

5. Recomendaciones

- **Sea un telespectador crítico y reflexivo. (Lolo Rico, «El buen telespectador - Cómo ver y enseñar a ver televisión»)**

Cuando haya un programa que no le parece conveniente, interesante o de buen gusto, hábitúese a cambiar de canal, y si en todos los programas la emisión es parecida tenga la fuerza de voluntad de desconectar el televisor.

- **Fíjese un plan. (Academia Española de Pediatría)**

El aparato de televisión debe estar encendido sólo para ver los programas seleccionados y debe ser apagado cuando terminen. Lo más importante es que cada familia haga un plan para el uso de la televisión. Para ello, realice o ayude a seleccionar a los hijos los mejores programas diarios, para ver durante un tiempo que habitualmente no debe pasar de dos horas, y así poder realizar sin apuros los deberes cotidianos, y disponer aún de tiempo libre para actividades de ocio.

- **Vea la televisión en familia. (Dr. Jorge Yarce, Televisión y Familia)**

Es mejor tener el televisor en una sala de estar o sitio de descanso de toda la familia. Procure ver la televisión con los hijos, comentando con ellos los aspectos más polémicos y sobresalientes de la programación. Pero no olvide que hablar y jugar con los hijos es mejor que ver la televisión juntos.

- **Ponga límites a la televisión.**

Los padres deben empezar por dar ejemplo a los hijos, viendo ellos mismos la televisión según unos horarios. Si no se dosifica el uso de la televisión, será muy difícil evitar el desorden y los efectos negativos.

- **No deje la televisión como niñera electrónica.**

No use la televisión como niñera electrónica. Al niño no se le puede poner a ver televisión para que deje en paz a sus padres.

- **Evite instalar televisiones en los dormitorios.**

La instalación de aparatos de TV en los cuartos de los niños y adolescentes puede producir nefastas consecuencias. Por eso, los especialistas recomiendan no dejar televisores ni videos en el cuarto de los niños.

- **Sea un competidor de la televisión. (Academia Española de Pediatría)**

Pase más tiempo junto a sus hijos, hablando y jugando con ellos, favoreciendo la diversión instructiva, la actividad deportiva, la lectura y la actividad artística de sus hijos.

- **Dé criterios a sus hijos. (Academia Española de Pediatría)**

Explique a los hijos con claridad y razonadamente el equilibrio necesario entre los horarios dedicados a la televisión y las obligaciones escolares y extraescolares.



S.O.S. FAMILIA

Boletín Informativo S.O.S. Familia nº 28 – Septiembre 2000



Informe sobre la repercusión del medio televisivo en el público juvenil madrileño



SUMARIO

Editorial.....	3
Informe sobre la repercusión del medio televisivo en el público juvenil madrileño.	
Finalidad del Informe.....	4
¿Cómo se realiza actualmente el consumo de la TV?.....	4
Un ejemplo de la influencia dañina de la TV	5
La TV: el gran «tótem» socializador	6
Hay que mantener un recto equilibrio en el consumo televisivo.....	6
Informe S.O.S. FAMILIA	7
1) Perfil de la muestra	7
2) Análisis cuantitativo	8
Hábitos juveniles en el consumo de la TV	
a) diario	8
b) los fines de semana	8
Consumo de la TV	
c) Por edad.....	9
d) Por sexo	9
e) Distracción mientras estudia	9
f) Capacidad fijación perceptiva	10
g) Gusto por la lectura	10
h) Conformidad con su consumo	10
i) Opinión provoca adicción	10
j) Modelos de TV afectan el comportamiento	10
k) Los contenidos sexuales perjudican la formación moral	11
l) Horas más propicias para el consumo de TV	11
m) Consumo de Tv mientras hacen los deberes	11
n) Distracción mientras estudian	12
o) Facilidad para la memorización	12
p) Gusto por la lectura	12
q) Forma de ver la TV	12
r) Conversación familiar frente a la TV	13
s) Aparato de TV en su dormitorio	13
t) Opinión TV comunicación familiar	13
u) Discusión por ver un programa u otro	13
v) Control familiar frente a la TV	14
x) Opinión tiempo idóneo para el consumo de la TV	14
y) Opinión si TV provoca adicción	14
z) Influencias de los modelos televisivos en el comportamiento juvenil	14
3) Análisis cualitativo - Conclusiones	15
4) Modelo estadístico - Conclusiones	15
5) Recomendaciones	16

3. Análisis cualitativo

Conclusiones

- ➔ Una amplia mayoría personifica el medio televisivo, otorgándole características humanas.
- ➔ La mayoría de nuestro público juvenil ha realizado una valoración de la TV desde un perspectiva de entretenimiento, perdiendo otras características inherentes del medio televisivo, como son su carácter de información y comunicación.
- ➔ Positividad del medio televisivo, siempre y cuando se realice un consumo responsable de ella.
- ➔ La TV se ha implantado en nuestra sociedad como medio fundamentalmente utilizado por nuestros jóvenes como instrumento para ocupar su tiempo libre.

4. Modelo estadístico

Conclusiones

- ➔ Al aumentar el consumo de TV, la capacidad de nuestro público juvenil a la hora de seguir la explicación del profesor disminuye.
- ➔ Al aumentar el consumo televisivo realizado por nuestro público juvenil, disminuye el gusto por leer, mostrado por nuestro universo.
- ➔ Al aumentar el consumo televisivo por nuestro público juvenil, aumenta la tendencia a preferir ocupar el tiempo de ocio en consumir más TV.
- ➔ Al aumentar el consumo televisivo realizado por nuestros jóvenes, aumentan las probabilidades de que se generen disputas familiares.
- ➔ Al aumentar las horas de TV consumidas por nuestros jóvenes, hay una mayor tendencia a considerar como buena la programación televisiva. Es decir, la calificación que realizan los jóvenes de la programación televisiva dependen, en un importante grado, del consumo televisivo que realicen y no viceversa.

→ v) Control familiar frente la TV



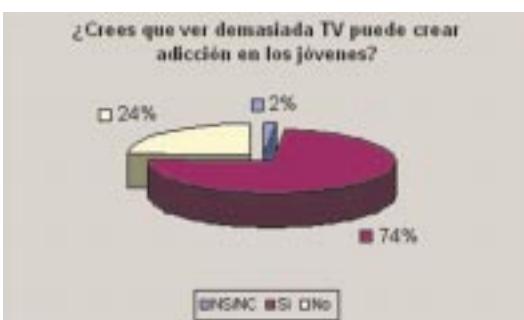
Las opiniones acerca del control familiar sobre los contenidos televisivos está muy repartida. A pesar de ello, observamos una tendencia hacia los ítems «sólo de vez en cuando» y «sí, con frecuencia».

→ x) Opinión tiempo idóneo del consumo de TV

La mayoría de la población estudio se sitúa en la franja temporal que va desde las dos hasta las tres horas de consumo de TV. Sólo un 10,7% cree que consumir cuatro horas de TV es lo apropiado y sólo un 4,5% coincide en opinar que es aconsejable ver la TV cinco horas diarias.



→ y) Opinión si la TV provoca adicción



Podemos observar como la gran mayoría de nuestros jóvenes contesta afirmativamente a esta pregunta. Concretamente un 74,24% de los encuestados frente a un 24,10% que opina lo contrario.

→ z) Influencia de los modelos televisivos en el comportamiento juvenil

El 68,6% dice que sí influyen. El 16% no cree que dichos modelos propagados por este medios puedan influir en la juventud. Un representativo 15,3% dice no saber u opta por no contestar.



Editorial



xiste cada vez entre los padres de familia y las personas dedicadas a la docencia una preocupación creciente por los peligros que el abuso de la

TV conlleva, así como por los contenidos violentos, inmorales o de escasa calidad que la mayoría de las cadenas de televisión emiten normalmente.

Tanto las Asociaciones de Padres de Alumnos (APAs) como las Escuelas de Padres y el profesorado han manifestado esa preocupación interesándose enormemente por el vídeo que S.O.S. Familia editó a comienzos del pasado curso escolar, recogiendo una serie de recomendaciones para hacer un buen uso de la TV.

Lamentablemente, siempre los más afectados suelen ser los jóvenes, que son quienes carecen de criterios sólidos para no dejarse modelar por el poder fascinador de la TV.

El miedo sobre las posibles desviaciones profundas en las personalidades de nuestros jóvenes ha llevado a S.O.S. Familia ha pedir en numerosas ocasiones medidas de protección específicas para los menores.

Un Informe sociológico confirma las tesis de S.O.S. Familia

Movidos por esta preocupación, encargamos, en el mes de abril pasado, a dos sociólogos un Informe sobre la repercusión del medio televisivo

en el público juvenil madrileño. Para ello, se les entregó el resultado de un cuestionario llenado por 1.705 niños/as, pertenecientes a 7 colegios de la Comunidad de Madrid, sobre el consumo de la TV, así como otras preguntas relacionadas con el uso de la TV y su repercusión en el colegio y las relaciones familiares.

Después de más de un mes de trabajo nos entregaron un amplio y detallado Informe de 200 páginas, incluyendo numerosos gráficos. En dicho Informe se confirman muchas de las tesis que S.O.S. Familia ha venido defendiendo en sus publicaciones y conferencias. Después de analizar las respuestas del consumo televisivo junto con las relacionadas a la familia y la escuela llegaron a la conclusión de que hay una estrecha relación entre el consumo televisivo y el deterioro de las relaciones familiares o el escaso rendimiento escolar.

Publicamos en este número especial de nuestro boletín un resumen del Informe, recogiendo las principales conclusiones, así como las diversas recomendaciones que se dan a los jóvenes telespectadores.

Próximamente, extenderemos este estudio a otras Comunidades que han respondido nuestro cuestionario. Hasta ahora hemos recibido ya 6.706 cuestionarios, correspondientes a más de 100 colegios. Cuando tengamos el resultado del Informe de todas ellas pensamos publicar un libro, con las conclusiones principales.

Informe sobre la repercusión del medio televisivo en el público juvenil madrileño

Finalidad del Informe

El siguiente informe está orientado a dar una visión específica y detallada sobre las repercusiones originadas por el consumo televisivo en el público juvenil madrileño de 12 a 16 años. Dichas repercusiones han sido consideradas en el ámbito familiar, en el sistema educativo, y en el ámbito psicológico, a través del análisis de las estructuras cognitivas de los jóvenes.

La TV se implantó en España como medio de comunicación y de masas en la década de los sesenta, junto cuando España gozaba del desarrollo económico contagiado por la bonanza económica que se estaba dando en el resto del mundo. En España el medio televisivo se impuso con retraso respecto a los demás países desarrollados, como consecuencia del período autárquico que se dio en nuestro país en la década anterior.

En los años cincuenta, mientras Lazarsfeld comenzaba a estudiar las repercusiones del consumo televisivo en la sociedad norteamericana, en España como consecuencia el aislacionismo económico y social todavía se encumbraba como medio más conocido y

más utilizado a la radio. Como consecuencia de los avances técnicos, se fue introduciendo en nuestros hogares la TV.

En un primer momento, era el televisor el centro de reunión de los vecinos. Las comunidades vecinales se reunían en torno a uno de estos aparatos y lloraban juntos las desgracias de la "malvarrosa", se informaban sobre los triunfos del Real Madrid, llevados por la bota de Di Stefano.

Sin embargo, pronto la extensión de modelos familiares cerrados, ubicados en anónimos apartamentos; el crecimiento industrial,

seguido por la expansión de modelos familiares más nucleares; la mejora de la calidad de vida, originó que ya pasada la década de los ochenta, en España se diera una cobertura televisiva total en casi todos los hogares.

¿Cómo se realiza actualmente el consumo de TV?

Frente a las características dadas en el consumo de TV en los primeros años de implantación, se puede decir que actualmente el



Actualmente las niñas están frente al televisor una media de más de 3 horas diarias.

→ r) Conversación familiar frente la TV

La mayoría de los encuestados considera que conversa bastante con sus familiares frente al televisor. Así, un amplio, 30,5% considera que lo hace «muy frecuentemente». Además un 54,7% responde un «de vez en cuando». Estos porcentajes disminuyen, como podemos ver en los ítems negativos «no nunca» o «muy raramente». Donde los porcentajes disminuyen hasta un 2,6% y un 5,9% respectivamente.



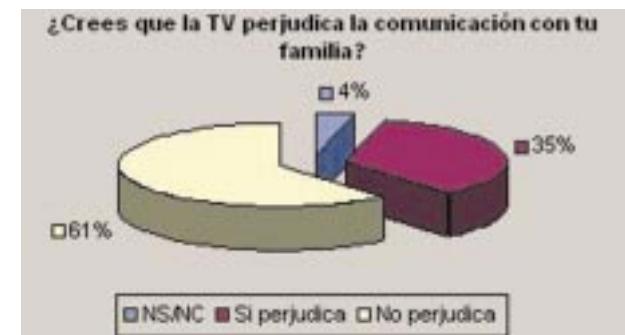
→ s) Aparato de TV en su dormitorio



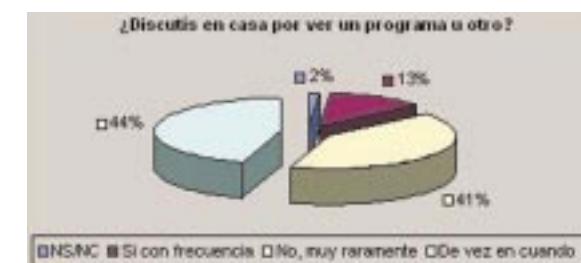
Un 32,7% de los jóvenes dicen tener televisión en su dormitorio.

→ t) Opinión TV comunicación familiar

Una gran parte de nuestros encuestados considera que la TV no perjudica la comunicación familiar (un 60,9%) frente a un 35,2% que afirma todo lo contrario.



→ u) Discusión por ver un programa u otro



Una minoría, sólo el 12,5% considera que con frecuencia discute frente al 41% que declara discutir en muy raras ocasiones.

➔ n) Distracción en el estudio

La mitad de los encuestados considera que se distrae mientras estudian «sólo de vez en cuando». El otro 50% queda repartido prácticamente por igual entre los que sí se distraen muy a menudo y aquellos que muy raramente lo hacen.



➔ o) Facilidad para la memorización



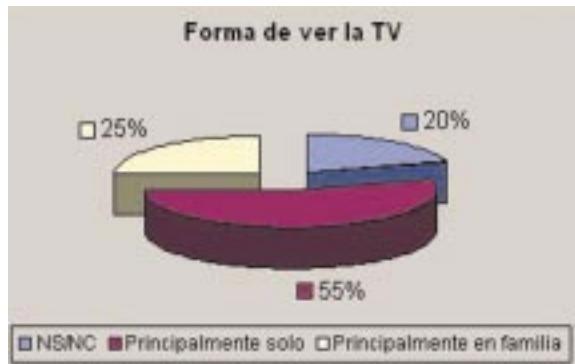
Un mayoritario 69,96% declara memorizar fácilmente lo que estudia. Frente a un 26,86% de nuestro público juvenil que dice tener dificultades a la hora de memorizar aquello que estudia.

➔ p) Gusto por la lectura

El 45,17% de nuestro público juvenil dice que le gusta mucho leer. Un 43,85% dice que lee de vez en cuando. El 10,01% dice que no le gusta nunca leer.



➔ q) Forma de ver la TV



Un mayoritario 54,9% dice ver la TV en familia, un amplio y representativo 24,9% dice no saber o prefiere no contestar. El resto, es decir el 20,2% indica que ve la TV, principalmente solo.

televisor se ha convertido en un miembro más de las familias españolas, un pariente cercano, que observa a veces mudo y otras veces no tanto, los comportamientos de las familias. Es una ventana abierta al mundo que nos rodea, nos traslada e informa, nos entretiene y, a veces, nos abarca.

Obviamente el desarrollo psicológico del individuo, que es constante y siempre cambiante, es más susceptible a cambios en las edades tempranas. La estructura psicológica está constituida por los marcos de referencia. Éstos a su vez se construyen sobre la base de las experiencias directas y por medio del aprendizaje ya sea vicario o secundario.

El comportamiento humano se basa en buena parte en esa estructura psicológica. No ya que pararse mucho a reflexionar para darse cuenta de que se convierte el medio televisivo en el artificio de doble filo en su intervención en la construcción de estos marcos referenciales que inducen el comportamiento. Así pues, en nuestra sociedad, es la programación consumida de televisión, base y cimiento de esos datos secundarios percibidos por unos emisores jóvenes con escasa experiencia. Ahí radica precisamente el peligro existente en el abuso de consumo televisivo.

Un ejemplo de la influencia dañina de la TV

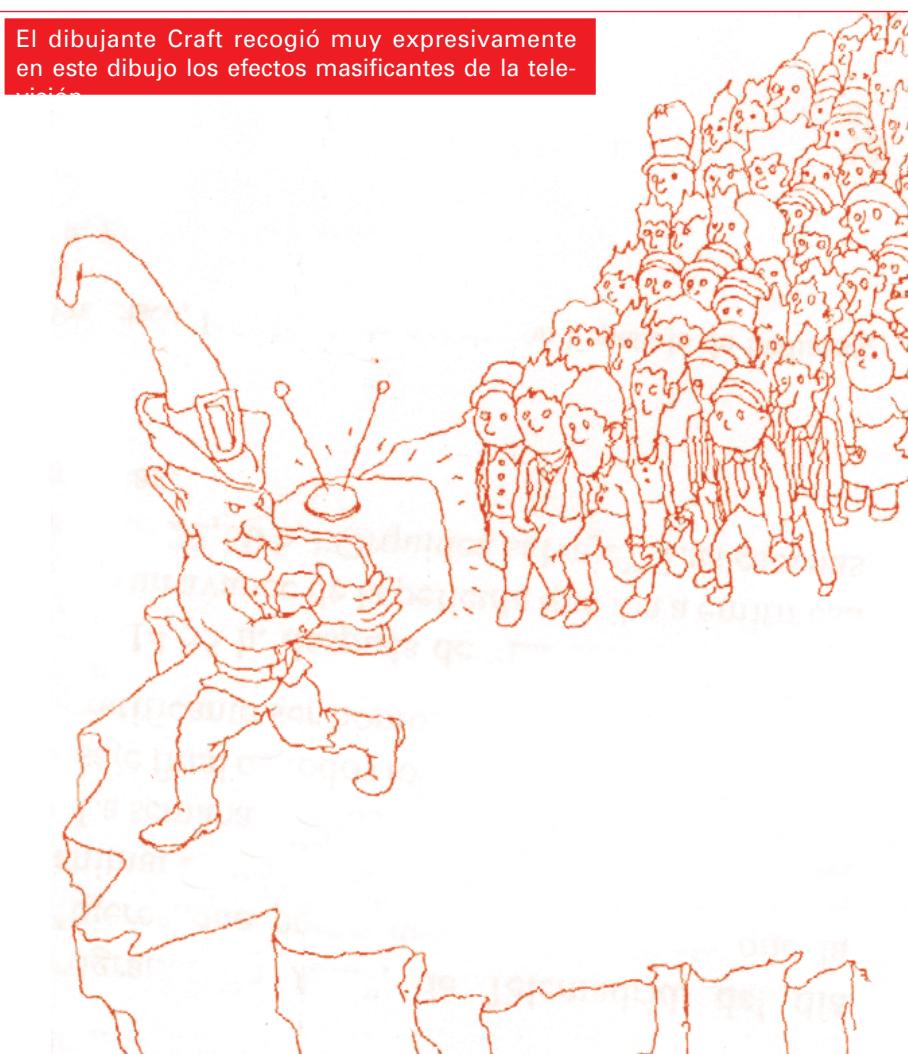
Sin más, vamos a poner un ejemplo que refleja claramente lo que estamos diciendo: «Un día del mes de febrero pasado, TV3 emitió un espacio titulado FX2 efectos especiales, en donde un técnico de efectos especiales simulaba matar a un motorista con una cinta cruzada en la calle durante el rodaje de una

película. En la madrugada del jueves 24 de febrero, cuatro niños de entre 12 y 15 años del barrio del Camp de L'Arpa de Barcelona imitaron la escena en la calle de la industria: el primer motorista que pasó, Juan Matías Lozano Delgado, de 41 años cayó en la trampa y quedó degollado y muerto a los poco minutos. Una vez detenidos los jóvenes confesaron que sólo querían probar los efectos especiales que habían visto en la TV». Este caso es desolador, hecho explícito y manifiesto de las posibles repercusiones de la TV en la formación psicológica de los individuos. Lo peligroso de estos efectos es que forman la estructura referencial de los jóvenes creando modelos de comportamiento, generando anti-valores arraigados que motivan arduamente el comportamiento juvenil, haciendo que

en algunos casos se pueda hablar de asesinatos realizados por niños de apenas cuatro años, porque imitan el comportamiento de, por ejemplo, un muñeco diabólico.

Actualmente se estudian las audiencias con fines básicamente publicitarios. Si en un principio los estudios sociológicos realizados en España tenían una clara orientación política, porque ante todo se buscaba ver cómo influían ciertos modelos televisivos en la formación de la opinión política de los ciudadanos españoles, actualmente, al considerar a la TV como medio fundamental de socialización y base principal de construcción de la estructura psicológica del individuo, se busca analizar públicos objetivos, dando por hecho que el consumo televisivo es mayoritario en nuestra sociedad, y por ello dichos estudios están orientados en

El dibujante Craft recogió muy expresivamente en este dibujo los efectos masificantes de la televisión



definir públicos objetivos para poder posteriormente anunciar aquello que nuestra audiencia pueda necesitar, o simplemente crear esa necesidad de consumo, en nuestros públicos.

La TV: el gran “tótem” socializador

Como se puede observar la TV no es sólo uno más de la familia, sino el gran “tótem” socializador, que impone pautas comportamentales, que refleja modas y hábitos de lo que socialmente se cree como establecido. Es, pues, la TV un instrumento cultural creado por el hombre que le ha abarcado. En esta ocasión se puede decir que la máquina puede a su inventor, ya que no sólo la TV es lo que es por el hombre, sino que a éste le impone sus deseos, sus perturbaciones más oscuras que se expresan explícitamente en la programación.

Pero no podemos caer en una visión apocalíptica de este medio. La TV existe porque los hombres la inventaron, y hay que estudiarla de una manera objetiva. La repercusión del consumo televisivo en nuestra sociedad es clara, pero el hecho de que sea un instrumento anti-socializador, que influya negativa o positivamente en los niños, no depende de exclusivamente de ellos, sino también y, a veces, principalmente, de los mayores, de la educación que imparten a sus hijos sobre el consumo correcto de la TV, el control que ejerzan sobre los menores con respecto a la cantidad adecuada que deban ver, o, entonces, de como censurar determinados contenidos que puedan atentar directamente contra la formación de los jóvenes.

Hay que mantener un recto equilibrio en el consumo televisivo

Es necesario, pues, mantener una postura equilibrada sobre la TV, tanto a la hora de estudiarla como de consumirla. Hay que considerarla como un medio y no un fin en sí mismo. Y hay que mantener una postura crítica sobre aquellos contenidos que son emitidos, así como una actitud equilibrada ante el consumo de TV, ya sea desde el grado cuantitativo como del cualitativo. Hay que modificar las actitudes y los planteamientos de fondo, el llamado “problema de la TV”, no es en ningún caso un problema de los adolescentes. No es un problema de ellos, sino todo lo contrario. Para ellos, la TV es, en la mayoría de los casos, absolutamente inocente. Es un medio de entretenimiento y de diversión, sin fijarse muchas veces si esa “diversión” puede serle nociva en su desarrollo moral, psicológico o, incluso, intelectual.

La TV es, en realidad, un problema de los adultos. Son adultos los responsables de la programación y son ellos los responsables igualmente del uso/abuso que los adolescentes hacen de la misma.



El juego es fundamental para una equilibrada formación psicológica y cognitiva del niño.

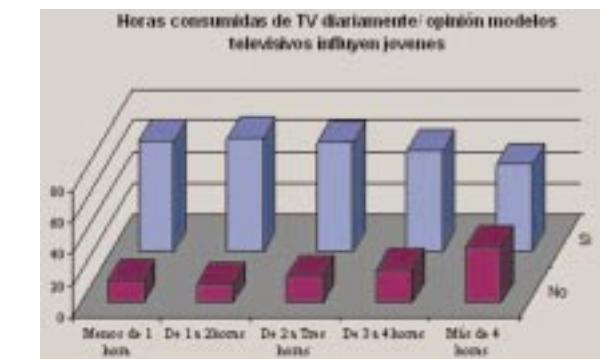
Los adultos sabemos que la TV no es inocente. Sabemos que contiene grandes dosis de perversidad, justamente porque los niños son en gran medida todavía inocentes, es decir porque no tiene por definición todavía suficiente capacidad discriminatoria en la selección y valoración del caótico juego de alternativas que les ofrece el mundo percibido a través de la pequeña pantalla.

En definitiva, los adultos sabemos que la perversidad de la TV está en el hecho de ser hoy en día el principal factor de referencia en nuestras sociedades postmodernas. Y eso es justamente lo que ignoran los más pequeños. Cuando se den cuenta de ellos habrán perdido la verdadera inocencia. Por ello, consideramos que la misión de padres y educadores es la de ayudarlos a ser responsables en el uso de la TV y darles criterios para que ellos sepan distinguir lo que les conviene y los que nos les conviene ver. En resumen, tendremos que enseñarles a ver críticamente la TV.



↳ j) Consumo de TV/modelo TV afecta comportamiento

La mayoría de las opiniones expresadas considera que los modelos televisivos influyen en el comportamiento juvenil. Exactamente un 68,6% así lo considera frente a un 16% que no lo cree. Nos ha llamado mucho la atención el alto porcentaje de falta de respuesta en esta pregunta frente a otras. (Un 15,3%).



↳ k) Consumo de TV/contenidos sexuales perjudica formación moral

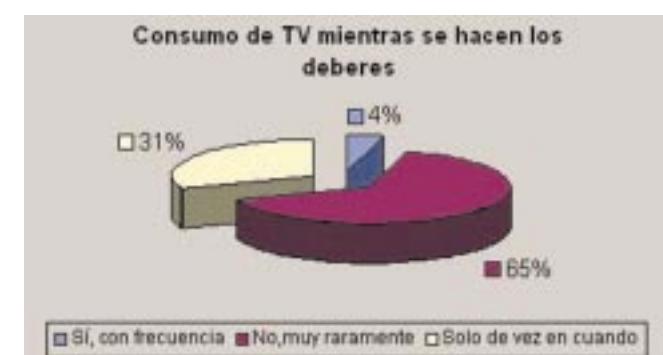
De los que aseguran consumir menos de una hora de TV, un 54% afirma que el sexo como contenido televisivo perjudica la formación moral de los adolescentes. Este porcentaje decrece hasta un 26,7% entre aquellos que afirman consumir más de 4 horas.

↳ l) Horas más propicias para el consumo de TV

- Un 4,1% de nuestra población dice consumir TV por las mañanas a partir de las 7:30 horas.
- Un 23,5% del público juvenil, dice realizar su consumo televisivo preferentemente por la tarde, es decir a partir de las 17:00 horas.
- Un muy mayoritario 61,9% dice que las horas en las cuales realiza preferentemente el consumo de TV, es por la noche. Es decir a partir de las 21:00.

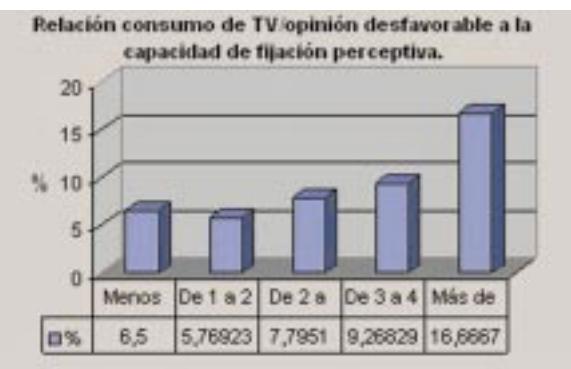
↳ m) Consumo de TV mientras se hacen los deberes

Un 63,95% declara no hacer los deberes y ver la televisión al mismo tiempo. Este dato es muy relevante si lo comparamos con el de aquellos que sí afirman realizar este hábito. Hablamos en este caso de sólo un 4,01%.



➔ f) Consumo de TV/capacidad fijación perceptiva

Los que consumen menos de una hora de TV sólo el 6,5% considera que le cuesta seguir las explicaciones del profesor. Este porcentaje se multiplica casi por tres cuando el consumo del medio televisivo es mayor de cuatro horas.



➔ g) Consumo de TV/gusto por la lectura



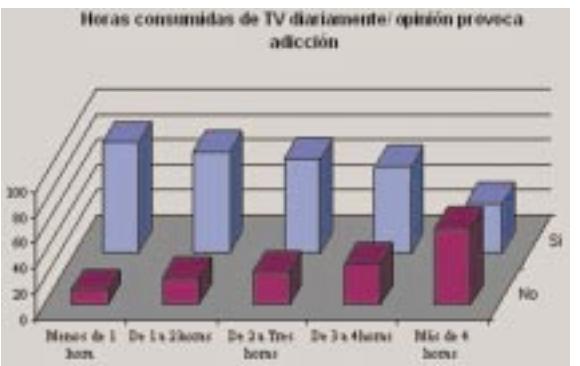
Aquellos que consumen menos de una hora, el 61,5% considera que lee mucho frente al 28,3% de los que consumen más de 4 horas de televisión. Igualmente considerar aquellos que tienen gusto por leer. Sólo un 7% de los que consumen menos de una hora de TV no les gusta leer frente al 30% de los que consumen más de 4 horas.

➔ h) Consumo de TV/conformidad con su consumo

Los que consumen menos de una hora considera en su mayor parte (Un 32,5%) que ese es el consumo que un joven debería tener. Este porcentaje se incrementa con aquellos que consumen entre 1 y 2 horas (46,9%), entre 2 y 3 horas (49,4%) o entre 3 y 4 horas (48,3%).



➔ i) Consumo de TV/opinión provoca adicción



A mayor consumo de TV la opinión sobre si esta provoca adicción se vuelve negativa. Así pasamos de un 86% de los que consumen menos de una hora de TV que opinan que si crea adicción, frente a un 38,3%, que dicen consumir más de 4 horas.

S.O.S. Familia Informe

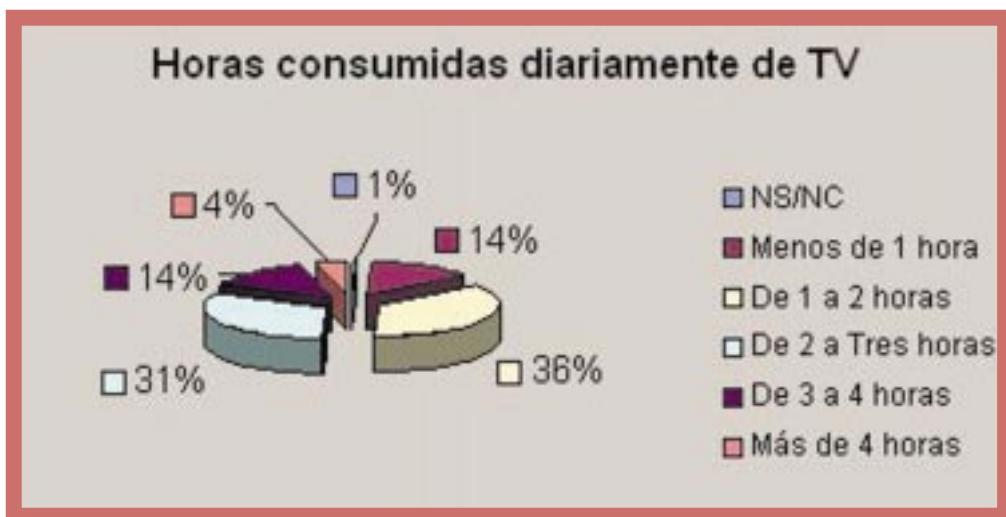
1. Perfil de la muestra

- ➔ Niños y niñas pertenecientes a 7 colegios de la Comunidad de Madrid y con edades comprendidas entre los 12 y 16 años de edad, teniendo la gran mayoría 14 años (23,6%).
- ➔ El 49,3% consume más de 2 horas de televisión los días laborables y el 64% más de 3 horas los fines de semana.
- ➔ Suelen ver la televisión fundamentalmente por la noche.
- ➔ Su programa preferido es «Compañeros», que es emitido por Antena 3.
- ➔ A la gran mayoría le gusta las películas en contra de documentales, informativos, concursos y dibujos animados.
- ➔ Los mayores de 14 años le gusta los dibujos violentos en mayor grado que aquellos de edad inferior.
- ➔ No suelen ver la televisión y hacer los deberes al mismo tiempo.
- ➔ La mayoría considera que no tienen problemas para memorizar lo que estudia.
- ➔ La mayoría opina que les gusta la lectura, sin embargo declaran que dedican poco tiempo a leer.
- ➔ Suelen ver la televisión en familia.
- ➔ Un 32,7% de los jóvenes poseen televisión en su dormitorio.
- ➔ A la hora de las comidas suelen ver la TV.
- ➔ En su tiempo libre dicen preferir estar o jugar con sus amigos.
- ➔ Consideran que la TV no perjudica la comunicación con su familia.
- ➔ El 29% declaran que sus padres controlan «muy raramente» lo que ven en televisión y el 33% «sólo de vez en cuando».
- ➔ Suelen consultar con sus padres o hermanos mayores aquellos contenidos televisivos que no entienden.
- ➔ Creen que la TV ataca los valores familiares.
- ➔ Consideran que un consumo extremado de televisión provoca una adicción y perjudica el rendimiento escolar.

2. Análisis cuantitativo

→ a) Hábitos juveniles en el consumo diario de TV

Un 13,8% dice consumir menos de una hora la TV. De 1 a 2 horas un 35,9%. De 2 a 3 horas consumidas diariamente lo dice un 31%. De 3 a 4 horas un 14,2% y más de 4 horas un 4,1%.



→ b) Hábitos juveniles en el consumo de TV los fines de semana

- Dicen consumir menos de una hora la TV un 2,7%. El 8,8% de la población estudio dice ver la TV los fines de semana entre una y dos horas. Un 22,4% dice consumir la TV entre dos y tres horas. El 22,5% ve la TV los fines de semana entre tres y cuatro horas y un 26,5% ve la TV más de cuatro horas. Un 15,1% dice ver la TV más de 5 horas los fines de semana.



- Se observa claramente la tendencia de aumentar el consumo televisivo por parte del público juvenil los fines de semana. Porque el ocio, y el tiempo libre propicia el aumento del consumo de TV, incluso la programación televisiva de los fines de semana está más orientada a los jóvenes que en los días laborales.

→ c) Consumo de TV por edad



A menor edad hay una cierta tendencia a realizar un consumo televisivo más moderado y equilibrado que en las edades de 13 a 15 años que se caracterizan por un consumo menos controlado por sus familiares. Haciendo que dicho consumo sea más irresponsable y elevado.

En el grupo de edad que va desde los 16 años en adelante, a pesar que la audiencia de TV es un comportamiento y generalizado, resulta curiosa la tendencia a la ocultación de dicho hábito.

→ d) Consumo de TV por sexo

- Los niños dicen ver TV menos de una hora diaria un 12,2%. El 33,4% de los niños dicen ver TV de una a dos horas. Un 32,0% dice ver diariamente la TV entre dos y tres horas. De tres a cuatro horas diarias son consumidas por un 15,1% de los niños. Y el 6,0% ve más de cuatro horas.
- Las niñas dicen ver TV menos de una hora diaria un 15,0%. El 37,7% de las niñas consumen TV de una a dos horas diarias. El 30,3% de las niñas consumen de dos a tres horas diarias la TV. El 13,5% ve TV de tres a cuatro horas. Un 2,8% ven la TV más de cuatro horas diarias.

→ e) Consumo de TV/distracción mientras estudia

De los que aseguran consumir menos de una hora de televisión, sólo el 19% consideran que se distraen muy a menudo. Este porcentaje aumenta hasta un 40% cuando el consumo de televisión es mayor de 4 horas.

