



ZOOM A LOS HOGARES CON MENORES DE EDAD

VII ENCUESTA NACIONAL DE TELEVISIÓN 2011

Consejo Nacional de Televisión (CNTV) © 2011. Se autoriza la reproducción total o parcial de este documento, en la medida que se especifique correctamente la identificación del texto.

Las publicaciones del Consejo Nacional de Televisión gozan de la protección de los derechos de propiedad intelectual. No obstante, se autoriza la reproducción total o parcial de sus documentos, con la condición de que se mencione la fuente.

www.cntv.cl

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	4
I-. EQUIPAMIENTO MEDIAL DE LOS HOGARES CON MENORES DE EDAD.....	6
II-. HABITOS DE CONSUMO TELEVISIVO.....	11
III. ROL ATRIBUIDO Y EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN	15
IV. REGULACIÓN DE LA TELEVISIÓN	19
SÍNTESIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES.....	22

INTRODUCCIÓN

En Chile el 54,6% de los hogares está constituido con menores de 18 años (CASEN 2009), una proporción importante de la población. En atención a la relevancia especial que tiene el público menor de edad para el Consejo Nacional de Televisión, se ha considerado de interés conocer el entorno medial de estos hogares. Específicamente, la infraestructura televisiva y de otras tecnologías de pantalla, los hábitos de consumo y percepciones sobre la televisión abierta y pagada. En un contexto donde las nuevas tecnologías plantean importantes desafíos a los medios de comunicación tradicionales, ad portas del advenimiento de la televisión digital en el país, los hallazgos aquí descritos permitirán establecer las continuidades y cambios en el entorno medial de los hogares con menores de edad.

Este informe tiene como objetivo:

- ❖ Profundizar en el consumo medial, opinión y evaluación sobre la TV (abierta y de pago) de los hogares con menores de 18 años.
- ❖ Conocer los puntos de vista acerca del control parental y la regulación de la TV.

Para esto se utilizaron datos de la 7ª Encuesta Nacional de Televisión que permitieron perfilar a este segmento de la población. Se seleccionó del total de la muestra de la encuesta a las personas que tuvieran en su hogar al menos un miembro menor de 18 años.

Los resultados que se presentan a continuación son las respuestas de las personas entrevistadas que tienen algún menor de 18 años en su hogar.

METODOLOGIA ENCUESTA NACIONAL TELEVISION

La Encuesta Nacional de Televisión (ENTV) se realiza cada 3 años, a partir de 1993. Es un estudio cuantitativo, en el cual se aplica un cuestionario semi-estructurado cara a cara, en hogares.

El grupo objetivo de la ENTV son: Hombres y Mujeres, entre 16 y 80 años de los estratos socioeconómicos ABC1-C2-C3-D-E de hogares con al menos 1 televisor funcionando. La encuesta se realizó en el Gran Santiago, Arica, Iquique - Alto Hospicio, Antofagasta, Copiapó, La Serena - Coquimbo, Valparaíso - Viña del Mar, Rancagua, Talca, Concepción - Talcahuano, Temuco - Padre de las Casas, Valdivia, Puerto Montt, Coyhaique y Punta Arenas. La realización de la encuesta estuvo a cargo de Ipsos Chile.

En cuanto a la muestra, se realizaron un total de 5047 entrevistas (manteniendo el tamaño muestral realizado en la medición 2008). A partir de una muestra aleatoria estratificada con afijación aporportional por las variables de GSE, Sexo, Edad y Ciudad. Los resultados obtenidos fueron ponderados de acuerdo a los pesos poblacionales, a partir de la información obtenida por el CENSO 2002 y las proyecciones poblacionales, junto con la estructura de GSE perteneciente a Ipsos Chile S.A.

A partir de la muestra realizada, se estimó un margen de error (e) de +/- 1,4%, asumiendo varianza máxima y un 95% de nivel de confianza.

Distribución de la Muestra General

Sexo	Hombres					Mujeres					Total
Edad/GSE	C1	C2	C3	D	E	C1	C2	C3	D	E	
16-24 años	99	96	108	120	86	90	90	99	115	90	993
25-34 años	101	89	121	118	81	93	91	120	130	71	1015
35-44 años	92	96	109	126	71	90	98	116	126	77	1001
45-64 años	96	108	134	120	79	101	105	123	152	100	1118
65-80 años	83	82	91	103	92	82	83	105	99	100	920
Total	471	471	563	587	409	456	467	563	622	438	5047

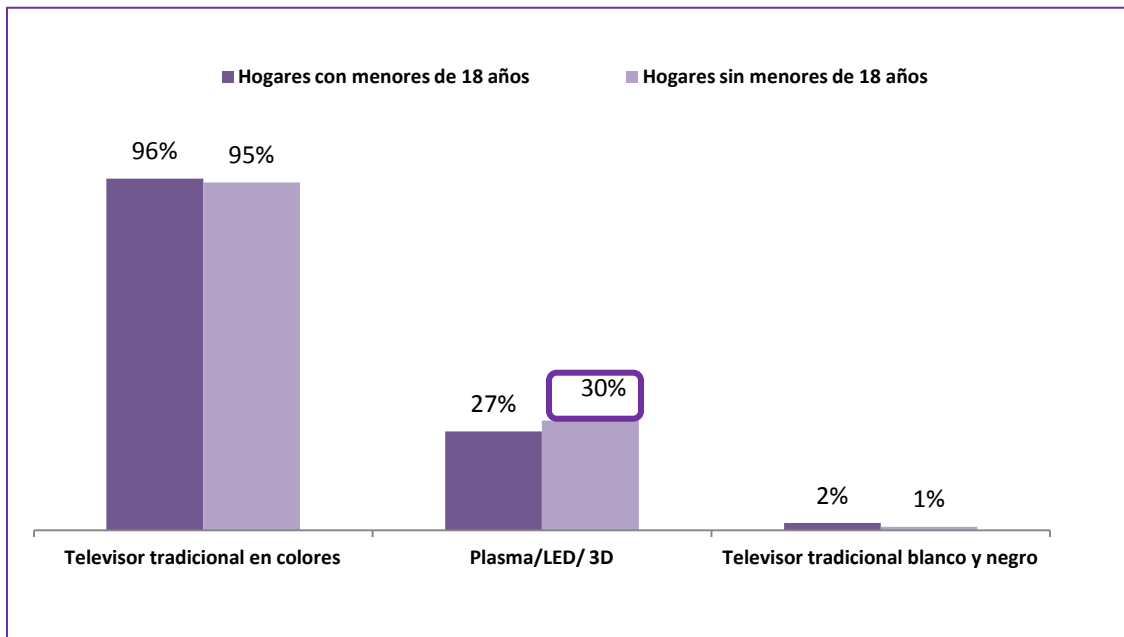
I-. EQUIPAMIENTO MEDIAL DE LOS HOGARES CON MENORES DE EDAD

El equipamiento medial refiere a la adquisición de bienes y servicios que permiten a los hogares estar cada vez más conectados a las nuevas tecnologías y a una sociedad cada vez más global comunicacionalmente.

Por lo mismo, revisar el perfil medial de los hogares con menores de 18 años permite determinar el nivel de tecnologización y conectividad de éstos, en comparación con los que no tienen niños y adolescentes.

Los hogares con menores de 18 años tienen 2,6 televisores en promedio, cifra similar a los que no tienen niños (2,7). Están menos equipados en aparatos con mayor tecnología (Plasma/LED/ 3D).

Gráfico N°1 Tipo de Televisores en el Hogar
(Hogares con Menores 18 años & Hogares sin Menores de 18 años)



Si bien el equipamiento televisivo es similar al de los hogares sin menores de edad, el equipamiento de bienes tecnológicos de los hogares con niños y adolescentes es mayor: la mayoría cuenta con notebook, reproductor de videos (VHS y DVD).

Gráfico N°2 Tenencia de bienes tecnológicos en el hogar

(Hogares con Menores de 18 años & Hogares sin Menores de 18 años)

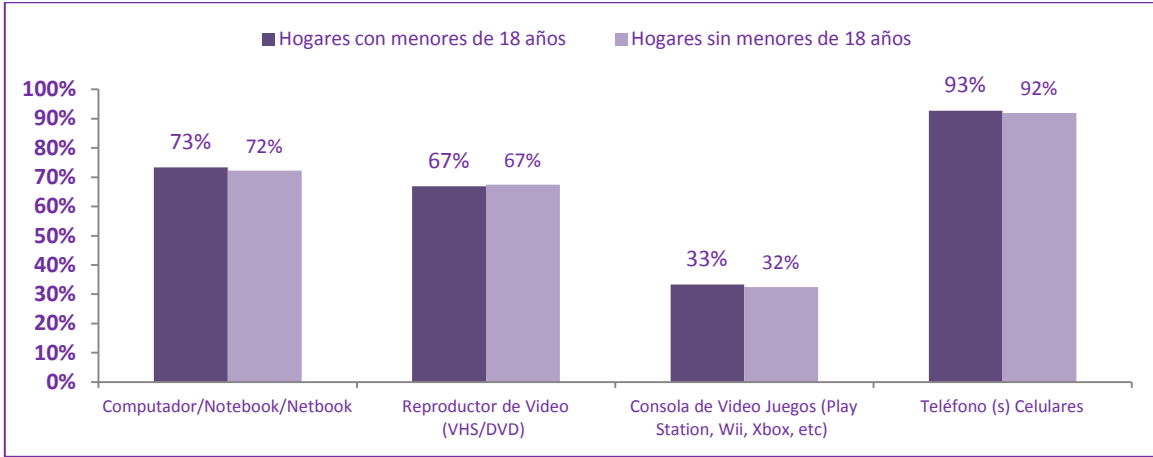
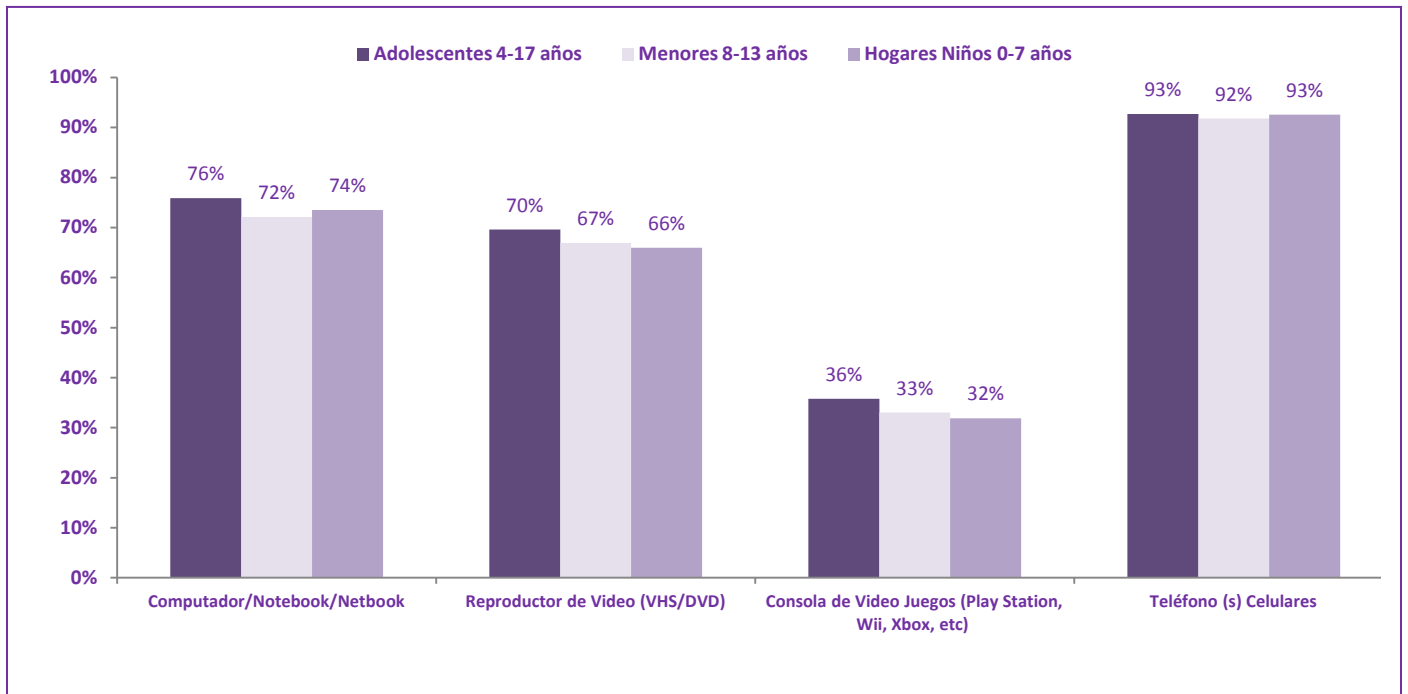


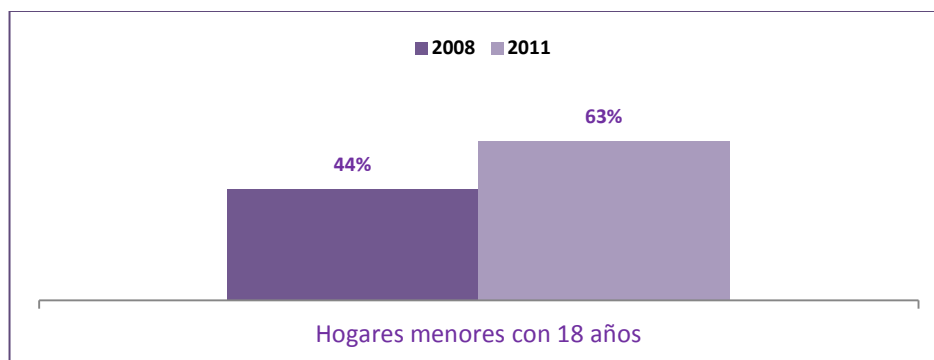
Gráfico N°3 Tenencia de bienes tecnológicos en el hogar

(Hogares por edad menores)



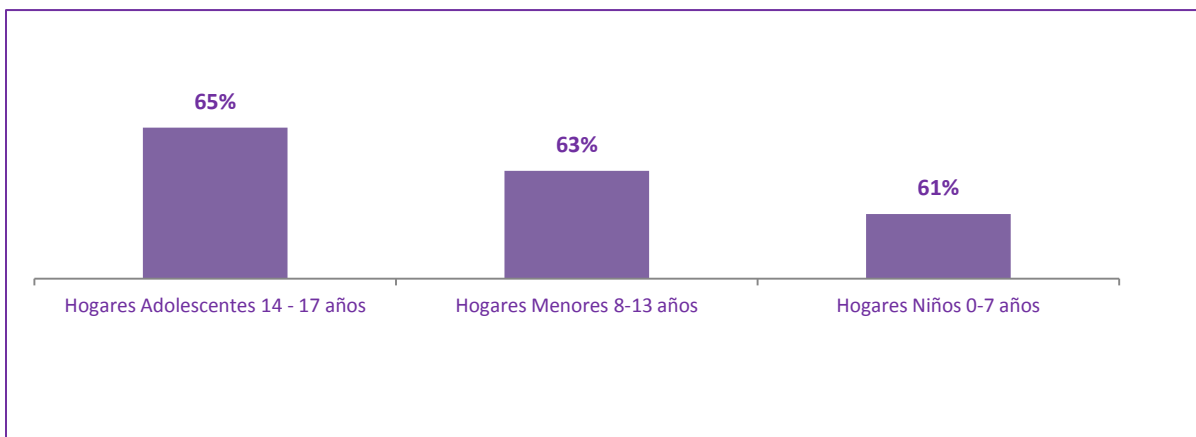
Respecto a los servicios de televisión de pago¹, se observa un aumento importante del acceso a estos servicios en los últimos tres años en todos los hogares chilenos: 6 de cada 10 hogares cuenta actualmente con tv cable o satelital, proporción que en el 2008 era 4 de cada 10². Estas cifras son similares en los hogares con y sin menores de edad.

Gráfico N°4 Crecimiento Tenencia de TV Pagada
(Hogares con Menores 18 años)



Asimismo, el 62% de hogares con menores de 18 años tiene Internet. La contratación de este servicio es algo mayor en las familias con adolescentes, tendencia similar a la tenencia de otros bienes tecnológicos.

Gráfico N°5 Tenencia de Internet
(Hogares por edad menores)



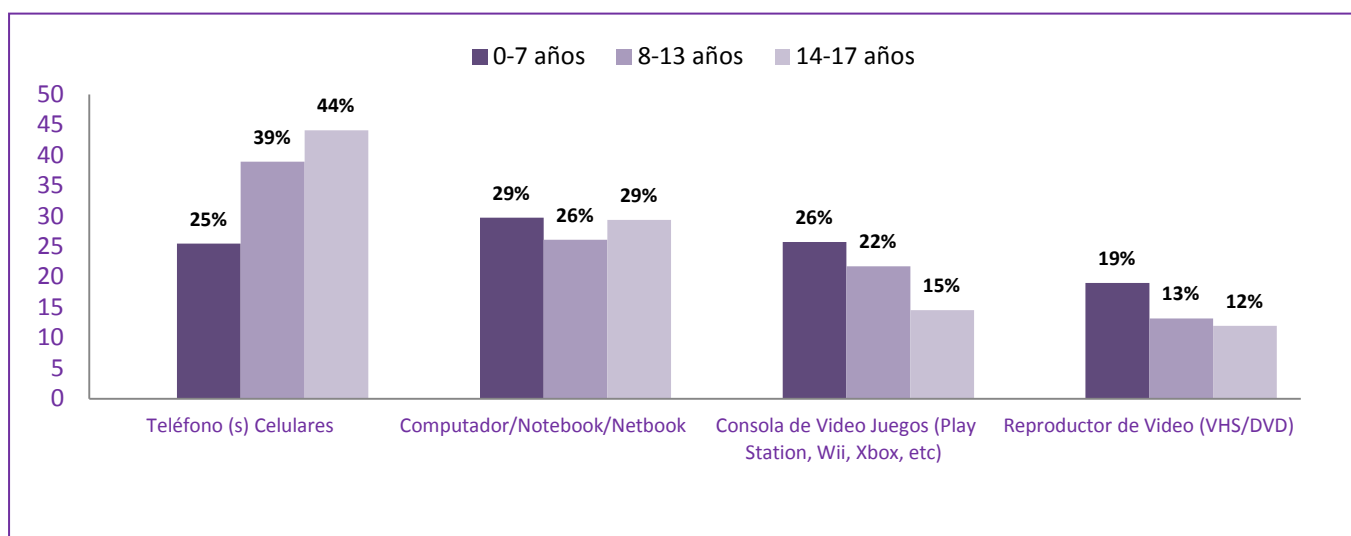
¹ En la Encuesta no se pregunta por suscripción de este servicio sino sólo acceso en el hogar.

² Total de la muestra 2008: 42% y 2011: 63%.

Por otro lado, los menores son poseedores de bienes tecnológicos en sus hogares. A diferencia de generaciones anteriores, estos bienes no pertenecen a los padres o al hogar en su conjunto, sino son propiedad de los niños y adolescentes. El teléfono celular es el aparato con mayor penetración entre los niños.

Cabe destacar que entre los pre-escolares, 1 de cada 4 ya posee alguna tecnología propia –y a excepción del celular- son dueños de más tecnologías que otros grupos de edad, como se aprecia en el siguiente gráfico.

Gráfico N°6 Bienes y servicios tecnológicos como objetos propios de los menores
(Hogares con Menores 18 años)



Con el fin de poder identificar el nivel de “interconectividad” en los hogares, se construyó el **Índice del Hogar Mediatizado**. Este se estableció a partir de las variables: tenencia de televisión pagada, conexión a Internet; posesión de tecnologías adicionales -reproductor de películas y consola de videojuegos-; calidad de los aparatos televisivos; y tasa de televisores por personas en el hogar. De ahí surgieron cuatro clasificaciones o tipologías:

- **Hogar Tradicional.** Poseen TV b/n o color, no tienen conectividad de servicios de TV paga ni Internet; y no cuentan con tecnologías adicionales.
- **Hogar en vías de Modernización.** Posee TV b/no color, 1 tipo de conectividad y 1 tecnología adicional.
- **Hogar Modernizado.** TV moderna (LCD, LED), 1 tipo de conectividad 2 tecnologías adicionales.
- **Hogar Full Conectado.** TV conectada (3D), 2 tipos de conectividad y 3 tecnologías adicionales

Tabla N°1 Hogar Mediatizado por Edad

Tipología Hogares	Hogares sin menores de 18	Hogares con adolescentes 14-17	Hogares niños 8-13	Hogares con niños entre 0-7
Hogar tradicional	19%	17%	17%	17%
Hogar en vías de Modernización	35%	33%	38%	37%
Hogar Modernizado	22%	25%	23%	25%
Hogar full Conectado	24 %	25%	22%	21%

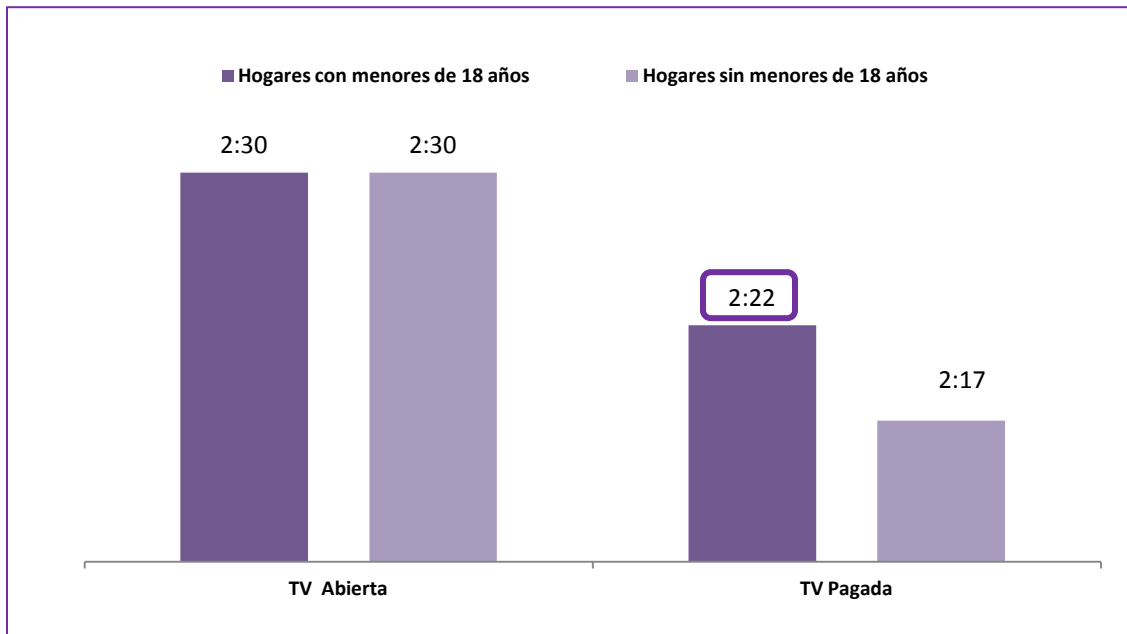
Como se aprecia en la tabla, los hogares con adolescentes y niños son levemente menos tradicionales en su equipamiento y se han modernizado más o están en vías de hacerlo. Las diferencias sin embargo no son tan dramáticas, lo que habla de una transversalidad de la tecnología medial y de la conectividad en los hogares chilenos.

II-. HABITOS DE CONSUMO TELEVISIVO

Los hábitos de consumo televisivo -de acuerdo a los datos disponibles- refieren a la cantidad de tiempo que se ve TV Abierta y Pagada, los programas y horarios más vistos en familia y el emergente consumo televisivo desde otras plataformas, como Internet. De esta manera, se puede obtener una radiografía de los usos que se le da a la televisión hoy en día.

El tiempo promedio de consumo diario de televisión abierta de los hogares con algún menor de 18 años es de 2:30 y de TV Pagada 2:22. En relación a la televisión abierta, no se observan diferencias entre hogares con o sin menores de edad, sin embargo, las diferencias respecto del consumo de cable/satélite son relevantes.

Gráfico N°7 Consumo TV Abierta y Pagada Ayer
(Hogares con Menores 18 años & Hogares sin Menores de 18 años)



Se puede hipotetizar que en los hogares con menores de edad, los televidentes adultos tienen un mayor acercamiento a esta oferta no sólo a partir de los gustos propios, sino también a partir de las preferencias de los menores de edad, quienes, a través de los canales segmentados, acceden a gran cantidad y variedad de oferta para niños y jóvenes.

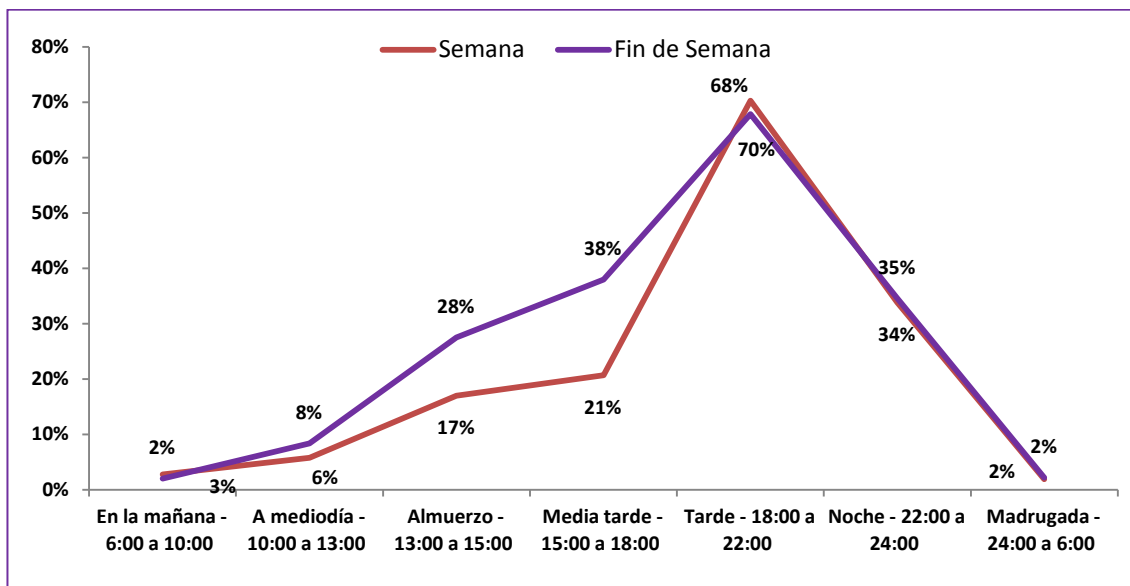
Esta hipótesis se confirma con los datos de consumo televisivo en familia, como se verá a continuación.

Consumo televisivo en familia

El 74% de las personas que vive con algún menor edad ve televisión en familia durante la semana o el fin de semana, dato similar al de los hogares sin menores de edad (73%). Sin embargo las diferencias se observan en los hogares con menores de 13 años, ya que en este segmento el consumo familiar sube a 83,2%, independiente de si el hogar cuenta o no, con TV Pagada.

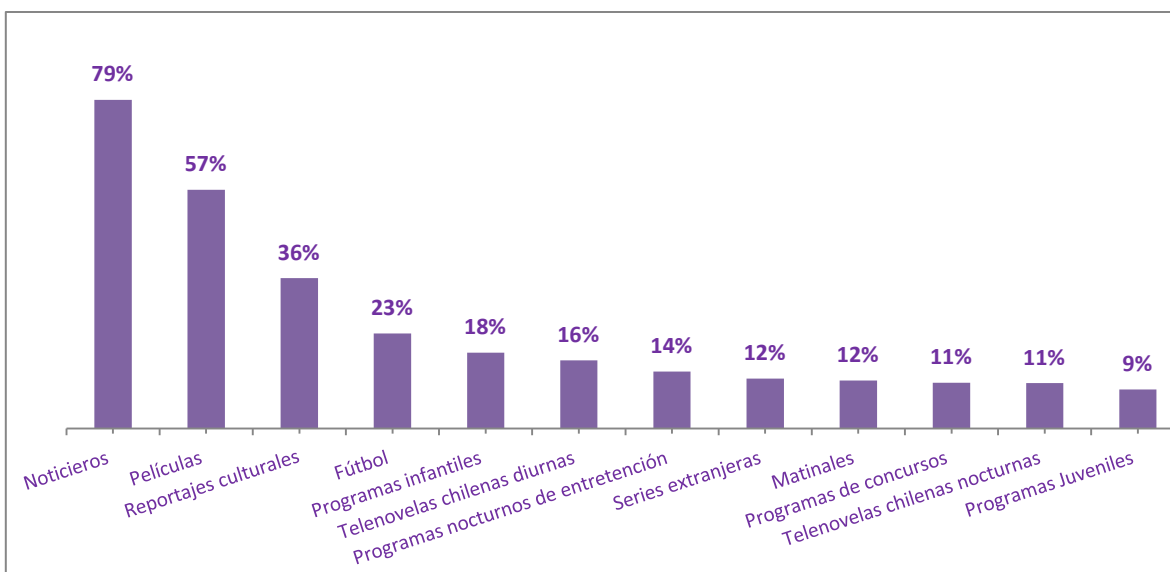
El horario de mayor consumo televisivo en familia es el de las 18:00 a 22:00 horas. El fin de semana la televisión congrega a la familia notoriamente a medio día y a media tarde.

Gráfico N°8 Horario de Consumo de TV en Familia Semana /Fin de Semana
(Hogares con Menores 18 años)



El programa más visto en familia es el de noticiarios, lo que coincide con los horarios de mayor consumo: un 80% de las personas declara verlos con sus parientes. Lo siguen las películas (59%) y los reportajes culturales (33%). El futbol, si bien aparece en un lejano cuarto lugar (23%), no deja de ser importante al momento de compartir en familia. Estas cifras sin embargo, son muy similares a las que se observan en los hogares sin menores de edad.

Gráfico N°9 Programas más vistos en Familia Semana /Fin de Semana
(Hogares con Menores 18 años)



Al desagregar los hogares por los tres rangos etarios de los hijos, se constatan algunas diferencias en el consumo familiar de programas televisivos.

La primera dice relación con los programas infantiles. Es así como al comparar los hogares con menores de 13 años versus el resto de los hogares, se evidencia que los primeros consumen más programación infantil en familia: un 30% versus un 5%.

Otra diferencia, si bien pequeña, son los noticieros: estos son los programas más vistos en familias con niños menores de 13 años, cuyo consumo familiar fluctúa³ entre un 80%-81%, mientras que en los hogares con adolescentes, alcanza un 77%. Estos datos ponen así de manifiesto que la televisión también congrega a la familia con niños pequeños en su función ritual de compañía mutua y no necesariamente debido a los gustos y preferencias de los menores, ya que se puede suponer que son los padres quienes hacen esta selección.

Otra distinción en el consumo televisivo en familia se da entre hogares con y sin acceso a televisión pagada, de acuerdo al tipo de programas visionados en conjunto. Las películas, el fútbol y los programas infantiles son más vistos familiarmente en los hogares con cable o satélite⁴.

³ Un 80% de los hogares declara verlos con niños entre 8 y 13; y un 81% con niños menores de 7.

⁴ Los noticieros presentan poca variación: 82% de consumo familiar en hogares sin TV de pago vs 78% en hogares con TV de pago.

Consumo televisivo en otras pantallas

El consumo convergente de televisión aparece bastante incipiente en general en todos los hogares y es similar en aquellos con o sin menores de 18 años. Se ha de recordar que los encuestados responden respecto de su propia forma de consumo televisivo y no respecto de la de los menores.

Tabla N°2 Uso Convergente De Tecnologías
(Entrevistados que respondieron SI)

	Hogares sin menores de 18	Hogares con adolescentes 14-17	Hogares con niños 8-13	Hogares con niños 0-7
Ver programas de televisión por el portal web de los canales	14%	15%	14%	13%
Ver programas de televisión por medio de otros portales	13%	14%	12%	12%
Ha llamado o mandado mensajes de texto para votar en programa	10%	11%	10%	10%
Ver programas de televisión a través de una pantalla móvil	9%	10%	9%	9%
Ha llamado por teléfono para participar en un concurso televisión	5%	5%	4%	6%

Al indagar sobre el consumo medial de los menores de 13 años que viven en el hogar⁵, los entrevistados afirman que los niños están viendo contenidos audiovisuales desde otras pantallas. Según estos resultados, el 48% de los menores de 13 años ha visto este tipo de programas en Internet y un 39% desde celulares. Probablemente, esto sea la puerta de entrada para el consumo de las familias desde nuevas plataformas tecnológicas.

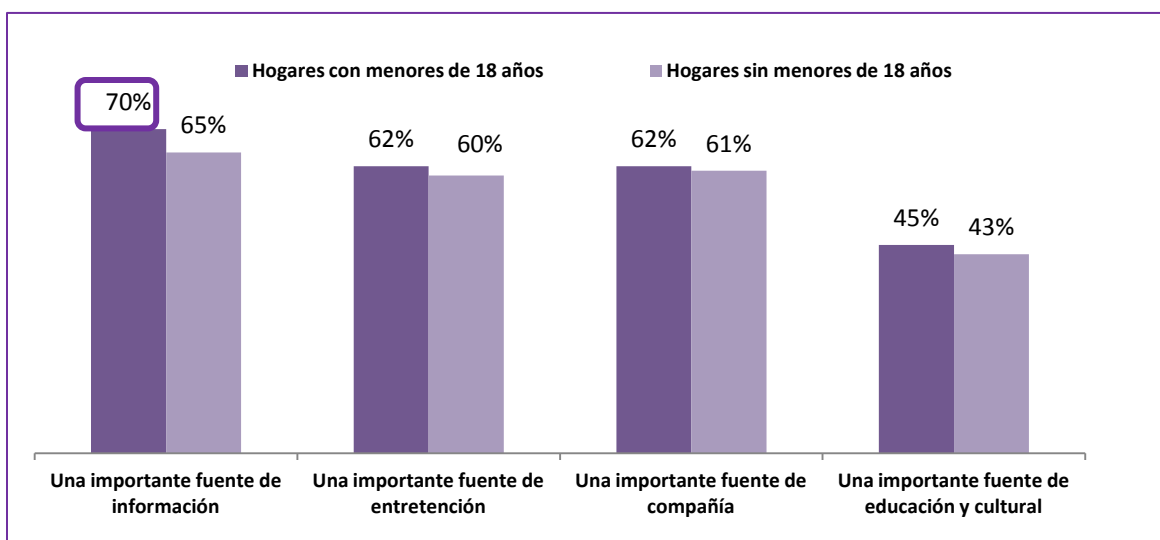
⁵ Se pregunta sólo en los hogares con menores de 13 años.

III. ROL ATRIBUIDO Y EVALUACIÓN DE LA TELEVISIÓN

A continuación se describe el rol que los televidentes le atribuyen a la televisión y evaluación de la oferta de televisión abierta y pagada.

Un primer hallazgo es la importancia de la televisión para los chilenos en general, lo que se evidencia en las funciones tradicionales atribuidas a la televisión como fuente de información, entretención, compañía, educación y cultura. Destaca que la función de informar aparece con una cierta mayor importancia en los hogares con menores de 18 años.

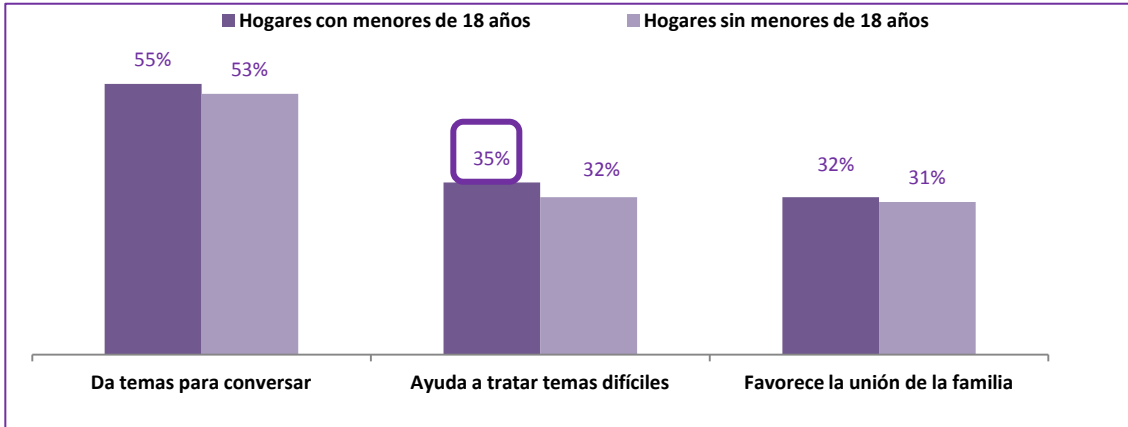
Gráfico N°10 Evaluación Funciones Instrumentales de la TV
Algo y Muy de Acuerdo
 (Hogares con Menores 18 años & Hogares sin Menores de 18 años)



Las familias con menores de 18 años, valoran asimismo las funciones socializadoras atribuidas a la televisión, tales como conversar, tratar temas difíciles y unir a la familia. Si bien las diferencias con el resto de los hogares son pequeñas, se constata que son importantes en estas familias, y que se percibe que el medio televisivo permite conversar y en particular, tratar “temas difíciles” con los niños y adolescentes, como se evidencia en el gráfico a continuación.

**Gráfico N°11 Evaluación Funciones Socializadoras de la TV
Algo y Muy de Acuerdo**

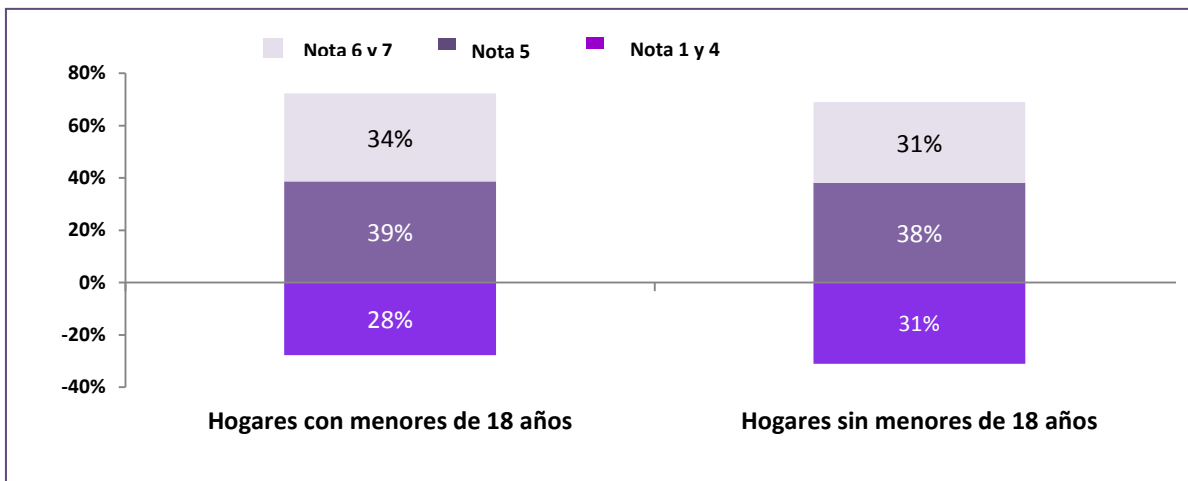
(Hogares con Menores 18 años & Hogares sin Menores de 18 años)



Los hogares con menores evalúan ligeramente mejor a la televisión abierta: un 34% le pone nota 6 y 7, mientras en el resto de los hogares esta nota alcanza un 31%. Consistente con estos resultados, el nivel de rechazo –representado por las notas 1 a 4- es también menor.

Gráfico N°12 Evaluación TV Abierta

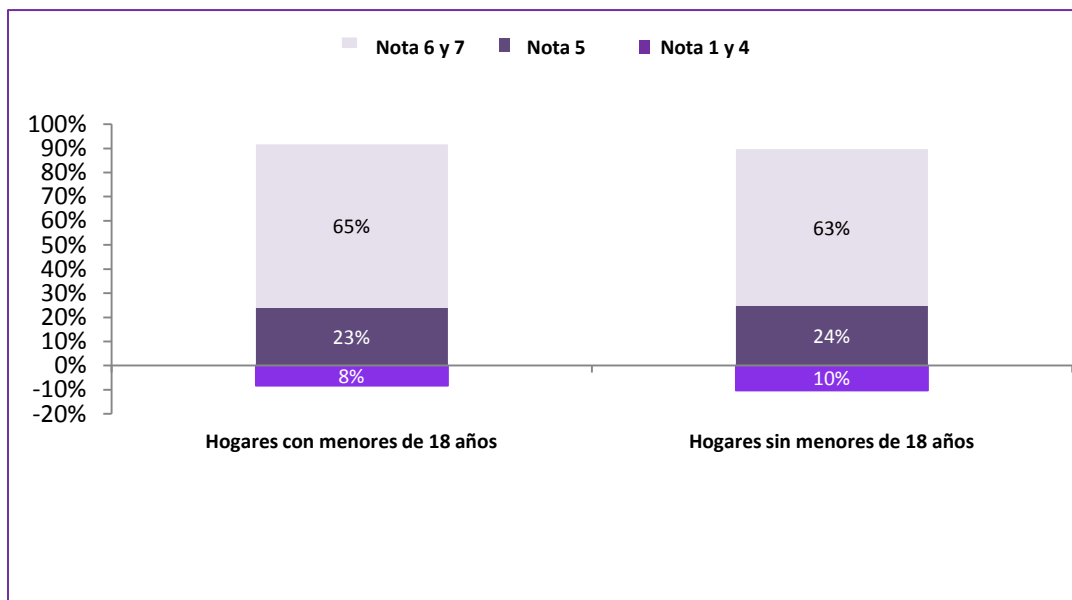
(Hogares con Menores 18 años & Hogares sin Menores de 18 años)



Algo similar ocurre con la TV de pago cuya evaluación con nota 6 y 7 llega a un 65%⁶ versus un 63%, si bien las diferencias son menores que las pesquisadas respecto de la televisión abierta.

Gráfico N°13 Evaluación TV Pagada

(Hogares con Menores 18 años con TV Pagada & Hogares sin Menores de 18 años con TV Pagada)



Los hogares que evalúan mejor a la TV de Pago son los que conviven con adolescentes entre 14 y 17 años, ya que el 67% de estos hogares califica esta oferta con notas 6 y 7.

En concordancia con la mejor evaluación que hacen los hogares con menores de edad respecto de la televisión en general, la mayoría de los géneros y programas televisivos también obtienen una mejor evaluación que en el resto de los hogares, si bien existen algunas diferencias.

En primer lugar, los hogares con niños y adolescentes tienden a evaluar algo mejor los programas culturales y educativos y los noticiarios. Algo similar ocurre con los programas de entretenimiento en general, incluyendo los 'Reality Shows' y Programas Juveniles, que, aun cuando obtienen una nota baja, también son mejor evaluados en estos hogares.

⁶ Se seleccionaron los hogares con televisión pagada.

La excepción la conforman los programas de farándula, los únicos peor evaluados en los hogares con menores de edad.

**Tabla N°3 Variación evaluación por géneros televisivos TV Abierta
Nota 6 y 7**

(Hogares con Menores de 18 años & Hogares sin Menores de 18 años)

	Hogares con menores de 18	Hogares sin menores de 18	Variación (puntos porcentuales)
Reportajes culturales y programas educativos	64,3%	59,7%	4,6
Noticiarios	61,6%	58,6%	3,0
Programas nocturnos entretenimiento	34%	31,3%	2,7
Programas juveniles	17,4%	15,1%	2,3
Series nacionales diurnas	31,3%	29,2%	2,1
Deportes	38,3%	36,7%	1,6
Programas de conversación y farándula	11%	13,7%	-2,7

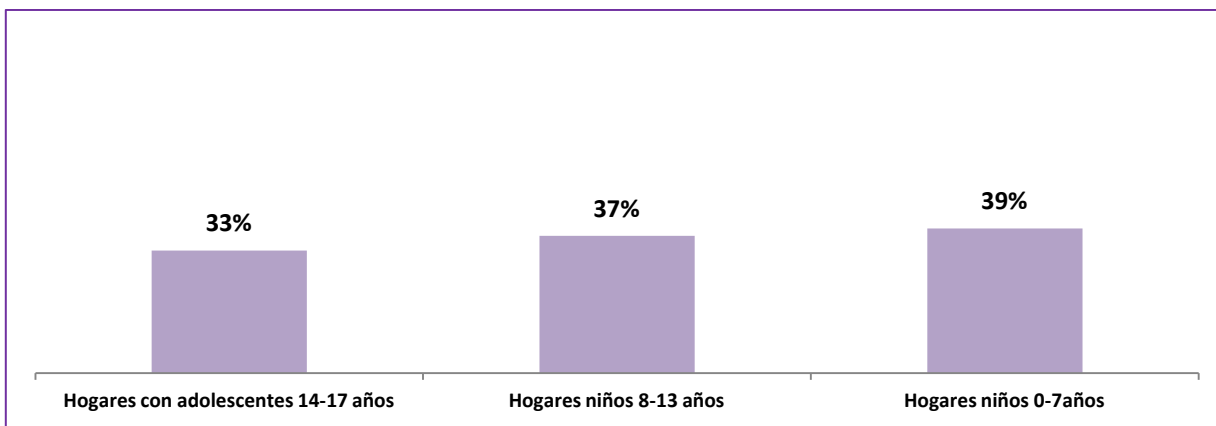
IV. REGULACIÓN DE LA TELEVISIÓN

Se ha descrito anteriormente cómo los televidentes que residen con menores de edad consumen televisión, le atribuyen importantes funciones y evalúan su oferta programática. En este apartado se analizará la actitud de estos televidentes frente a un marco normativo que regule el contenido de las emisiones.

Un importante porcentaje de los encuestados en hogares con menores de edad -37%- declara haber visto contenidos inadecuados en la TV abierta. Es importante notar que esta cifra disminuye a 6,1% cuando se pregunta por la televisión pagada, lo que indica que los televidentes están aplicando distintos criterios a la hora de evaluar ambos sistemas. Esta percepción de contenidos inadecuados en la oferta televisiva es un poco mayor a la de las personas que viven en hogares sin ningún menor, en cuyo caso un 34% declara haberlos visto TV Abierta y un 4% en TV pagada.

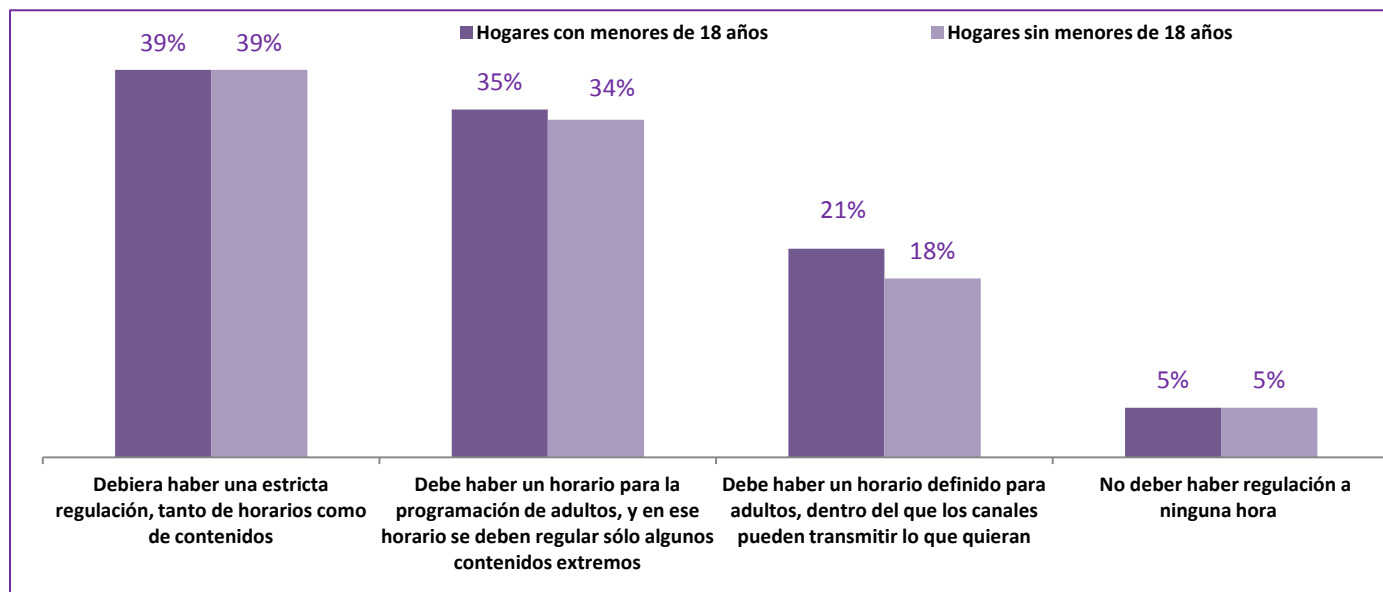
Por otro lado, la percepción de contenidos inadecuados en televisión aumenta en la medida que los entrevistados conviven con niños más pequeños.

Gráfico N°14 Contenidos Inadecuados Televisión Abierta
(Hogares con Menores de 18 años)



En concordancia con el total de los hogares chilenos, los hogares con menores de 18 años demandan regulación de la televisión. Sin embargo, los hogares con menores de edad evidencian una menor predisposición a que ésta tenga una restricción de contenidos en el horario para adultos.

Gráfico N°15 Opinión Regulación TV Abierta
(Hogares con Menores 18 años & Hogares sin Menores de 18 años)



Los hogares con adolescentes sin embargo, aparecen algo menos liberales que aquellos con niños menores de 13 años. Esto apunta a una cierta preocupación de los padres respecto de los contenidos televisivos por la dificultad que conlleva imponer normas de consumo televisivo a adolescentes de 14 a 17 años, de acuerdo a los resultados de estudios cualitativos⁷.

Tabla N°4 Opinión Regulación TV Abierta
Acuerdo

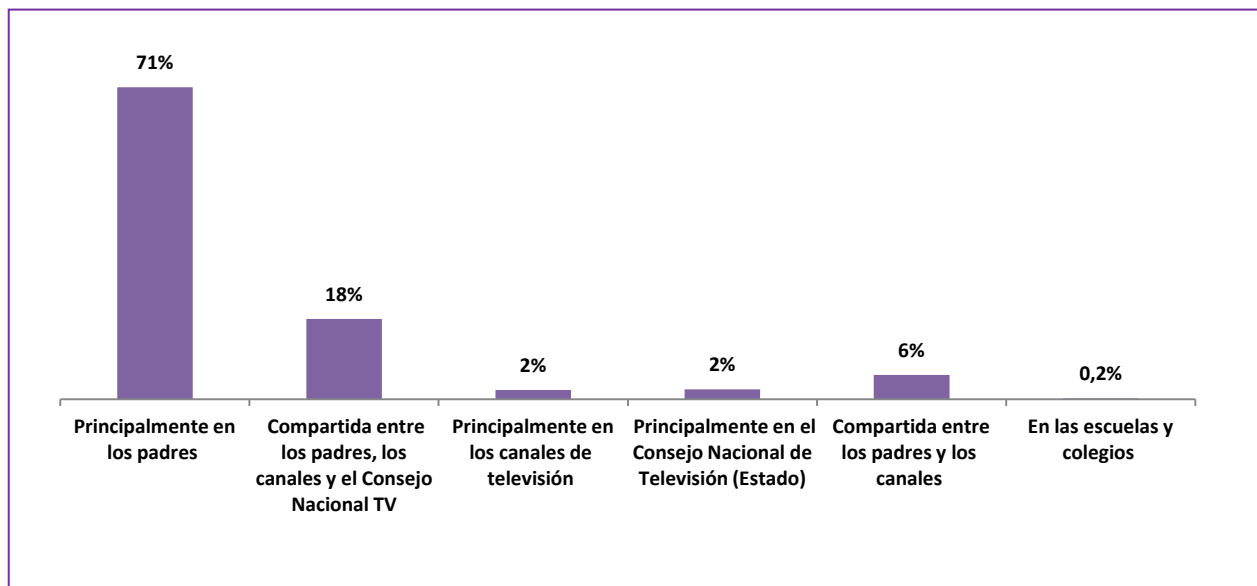
	Hogares con adolescentes 14-17 años	Hogares niños 8-13 años	Hogares con niños entre 0-7 años
Debiera haber una estricta regulación, tanto de horarios como de contenidos	42%	39%	39%
Debe haber un horario para la programación de adultos, y en ese horario se deben regular sólo algunos contenidos extremos	34%	35%	35%
Debe haber un horario definido para adultos, dentro del que los canales pueden transmitir lo que quieran	18%	21%	20%
No deber haber regulación a ninguna hora	5%	5%	5%

⁷ Resultados de un estudio cualitativo por publicar.

Los resultados resultados respecto de la regulación de la televisión de pago siguen la lógica anterior en forma muy similar.

Finalmente, si bien los televidentes demandan regulación a la televisión, consideran que la responsabilidad de evitar que los niños vean programas no aptos para su edad la tienen los propios padres. Sin distinción entre hogares con y sin menores de edad. En algunos casos se considera que esta responsabilidad se comparte con los canales de televisión y el ente regulador, pero en ningún caso esta responsabilidad se delega a otras instituciones.

Gráfico N°16 Opinión Regulación Consumo Televisivo Infantil
(Hogares con Menores 18 años)



SÍNTESIS DE RESULTADOS Y CONCLUSIONES

- ❖ Los hogares con menores de 18 años, especialmente con adolescentes, tienen un mayor equipamiento de bienes tecnológicos (consola de videojuegos, reproductor de videos, computador), tendencia que indica la emergencia paulatina de familias conectadas y mediatizadas con las nuevas alternativas de entretenimiento y comunicación de las sociedades actuales.
- ❖ Los niños en edad preescolar son los mayores poseedores de bienes tecnológicos, lo que se puede interpretar como una nueva tendencia; en efecto, 1 de cada 4 ya tiene alguna tecnología propia.
- ❖ La televisión pagada e Internet son servicios instalados en los hogares con menores de 18 años: 6 de cada 10 declaran tenerlos. La tendencia es que la contratación de Internet va de la mano con el aumento de la edad de los niños.
- ❖ En cuanto a los hábitos de consumo medial, se destaca que estos hogares consumen más TV pagada que el resto de la población.
- ❖ El consumo televisivo en familia es similar entre los hogares con y sin menores de edad, pero es interesante notar que aumenta considerablemente cuando se trata del género noticieros, y en las familias con niños menores de 13 años, lo que apunta a una función ritual de la televisión, en la que los niños más pequeños comparten con sus padres. Por otro lado, las familias con niños menores de 13 años, ven más programas infantiles con ellos.
- ❖ Para las familias con menores, la televisión aún es un espacio importante, existiendo una mejor apreciación de sus funciones instrumentales y socializadoras: su potencial de generar conversación; de tratar temas “difíciles”; y de unir a la familia. Asimismo, evalúan un poco mejor a la TV abierta y pagada en comparación con la población general.
- ❖ Los programas mejor evaluados por este grupo son los que se ven en familia (Noticieros, Películas). En términos generales, estos hogares tienen una mejor evaluación de los géneros televisivos asociados a información y cultura principalmente, pero incluso a aquellos géneros asociados a la entretención. La gran excepción está representada por los programas de “farándula” que son los únicos que presentan una evaluación más baja en los hogares con menores de edad en comparación al resto de los hogares.

- ❖ En cuanto a regulación, los hogares con y sin menores de 18 años tienen una postura similar respecto del horario para todo espectador (antes de las 22:00 hrs.), exigiendo ciertas normas. En horario de adultos (después de las 22:00 hrs) los hogares con menores de edad aparecen algo más liberales que el resto de los hogares, lo que se condice con los resultados respecto de la responsabilidad que asumen frente al consumo televisivo infantil –puesto que el 71% considera de estos hogares considera que son los padres los responsables de que los niños no vean programas inadecuados para su edad-.

Estos resultados indican que existen algunas diferencias entre los hogares con y sin niños y adolescentes en algunos aspectos, pero matizados. La infraestructura medial y tecnológica de los hogares chilenos es bastante transversal, aun cuando se denota que los niños y los adolescentes son importantes motores para la adquisición de estos bienes. El tipo de consumo audiovisual parece ser más convergente y multi-pantalla entre las nuevas generaciones pero de acuerdo a los datos recogidos, estas nuevas formas de uso medial no se adoptan tan fácilmente por el resto de los miembros de los hogares que comparten con niños y adolescentes. Se puede hipotetizar que las nuevas formas de consumo televisivo son más individuales y la fuerza de la televisión sigue siendo su potencial de sociabilidad. Es así como en relación a los hábitos de consumo, llama la atención que –habiéndose más aparatos televisivos y más tecnologías a disposición- la familia continúa viendo televisión en conjunto. Si bien este estudio no trata de la familia chilena, puesto que no se seleccionaron padres de familia sino hogares con menores de 18, parte importante de los resultados habla tanto de la televisión como de la familia chilena: la familia se reúne frente al televisor para entretenerse junta o para acompañarse mutuamente, adaptándose otras veces a los gustos del otro. La importancia de la televisión para las familias aparece innegable: de ahí la especial valoración de sus funciones informativas y educativas y su rentabilidad en la sociabilidad como aporte a la conversación –y en los temas ‘difíciles’ entre las generaciones-. Frente a los contenidos televisivos los chilenos quieren asumir su responsabilidad de protección de los niños, pero esperan a su vez que la oferta se rija por un marco normativo que les entregue una orientación clara.