



Influència de la televisió en els xiquets i jóvens



GENERALITAT
VALENCIANA

CONSELLERIA D'EDUCACIÓ



**Influència de la televisió
en els xiquets i jóvens**

Autors: Associació Valenciana de Consumidors i Usuaris (AVACU) i la Direcció General d'Avaluació, Innovació i Qualitat Educativa i de la Formació Professional: Verónica Conesa Gallego, María José García Ruano i Miguel Ruiz Cerdá.

Disseny i Impressió: Martín Impresores, S.L.

Edita: Conselleria d'Educació

Depòsit Legal: V-4406-2008

ISBN: 978-84-482-5061-4



índex

Prefaci	5
Consideracions prèvies	6
Objetius	7
Metodologia	8
Fitxa tècnica	10
Resultats Primera Fase	11
Resultats Segona Fase	16
Recomanacions	22



prefaci

El passat 16 de juliol del 2007, es va firmar un acord de col·laboració entre la Generalitat Valenciana i l'Associació Valenciana de Consumidors i Usuaris de la Comunitat Valenciana (AVACU), per a realitzar un estudi sobre els programes de televisió destinats al públic infantil, i aquells emesos en franges horàries considerades de protecció al menor, així com la publicitat i el tipus de productes anunciats en estes franges.

El fi de l'estudi, és poder oferir als pares, tutors i educadors una sèrie de recomanacions basant-se en dades reals sobre l'ús i els continguts de la televisió que els ajuden a enfocar la relació xiquets-televisió amb major racionalitat i, per tant, responsabilitat.



consideracions prèvies

La televisió s'ha convertit en un electrodomèstic imprescindible en una casa, al nivell del frigorífic o la llavadora, desenrotllant-se al seu voltant la vida familiar.

La ment reté el 10% del que es llig, el 20% del que s'escolta, i el 30% del que es veu en imatges. Per tant, la televisió oferix el 50% de les percepcions.

Tot això, fa que s'haja d'adoptar una **actitud crítica** davant de la televisió, pel caràcter subjectiu dels seus continguts, i per la gran influència d'estos en la formació de la personalitat i l'identitat de la persona.

La televisió és una realitat que no desapareixerà. El que ha de fer-se és **aprendre a usar-la**, per mitjà d'una encertada selecció de programes, de manera que es facilite el diàleg i l'intercanvi d'idees entre la família, assumint així una actitud activa i crítica.

En definitiva, el que pares i educadors hem de tindre clar, és que l'efecte **que puga tindre sobre els menors** depén **de l'ús que se'n faça** quant a la selecció de continguts i el temps que se li dedica, ja que este temps és el que se li resta a activitats importants, com la lectura, el treball escolar, el joc, la interacció amb la família i el desenrotllament social.



objetius

L'objectiu general de l'estudi és previndre actituds violentes, discriminatòries i racistes en els més jòvens. Per a això, s'ha de verificar la idoneïtat dels programes infantils, així com el tipus d'anuncis i productes que es publiciten en espais de televisió destinats al públic infantil i juvenil; facilitar als pares i educadors orientacions sobre l'ús correcte de la televisió, i aprofundir en els hàbits d'ús de la televisió en les llars valencianes.



metodologia

Primera fase: Enquestes.

L'estudi s'ha dut a terme per mitjà d'una metodologia quantitativa, utilitzant l'estratègia d'enquesta. L'enquesta ens permet obtenir informació sobre un tema en concret a través d'una sèrie de preguntes, prèviament establides.

La utilització de la tècnica de l'enquesta ha suposat diversos passos:

- Definició d'objectius i hipòtesis.
- Elaboració del qüestionari.
- Aplicació del qüestionari.
- Tractament estadístic dels resultats.
- Elaboració de l'informe.

Segona fase: elaboració de continguts.

En primer lloc, es van seleccionar les cadenes i horaris a estudiar basant-se en el que el Codi d'Autoregulació de Continguts Televisius estableix com a "horari de protecció al menor". Ens hem centrat especialment en els següents horaris: de 08:00 a 09:00 i de 17:00 a 20:00, en dies laborables, i en franges horàries més àmplies en dies festius.

En segon lloc, es va procedir a la gravació dels diferents programes de televisió, en dos fases: la primera d'estes, entre l'última setmana de juliol i la primera setmana d'agost, i la segona fase, la segona i tercera setmana d'octubre.

Les cadenes objecte d'estudi, han sigut: TVE1, TVE2, Antena 3, Tele 5, La Sexta, Quatre, Canal 9, Punt 2, Nickelodeon, Cartoon Network i Jetrix, havent visionat, en total, 160 hores de televisió.



fitxa tècnica

- **Grandària de la mostra:** 562 enquestes.
- **Univers:** totes les llars de la Comunitat Valenciana.
- **Àmbit geogràfic:** Comunitat Valenciana.
- **Univers:** pares amb fills menors de 16 anys, residents a la Comunitat Valenciana.
- S'han realitzat enquestes a famílies de l'àmbit de la Comunitat Valenciana, amb fills de fins a 16 anys, per a conèixer l'ús que fan els menors de la televisió. L'enquesta comprenia 20 preguntes sobre com, quan i quant veuen la televisió els nostres fills, i sobre l'opinió que tenim els pares, en general, sobre l'oferta televisiva que hui en dia oferixen les distintes cadenes de televisió per als menors.

resultats de la primera fase de l'estudi

Sexe

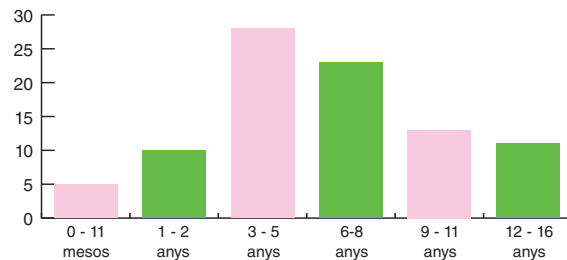
Del conjunt dels enquestats, un 33,96% correspon a pares, i un 66,04% a mares, si bé este fet no és significatiu, perquè les enquestes s'han realitzat per unitat familiar, i esta dada únicament reflectix qui ha contestat l'enquesta.

Edat dels enquestats

El major percentatge correspon a enquestats de la franja entre 31 a 45 anys, ocupant quasi el 80% del total de la mostra.

Edat dels menors

D'entre els menors la unitat familiar dels quals va ser entrevistada, l'edat predominant estava en la franja de 3 a 5 anys (30,25%), seguida per la de 6 a 8 anys (25,21%).



Aparells de televisió en la llar

En més del 75% de les llars valencianes hi ha, almenys, dos aparells de televisió, arribant a ser més del 30% els que tenen tres o més.

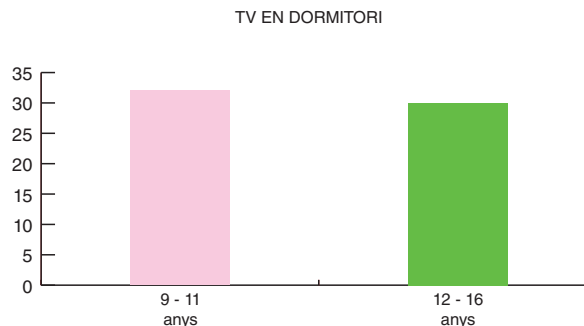
Veuen els seus fills la televisió?

Esta pregunta va ser contestada afirmativament per quasi el 95% dels enquestats.

Hi ha televisió en el dormitori d'alguns dels seus fills?

Aquesta important qüestió, va ser contestada afirmativament pel 14,97% dels enquestats.

Aquest percentatge ascendeix fins quasi un 30% quan els fills estan en edats compreses entre els 9 i 16 anys.



Temps que dediquen els menors a veure la televisió

La situació, en este punt, varia segons el mòdul temporal que es prenga en consideració. **Entre setmana**, més del 96% dels menors veuen la televisió, d'entre els quals, més del 30% la veu, almenys, dos hores diàries.

En caps de setmana o festius, el percentatge de menors que veuen la televisió augmenta fins al 98%, i arriba fins al 80% els menors que veuen la televisió un mínim de dos hores diàries, i al 23% els que la veuen quatre hores.

Tot açò suposa una situació de risc per als menors, perquè els xiquets que veuen massa televisió tenen més possibilitats de traure males notes en el col·legi, llegir menys llibres, fer menys exercici o tindre problemes de sobrecàrrega.

Moments del dia en què solen veure la televisió

El període del dia en què els menors acostumen a veure la televisió és a la vesprada, al tornar de l'escola (52,49%), seguit del període anterior a anar a escola al matí (45,60%). Esta dada és important, ja que moltes cadenes no tenen programació infantil, especialment en l'horari de vesprada, la qual cosa pot provocar que els menors veguen continguts que no són apropiats per a ells.

A més, més del 20% dels menors veuen la televisió a la nit, en l'anomenat horari *prime time*, que, a més de l'inadequat dels continguts, fa que els jòvens sacrifiquen hores importants de son, cosa que repercutix negativament en el seu rendiment escolar.

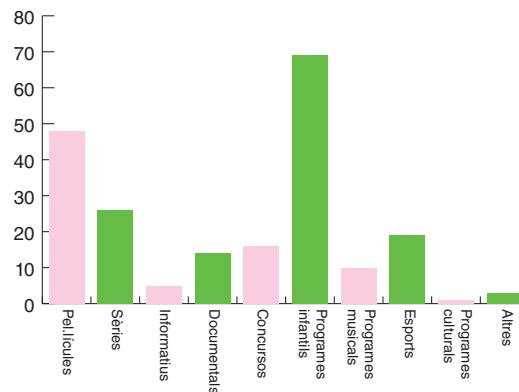
Dins d'este apartat, cal citar que els menors solen veure la televisió mentres mengen, ja siga desdejunant-se (49,37%), al migdia (40%) o en el berenar (26,24%). Este fet, suposa un **sacrifici del diàleg**, ja que eixe és un moment en què es poden proposar conversacions importants entre les famílies. Per a evitar-ho, seria important que no estiguera la televisió encesa durant els menjars.

Consideració del temps que veuen els menors la televisió

El 51,68% dels pares enquestats, opinen que els seus fills veuen la televisió el temps just, mentres que el 33,56% consideren que la veuen moltes hores.

Menors en companyia veient la televisió

Més del 34% dels menors acostumen a veure sols la televisió, ja que, encara que és freqüent que alguns dels membres de la família estiguen veient la televisió al mateix temps, també ho és que ho facen en estades diferents.



Programes que solen veure els menors

La gran majoria de pares, afirma que els seus fills solen veure programes infantils (70,63%), seguits de pel·lícules (49,99%) i sèries (28,74%).

Verificació de l'edat recomanada dels programes que veuen els menors

El 61,74% dels pares enquestats, afirma que sempre verifica els programes que veuen els seus fills, davant d'un 30,20%, que els verifica només de vegades.

Televisió i altres activitats

El 64,79% dels pares, va respondre que la televisió **no està mai encesa mentre els menors fan els deures**, mentre que el 24,83% va manifestar que **no està mai encesa mentre els menors juguen**. Estes xifres ens donen un important nombre de casos en què la televisió està encesa mentre els menors fan deures (més del 35%), o juguen (més del 75%), moments en què, a més, no haurien d'estar prestant-li atenció.

Per a un ús correcte de la televisió, cal tindre present que només ha d'estar encesa quan s'està veient un programa determinat.

Temps dedicat a la publicitat

Quasi el 87% dels pares enquestats considera que el temps dedicat a la publicitat en televisió és excessiu. El 55% dels enquestats va manifestar que aprofitaven este temps dedicat a les falques publicitàries a fer *zapping* i veure la programació d'altres cadenes.

Resum de les opinions sobre l'oferta televisiva per a menors de les distintes cadenes

Les opinions dels pares sobre l'oferta televisiva per a menors de les distintes cadenes, coincideixen en:


- Hi ha **poca oferta**.
- L'oferta és **poc idònia i excessivament violenta**.
- La programació està **orientada a generar una conducta social consumista i sense valors**.

Conclusions

Les dades que ens ha oferit l'enquesta revelen aspectes molt interessants sobre l'ús que se'n fa, per part dels menors, en l'àmbit familiar; dades com que en el 45% de les llars hi ha dos aparells de televisió i en prop del 25% tres televisors (en el 42,19 % de les llars, un d'estos televisors s'ubica en el dormitori d'algun menor), més del 93% veu la tele diàriament i més del 27% un mínim de dos hores entre setmana, arribant a prop d'un 65% els que la veuen un mínim de dos hores en festius o caps de setmana (22% un mínim de quatre hores).

Quant a publicitat es referix, més del 85% dels pares enquestats considera que el temps que les distintes cadenes dediquen a la publicitat és excessiu i quasi el 55% aprofita estos espais per a fer *zapping* per la resta de les cadenes.

Un altre dels aspectes que ens interessa conèixer és l'opinió que els pares tenen en general de l'oferta televisiva que hui en dia ofereixen les distintes cadenes als menors i la resposta ha sigut pràcticament unànime: escassa, inadequada i de poca qualitat.



resultats de la segona fase de l'estudi

Panorama general de la programació

Hui en dia, els menors estan exposats a programes que transmeten violència, sexisme, infidelitats, falta de respecte cap a iguals, falta de respecte cap a pares i educadors, visió superficial del sexe, morbositat per la vida aliena i un ús del llenguatge groller.

Entenem que eixa no és la televisió adequada. Demanem una televisió de qualitat, transmissora de valors tan importants per a la convivència com **justícia, igualtat, solidaritat, respecte i dignitat humana.**

Les cadenes de televisió estan obligades, per Llei, a protegir els espectadors menors d'edat. Esta protecció s'instrumenta en un **horari de protecció al menor**, que va des de les 6 del matí fins a les 10 de la nit, i dins del qual, hi ha **dos franges de superprotecció**, que són:

- De 8:00 a 9:00 i de 17:00 a 20:00, de dilluns a divendres
- De 9:00 a 12:00, dissabtes, diumenges i festius.

En este horari protegit no es podran emetre programes classificats com “no recomanats per a menors de 18 anys”, i en l’horari de superprotecció, no es podran emetre programes “no recomanats per a menors de 13 anys”.

La **classificació per edats**, està dividida en cinc franges:

1. Especialment recomanat per a la infància: **VERD**
2. Per a tots els públics: SENSE SÍMBOL
3. No recomanats per a menors de 7 anys: **+ 7**
4. No recomanats per a menors de 13 anys: **+ 13**
5. No recomanats per a menors de 18 anys: **+ 18**

Esta classificació per edats, ha de mostrar-se a l’inici de l’emissió d’un programa, i al reprendre’s este darrere de la publicitat.

No obstant això, veiem ben sovint que **este codi s’incomplix**, perquè, bé s’utilitza llenguatge inadequat, escenes violentes o continguts per a adults en horari infantil o, directament, s’omet el símbol adequat.

Temps destinat per les cadenes a la programació infantil

De les cadenes estudiades (no de pagament) tan sols una disposa de programació infantil en les vesprades de dilluns a divendres.

Pels matins i entre setmana, 4 de les 8 cadenes ofereixen programació infantil, a primera hora del matí i amb una duració que comprén d’una a dues hores i mitja segons cadena.

En dies festius, 6 de les 8 cadenes estudiades incorporen en la seua graella programació infantil pels matins.

Cap de les cadenes estudiades té programació infantil en les vesprades de dies festius.

Programes tipus que s'emeten en horari de protecció al menor

Les cadenes emeten programes poc apropiats en horari de protecció al menor. Entre ells: telenovelles, programes de crònica social i actualitat, programes del cor, *reality* xous, programes de testimonis, concursos, venda de productes per televisió...

Especial referència als dibuixos animats

Hui en dia hi ha molts dibuixos animats de qualitat, tant en tècnica com en continguts. No obstant això, hi ha altres amb què s'ha de ser molt crítics, pels motius que a continuació s'exposen:

- **Ús de tècniques agressives:** són tècniques que pretenen mantindre el xiquet embadalit davant de la pantalla, abusant de canvis ràpids d'imatge, canvis ràpids de pla tipus vídeo-clip, amb canvis de so bruscos i excés de flaixos.
- **Violència:** molts dibuixos mostren una violència sorprenent, on les lluites són constants. És violència gratuïta, que sol anar acompanyada d'un exalçament de qui l'exercix, ridiculitzant la víctima.

Els efectes de la violència a través de la televisió, depenen en gran manera de les característiques i l'edat de cada persona.

- **Competitivitat i humiliació del perdedor:** un altre dels elements que trobem en este tipus de dibuixos és un alt grau de competitivitat, on guanyadors i perdedors queden molt ben diferenciats, i on l'única cosa que importa és el triomf. Es tracta d'un triomf aconseguit, moltes vegades fent ús de la violència, i obtenint com a recompensa la popularitat i la fama entre el seu grup d'iguals.
- **Comentaris sexistes:** s'han detectat comentaris despectius cap a la dona, junt amb la difusió i promoció de rols sexuals.

- **Falta de respecte cap a pares i educadors:** en estes sèries els xiquets protagonistes fan comentaris cap a pares o professors on es qüestiona la seua autoritat, amb una evident falta de respecte cap a ells i les normes establides.

Des de les escoles, es fan veraders esforços per ser transmissores eficaces de valors socials, de convivència i respecte.

Dibuixos animats no infantils

El que un programa siga de dibuixos animats no vol dir necessàriament que siga per a xiquets, encara que en alguns casos s'emeten en horari infantil. Moltes vegades vénen sense qualificació d'edat, i quan sí que apareix el símbol, que en la majoria dels casos que hem vist sol ser no recomanat per a menors de 13 anys, l'exposició de la icona sol ser tan breu en el temps que passa despercebut. Encara que es procuren evitar les escenes massa explícites, són molt freqüents les situacions sensuals, els comentaris i les bromes de doble sentit.

- **Els Simpson:** basats en el dia a dia d'una família americana. Encara que estan clarament dirigits al públic adult, solen veure'ls molts menors. A més, és freqüent que estiguen patrocinats per productes que sí que estan dirigits al públic infantil, al mateix temps que, articles de *merchandising* d'esta sèrie formen part de promocions de productes especialment dirigits a xiquets.
- **Pare de família:** Es tracta clarament d'una sèrie de dibuixos animats dirigida a un públic adult pels continguts que té, encara que en canvi l'emeten a una hora en què és molt probable que els menors estiguen veient la televisió.
- **Futurama:** És un altre exemple clar de dibuixos animats dirigits al públic adult, però que s'emet en horari de migdia en festius i laborables, hora en què és molt comú que un menor estiga davant del televisor.

Publicitat

La **publicitat televisiva** atrau l'atenció recorrent a **multitud de tècniques** que empren el color, so, rimes fàcils, breuetat dels missatges, ritme ràpid en el canvi dels plans... Els xiquets no han desenrotllat la **capacitat crítica i valorativa** per a poder distingir la realitat i la fantasia present en la televisió. Ells veuen i entenen el que apareix en la TV de **manera diferent** dels adults.

La publicitat projecta una **imatge estereotipada o simplificada dels jòvens**, que no és en absolut representativa de les moltes maneres que existixen de ser jove.

Hem d'ensenyar els nostres fills a consumir racionalment, evitant el sobreconsum.

D'altra banda, els xiquets són consumidors compulsius, i són molt més persuasibles que els adults, per un pur procés d'imitació social. Anuncis de llepolies, establiments de menjar ràpid, consoles, videojocs... fan del menor l'objectiu número u i potencial consumidor de tots estos productes. Alguns d'estos anuncis, a més, més que oferir el producte, anuncien directament el regal promocional que oferixen amb la seua compra, captant així l'atenció i l'interés del menor.

Els percentatges de publicitat són molt alts en les franges de superprotecció. I on els nostres fills estan exposats a un bombardeig de publicitat, que té el xiquet com a objectiu directe dels seus missatges.

Conclusions

Basant-se en l'estudi dels continguts televisius i la seua publicitat, podem qualificar-los de poc adequats per als menors per la influència negativa que poden exercir en el desenrotllament dels seus valors, autoestima, personalitat... ja que moltes vegades és la televisió la que ens diu: el tipus de vida que hem de portar, la roba que és més còmoda, com sentir-se feliç, els valors que són o no són importants...

Per tot açò, pares i educadors tenim la responsabilitat i l'obligació d'ensenyar-los a fer-ne un bon ús, aprofitant la programació adequada, educativa i de qualitat que també existix (diversos programes infantils, dibuixos animats, programes culturals...)

A l'hora de decidir el que convé o no als xiquets és molt difícil posar-se d'acord. Però encara sabent que no hi ha receptes màgiques, creiem que la programació infantil espanyola es pot millorar i molt, ja que destaca per la seua escassa qualitat i els mínims recursos amb què es realitzen estos programes, fent del xiquet un ser passiu la principal activitat del qual és consumir tot el que se li oferix.

La televisió és una realitat que no desapareixerà. El que ha de fer-se, **aprendre a usar-la**, per mitjà d'una adequada selecció dels programes, i facilitant el diàleg i l'intercanvi d'idees entre la família, fomentant així una actitud activa i crítica davant d'ella.



recomanacions

Algunes de les recomanacions que es poden donar als pares per a un adequat ús de la televisió per part dels seus fills, són:

- Veure la TV amb els nostres fills i parlar i dialogar sobre els programes que veiem.
- Triar programes apropiats: Ensenyar, no a “veure la TV”, sinó “programes de TV” i evitar aquells no adequats pel seu contingut violent, discriminatori, groller... Gravar programes de qualitat per a veure en un altre moment.
- Posar límits a la quantitat de temps i apagar la TV durant hores de menjar, temps d'estudi, de joc...
- Discutir amb ells sobre el paper de la publicitat i la seua influència sobre el que es compra. Fer-los entendre que no tot el que diu la publicitat és així igual que no tot el que diu la tele és veritat.
- Estimular el xiquet cap a altres activitats alternatives. Hi ha altres formes d'ocupar el temps. Buscar alternatives d'oci diferents de la televisió.

- Evitar el *zapping* i tindre la tele encesa per pura inèrcia. Crear l'hàbit d'apagar-la quan acabe el programa que estem veient.
- No ubicar-la en el dormitori dels menors, posar-la sempre en sales comunes de la casa.
- Evitar que els xiquets vegem sols la televisió.
- No deixar que la televisió lleve temps a altres activitats més importants com el joc, la lectura, el diàleg familiar o la son.
- No eludir la nostra responsabilitat donant sempre la culpa a la televisió.
- Informar-nos dels continguts dels programes que veuen. Hui en dia, gràcies a Internet, tenim molts mitjans que ens ho permeten. No deixar que els menors seleccionen ells mateixos els programes que volen veure.

**La televisió ha d'informar, formar i entretenir...
de tu també depèn.**

