

CAPÍTULO 17.
LA PARTICIPACIÓN EN EL USO DE LA INFORMACIÓN.

1. El tiempo ocupado en ver la televisión

La exposición semanal a la televisión es una práctica casi universal en el colectivo de las personas jóvenes. Y van siendo más quienes la ven todos los días. Todavía ver la televisión sigue siendo la actividad a la que más tiempo dedican cuando están en sus casas. Pero tanta *asiduidad* y *cobertura* son compatibles con la caída del consumo. De hecho, la juventud le dedica a la televisión menos tiempo que cualquier otro segmento de la población.

Como promedio la permanencia frente al televisor de la audiencia juvenil se ha reducido en una hora y treinta y tres minutos semanales, en los cuatro años transcurridos desde "INJUVE 1996" a "INJUVE 2000".

Ha disminuido entre la juventud el tiempo dedicado a ver televisión		
	En 1995	En 1999
Como promedio, el tiempo de audiencia semanal era:	Catorce horas, ocho minutos	Doce horas, treinta y un minutos
Los datos desagregados y las fuentes están disponibles en la Tabla 17.1		

Esa disminución se debe, en exclusiva, a que hay menos personas jóvenes que se pasen las horas muertas viendo la televisión. Concretamente, entre las nuevas promociones juveniles existe cada vez menos gente que le destine al televisor dieciocho o más horas a la semana. (Cf. T.17.1. y G.17.1) Otras fuentes: (EGM 1990, 1995, 1999)

El factor que mejor explica las diferencias en el consumo de televisión es la cantidad que exista de tiempo sin obligación ni ocupación. (Cf. Cuadro 17.2.) Se la contempla con tanta más asiduidad cuanto más abundantes sean las horas muertas. Así sucede en todas las tipologías de audiencias.

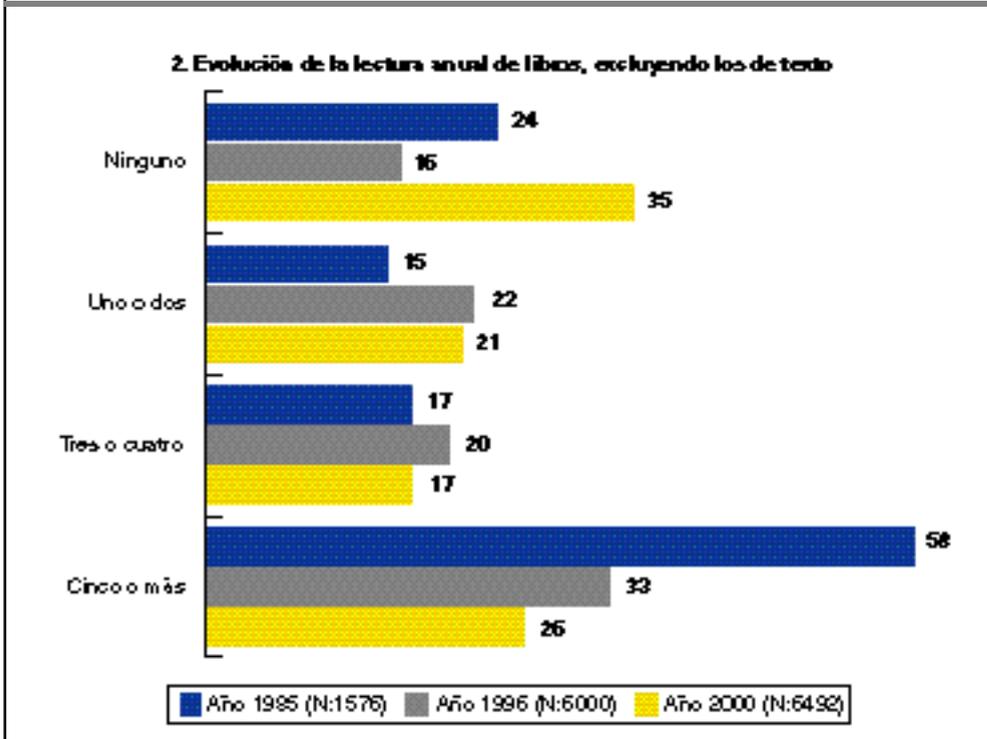
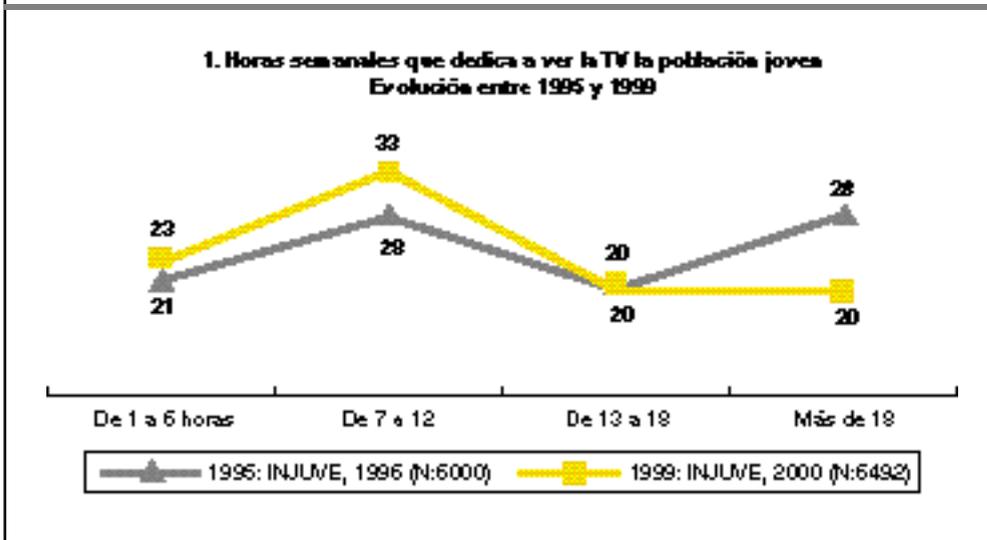
Por ejemplo, los parados y las amas de casa tienen audiencias más prolongadas. También los y las adolescentes. Hay que hacer la salvedad de que ese uso de la televisión para llenar tiempos vacíos, es menos habitual entre la juventud que en cualquier otro grupo de edades. Porque los y las jóvenes tienen y utilizan otras alternativas. Las principales son la práctica de algún deporte, oír música, irse con los amigos. (Fuente: MMS-94)

Contrasta este recurso al medio audiovisual para la ocupación de tiempo excedente, con el poco empleo que se hace de la lectura para entretener esos mismos momentos de asueto. Cuando se está muy joven y no se tiene otra cosa que hacer, disminuye el interés por la lectura.

El uso de las fuentes de información mediada.

Gráfico G.17.1.

Base: En cada caso población joven entre 15 y 29 años.



Fuentes: 1985: I.J.M.M.S.-86

1996: INJUVE, Informe de Juventud en España, 1996.

2000: INJUVE, Informe de Juventud en España, 2000.

Cuadro 17.2.

RASGOS DE LA POBLACIÓN JUVENIL QUE SE RELACIONAN CON LA TELEAUDIENCIA Y CON LA LECTURA DE LIBROS.

	Con las variaciones en el tiempo semanal de audiencia televisiva		Con la lectura anual de libros que no sean de texto	
	Menos tiempo que la media	Más tiempo que la media	No leen ninguno	Leen cinco o más
Sexo			Vарones	Mujeres
Edades	Entre veintuno y veinticuatro años	Hasta los diecisiete años inclusive	Tanto más probable cuanto más jóvenes	Viven solos/as
Componentes de la unidad familiar	Viven solos/as	Viven con pareja Tienen hijo/a/s	Viven acompañados/as	Sólo estudian; compatibilizan trabajo y estudios
Ocupación	Compatibilizan trabajo y estudios	Solo estudian	Sólo trabajan	
Según tiempo disponible a la semana para ocio y diversión	Menos de 14 horas disponibles a la semana	Tanto más cuanto más tiempo disponible. Tienen 21 horas o más disponibles a la semana	Están parados/as Sólo labores del hogar	
Los datos desagregados y las fuentes están disponibles en la Tabla 17.1.				

2. La competencia entre la dedicación a ver la televisión o bien a leer libros.

El uso que se hace de la televisión cada vez es más solidario con el desuso de la lectura de libros y de prensa escrita; tanto entre las personas jóvenes como en el resto de la población.

El declive de la lectura y de los lectores de libros que no sean de texto entre las personas jóvenes, se inició hace muchos años. Está documentado con estudios de audiencias que se remontan a la época en la que la televisión se impuso como medio de comunicación dominante, allá cuando concluía la década de los sesenta. Ese proceso de abandono de la lectura de libros, se ha acelerado mucho entre la juventud. Es probable que la penetración de los ordenadores en los hogares, explique esa pérdida repentina y masiva de lectores y lectoras de libros. (Cf. 17.1.2.)

Se conocen cuales son los factores que juegan a favor o en contra, en ese conflicto de ocupación del tiempo que se suscita para la juventud, entre la teleaudiencia y la lectura (Fuentes: MMS-89) y MMS-94). En este "Informe de Juventud" se muestra que siguen estando vigentes: (Cf. T.17.1.)

- Si se ve durante menos tiempo el televisor, es más corriente que se lean más libros.
- Las horas excedentes y vacías, es mucho más previsible que se ocupen en ver programas de la televisión que en leer libros.
- Siendo adolescente es más habitual que se esté prendido de las imágenes y desapegado de las letras impresas. Pero en estas edades, se les hace poco caso tanto a la televisión como a los libros. Las amistades tienen preferencia para pasar el rato y lo llenan suficientemente. (Cf. G.17.2.)
- Llegado el momento en el que las obligaciones laborales dejan poco excedente para el ocio, es más probable que se sacrifique el tiempo destinado a la televisión que el ocupado en la lectura.
- Quienes viven solos y solas, es más habitual que sean lectores o lectoras asiduos de libros y menos frecuente que sean consumidores o consumidoras desmedidos de televisión.
- Vivir en compañía -sobre todo cuando la convivencia es con la pareja- hace declinar la lectura de libros. Pero aumenta en poco el tiempo dedicado a ver televisión.

3. Las transformaciones en las funciones de la lectura.

La juventud lee menos libros impresos, menos periódicos y revistas. Pero invierte cada vez más tiempo en otras lecturas.

Este declive en el número de lectores de libros no significa que se haya producido un descenso en el tiempo dedicado a la lectura por la población juvenil. En realidad las horas totales dedicadas a leer entre la gente joven, se han ido incrementando. Lo que sucede es que la forma de vida actual está cambiando muy rápidamente las funciones que cumple la lectura¹. Esa refuncionalización del texto escrito se nota a dos niveles:

- Las nuevas generaciones están sustituyendo los soportes en los que leen. Lo cual se refleja en otras formas de adquisición del material impreso:

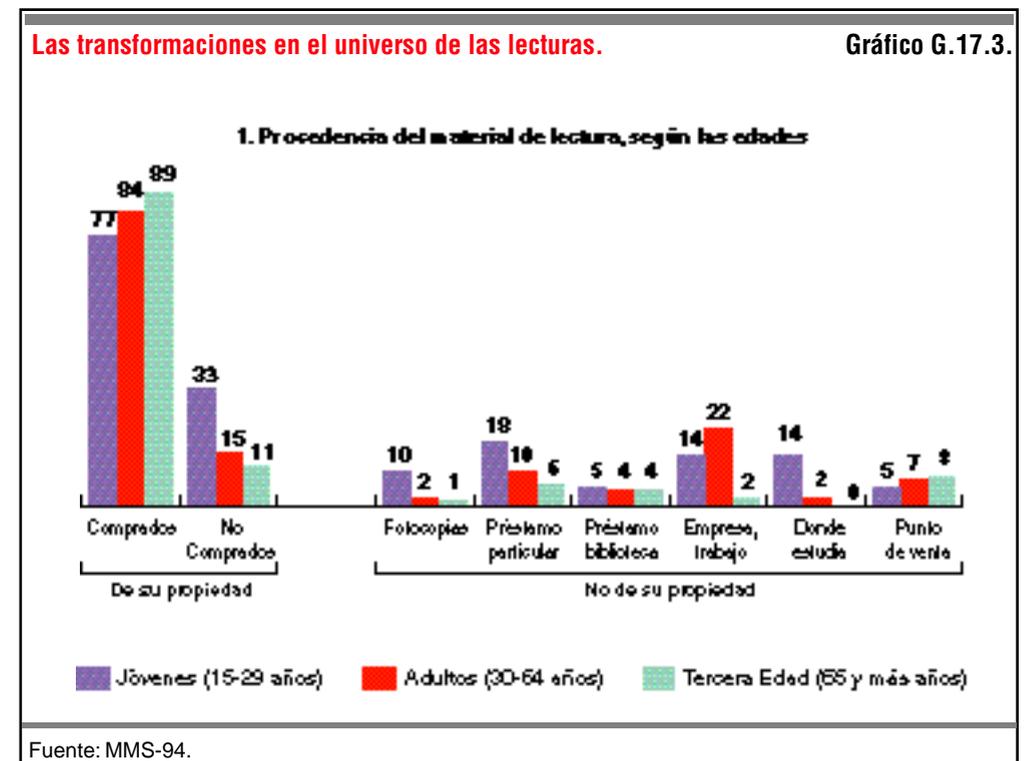
Además de las lecturas que tienen un soporte "de imprenta" -y entre ellas, las que son definidas como "libros"- se usan otros textos que aparecen manuscritos, mecanografiados, fotocopiados, editados en impresora de ordenador, o transcritos en la propia pantalla del ordenador o del teletexto.

¹ Esa afirmación tan reiterada de que la gente joven no lee y de que sólo lee materiales de ficción, es cierta cuando se refiere a los libros. Pero resulta incorrecta cuando se generaliza. Las nuevas tecnologías de reproducción de textos escritos han generado prácticas lectoras más diversas y abundantes de las que suelen estudiarse en las encuestas. El "universo de la lectura" se ha transformado. Constituye un ámbito en el que se requiere de otra concepción de lo lisible y de otra medición de lo leído.

- La gente joven emplea la lectura para otros usos distintos. Lo cual afecta a los campos de conocimiento en los que se busca información. En rasgos generales, se están contrayendo los consumos recreativos que tiene la lectura. En cambio cada vez se están desarrollando más, los empleos instrumentales de los escritos. Para las lecturas instrumentales -o si se quiere "meramente prácticas"- se siguen empleando los materiales tradicionales que guardan relación con el trabajo y con el estudio. El resto de las actividades cotidianas también reclama la utilización de otros textos muy importantes, al menos para el lector; tales como las cartas, los folletos de instrucciones para manejar cada artilugio que se adquiere, los recibos de los bancos, los memoranda de la comunidad de vecinos, el catálogo de las rebajas en el supermercado, entre otros muchos.

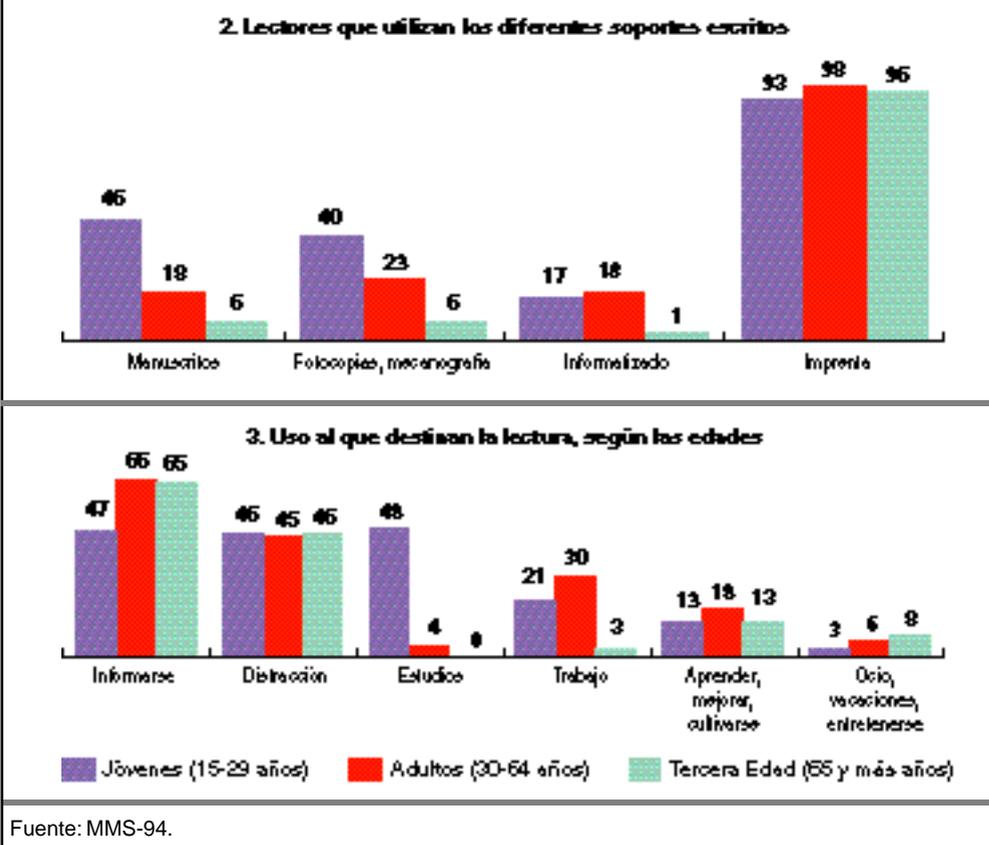
La juventud está haciendo un empleo de la lectura acorde con las nuevas opciones y con los nuevos usos que le corresponde desempeñar a los textos. (Cf. G.17.3.)

- Hace un uso más generalizado del préstamo de materiales impresos (libros, fotocopias) y del material que no compra, porque se le ofrece gratis donde estudia; o porque puede fotocopiarlo. Y la gente joven sigue siendo productora y consumidora de abundantes materiales manuscritos (p.e. apuntes de clase, borradores en el trabajo).
- Los jóvenes siguen siendo el grupo de la población que más recurre a la lectura instrumental para el estudio. Durante los años de juventud correspondientes a la Enseñanza Media, hay menos lectores o lectoras que lean un periódico para informarse de lo que pasa, pero es la etapa de la vida en la que la letra impresa abre más campos diferentes al conocimiento.



Las transformaciones en el universo de las lecturas.

Gráfico G.17.3.

**4. Las preferencias por la programación televisiva**

En la televisión las personas jóvenes prefieren cada vez en mayor número las películas incluyendo las teleseries. En el resto de los medios audiovisuales se interesan sobre todo por la música. (Cf. G.17.4.) Esos dos contenidos son distintivos de los gustos en todas las promociones juveniles, al menos desde 1981. (Fuente: IJ.MMS-1960/1990)

Los temas informativos y de actualidad que se ofrecen en la televisión, han ido decayendo en el interés de la juventud de forma constante. Entre 1991 y 1999 se ha reducido a la mitad la proporción de quienes eligen los noticieros, telediarios o "Informes" de actualidad. (Cf. G. 17.4., G.17.5. y T. 17.2.)

4.1. Las personas jóvenes utilizan el medio televisual de forma diferente, en cada edad y según su sexo

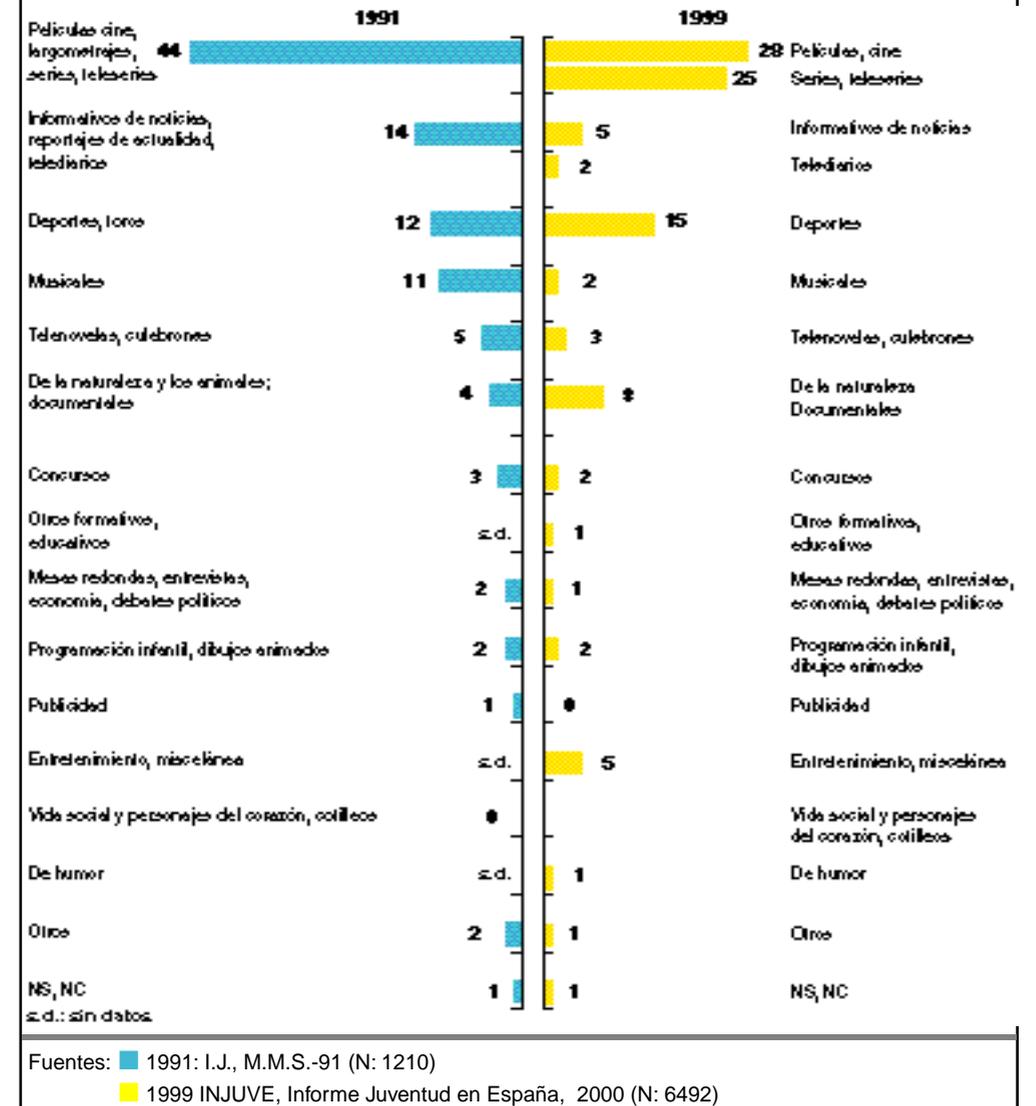
Los intereses de los chicos y de las chicas jóvenes son distintos, en cuanto a la programación televisiva. Entre ellas se hace todavía más generalizada la preferencia por películas y teleseries, incluyendo culebrones. Entre ellos, aumenta el gusto por los deportes.

Con el paso de las edades se van transformando los gustos; pero de forma diferente según que sea un hombre o una mujer. Durante la adolescencia y en ambos sexos, las series nacionales tienen su mayor éxito, algunas de ellas diseñadas ex-profeso para estas edades y para los ambientes escolares.

La televisión satisface una "vis dramática" muy acorde con los estados anímicos de la adolescencia. Es la única etapa juvenil en la que hay aficionados a los *reality show*, y en general, a los contenidos truculentos. La afición por el morbo se acompaña en un número apreciable de adolescentes de uno y otro sexo, por la preferencia hacia la información tendenciosa. Y por un regusto en los planteamientos negativistas de la comunicación. (Cf. G.17.6.)

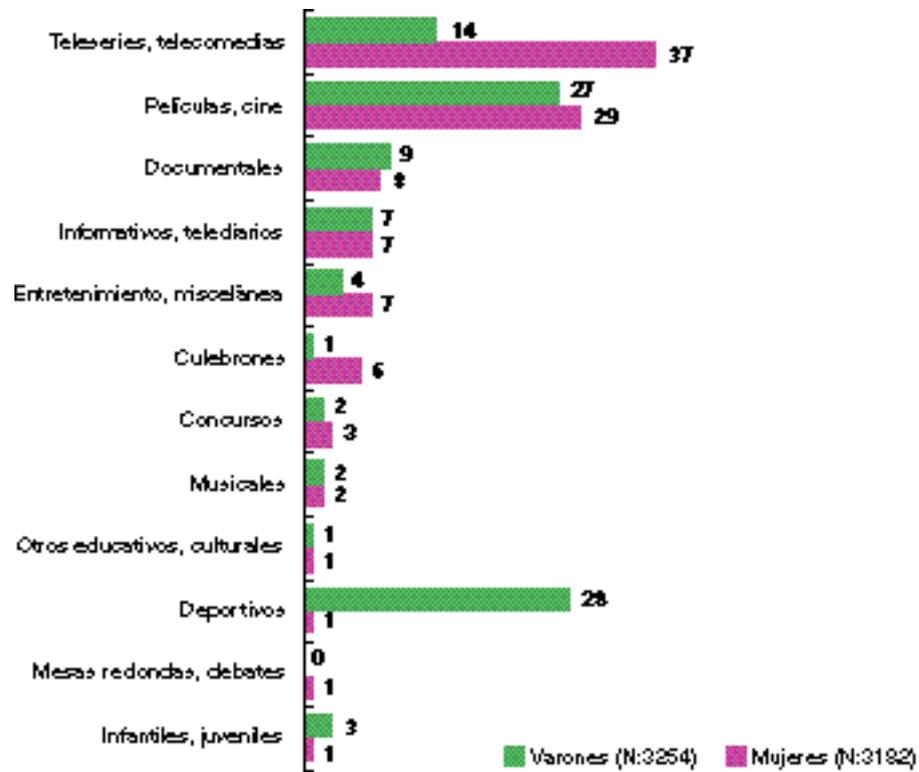
Evolución de las preferencias en cuanto a la programación de Televisión. Gráfico G.17.4.

Base: En cada caso población joven entre 15 y 29 años.



Programación preferida en Televisión, en cada sexo.**Gráfico G.17.5.**

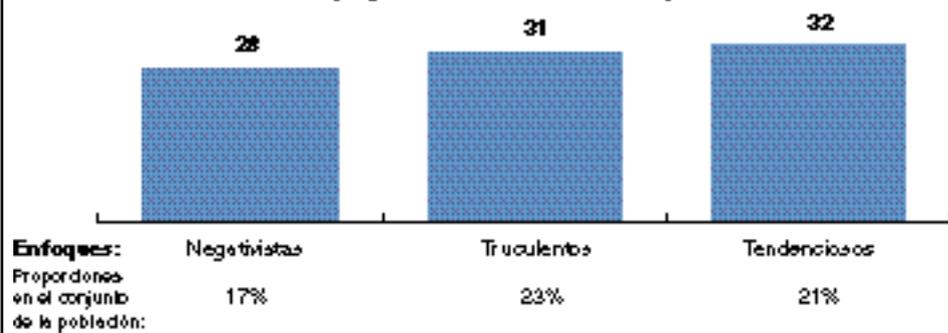
Base: Jóvenes entre 15 y 29 años.



Fuente: INJUVE, Informe Juventud en España, 2000.

La vis dramática de los jóvenes.**Gráfico G.17.6.**

Proporción de jóvenes entre 15 y 18 años que prefieren en los programas de la televisión, enfoques:



Fuente: ITV-96.

- A partir de los 21 años se observan cambios radicales en las elecciones televisivas:

El interés por las teleseries se completa con el aprecio por el cine en televisión. Un mayor número de jóvenes comienza a seguir habitualmente los espacios informativos. Entre los varones aparece, en esas edades, una afición que comparten con los adultos: el fútbol. Entre las chicas también aparecen hábitos que son propios de las mujeres adultas. Manifiestan menos interés por los deportes; y en cambio eligen programas de entretenimiento como concursos, variedades, temas de sociedad.

- Estos cambios en los usos del medio televisivo que se van produciendo con el transcurso de las edades en cada género, se relacionan con las correspondientes transformaciones en los modos de vida. Son correlativos con el paso de la condición estudiantil a la laboral. (Cf. Cuadro 17.7.)

Cuadro 17.7.**LOS CAMBIOS DE INTERESES DE LAS PERSONAS JÓVENES EN LOS CONTENIDOS DE LOS MEDIOS.**

DE LA TELEVISIÓN		
Más los menores de edad	Más los mayores de edad	
	De 18 a 20	De 21 a 29
	Cartelera local	Informativos
	Series nacionales	Cine
Reality show De dibujos	Concursos	Deportes
	Musicales	Culturales
DE LOS MEDIOS IMPRESOS		
Ninguna en particular Revistas juveniles Novelas de: - aventuras - policíacas - de acción	Revistas de deportes	Todas las revistas Periódicos Contenidos culturales Todas las narrativas

DE LA TELEVISIÓN		
Más quienes sólo estudian	Más quienes sólo trabajan	Más quienes están en paro
Series nacionales Musicales De Dibujos	Cine Informativos Deportes	Educativos
DE LOS MEDIOS IMPRESOS		
Revistas juveniles Todas las narrativas Poesía Ciencia ficción Aventuras Policíacas De acción	Periódicos Revistas de deportes	Revistas de información general

Fuente: ITV-96.

4.2. La televisión es un medio influyente durante toda la juventud

El tránsito por el universo audiovisual, a lo largo de la juventud, va desde un uso para la fruición a otro más instrumental. Durante la adolescencia se aprovecha la dimensión sensorial y estimulante del medio. Cuando se les acaba el tiempo y la ocasión para el gozo en la morbidez y en la morbosidad que los sentidos piden y obtienen de las imágenes televisuales, el interés se desplaza hacia la información que se necesita para desenvolverse como lo hace la gente adulta en la cotidianidad. Lo cual supone que cada joven aprenda las competencias que se le exigen, para ejercer los diferentes roles sociales que se esperan del género masculino y del femenino. Las personas jóvenes siguen recurriendo a la televisión para identificar cuales son esas identidades requeridas, para tener un lugar en la sociedad y un desempeño que consiga aceptación. Este medio de comunicación colma esa necesidad juvenil, ofreciendo su catálogo de roles tópicos y estereotipados.

La televisión no cede en su papel de importante, cuando no de principal instancia socializadora, hasta que la persona se incorpore al mundo de la producción y de la reproducción social. Aunque los efectos de esa influencia sean distintos, durante la época en la que un niño se hace joven y en el momento en el que el joven aprende a ser un adulto. Cabe suponer -aunque con los datos que se tienen no puede comprobarse- que quien fuese más afectado por la influencia de los modelos televisuales, en la conformación de su identidad adolescente y luego juvenil, cederá más fácilmente a la afectación televisiva, en la construcción de su identidad de adulto-joven.

5. La lectura y el tránsito desde los imaginarios adolescentes a las identidades adultas.

Se les preguntó "qué preferían leer con más frecuencia" y respondieron de manera abierta. Para tres de cada diez jóvenes, la inclinación es por determinado *medio* (prensa, revistas de uno u otro tipo); y para el resto por determinados contenidos. (Cf. G.17.8. y T.17.2.)

Hasta los 20 años el texto escrito se suele leer como una llave para abrir imaginarios a la fabulación: la poesía, la ciencia ficción, las novelas de aventuras, de acción y policíacas, cumplen con este cometido. Luego aparecen diferencias en los respectivos gustos de los jóvenes y de las jóvenes, que reflejan las distintas realizaciones que van a tener a su alcance en el mundo de los adultos:

- *Hay diferencias en la práctica lectora:*

Las chicas manifiestan todavía más el interés por la lectura selectiva; cuando eligen las lecturas por el contenido y no tanto por el soporte.

A ellas les gusta la lectura sin urgencia: más reposada, más continuada, más atemporal. Prefieren las revistas de información general, con su orientación al análisis monográfico y contextualizado.

Entre los varones gozan de más predicamento los periódicos, con su dedicación a dar la noticia de lo urgente y de lo vigente.

- *También son diferentes los intereses referidos a los contenidos:*

Más varones gustan de los temas de actualidad; y siguen asiduamente los asuntos deportivos.

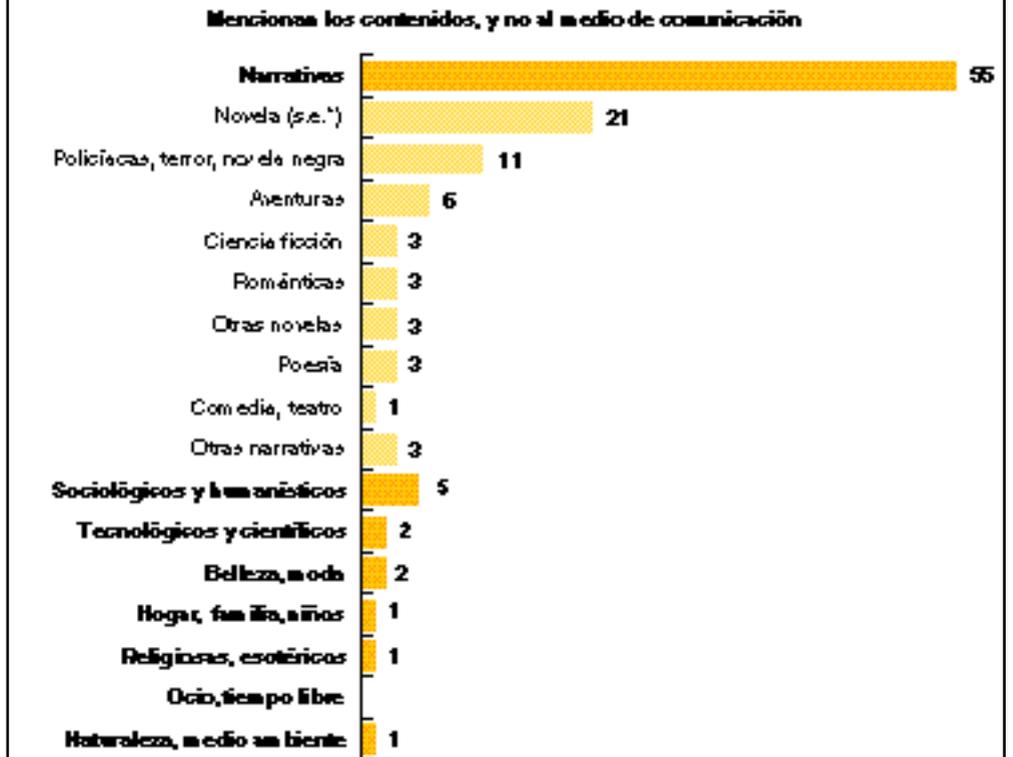
El gusto de más mujeres se inclina por lo que tenga que ver con el hogar, la belleza, la moda y la vida social, Pero sobre todo ellas encuentran en las novelas, con su amplísima cosecha de ficciones, los géneros favoritos.

Estas mismas distinciones en los intereses que muestra cada sexo, existen cuando eligen los contenidos televisivos.

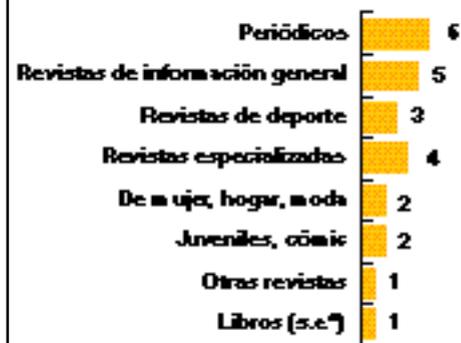
Qué les gusta leer con más frecuencia.

Gráfico G.17.8.

Base: Población joven entre 15 y 29 años.



Mencionan al medio de comunicación, y no al contenido



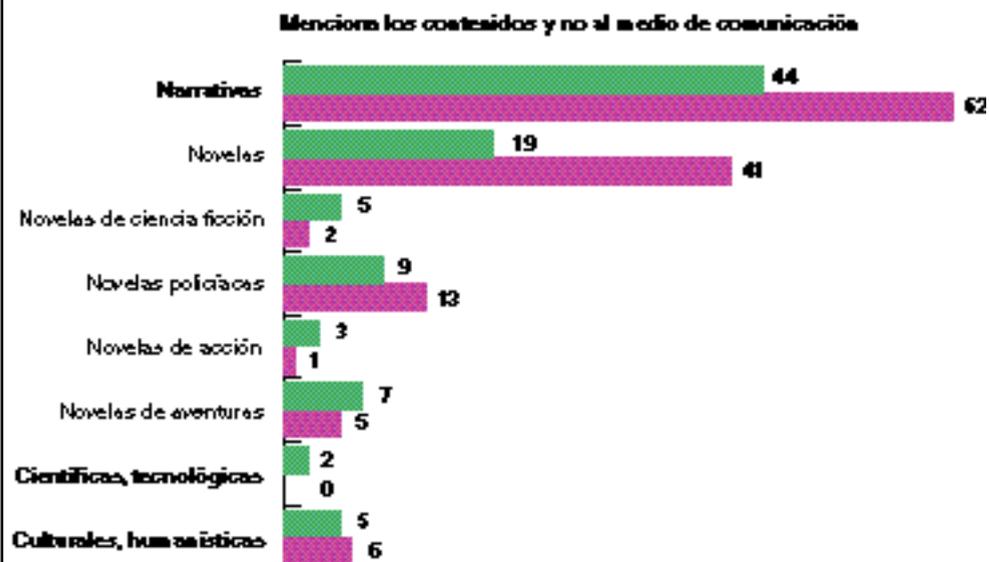
¹s.e.: sin especificar

Fuente: INJUVE, Informe Juventud en España, 2000.

Qué les gusta leer con más frecuencia, en cada sexo.

Gráfico G.17.9.

Base: Población joven entre 15 y 29 años.



Fuente: INJUVE, Informe Juventud en España, 2000.

6. El uso de las herramientas informáticas para el manejo de información.

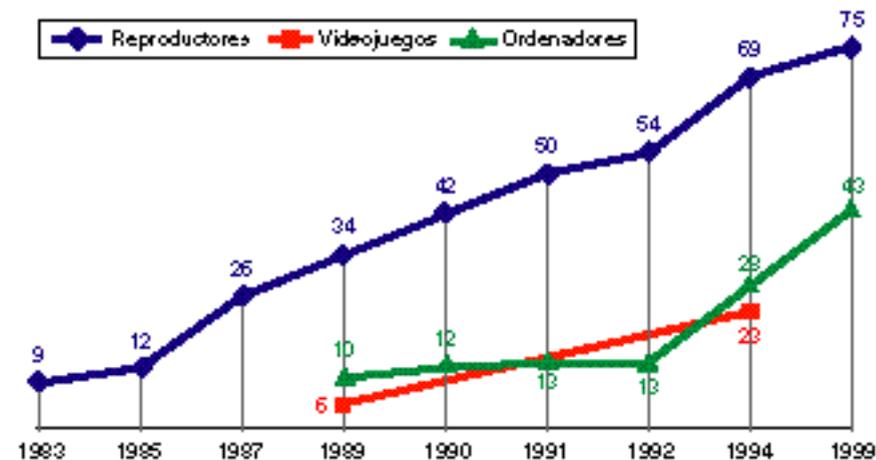
En el momento en el que se realizó la encuesta uno o una de cada dos informantes (aprox.) decían que utilizaban un ordenador. Los y las jóvenes que lo usan son más de los que disponen de este artilugio en sus hogares. Por lo tanto las herramientas informáticas también son accesibles para la juventud en espacios no domésticos; seguramente en los centros de enseñanza y en los laborales. (Cf. G.17.10. y G.17.11.)

La cantidad de usuarios y de usuarias parecerá reducida cuando este libro esté a disposición del público. Pero se van configurando algunas tendencias en el uso de estas tecnologías, de las que conviene dejar constancia, porque corresponden al momento en el que se inician unos nuevos empleos de la información, que seguramente irán cambiando muchas cosas en la vida de las personas jóvenes:

- El recurso al ordenador está tanto más generalizado cuanto más joven sea la persona. Sin embargo los usos exploratorios (internet) y relacionales (correo electrónico), van difundándose con el paso de las edades.
- En todos los empleos es mayor el número de usuarios masculinos.
- Cuando se adquieren las habilidades necesarias para servirse del ordenador lo más habitual es que se constituya en un hábito.
- La utilización de estas herramientas depende poco de que se tenga más o menos tiempo libre. Lo cual aclara que no son opciones para cuando hay un exceso de horas desocupadas.
- La juventud que compatibiliza trabajo y estudios ha entrado primero, y en mayor cantidad, en el mundo del ordenador y de todos sus usos. Y luego, los jóvenes y las jóvenes que sólo estudian. Aquellos o aquellas que sólo trabajan y que se encuentran en el paro, aportan un número de usuarios significativamente más reducido. Otro tanto sucede entre las mujeres jóvenes dedicadas sólo a las labores domésticas. Parece que el uso del ordenador, en esta etapa de su incorporación a la vida cotidiana de las personas jóvenes, sirve para incrementar aún más la discriminación existente, entre la juventud que tiene más relaciones, más información y mejores horizontes, y la otra gente joven que se encuentra más marginada.

La progresión en el equipamiento en aparatos reproductores de vídeo, en videojuegos y en ordenadores personales.

Gráfico G.17.10.



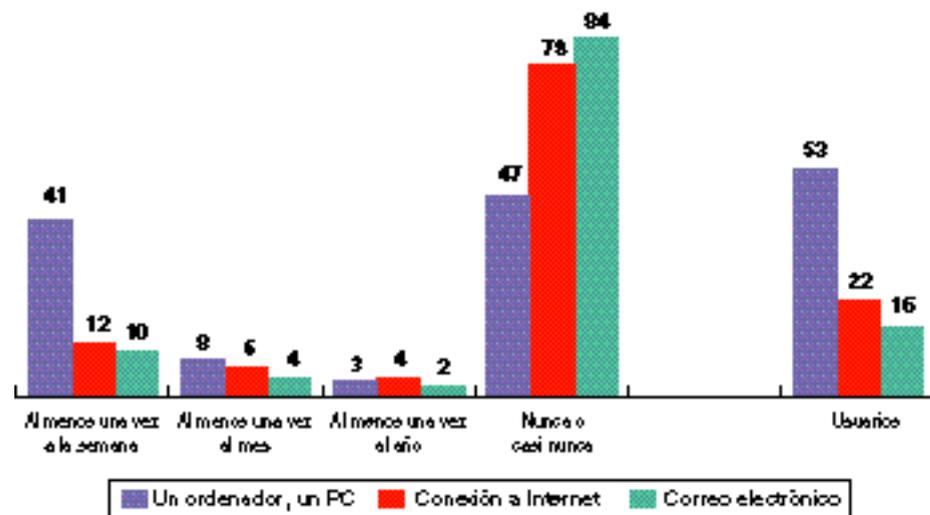
Fuentes: 1983: CIS - 1383 1985: MC - 85 1987: CIS - 1709 1989: MMS - 89 1990: MC - 90
1991: CIS - 1969 1992: CIRES - 92/93 1994: MMS - 94 1999: FSM - 99

Uso de las herramientas informáticas.

Gráfico G.17.11.

Base: Población joven entre 15 y 29 años (N: 6492)

Frecuencia de uso de las herramientas informáticas*



* Octubre de 1999

Fuente: INJUVE, Informe Juventud en España, 2000.

Tablas disponibles para ampliar esta información:

- T.17.1. Uso de las fuentes de información mediada
- T.17.2. Los contenidos preferidos en la teleaudiencia y en la lectura
- T.17.3. Usuarios de las nuevas tecnologías