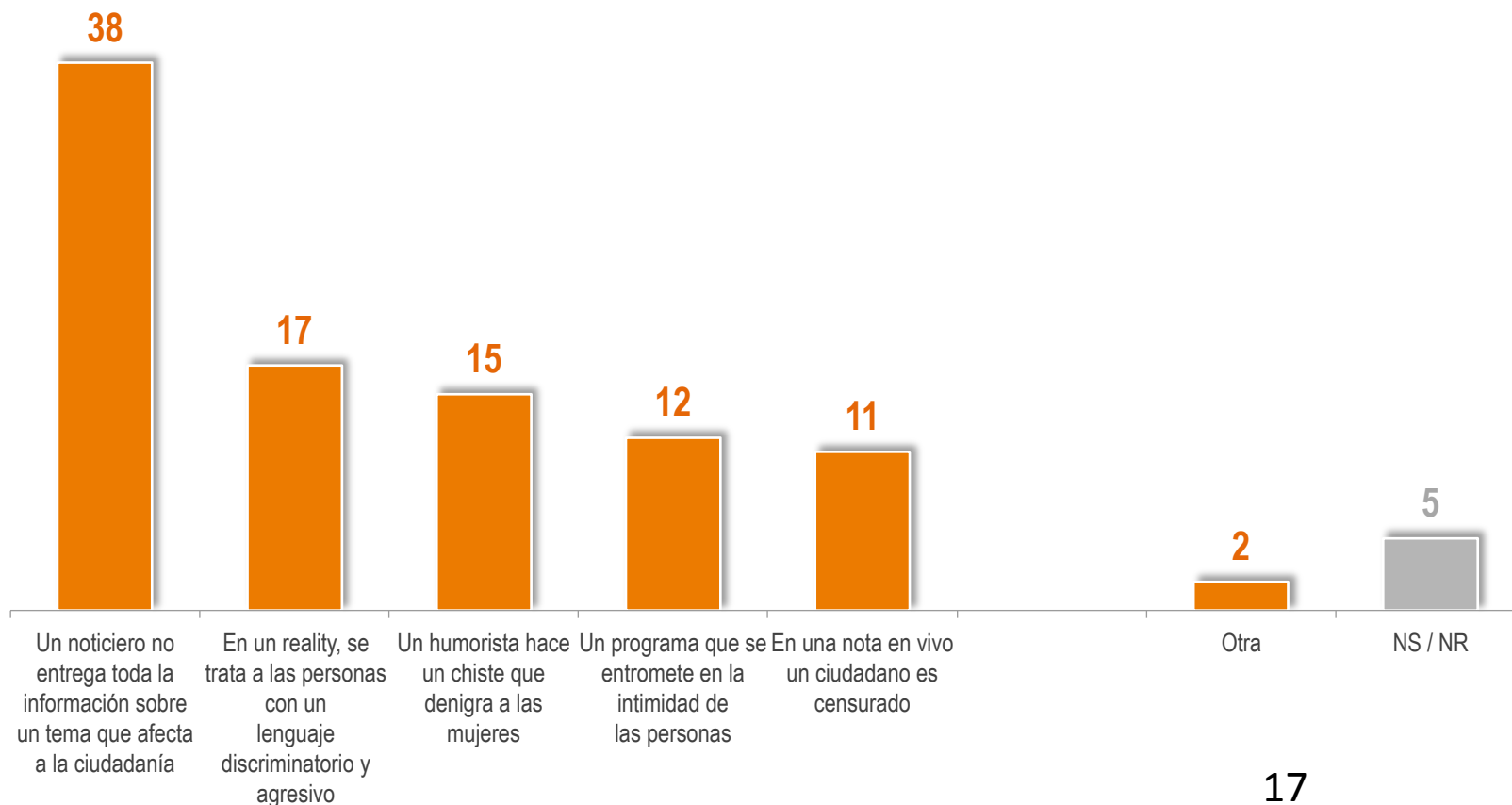
ACTIVIDADES DURANTE EL VISIONADO DE TV

¿CUÁL ES LA ACTIVIDAD QUE USTED MÁS REALIZÓ AL VER TELEVISIÓN EL 2016...? %

	TOTAL	SEXO		EDAD			GSE				SECTOR		OCUPACIÓN				EVALUACIÓN TV 2016		
		Hombre	Mujer	18-34	35-54	55 y más	C1	C2	C3	D/E	Santiago	Región	Trabajador	Estudiante	Dueña de casa	Jubilado	Ha Mejorado	Sigue Igual	Ha empeorado
No realizó ninguna actividad en particular	61	60	63	59	60	66	58	57	67	61	63	60	59	57	65	71	57	66	59
Recomendó el programa a un cercano	17	14	20	19	16	17	17	18	19	16	17	17	18	16	21	8	24	16	17
Comentó los programas en redes sociales	10	12	8	12	10	8	13	14	9	9	7	12	11	20	7	10	9	9	12
Envió una foto o video a un programa	3	4	1	2	4	1	3	2	1	4	5	1	4	-	-	-	5	2	2
Otra	2	2	2	1	2	3	2	3	3	2	1	3	2	2	2	4	-	2	3
NS / NR	7	8	5	7	8	5	8	8	2	9	8	6	7	4	4	7	5	5	7

DENUNCIA DE CONTENIDOS EN TV

COMO USTED SABE, LA CIUDADANÍA PUEDE DENUNCIAR LOS CONTENIDOS QUE CONSIDERE INAPROPIADOS DE LA TELEVISIÓN. DE LOS SIGUIENTES EJEMPLOS DE DENUNCIAS EN 2016, ¿CUÁL LE PARECE EL MÁS IMPORTANTE QUE SE HAYA DENUNCIADO...? %



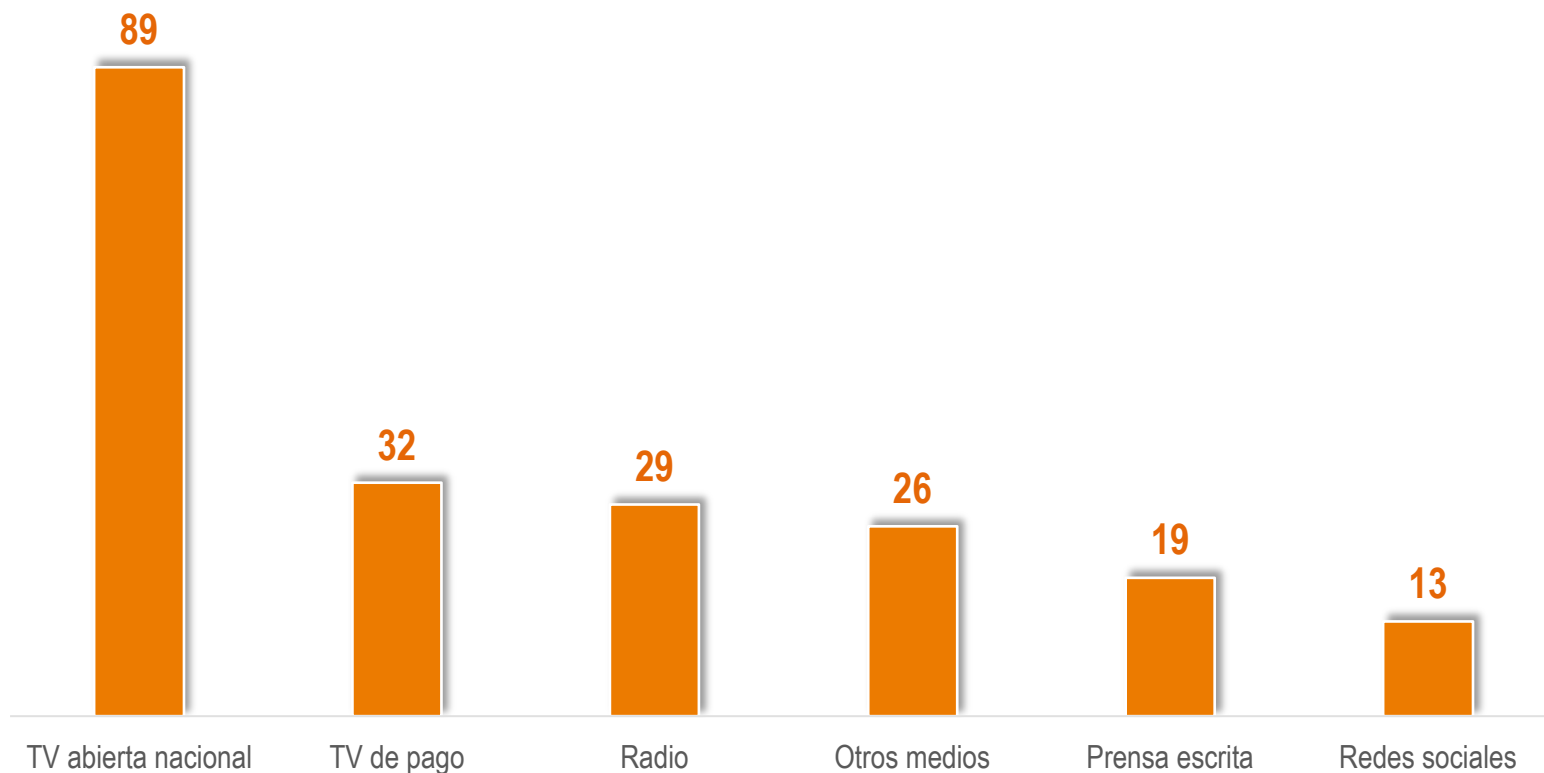
DENUNCIA DE CONTENIDOS EN TV

DE LOS SIGUIENTES EJEMPLOS DE DENUNCIAS EN 2016, ¿CUÁL LE PARECE EL MÁS IMPORTANTE QUE SE HAYA DENUNCIADO...? %

	TOTAL	SEXO		EDAD			GSE				SECTOR		OCUPACIÓN				EVALUACIÓN TV 2016		
		Hombre	Mujer	18-34	35-54	55 y más	C1	C2	C3	D/E	Santiago	Región	Trabajador	Estudiante	Dueña de casa	Jubilado	Ha Mejorado	Sigue Igual	Ha empeorado
Un noticiero no entrega toda la información sobre un tema que afecta a la ciudadanía	38	40	35	40	40	31	44	52	40	28	36	39	41	45	23	31	32	38	40
En un reality, se trata a las personas con un lenguaje discriminatorio y agresivo	17	14	21	16	16	21	11	12	20	20	15	19	14	17	26	19	18	17	18
Un humorista hace un chiste que denigra a las mujeres	15	12	18	14	13	19	12	11	16	17	16	14	14	8	20	24	22	15	13
Un programa que se entromete en la intimidad de las personas	12	12	11	8	12	15	11	10	11	13	11	12	12	11	11	13	11	13	11
En una nota en vivo un ciudadano es censurado	11	15	8	15	11	4	12	9	7	14	14	9	13	13	9	1	11	12	11
Otra	2	1	2	0	2	4	2	3	2	1	2	1	1	2	2	5	3	1	1
NS / NR	5	7	6	6	6	6	7	4	4	8	6	6	6	5	8	8	4	5	6

NOTICIARIOS Y DENUNCIAS

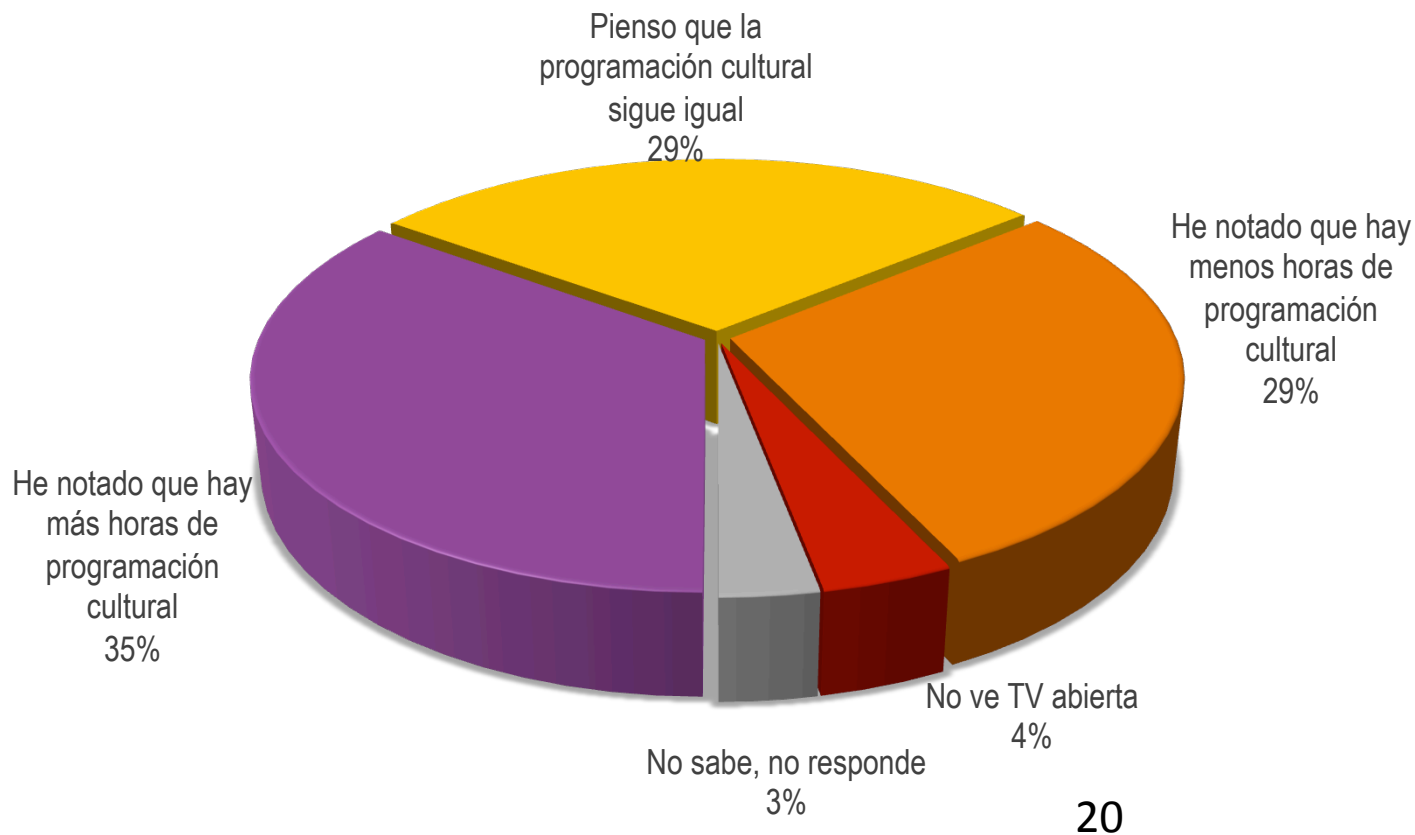
¿A TRAVÉS DE QUÉ MEDIO SE INFORMA SOBRE LO QUE OCURRE EN CHILE?
(8ENTV, 2014)



La mayor parte de la gente prefiere la TV abierta nacional como fuente de información sobre el país. Esto explica por qué la posibilidad de que un noticiero “oculte” información relevante les parece grave y digno de denuncia.

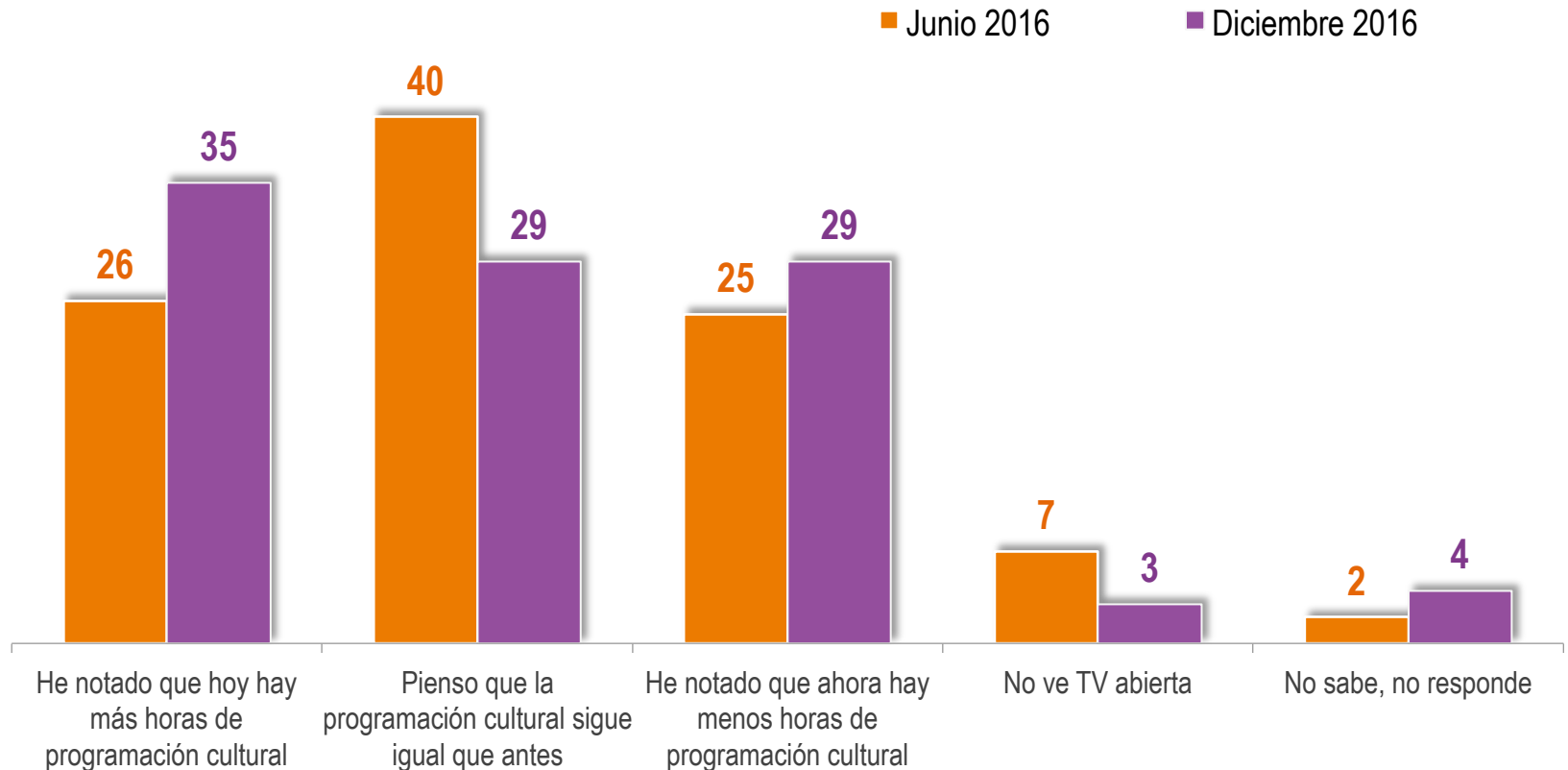
PERCEPCIÓN DE OFERTA CULTURAL EN LA TV

HOY EN DÍA LOS CANALES DE TV ABIERTA DEBEN EMITIR 4 HORAS DE PROGRAMACIÓN CULTURAL A LA SEMANA, EN VEZ DE SÓLO 1 COMO ERA ANTERIORMENTE. FRENTE A ESTO ¿CON CUÁL DE ESTAS AFIRMACIONES ESTÁ MÁS DE ACUERDO?



PERCEPCIÓN DE OFERTA CULTURAL EN LA TV

HOY EN DÍA LOS CANALES DE TV ABIERTA DEBEN EMITIR 4 HORAS DE PROGRAMACIÓN CULTURAL A LA SEMANA, EN VEZ DE SÓLO 1 COMO ERA ANTERIORMENTE. FRENTE A ESTO ¿CON CUÁL DE ESTAS AFIRMACIONES ESTÁ MÁS DE ACUERDO? %



De acuerdo a las mediciones realizadas en junio y diciembre 2016 se observa que, actualmente, la audiencia percibe que hay más horas de programación cultural en TV abierta.

PERCEPCIÓN DE OFERTA CULTURAL EN LA TV

HOY EN DÍA LOS CANALES DE TV ABIERTA DEBEN EMITIR 4 HORAS DE PROGRAMACIÓN CULTURAL A LA SEMANA, EN VEZ DE SÓLO 1 COMO ERA ANTERIORMENTE. FRENTE A ESTO ¿CON CUÁL DE ESTAS AFIRMACIONES ESTÁ MÁS

	TOTAL	SEXO		EDAD			GSE				SECTOR		OCUPACIÓN				EVALUACIÓN TV 2016		
		Hombre	Mujer	18-34	35-54	55 y más	C1	C2	C3	D/E	Santiago	Región	Trabajador	Estudiante	Dueña de casa	Jubilado	Ha Mejorado	Sigue Igual	Ha empeorado
He notado que hay más horas de programación cultural	35	34	37	40	35	30	43	43	36	30	32	38	37	41	26	27	49	38	31
Pienso que la programación cultural sigue igual	29	31	26	31	29	25	26	26	24	33	38	22	31	29	26	22	13	40	25
He notado que hay menos horas de programación cultural	29	26	32	21	29	39	16	25	36	30	23	33	25	17	43	43	31	17	38
No ve TV abierta	3	5	1	3	4	1	10	2	1	3	3	3	3	7	2	2	2	2	3
No sabe, no responde	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	3	6	22 3	5	4	3	4

Resultados Principales

- Los resultados indican que las audiencias, durante 2016, manifestaron su preferencia por programas con contenidos de la realidad, tales como 'En su Propia Trampa' o 'En la Mira' (27%), junto con los noticiarios (26%). En segundo lugar, destacaron las producciones de ficción chilenas (9%) y telenovelas nacionales (7%). Esto demuestra la importancia que los televidentes le asignan a los contenidos nacionales.
- Entre las denuncias efectuadas al CNTV, las personas en un 38% señalan que lo más grave es que un noticiario oculte información a la ciudadanía. Las agresiones verbales se posicionan en segundo lugar, siendo la utilización de un lenguaje discriminatorio y agresivo la más señalada (17%).
- La Teletón se posiciona como el evento masivo televisado más significativo del año (53%) en términos de participación y sentimiento de unidad. Las elecciones municipales ocuparon un lejano segundo lugar (12%), siendo destacado en mayor medida por los estratos medio alto y encuestados de Santiago.
- Se constata un aumento de la percepción de oferta de contenido cultural en la TV Abierta por parte de los encuestados, un 35% señala que hay más horas de programación, 9 puntos más que la medición realizada durante el mes de junio, lo que iría de la mano con el aumento en pantalla de series nacionales y programas culturales. A su vez, quienes perciben una mayor oferta cultural, evalúan de mejor manera la programación emitida durante el 2016.

REFLEXIONES FINALES

El hábito de ver televisión sigue manteniéndose como una práctica que se realiza casi de manera exclusiva, sin embargo, la televisión social sigue siendo una tendencia. Que significa que el hábito de consumo está asociado a una conducta social, que implica comentar en redes, así como recomendar un programa a otras personas.

La información que entrega la televisión tiene un alto valor entre las audiencias, junto con consumir los noticiarios saben que si un noticiero omite información es la principal causa de denuncia entre los encuestados.

La implementación de la norma cultural que aumenta de 1 a 4 horas semanales de programas culturales ha tomado un tiempo, para que las personas perciban que efectivamente se cuadruplicó este tipo de oferta. Es así como en esta medición la evaluación que hacen las personas se acerca a la realidad de la oferta lo que iría de la mano con el aumento en pantalla de series nacionales y programas culturales, como resultado de la normativa cultural en horario prime. A su vez, quienes perciben una mayor oferta cultural, evalúan de mejor manera la programación emitida durante el 2016.

Si bien las audiencias son críticas con la televisión en general, esta sigue cumpliendo un importante rol a la hora de informar a la ciudadanía. Por eso a la hora de definir lo más visto emergen programas acerca de la realidad junto con los noticiarios.

Se observa una creciente tendencia de un consumo televisivo que promueve temas que circulan a través de las mismas personas y las redes sociales. La convergencia tecnológica da paso a un rol activo de las audiencias frente a los contenidos televisivos.

cnTV

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN