



Influencia de la televisión en niños y jóvenes



GENERALITAT
VALENCIANA

CONSELLERIA DE EDUCACIÓN



**Influencia de la televisión
en niños y jóvenes**

Autores: Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios (AVACU) y la Dirección General de Evaluación, Innovación y Calidad Educativa y de la Formación Profesional: Verónica Conesa Gallego, María José García Ruano y Miguel Ruiz Cerdá.

Diseño e Impresión: Martín Impresores, S.L.

Edita: Conselleria de Educació

Depósito Legal: V-4406-2008

ISBN: 978-84-482-5061-4



índice

Prefacio	5
Consideraciones previas	6
Objetivos	7
Metodología	8
Ficha técnica	10
Resultados Primera Fase	11
Resultados Segunda Fase	16
Recomendaciones	22



prefacio

El pasado 16 de julio de 2007, se firmó un acuerdo de colaboración entre la Generalitat Valenciana y la Asociación Valenciana de Consumidores y Usuarios de la Comunidad Valenciana (AVACU), para realizar un estudio sobre los programas de televisión destinados al público infantil, y aquellos emitidos en franjas horarias consideradas de protección al menor, así como la publicidad y el tipo de productos anunciados en estas franjas.

El fin del estudio, es poder ofrecer a los padres, tutores y educadores una serie de recomendaciones en base a datos reales sobre el uso y contenidos de la televisión que les ayuden a enfocar la relación niños-televisión con mayor racionalidad y, por tanto, responsabilidad.



consideraciones previas

La televisión se ha convertido en un electrodoméstico imprescindible en una casa, al nivel del frigorífico o la lavadora, desarrollándose a su alrededor la vida familiar.

La mente retiene el 10% de lo que se lee, el 20% de lo que se escucha, y el 30% de lo que se ve en imágenes. Por tanto, la televisión ofrece el 50% de las percepciones.

Todo ello, hace que se deba adoptar una **actitud crítica** ante la televisión, por el carácter subjetivo de sus contenidos, y por la gran influencia de los mismos en la formación de la personalidad e identidad de la persona.

La televisión es una realidad que no va a desaparecer. Lo que debe hacerse es **aprender a usarla**, mediante una acertada selección de programas, de manera que se facilite el diálogo e intercambio de ideas entre la familia, asumiendo así una actitud activa y crítica.

En definitiva, lo que padres y educadores debemos tener claro, es que el **efecto que pueda tener sobre los menores** depende **del uso que de ella se haga** en cuanto a la selección de contenidos y el tiempo que se le dedica, puesto que este tiempo es el que se le resta a actividades importantes, como la lectura, el trabajo escolar, el juego, la interacción con la familia y el desarrollo social.



objetivos

El objetivo general del estudio es prevenir actitudes violentas, discriminatorias y racistas en los más jóvenes. Para ello, se debe verificar la idoneidad de los programas infantiles, así como el tipo de anuncios y productos que se publicitan en espacios de televisión destinados al público infantil y juvenil; facilitar a los padres y educadores orientaciones sobre el uso correcto de la televisión, y profundizar en los hábitos de uso de la televisión en los hogares valencianos.



metodología

Primera fase: Encuestas.

El estudio se ha llevado a cabo mediante una metodología cuantitativa, utilizando la estrategia de encuesta. La encuesta nos permite obtener información sobre un tema en concreto a través de una serie de preguntas, previamente establecidas.

La utilización de la técnica de la encuesta ha supuesto varios pasos:

- Definición de objetivos e hipótesis.
- Elaboración del cuestionario.
- Aplicación del cuestionario.
- Tratamiento estadístico de los resultados.
- Elaboración del informe.

Segunda fase: elaboración de contenidos.

En primer lugar, se seleccionaron las cadenas y horarios a estudiar en base a lo que el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos establece como “horario de protección al menor”. Nos hemos centrado especialmente en los siguientes horarios: de 08:00 a 09:00 y de 17:00 a 20:00, en días laborables, y en franjas horarias más amplias en días festivos.

En segundo lugar, se procedió a la grabación de los distintos programas de televisión, en dos fases: la primera de ellas, entre la última semana de julio y la primera semana de agosto, y la segunda fase, la segunda y tercera semana de octubre.

Las cadenas objeto de estudio, han sido: TVE1, TVE2, Antena 3, Tele 5, La Sexta, Cuatro, Canal 9, Punt 2, Nickelodeon, Cartoon Network y Jetrix, habiendo visionado, en total, 160 horas de televisión.



ficha técnica

- **Tamaño de la muestra:** 562 encuestas.
- **Universo:** todos los hogares de la Comunidad Valenciana.
- **Ámbito geográfico:** Comunidad Valenciana.
- **Universo:** padres con hijos menores de 16 años, residentes en la Comunidad Valenciana.
- Se han realizado encuestas a familias del ámbito de la Comunidad Valenciana, con hijos de hasta 16 años, para conocer el uso que hacen los menores de la televisión. La encuesta comprendía 20 preguntas sobre cómo, cuándo y cuánto ven la televisión nuestros hijos, y sobre la opinión que tenemos los padres, en general, sobre la oferta televisiva que hoy en día ofrecen las distintas cadenas de televisión para los menores.

resultados de la primera fase del estudio

Sexo

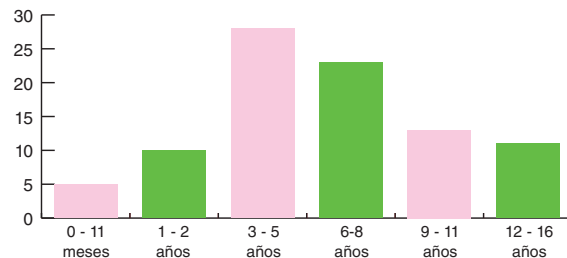
Del conjunto de los encuestados, un 33,96% corresponde a padres, y un 66,04% a madres, si bien este hecho no es significativo, pues las encuestas se han realizado por unidad familiar, y este dato únicamente refleja quién ha contestado la encuesta.

Edad de los encuestados

El mayor porcentaje corresponde a encuestados de la franja entre 31 a 45 años, ocupando casi el 80% del total de la muestra.

Edad de los menores

De entre los menores cuya unidad familiar fue entrevistada, la edad predominante estaba en la franja de 3 a 5 años (30,25%), seguida por la de 6 a 8 años (25,21%).



Aparatos de televisión en el hogar

En más del 75% de los hogares valencianos hay, al menos, dos aparatos de televisión, llegando a ser más del 30% los que tienen tres o más.

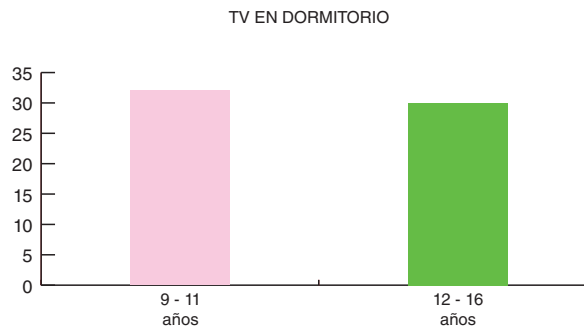
¿Ven sus hijos la televisión?

Esta pregunta fue contestada afirmativamente por casi el 95% de los encuestados.

¿Hay televisión en el dormitorio de alguno de sus hijos?

Esta importante cuestión, fue contestada afirmativamente por el 14,97% de los encuestados.

Este porcentaje asciende hasta casi un 30% cuando los hijos están en edades comprendidas entre los 9 y 16 años.



Tiempo que dedican los menores a ver la televisión

La situación, en este punto, varía según el módulo temporal que se tome en consideración. **Entre semana**, más del 96% de los menores ven la televisión, de entre los cuáles, más del 30% la ve, al menos, dos horas diarias.

En fines de semana o festivos, el porcentaje de menores que ve la televisión aumenta hasta el 98%, llegando hasta el 80% del mismo los menores que ven la televisión un mínimo de dos horas diarias, y llegando al 23% los que la ven cuatro horas.

Todo esto supone una situación de riesgo para los menores, pues los niños que ven demasiada televisión tienen más posibilidades de sacar malas notas en el colegio, leer menos libros, hacer menos ejercicio o tener problemas de sobrepeso.

Momentos del día en que suelen ver la televisión

El periodo del día en que los menores acostumbran a ver la televisión es por la tarde, al volver de la escuela (52,49%), seguido del periodo anterior a ir a la escuela por la mañana (45,60%). Este dato es importante, puesto que muchas cadenas carecen de programación infantil, especialmente en el horario de tarde, lo que puede provocar que los menores vean contenidos que no son apropiados para ellos.

Además, más del 20% de los menores ve la televisión por la noche, en el denominado horario *prime time*, que, además de lo inadecuado de los contenidos, hace que los jóvenes sacrifiquen horas importantes de sueño, lo que repercute negativamente en su rendimiento escolar.

Dentro de este apartado, cabe mencionar que los menores suelen ver la televisión mientras comen, ya sea desayunando (49,37%), al mediodía (40%) o en la merienda (26,24%). Este hecho, supone un **sacrificio del diálogo**, puesto que ese es un momento en que se pueden proponer conversaciones importantes entre las familias. Para evitarlo, sería importante que no estuviera la televisión encendida durante las comidas.

Consideración del tiempo que ven los menores la televisión

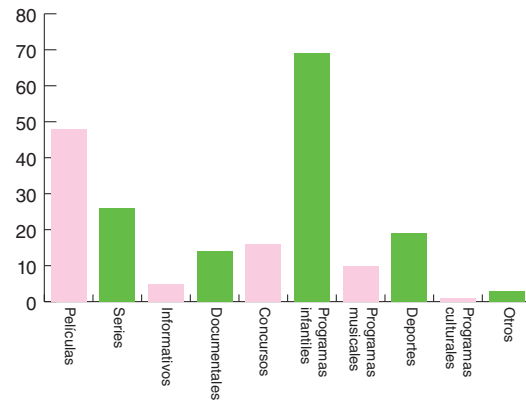
El 51,68% de los padres encuestados, opinan que sus hijos ven la televisión el tiempo justo, mientras que el 33,56% consideran que la ven muchas horas.

Menores en compañía viendo la televisión

Más del 34% de los menores acostumbran a ver solos la televisión, puesto que, aunque es frecuente que varios de los miembros de la familia estén viendo la televisión al mismo tiempo, también lo es que lo hagan en estancias diferentes.

Programas que suelen ver los menores

La gran mayoría de padres, afirma que sus hijos suelen ver programas infantiles (70,63%), seguidos de películas (49,99%) y series (28,74%).



Verificación de la edad recomendada de los programas que ven los menores

El 61,74% de los padres encuestados, afirma que siempre verifica los programas que ven sus hijos, frente a un 30,20%, que los verifica solamente en ocasiones.

Televisión y otras actividades

El 64,79% de los padres, respondió que la televisión **nunca está encendida mientras los menores hacen los deberes**, mientras que el 24,83% manifestó que **nunca está encendida mientras los menores juegan**. Estas cifras arrojan un importante número de casos en los que la televisión está encendida mientras los menores hacen deberes (más del 35%), o juegan (más del 75%), momentos en los que, además, no deberían estar prestándole atención.

Para un uso correcto de la televisión, hay que tener presente que solamente debe estar encendida cuando se está viendo un programa determinado.

Tiempo dedicado a la publicidad

Casi el 87% de los padres encuestados considera que el tiempo dedicado a la publicidad en televisión es excesivo. El 55% de los encuestados manifestó que aprovechaban este tiempo dedicado a las cuñas publicitarias a hacer *zapping* y ver la programación de otras cadenas.

Resumen de las opiniones sobre la oferta televisiva para menores de las distintas cadenas

Las opiniones de los padres sobre la oferta televisiva para menores de las distintas cadenas, coinciden en:

- Hay **poca oferta**.
- La oferta es **poco idónea y excesivamente violenta**.
- La programación está **orientada a generar una conducta social consumista y sin valores**.

Conclusiones

Los datos que nos ha ofrecido la encuesta revelan aspectos muy interesantes sobre el uso que se hace, por parte de los menores, en el ámbito familiar; datos como que en el 45% de los hogares hay dos aparatos de televisión y en cerca del 25% tres televisores (en el 42,19% de los hogares, uno de estos televisores se ubica en el dormitorio de algún menor), más del 93% ve la tele a diario y más del 27% un mínimo de dos horas entre semana, llegando a cerca de un 65% los que la ven un mínimo de dos horas en festivos o fines de semana (22% un mínimo de cuatro horas).

En cuanto a publicidad se refiere, más del 85% de los padres encuestados considera que el tiempo que las distintas cadenas dedican a la publicidad es excesivo y casi el 55% aprovecha estos espacios para hacer *zapping* por el resto de las cadenas.

Otro de los aspectos que nos interesa conocer es la opinión que los padres tienen en general de la oferta televisiva que hoy en día ofrecen las distintas cadenas a los menores y la respuesta ha sido prácticamente unánime: escasa, inadecuada y de poca calidad.



resultados de la segunda fase del estudio

Panorama general de la programación

Hoy en día, los menores están expuestos a programas que transmiten violencia, sexismo, infidelidades, falta de respeto hacia iguales, falta de respeto hacia padres y educadores, visión superficial del sexo, morbosidad por la vida ajena y un uso del lenguaje soez.

Entendemos que esa no es la televisión adecuada. Demandamos una televisión de calidad, transmisora de valores tan importantes para la convivencia como **justicia, igualdad, solidaridad, respeto y dignidad humana.**

Las cadenas de televisión están obligadas, por Ley, a proteger a los espectadores menores de edad. Esta protección se instrumenta en un **horario de protección al menor**, que va desde las 6 de la mañana hasta las 10 de la noche, y dentro del cuál, hay **dos franjas de superprotección**, que son:

- De 8:00 a 9:00 y de 17:00 a 20:00, de lunes a viernes.
- De 9:00 a 12:00, sábados, domingos y festivos.

En este horario protegido no podrán emitirse programas clasificados como “no recomendados para menores de 18 años”, y en el horario de superprotección, no podrán emitirse programas “no recomendados para menores de 13 años”.

La **clasificación por edades**, está dividida en cinco franjas:

1. Especialmente recomendado para la infancia: VERDE
2. Para todos los públicos: SIN SÍMBOLO
3. No recomendados para menores de 7 años: + 7
4. No recomendados para menores de 13 años: + 13
5. No recomendados para menores de 18 años: + 18

Esta clasificación por edades, debe mostrarse al inicio de la emisión de un programa, y al reanudarse el mismo tras la publicidad.

Sin embargo, vemos con frecuencia que **este código se incumple**, pues, bien se utiliza lenguaje inadecuado, escenas violentas o contenidos para adultos en horario infantil o, directamente, se omite el símbolo adecuado.

Tiempo destinado por las cadenas a la programación infantil

De las cadenas estudiadas (no de pago) tan sólo una dispone de programación infantil en las tardes de lunes a viernes.

Por la mañanas y entre semana, 4 de las 8 cadenas ofrecen programación infantil, a primera hora de la mañana y con una duración que abarca de una a dos horas y media según cadena.

En días festivos, 6 de las 8 cadenas estudiadas incorporan en su parrilla programación infantil por las mañanas.

Ninguna de las cadenas estudiadas tiene programación infantil en las tardes de días festivos.

Programas tipo que se emiten en horario de protección al menor

Las cadenas emiten programas poco apropiados en horario de protección al menor. Entre ellos: telenovelas, programas de crónica social y actualidad, programas del corazón, *reality shows*, programas de testimonios, concursos, venta de productos por televisión...

Especial referencia a los dibujos animados

Hoy en día existen muchos dibujos animados de calidad, tanto en técnica como en contenidos. Sin embargo, existen otros con los que se debe ser muy críticos, por los motivos que a continuación se exponen:

- **Uso de técnicas agresivas:** son técnicas que pretenden mantener al niño embobado frente a la pantalla, abusando de cambios rápidos de imagen, cambios rápidos de plano tipo vídeo-clip, con cambios de sonido bruscos y exceso de flashes.
- **Violencia:** muchos dibujos muestran una violencia sorprendente, en donde las luchas son constantes. Es violencia gratuita, que suele ir acompañada de un ensalzamiento de quien la ejerce, ridiculizando a la víctima.

Los efectos de la violencia a través de la televisión, dependen en gran medida de las características y edad de cada persona.

- **Competitividad y humillación del perdedor:** otro de los elementos que encontramos en este tipo de dibujos es un alto grado de competitividad, en el que ganadores y perdedores quedan muy bien diferenciados, y donde lo único que importa es el triunfo. Se trata de un triunfo conseguido, muchas veces haciendo uso de la violencia, y obteniendo como recompensa la popularidad y la fama entre su grupo de iguales.
- **Comentarios sexistas:** se han detectado comentarios despectivos hacia la mujer, junto con la difusión y promoción de roles sexuales.

- **Falta de respeto hacia padres y educadores:** en estas series los niños protagonistas hacen comentarios hacia padres o profesores en los que se cuestiona su autoridad, con una evidente falta de respeto hacia ellos y las normas establecidas.

Desde las escuelas, se hacen verdaderos esfuerzos por ser transmisoras eficaces de valores sociales, de convivencia y respeto.

Dibujos animados no infantiles

El que un programa sea de dibujos animados no quiere decir necesariamente que sea para niños, aunque en algunos casos se emitan en horario infantil. Muchas veces vienen sin calificación de edad, y cuando sí aparece el símbolo, que en la mayoría de los casos que hemos visto suele ser no recomendado para menores de 13 años, la exposición del icono suele ser tan breve en el tiempo que pasa desapercibido. Aunque se procuran evitar las escenas demasiado explícitas, son muy frecuentes las situaciones sensuales, los comentarios y bromas de doble sentido.

- **Los Simpson:** basados en el día a día de una familia americana. Aunque están claramente dirigidos al público adulto, suelen verlos muchos menores. Además, es frecuente que estén patrocinados por productos que sí están dirigidos al público infantil, a la vez que, artículos de *merchandising* de esta serie forman parte de promociones de productos especialmente dirigidos a niños.
- **Padre de familia:** Se trata claramente de una serie de dibujos animados dirigida a un público adulto por los contenidos que tiene, aunque en cambio la emitan a una hora en la que es muy probable que los menores estén viendo la televisión.
- **Futurama:** Es otro ejemplo claro de dibujos animados dirigidos al público adulto, pero que se emite en horario de medio día en festivos y laborables, hora en la que es muy común que un menor esté delante del televisor.

Publicidad

La **publicidad televisiva** atrae la atención recurriendo a **multitud de técnicas** que manejan el color, sonido, rimas fáciles, brevedad de los mensajes, ritmo rápido en el cambio de los planos... Los niños no han desarrollado la **capacidad crítica y valorativa** para poder distinguir la realidad y la fantasía presente en la televisión. Ellos ven y entienden lo que aparece en la TV de **manera diferente** a los adultos.

La publicidad proyecta una **imagen estereotipada o simplificada de los jóvenes**, que no es en absoluto representativa de las muchas maneras que existen de ser joven.

Debemos enseñar a nuestros hijos a consumir racionalmente, evitando el sobreconsumo.

Por otro lado, los niños son consumidores compulsivos, y son mucho más persuasibles que los adultos, por un puro proceso de imitación social. Anuncios de golosinas, establecimientos de comida rápida, consolas, videojuegos... hacen del menor el objetivo número uno y potencial consumidor de todos estos productos. Algunos de estos anuncios, además, más que ofrecer el producto, anuncian directamente el regalo promocional que ofrecen con su compra, captando así la atención y el interés del menor.

Los porcentajes de publicidad son muy altos en las franjas de superprotección. Y donde nuestros hijos están expuestos a un bombardeo de publicidad, que tiene al niño como objetivo directo de sus mensajes.

Conclusiones

En base al estudio de los contenidos televisivos y su publicidad, podemos calificarlos de poco adecuados para los menores por la influencia negativa que pueden ejercer en el desarrollo de sus valores, autoestima, personalidad... ya que en muchas ocasiones es la televisión la que nos dice: el tipo de vida que debemos llevar, la ropa que es más cómoda, cómo sentirse feliz, los valores que son o no son importantes...

Por todo esto, padres y educadores tenemos la responsabilidad y la obligación de enseñarles a hacer un buen uso de la misma, aprovechando la programación adecuada, educativa y de calidad que también existe (diversos programas infantiles, dibujos animados, programas culturales...)

A la hora de decidir lo que le conviene o no a los niños es muy difícil ponerse de acuerdo. Pero aún sabiendo que no existen recetas mágicas, creemos que la programación infantil española se puede mejorar y mucho, ya que destaca por su escasa calidad y los mínimos recursos con los que se realizan estos programas, haciendo del niño un ser pasivo cuya principal actividad es consumir todo lo que se le ofrece.

La televisión es una realidad que no va a desaparecer. Lo que debe hacerse, **aprender a usarla**, mediante una adecuada selección de los programas, y facilitando el diálogo e intercambio de ideas entre la familia, fomentando así una actitud activa y crítica ante ella.



recomendaciones

Algunas de las recomendaciones que se pueden dar a los padres para un adecuado uso de la televisión por parte de sus hijos, son:

- Ver la TV con nuestros hijos y hablar y dialogar sobre los programas que vemos.
- Escoger programas apropiados: Enseñar, no a “ver la TV”, sino “programas de TV” y evitar aquellos no adecuados por su contenido violento, discriminatorio, soez... Grabar programas de calidad para verlos en otro momento.
- Poner límites a la cantidad de tiempo y apagar la TV durante horas de comida, tiempo de estudio, de juego...
- Discutir con ellos sobre el papel de la publicidad y su influencia sobre lo que se compra. Hacerles entender que no todo lo que dice la publicidad es así al igual que no todo lo que dice la tele es verdad.
- Estimular al niño hacia otras actividades alternativas. Hay otras formas de ocupar el tiempo. Buscar alternativas de ocio distintas a la televisión.

- Evitar el *zapping* y tener la tele encendida por pura inercia. Crear el hábito de apagarla cuando acabe el programa que estamos viendo.
- No ubicar la televisión en el dormitorio de los menores, ponerla siempre en salas comunes de la casa.
- Evitar en la medida de lo posible que los niños vean solos la televisión.
- No dejar que la televisión quite tiempo a otras actividades más importantes como el juego, la lectura, el diálogo familiar o el sueño.
- No eludir nuestra responsabilidad echándole siempre la culpa a la televisión.
- Informarnos de los contenidos de los programas que ven. Hoy en día, gracias a Internet, tenemos muchos medios que nos lo permiten. No dejar que los menores seleccionen ellos mismos los programas que quieren ver.

**La televisión debe informar, formar y entretener...
de ti también depende.**

