

¿ES TAN PERJUDICIAL LA TELEVISIÓN QUE VEN LOS JÓVENES Y ADOLESCENTES?

Is watching television really so bad for young children and teenagers?

*Maria Concepción Medrano Samaniego
Santiago Palacios Navarro
Universidad del País Vasco*

Resumen

En este trabajo se presentan los resultados de un estudio piloto realizado en la Comunidad Autónoma del País Vasco con una muestra de sujetos con edades comprendidas entre 12 y 40 años. Dentro de una investigación más amplia donde se pretende relacionar la dieta televisiva y los valores implícitos y explícitos que se perciben en los contenidos televisivos, se exponen algunas diferencias y semejanzas respecto a los hábitos y dieta televisiva de los diferentes grupos de edad. Los datos encontrados nos permiten concluir que los programas más visionados no son los más perniciosos para adolescentes y jóvenes, ni tampoco que el visionado de la televisión impida el desarrollo de otro tipo de actividades.

Palabras Clave: *hábitos y dieta televisiva, diferencias evolutivas, cuestionario de hábitos televisivos*

Abstract

This research project aims to analyze the similarities and differences between the television habits and diet of a sample of adolescents and young people aged between 12 and 40 in the Autonomous Region of the Basque Country. We are specifically interested in analyzing the implicit and explicit values underlying television contents. The results showed more differences than similarities in accordance with the age criterion. The obtained data show us that the time spent watching TV is not so long as we might have expected and this activity does not replace other ones either. As regards the television diet, the favourite contents are fiction series and news, but not the most harmful programmes.

Key words: *television habits and diet, developmental differences, Questionnaire on television Habits.*

Correspondencia: Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación. Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación. Avenida Tolosa, 70. 20018 San Sebastián. E-mail: mariaconcepcion.medrano@ehu.es. Santiago Palacios Navarro. E. U. De Formación del Profesorado de Guipúzcoa. Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación. Av. de Tolosa, 20018 San Sebastián.

Introducción

Si hacemos una síntesis de los resultados encontrados en las últimas décadas respecto a la influencia que la televisión tiene en los jóvenes y adolescentes el balance es contradictorio. Algunos autores y corrientes manifiestan posturas defensivas y otros conciben el medio televisivo como un instrumento formativo. Es decir, la televisión se puede constituir en una fuente de formación afectiva, social y de pensamiento. En nuestra opinión, para abordar la influencia de este medio es preciso considerar múltiples factores tanto personales como contextuales, así como estudiar los productos televisivos en relación con los procesos culturales donde adquieren su verdadero sentido. (Casetti y Di Chio, 1999; Medrano, 2005).

En la actualidad, de acuerdo a la revisión de la literatura, los investigadores centran su atención en la línea constructivista y culturalista, en la que nos posicionamos. Se estudian los efectos de la televisión desde los conceptos de “agenda setting” (Severin y Tankard, 1997), “framing” (Hallahan, 1999; Scheufele, 2004), “uses and gratifications” (Rubin, 2002) o entretenimiento por regulación tensional (Zillmann 2002). Es decir, las teorías actuales consideran que la televisión no tiene una influencia directa (buena o mala) sobre la infancia sino que es una relación compleja en la que intervienen muchas variables.

Concretamente, si nos referimos a los hábitos televisivos son muchos los trabajos que señalan que el consumo de nuestros jóvenes y adolescentes es extenso en el tiempo, continuo e intenso. Se consumen programas para adultos y, especialmente, de cadenas generalistas. Ciertamente esta situación es a primera vista preocupante, sobre todo, si tenemos en cuenta que la televisión desde su integración en el mercado, más que fabricar contenidos lo que principalmente fabrica son audiencias (Pindado, 2005). Está claro, como se ha señalado al principio, que las investigaciones realizadas en torno a la influencia de los hábitos televisivos en el desarrollo de jóvenes y adolescentes arrojan datos contradictorios. Por un lado, se demuestra que los sujetos que ven mucha televisión son más creativos, y por otro lado encontramos autores que defienden que el propio medio televisivo ritualiza procesos imaginativos, encauzándolos hacia situaciones sin misterio, héroes mecanizados y finales sin ninguna emoción.

Ahora bien, a pesar de que en ocasiones los datos son contradictorios ¿debemos continuar pensando que ver mucho la televisión fomenta hábitos de pasividad, desplaza a otras actividades y es perjudicial? En nuestro estudio piloto tal y como se analiza posteriormente nuestros adolescentes y jóvenes ven la televisión fundamentalmente para divertirse y/o entretenerse, no pudiendo afirmar que ven un número exagerado de horas la televisión, ni que los programas que ven sean los más perjudiciales para ellos. En este sentido y según los datos del análisis de audiencia del mes de Mayo de 2005 proporcionados por TNS Audiencias de medios (antes Sofres) dos géneros destacan entre el resto de los emitidos: las series de ficción y el deporte.

Marco teórico

Se pueden resumir en tres las perspectivas teóricas para explicar la influencia de los hábitos televisivos en los jóvenes y adolescentes. La primera denominada de

usos y gratificaciones. Esta corriente se sustenta en la hipótesis de que la televisión se ve para satisfacer necesidades personales. De manera que, por ejemplo, aquellos adolescentes que se relacionan menos con sus iguales o con sus padres tienden a ver más televisión. La segunda perspectiva se centra en la influencia de los padres y defiende que el estilo educativo de los padres, así como sus valores se relaciona con los hábitos televisivos de sus hijos. En este sentido los hijos de los padres que practican y valoran la orientación y guía de sus hijos ven menos televisión que los hijos cuyos padres no restringen el visionado de la televisión o presentan valores más conformistas. Y en tercer lugar, la perspectiva de la *disponibilidad de recursos*. Desde esta perspectiva se defiende la idea de que aquellos sujetos que tienen menos posibilidades de participar en actividades extraescolares organizadas y sistemáticas ven más la televisión.

Krosnick, Narayan Anand y Hartl (2003) han estudiado en una muestra de preadolescentes y adolescentes los hábitos televisivos en relación a las tres teorías anteriormente indicadas (satisfacción de necesidades, influencia de los padres, disponibilidad de recursos). Los autores encuentran, por un lado, que ven más televisión aquellos sujetos que manifiestan una menor interacción con sus iguales o sus padres. No obstante, no encuentran relaciones significativas entre conflictos parentales y visionado de televisión. Por otro lado, los adolescentes que tienen más acceso a la lectura o a actividades extracurriculares, también ven menos televisión. Igualmente no encuentran relaciones significativas entre los ingresos económicos y los hábitos televisivos. Curiosamente los preadolescentes que pasan más tiempo con sus padres, también ven más televisión con ellos. Es decir, el tiempo pasado con los padres, en muchos casos, equivale a tiempo viendo la televisión. En esta línea Pindado (2005) defiende que el consumo televisivo se incrementa a medida que se desciende la pirámide social.

Desde el punto de vista teórico, no concebimos al espectador como un sujeto pasivo sino que incorpora la información televisiva desde distintos contextos y en un contexto político y social concreto (Medrano, 2006). Partimos de la hipótesis básica de que los textos audiovisuales no son unívocos ni transmiten significados cerrados y que a través de los contenidos televisivos se puede generar diálogos guiados por distintos mediadores. La influencia potencial de la televisión en las generaciones más jóvenes hay que interpretarla como mediada por los contextos culturales. La investigación actual se realiza desde una visión global y sistémica que incide en la importancia de variables respecto al sujeto (edad, capacidad cognitiva, etc.) el propio programa y lenguaje mediático (encuadre, composición, tipografía, etc.) y el contexto de visionado (agendas y hábitos televisivos, estilo de mediación parental, etc.).

Si nos centramos en la variable edad, el patrón de visionado aumenta desde la enseñanza infantil hasta la primaria, tiempo que decrece hasta que se vuelve a producir un pico en la pubertad y comienzo de la adolescencia para volver a descender al final de la misma. Una explicación dada por los autores, no es la referida a la edad cronológica, sino a las capacidades cognitivas que son cambiantes y a los diferentes acontecimientos relacionados con la edad. Así los sujetos más jóvenes

prefieren programas como dibujos animados, para elegir después programas dramáticos con base en programas reales y en la adolescencia preferir programas de entretenimiento para adultos. Se destaca el espacio privilegiado que ocupa la ficción y, en concreto, las series juveniles para los adolescentes donde la narración transcurre en la contemporaneidad. Los adolescentes buscan la unión entre la realidad y la ficción (Franca Rocha, 2003).

Al revisar la investigación respecto a que sea la televisión el tema principal de conversación con los amigos o la familia, Stanger (1997) demuestra que los adolescentes americanos manifiestan que la televisión, en general, suele ser el tema principal de conversación tanto con los amigos como con la familia. Sin embargo, en el caso concreto de los informativos, se comentan más en familia que con los amigos. Igualmente existe evidencia empírica de que a medida que aumenta la edad disminuye como tema de conversación. Estos mismos datos son confirmados por los trabajos de Pasquier (1999) en el contenido francófono, por Buckingham (2003) en el contexto anglófono y por Morduchowicz (2001) en el contexto chileno. Aunque es preciso señalar que uno de los aspectos que más ha potenciado la investigación norteamericana en este ámbito ha sido comprobar que los adolescentes se involucran como ningún otro público con los personajes y las tramas de determinadas series televisivas.

También se puede afirmar que las diferencias individuales y por edades respecto a la cantidad, el tipo de consumo y el desplazamiento de otras actividades se mantienen a lo largo de tiempo y en los diferentes contextos (Zillmann 2002; Morley 2006).

Livingstone y Bovill (2001) en los resultados de su proyecto titulado "*Children, Young People and The Changing Media Environment*" en el que participan varios países europeos y cuyo objetivo es conocer patrones de uso, el impacto en el tiempo libre y las formas de relación que tienen los niños y los jóvenes en distintas edades con los medios de comunicación, concluyen que la juventud, sin diferencias de edad, establece una relación normal y cotidiana con los medios y no aparecen deterioros en las relaciones familiares o con sus iguales. Ni tampoco tenemos evidencia empírica de que el visionado de la televisión impida el logro académico o el desarrollo de otras actividades.

Teniendo en cuenta la investigación previa y en el contexto de una investigación más amplia donde también se analizan los valores percibidos por los jóvenes y adolescentes en los programas que más les gustan (Medrano, Cortés y Palacios, 2006) se presentan en este trabajo los hábitos televisivos y la dieta de una muestra piloto de la Comunidad Autónoma Vasca con el fin de aportar algunos datos en este ámbito de investigación.

Estudio empírico

Objetivos

El objetivo de este trabajo es conocer la dieta y hábitos televisivos de una muestra de adolescentes y jóvenes. Específicamente nos planteamos conocer algunos aspectos de los hábitos y dieta en tres grupos de edad. Primer grupo: las edades comprendidas entre 12-16 años; segundo grupo de 17- 24 años y tercer grupo de 25 -40 años. En concreto, los objetivos específicos que nos hemos planteado han sido:

1. El número de aparatos de televisión en cada hogar (disponibilidad).
2. Las preferencias televisivas y últimos programas vistos.
3. Las actividades diferentes que realizan en su tiempo libre, además de ver la televisión.
4. La frecuencia de ser la televisión el tema principal de conversación con padres y amigos.

Procedimiento y muestra

La muestra total estuvo constituida por 144 adolescentes y jóvenes. Dicha muestra, a su vez, se ha subdividido de acuerdo a los grupos de edad en tres submuestras a saber: 72 sujetos con edades comprendidas entre 12 y 16 años; 55 con edades entre 17-24 años y 17 sujetos con edades entre 25-40 años. La submuestra de adolescentes eran estudiantes de Bachillerato de un colegio concertado de Guipúzcoa y los jóvenes, alumnos de la Escuela de Magisterio de San Sebastián.

Ambos grupos han contestado al Cuestionario de Hábitos Televisivos (CH-TV), creado por nosotros para este trabajo (Anexo I). Los adolescentes respondieron de forma presencial y colectiva y los jóvenes a través de Internet dentro de un programa de actividades no presenciales. Dicho instrumento presenta 29 ítems que miden los siguientes aspectos: preferencias y dieta televisiva; tiempo de exposición, tiempo de dedicación a actividades diferentes (horas semanales), disponibilidad (número de aparatos en casa y en su habitación); selección previa de la dieta televisiva; contenido televisivo como objeto de comunicación (con amigos y padres) relaciones paterno-filiales (control o guía de los padres sobre la dieta); mediación parental; finalidad (entretenimiento, información, diversión, formación, etc) y otros aspectos relacionados con la identificación de los personales, así como el deseo de asistir como público y/o protagonista a determinados programas. La administración presencial del cuestionario duró aproximadamente 40 minutos.

Análisis y discusión de resultados

- 1.- El número de aparatos de televisión en cada hogar (disponibilidad)

La disponibilidad que posee cada familia, es un aspecto importante para establecer la dieta televisiva. En la población investigada hallamos una media de 2,31 aparatos por hogar. No obstante, existe una diferencia significativa en el número de televisores según el criterio edad. En la Tabla 1 se puede observar que el grupo de edad comprendido entre 12-16 alcanza la media más alta (2,57).

Tabla 1: Número de televisores en casa según la edad

Número de televisores					
		N	Media	F	Sig.
Edad (años)	25-40	17	1,41	9,877	,000
	17-24	53	2,23		
	12-16	74	2,57		

Si realizamos un análisis más detallado encontramos dos sujetos que disponen de cinco y seis aparatos en su casa. Aunque casi la totalidad de la muestra se distribuye en un amplio margen que abarca de uno a cuatro aparatos. Así el 36,8 % dispone de dos aparatos, el 25% de tres y el 12,5% de cuatro.

Otro dato a destacar es el porcentaje de sujetos que manifiesta tener un aparato en su propia habitación. Los datos nos indican que el 27,1% de los sujetos dispone de televisión en su habitación, correspondiendo el porcentaje más alto a los sujetos de 12-16 años (36,5 %) y el más bajo a los sujetos entre 25-40 años (5,9%).

Estos últimos datos son bastante relevantes ya que, en contra de una cierta opinión generalizada, no es tan alarmante el número de jóvenes que dispone de televisión en su propia habitación. Señalar también que nuestros datos son bastantes coincidentes con los resultados que apuntan otros trabajos. Los datos disponibles nos indican que en gran parte de los hogares existe por término medio dos aparatos de televisión.

2. Preferencias televisivas y último programa visto

Respecto a los contenidos básicos de la dieta, cuando se les pregunta acerca de último programa visto, en la Tabla 2 se pueden observar las siguientes respuestas: los Serrano, Vaya Semanita y los telediarios son los programas que presentan los porcentajes más altos (21,2% 17,8 %, 11,9). Si bien no faltan dosis de otro tipo de programas (Reality show, Late night o Talk show, Deportes...) así como películas. Entre los porcentajes más bajos destacan los concursos y la música.

Cuando se indaga acerca de sus preferencias televisivas las respuestas son similares. Son las series de ficción las que presentan el mayor porcentaje (65%). Sin olvidar otros tipos de programas como los informativos, los dibujos animados o los Talk show. Nos parece importante destacar que los documentales presentan una de las frecuencias más bajas. Así mismo únicamente cinco sujetos señalan el Reality, el Talk show y el Night show como sus preferencias televisivas.

A pesar de que el número de sujetos no es suficientemente amplio como para abordar la dieta televisiva, si nos parece importante recordar que nuestros datos son similares a los hallados en contextos francófonos, anglófonos y de lengua hispana.

3. – Actividades que realizan en su tiempo libre

Con el objetivo de poder ponderar si el consumo de televisión es alto o bajo, hemos querido conocer el tiempo que dedican a otras actividades distintas a ver la televisión. En nuestros datos comprobamos que los sujetos entrevistados emplean

Tabla 2: Preferencias televisivas y el último programa visto

	Último programa visto		Preferencias televisivas	
	N	%	N	%
Deporte	4	3,4	6	4,4
Los Serrano	25	21,2	31	22,6
Vaya Semanita	21	17,8	4	2,9
Series	1	,8	14	10,2
Telediarios	14	11,9	19	13,9
Cine Películas	5	4,2	3	2,2
7 vidas	11	9,3	6	4,4
Goenkale	8	6,8	7	5,1
Aquí no hay quien viva	4	3,4	7	5,1
Hospital central	3	2,5	9	6,6
CSI	3	2,5	5	3,6
Los Simpson	3	2,5	13	9,5
Documentales	2	1,7	3	2,2
Reality	3	2,5	1	,7
Talk show	3	2,5	2	1,5
Night show	3	2,5	2	1,5
Música	1	,8	3	2,2
Concursos	1	,8	2	1,5
CQC	3	2,5		
Total	118	100,0	137	100,0

aproximadamente 21 horas y media en realizar 4 actividades diferentes (pasear, estar con los amigos, deporte, Internet.) al visionado de la televisión. Si se observa la Tabla 3 los datos indican que el grupo de 12-16 años destaca el deporte (40,5%) como la principal actividad y después el uso de internet, chatear, etc, (21,6%). Mientras que en el grupo de 15-24 años las actividades que más realizan son estar con los amigos (23,1%) y hacer deporte (21,2%). A continuación un 11,5 % señala escuchar música como tercera actividad llevada a cabo distinta a ver la televisión. Curiosamente y muy relacionado con la edad el grupo de 25-40, la actividad que más practica es leer, no encontrando ningún sujeto que señale el uso de internet, chatear, etc como actividad realizada en su tiempo libre. Por otro lado, llama la atención que únicamente un sujeto del último grupo señale “estar con la familia” como una manera de ocupar su tiempo libre. Mientras que, un 11,8 % emplea su tiempo libre en hacer

deporte. Es decir, a medida que aumenta la edad decrece la actividad de hacer deporte y aumenta la lectura.

Tabla 3: Diferencias según la edad en las actividades distintas a ver la televisión

	Edad (años)					
	12-16		17-24		25-40	
	N	%	N	%	N	%
Amigos	12	16,2	12	23,1	1	5,9
Bailar	1	1,4	2	3,8	0	,0
Deporte	30	40,5	11	21,2	2	11,8
Internet, chatear...	16	21,6	4	7,7	0	,0
Escuchar música	5	6,8	6	11,5	1	5,9
Tocar música	2	2,7	1	1,9	1	5,9
Cine	1	1,4	2	3,8	1	5,9
Leer	4	5,4	9	17,3	8	47,1
Pasear	0	,0	2	3,8	2	11,8
Deberes	3	4,1	3	5,8	0	,0
Estar con familia	0	,0	0	,0	1	5,9

También hay que insistir en que si se realiza una comparación respecto al tiempo que dedican a la ver la televisión y el que dedican a la lectura, la distancia es bastante sorprendente. Son 3 horas y 11 minutos semanales lo que dedican a esta última. De acuerdo a nuestros resultados las condenas reiteradas a la televisión, en algunas ocasiones, pueden ser infundadas.

4. La frecuencia de ser la televisión el tema principal de conversación con padres y amigos

Respecto a ser la televisión el tema de conversación principal con los amigos, se puede observar Tabla 4 que cuánto más jóvenes son los sujetos la frecuencia es menor. Únicamente el 82,6% de los sujetos entre 12 y 16 años indica que es su tema de conversación en algunas ocasiones, frente al 36,4% y el 35,3% en las franjas de 17-24 años y 25-40 años respectivamente. Estos datos, como se analizan a continuación, contrastan con la poca frecuencia con que los más jóvenes comentan con sus padres los programas de televisión.

Al analizar la frecuencia respecto a ser la televisión el tema principal de conversación con los padres en los tres grupos de edad, si nos detenemos en los datos que aparecen en Tabla 5, se observa que en la franja de edad comprendida entre 17-24 años, el 56,4% de los sujetos comentan con sus padres los programas muchas veces. Sin embargo, en el grupo más joven (12-16 años) el 76,3% únicamente lo hace en alguna ocasión. Es decir, de acuerdo a lo esperado en el grupo de más edad (25-40 años), el 70,6% de la muestra señala que prácticamente nunca es la televisión el contenido de comunicación con sus padres.

Tabla 4: La televisión como tema de conversación con los amigos

		EDAD (años)				Total
			12-16	17-24	25-40	
¿Con qué frecuencia es el tema principal de conversación con tus amigos/as?	siempre	N		1	1	2
		%		1,8%	5,9%	1,4%
	muchas veces	N	5	3	1	9
		%	7,2%	5,5%	5,9%	6,4%
	algunas veces	N	57	20	6	83
		%	82,6%	36,4%	35,3%	58,9%
	casi nunca	N	7	26	9	42
		%	10,1%	47,3%	52,9%	29,8%
	nunca	N		5		5
		%		9,1%		3,5%
	Total	N	69	55	17	141
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Nuestros datos no coinciden con los arrojados por otras investigaciones realizadas en contextos diferentes dónde sí es la televisión un tema de conversación con los amigos y la familia tanto entre adolescentes como entre los jóvenes. Esta falta de concordancia con las investigaciones que se han presentado en el marco teórico, nos parece un aspecto relevante para profundizar y establecer nuevas hipótesis de trabajo.

No obstante resulta interesante observar que los padres comentan menos los programas con los hijos de menor edad y esta tendencia aumenta en el grupo de 17-24 años. La posible explicación a estos datos se puede encontrar en que los sujetos de 12-16, como se ha expuesto anteriormente, disponen en un mayor porcentaje de

Tabla 5: La televisión como tema de conversación con los padres

		EDAD				Total
			12-16	17-24	25-40	
¿Soléis comentar entre tus padres y tú los programas?	siempre	N	6	3	1	10
		%	8,3%	5,5%	5,9%	6,9%
	muchas veces	N	11	31	4	46
		%	15,3%	56,4%	23,5%	31,9%
	algunas veces	N	41			41
		%	56,9%			28,5%
	casi nunca	N	14	19	7	40
		%	19,4%	34,5%	41,2%	27,8%
	nunca	N		2	5	7
		%		3,6%	29,4%	4,9%
	Total	N	72	55	17	144
		%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

un aparato de televisión en su habitación. Además el hecho de que dispongan de un aparato de televisión en su propia habitación no significa que vean la televisión, ya que el propio aparato pueden ser empleado para otros usos como por ejemplo: juegos, videos específicos, etc. Por otra parte, creemos que se “ve” la televisión juntos frente al aparato pero sin discusión ni comunicación sobre el contenido que se visualiza.

Conclusiones

De acuerdo a los datos obtenidos en nuestro estudio piloto, tal y como se ha expuesto, el consumo televisivo (números de horas) de los adolescentes y jóvenes no se puede decir que sea alarmante. Igualmente se puede afirmar que el tiempo que dedican a ver la televisión no impide la realización de otras actividades. Respecto a la dieta televisiva, no son los programas más perjudiciales los que seleccionan los adolescentes y jóvenes. Es decir, no son los programas de menor calidad los que más les agradan. Más bien, la tendencia es la contraria si tenemos en cuenta que los informativos pueden contribuir a su instrucción. Estos datos se alejan bastante de la tendencia general, si consideramos que los magazines y los Talk Show son programas que suponen una importante fuente de público (30% y 20%) para las televisiones generalistas, con variaciones según las distintas cadenas (Tele 5 y Antena 3) respectivamente.

Estos resultados, a pesar de que nuestro trabajo recoge una muestra muy pequeña y no pretendemos realizar ninguna generalización, coinciden con los encontrados por Livingstone y Bovill (2001) en un estudio europeo con muestras de Dinamarca, Francia, Alemania, Finlandia, España, Suiza, Suecia, Inglaterra e Israel. En esta investigación encuentran que los temas elegidos por los jóvenes son muy similares, con muy pocas diferencias respecto al contexto de referencia. Los temas favoritos son, deporte, series de ficción, informativos, comedias, acción. El origen geográfico, no es capaz de explicar las diferencias entre los jóvenes, aunque sí se hallan diferencias respecto al género y la edad. Igualmente Basterretxea (2005) en una investigación realizada con adolescentes en el País Vasco encuentra que son las series de ficción uno de los contenidos preferidos por los mismos.

En un análisis mas detallado y si nos fijamos en la variable edad se puede observar que son los sujetos más jóvenes los que disponen de más aparatos de televisión. Sin embargo, como era previsible, a medida que aumenta la edad también se dedica más tiempo a otras actividades como la lectura. Cuando se les pregunta por la frecuencia de ser la televisión el tema de conversación, las respuestas nos indican que los más jóvenes hablan de la televisión con sus amigos pero no con sus padres.

Compartimos con otros autores (Ferrés, 2000; Rivière, 2003; Del Río, Alvarez y del Río, 2004, Marcellán y Aguirre, 2005; Montero 2006) la idea de que la televisión se ha convertido en un medio muy potente de penetración cultural, de socialización y de transmisión de valores. Aunque en virtud de los hallazgos que se están realizando en investigación, es obligado preguntarse por qué se teme tanto a la televisión si no posee tanta capacidad para imponer sus significados. La capacidad de influencia de la televisión no es ni tan directa, ni tan generalizada como en muchas

ocasiones se prejuzga. No obstante resulta necesario aprovechar el propio medio como instrumento de comunicación y educación de las nuevas generaciones. Las series, los deportes, la propia publicidad, los Reality Shows, etc., se pueden convertir en espacios muy aprovechables desde el punto de vista educativo, precisamente por su preferencia por lo narrativo frente a lo discursivo. Así mismo también urge realizar estudios rigurosos que analicen con profundidad la compleja relación entre los jóvenes y la televisión.

Referencias bibliográficas

- Basterretxea (2005). Gaztetxoak eta telebista. Ikerketa soziologikoa. *Hik Hasi Jardunaldiak*. Telebista eta Hezkuntza.
- Buckingham, D. (2003). Media education. *Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1999). *Análisis de la Televisión*. Barcelona: Paidós.
- Del Río P.; Alvarez, A. y Del Río, M. (2004). *Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia Aprendizaje.
- Ferrés, J. (2000). *Educación en una cultura del espectáculo*. Barcelona: Paidós.
- Franca Rocha, M. E. (2003). La contribución de las series juveniles de televisión a la formación de la identidad en la adolescencia. Tesis Doctoral: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Krosnick, J. A.; Narayan, A. S. y Hartl, S. P. (2003). Psychology Predictors of Heavy Television Viewing Among Preadolescent and Adolescents. *Basic and Applied Social Psychology*, 25 (2), 87-110.
- Hallahan, K. (1999). Seven Models of Framing: Implications for Public Relations. *Journal of Public Relations Research*, 3, 205-242.
- Livingstone, S. y Bovill, M. (Ed.) (2001). *Children and Their Changing Media Environment. A European Comparative Study*. Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Marcellán, I. y Aguirre, I. (2005). Cuando la educación estética no se ocupa de los medios, los medios se ocupan de la educación estética. *Psicodidáctica*, 10 (1), 85-92.
- Medrano, C. (2005). ¿Se puede favorecer el aprendizaje de valores a través de las narraciones televisivas? *Revista de Educación*, 338, 245-270.
- Medrano, C. (2006). La televisión y su poder educativo: un discurso paralelo a la escuela. *Psicodidáctica*, 11 (1), 93-109.
- Medrano, C.; Cortés, A. y Palacios, S. (2006). La televisión y el desarrollo de valores. *Revista de Educación* (en prensa).
- Montero, Y. (2006). *Televisión, valores y adolescentes*. Barcelona, Gedisa.
- Morduchowicz, L. (2001). *A mí la televisión me enseña muchas cosas. La educación*

de los medios para alumnos de sectores populares. Buenos Aires: Paidós.

- Morley, D. (2006). Unanswered questions in audience research. *The Communication Review*, 9, 101-121.
- Pasquier, D. (1999). *La culture des sentiments: L'expérience télévisuelle des adolescents.* Paris: Editions de la Maison des sciences de l'homme.
- Pindado, J. (2005). Lo ideal y lo real en TV: calidad, formatos y representación, en *Comunicar* 25, 101-108.
- Riviére, M. (2003). *El malentendido. Cómo nos educan los medios.* Barcelona: Paidós.
- Rubin, A. M. (2002). The Uses and Gratifications Perspective of the Media effects. *Media Uses and Effects: A Uses and Gratifications Perspective.* En J. Bryant y Z. Zillman (Eds.). *Media effects: Advances in theory and research*, pp. 525-549. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Rubin, A. M. y Perse, E. M. (1988). Audience Activity and Soap Opera Involvement. *Human Communication Research*, 14 (2), 246-268.
- Scheufele, B. (2004). Framing-effects approach: A theoretical and methodological critique. *Communications*, 29, 401-428.
- Severin, W.J y Tankard, J. W. (1997). *Communications Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media.* New York, Longman Publishers.
- Stanger, J. D. (1997). *Television in the Home. The 1997 Survey of Parents and Children.* USA: Anneberg Public Center, University of Pennsylvania.
- Zillmann, D. (2002). Exemplification theory of Media influence. En J. Bryant y Z. Zillman (Eds.). *Media effects: Advances in theory and research*, pp. 19-43. New Jersey: Lawrence Erlbaum.

Anexo I. CUESTIONARIO DE HÁBITOS TELEVISIVOS CH-tv 0.1

Estudios del/a:

padre					
	Sin estudios	Est. Primarios EGB	Formación Profesional BUP / COU	Universitarios medios	Universitarios Superiores
madre					

b) Profesión del/a

padre							
	Sus labores	Empleo sin cualificar	Empleo cualificado	Técnico/a de grado medio	Propietario/a pequeños negocios	Profesión liberal con graduado superior	Empresario/a y director/a
madre							

c) Situación actual del/a

padre				
	Trabajo a tiempo completo	Trabajo a tiempo parcial	Parado	Jubilado o pensionista
madre				

Responde por favor al cuestionario sobre hábitos televisivos que, a continuación, te presentamos.

1. ¿Cuántas horas ves la televisión al día?
0..1..1..1..2..1..3..1..4..1..5..1..6..1..Más:.....(indica cuántas)
2. ¿Cuántas horas ves la televisión el fin de semana?
0..1..1..1..2..1..3..1..4..1..5..1..6..1..7..1..8..1..9..1..10..1..11..1..12..1..13..1..14..1..Más:.....
3. ¿En qué franja horaria ves la televisión?
Entre la (horas) y la (horas)
Entre la (horas) y la (horas)
4. Aparte de ver la TV, ¿qué otras actividades realizas en tu tiempo libre?
1.
2.
3.
4.
5. ¿Cuántas horas a la semana dedicas a cada una de ellas?
0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11..12..13..14..15..16..17..Más:.....
0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11..12..13..14..15..16..17..Más:.....
0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11..12..13..14..15..16..17..Más:.....
0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11..12..13..14..15..16..17..Más:.....

19. ¿Cuáles son los programas que más te gustan? Ordénalos de más a menos

1. 2. 3.

20. ¿Por qué razones te gustan esos programas?

1.....
2.....

21. ¿Hay algún programa que te gustaría ver y no te lo permiten en casa?,

Si 21.a. ¿Cuál/es? 1. 2.
No

22. ¿Cuáles son los programas que más ves? Ordénalos de más a menos.

1. 2. 3.

23. ¿Por qué razones ves esos programas?

1.....
2.....

24. ¿Cual es el personaje que más te gusta en los programas que más ves?

1..... ¿por qué?
.....
2..... ¿por qué?
.....

25. ¿Cual es el personaje que menos te gusta en los programas que más ves?

1..... ¿por qué?
.....
2..... ¿por qué?
.....

26. ¿Cuál es el último programa que has visto?

.....

27. ¿Cuándo?

28. ¿Para qué sueles ver la televisión?

Elige 2 razones y ordénalas

- | | | | |
|---------------------------------------|------------|--------------|---------------|
| • Entretenerme o pasar el rato | Siempre | Muchas veces | Algunas veces |
| | Casi nunca | Nunca | |
| • Informarme | Siempre | Muchas veces | Algunas veces |
| | Casi nunca | Nunca | |
| • Divertirme y pasármelo bien | Siempre | Muchas veces | Algunas veces |
| | Casi nunca | Nunca | |
| • Para estar al día | Siempre | Muchas veces | Algunas veces |
| | Casi nunca | Nunca | |
| • Para hablar con compañeros o amigos | Siempre | Muchas veces | Algunas veces |
| | Casi nunca | Nunca | |
| • Formarme | Siempre | Muchas veces | Algunas veces |
| | Casi nunca | Nunca | |

29. Valora los siguientes géneros televisivos según tus preferencias y hábitos televisivos.

	29.1. ¿En qué medida te gusta estos programas?	29.2. ¿Cuántas horas dedicas a la semana a ver estos programas?
1. Teleseries (Los Serrano, Aquí no hay quien viva...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
2. Informativos (Telediarios, reportajes...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
3. Talk show (El diario de Patricia, Esta es mi gente...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
4. Night Show (Crónicas Marcianas, Sorginaren Laratza, Buenafuente)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
5. Humor (El club de la comedia, Vaya semana, 7 vidas)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
6. Dibujos animados (Los Simpson...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
7. Películas	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
8. Deportes	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
9. Reality Show (Gran Hermano, Basetxe...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
10. Documentales	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
11. Concursos (Date el bote...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
12. Crónica Rosa (Salsa Rosa, Aquí hay tomate...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más
13. Debates (60 segundo, Políticamente incorrecto, Firin faran .)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	0..1..2..3..4..5..6..7..8..9..10..11. .12..13..14..15..Más

30. ¿En qué medida te gustaría asistir como público o como protagonista en los siguientes programas de TV?

	30.1. Asistir como PÚBLICO	30.2. Asistir como PROTAGONISTA (participante, concursante, entrevistado...)
1. Debate social y/o político (60 segundo, Políticamente incorrecto, Firin-faran.)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	Mucho - Bastante - Poco - Nada
2. Informativos (Telediarios, reportajes...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	Mucho - Bastante - Poco - Nada
3. Talk show (El diario de Patricia, Esta es mi gente...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	Mucho - Bastante - Poco - Nada
4. Night Show (Crónicas Marcianas, Sorginaren Laratza, Buenafuente)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	Mucho - Bastante - Poco - Nada
5. Humor (El club de la comedia, Vaya semanita, 7 vidas)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	Mucho - Bastante - Poco - Nada
6. Deportes	Mucho - Bastante - Poco - Nada	Mucho - Bastante - Poco - Nada
7. Reality Show (Gran Hermano, Basetxe...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	Mucho - Bastante - Poco - Nada
8. Concursos (Date el bote...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	Mucho - Bastante - Poco - Nada
9 Crónica Rosa (Salsa Rosa, Aquí hay tomate...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	Mucho - Bastante - Poco - Nada
10. Programas de broma (Inocente-inocente, ...)	Mucho - Bastante - Poco - Nada	Mucho - Bastante - Poco - Nada

Concepción Medrano Samaniego es Profesora Titular de Universidad y Santiago Palacios es Doctor en Psicología y Profesor Asociado, en el Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación de la Universidad del País Vasco. Trabajan en la línea de educación y valores. En la actualidad desarrollan una investigación sobre valores y televisión.

Fecha de recepción:03/09/2006

Fecha de aceptación: 08/11/2006