

SONDEO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE TELEVISIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFANCIA Y LA JUVENTUD

A continuació presentem un estudi del Ministeri de Sanitat i Consum sobre els hàbits de consum de televisió y noves tecnologies dels infants i joves espanyols. És pot considerar complementari al Quaderns Gadeso nº91.

SONDEO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE TELEVISIÓN Y DE NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFANCIA Y LA JUVENTUD

Presentación

Los estudios indican que los niños y niñas españoles pasan, delante del televisor, una media diaria de **218 minutos (3 horas y 40 minutos)**. Además, en los últimos años han aparecido en nuestros hogares “nuevas pantallas”: el ordenador, las videoconsolas...que han modificado sustancialmente los hábitos de juego y ocio de los más pequeños.

Así, según datos de la patronal del sector **uno de cada tres** hogares españoles está equipado con al menos un ordenador personal y uno de cada cinco dispone de una conexión a Internet. Esto supone que a finales del pasado año ya existían **4,4 millones de hogares equipados con PC**. Además, **una cuarta parte de los usuarios del ordenador casero tiene menos de 15 años**. El uso principal al que se destina el ordenador de los hogares es personal (no laboral) y, específicamente, **un 30,6% lo dedica a jugar**, SEDISI.

Además, la diversidad de los usos del ordenador en casa, explica la variedad de **periféricos** que van asociados al PC doméstico: Impresora (presente en el 92,2% de los hogares con PC), lector de CD (92,6%) o módem (73,0%). El **38%** de los hogares disponen de, al menos, una **consola de juegos**.

Sobre el consumo de televisión y nuevas tecnologías, la mayoría de los datos de que disponemos plantean la cuestión desde el punto de vista cuantitativo. Son estudios de medición de audiencia o de uso del tiempo, sin embargo seguimos sabiendo muy poco sobre **cómo** ven los niños y niñas la televisión.

Para realizar una **aproximación** a esta realidad -coincidiendo con la presentación de la **Guía Práctica “¿Pantallas amigas?”** que ofrece recomendaciones y consejos para promover un uso más racional de la televisión y las nuevas tecnologías- CEACCU, en colaboración con sus Asociaciones Provinciales, ha realizado un sondeo sobre 900 familias de toda España.

Este estudio aborda cuestiones como **en qué lugar** de la casa ven los niños la televisión, **si las familias participan** o, por el contrario, es un consumo más bien solitario, **si la televisión desplaza a otras aficiones** o **la influencia de la autopromoción** en las preferencias de los pequeños.

El sondeo también ofrece datos sobre el uso de **Internet en los hogares** y la existencia o no de **normas sobre su uso** en las familias.

Metodología y Ficha técnica

ÁMBITO.- Nacional.

UNIVERSO.- Asociadas y asociados de las organizaciones integradas en CEACCU.

MUESTRA.- 1200 cuestionarios en tres grupos de 400 cada uno, según la edad del menor de referencia. A = Hasta seis años. B = De 7 a 12 años. C = Más de 12 años.

MUESTRA REAL.- 872 cuestionarios con el siguiente reparto. A = 296; B = 29 C = 289.

PUNTOS DE MUESTREO.- 44.

PROCEDIMIENTO DE MUESTRA.- Aleatorio: bases de datos de los registros de afiliados.

APLICACIÓN.- Cuestionario autoaplicado. Una respuesta por familia, en función de la edad del menor.

TRABAJO DE CAMPO.- Entre el 1 y el 15 de julio de 2004.

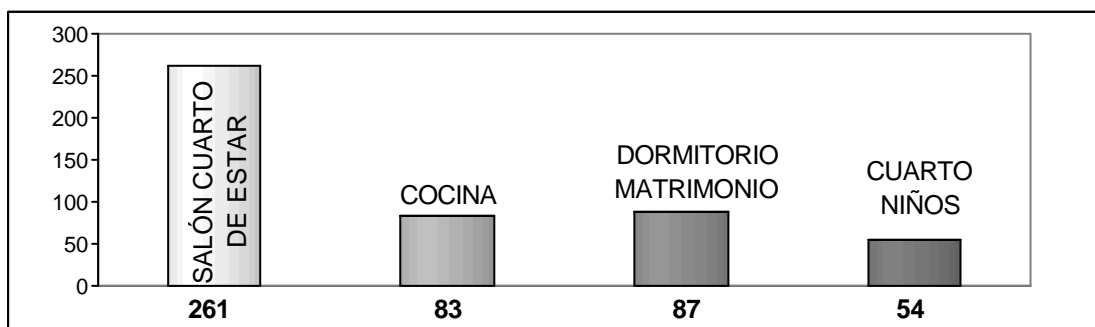
ERROR MUESTRAL.- Para un nivel de confianza del 95,5% (dos sigmas), y $p = q$, el error es del 2,5% para el conjunto de la muestra y en el supuesto de muestra aleatoria simple.

Resultados

Dónde ven los niños la televisión

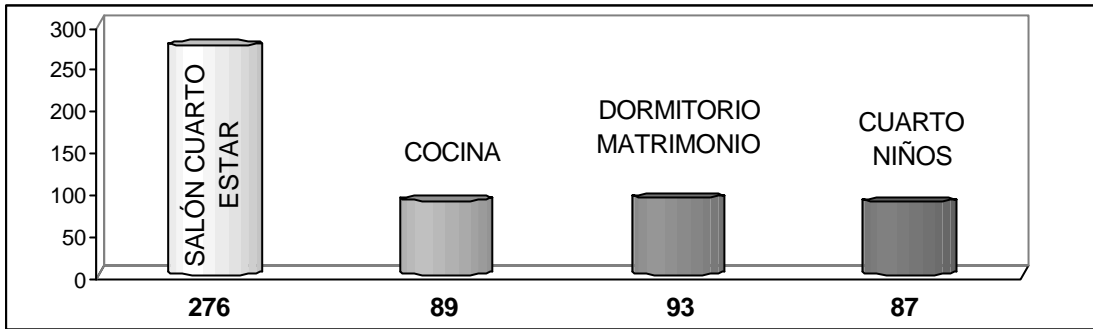
El consumo solitario de la televisión se va consolidando y es uno de los aspectos en el que los hábitos más se han modificado, frente al tradicional consumo en familia. Aunque mayoritariamente el televisor sigue siendo el protagonista del salón o cuarto de estar, ya tiene una presencia importante en otras estancias de la casa como la cocina, el dormitorio de matrimonio o el cuarto de los niños. Además, el sondeo revela cómo ya para un 20% de los niños mayores de 12 años, el salón no es lugar dónde más tiempo se ve la "tele": el 12% de ellos la ven sobre todo en su dormitorio, y un 7% en la cocina, mientras que el 2% en la habitación de los padres. Con todo, todavía la mayoría ven la televisión más frecuentemente en el salón.

¿PODRÍA DECIRME EN QUÉ ZONA O ZONAS DE LA CASA TIENE COLOCADO EL TELEVISOR? MARQUE TANTAS RESPUESTAS COMO TELEVISORES HAYA EN SU CASA.



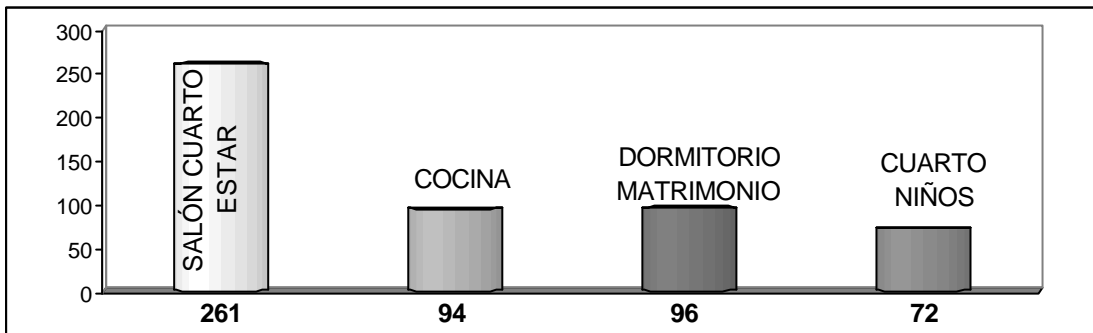
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

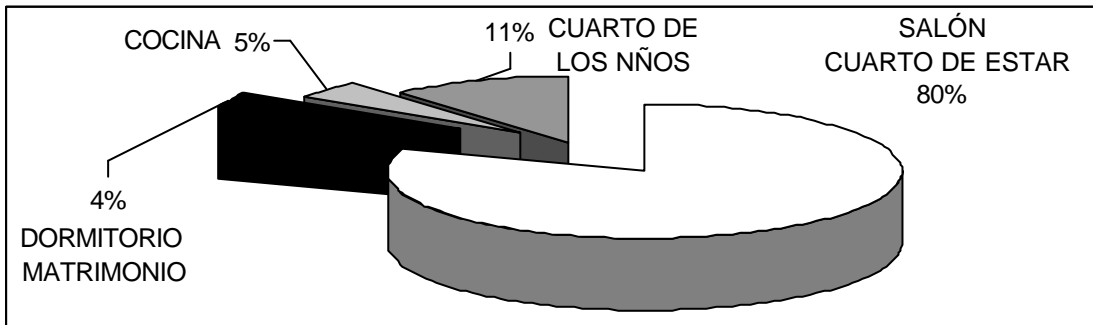
TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

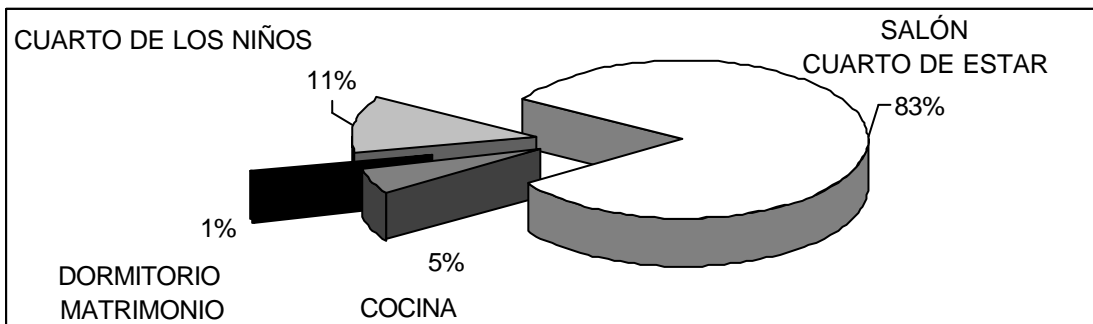
TOTAL 284

EN CASO DE TENER MÁS DE UN APARATO ¿DÓNDE VE LA TV SU HIJO MÁS FRECUENTEMENTE? SEÑALE SOLO UNA.



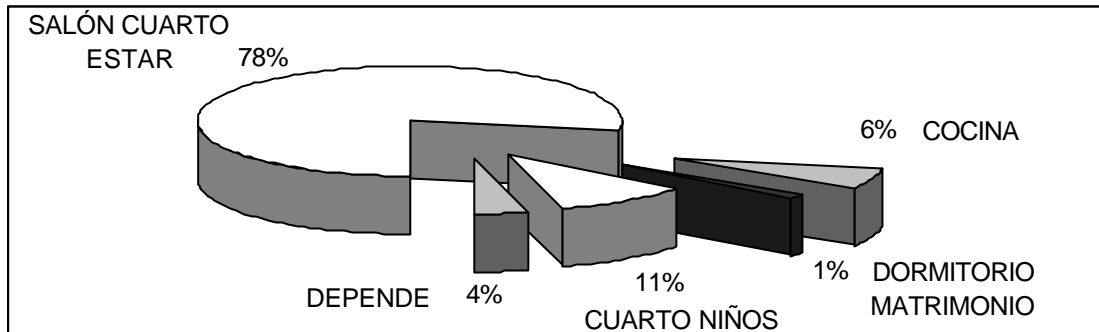
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

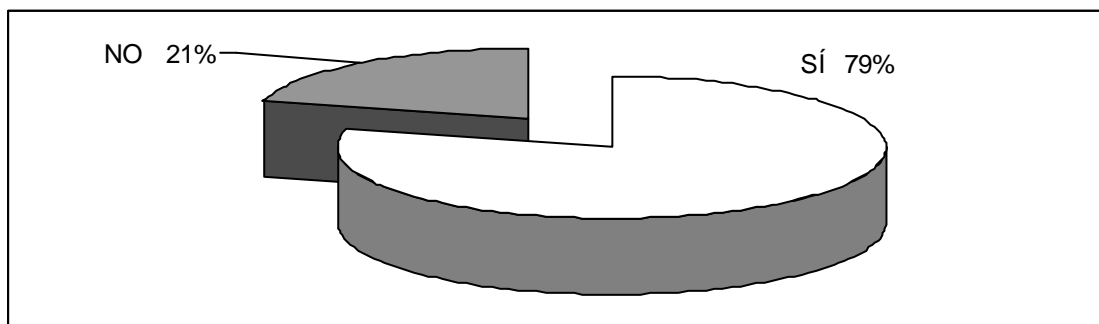
Televisión a diario

Es llamativo comprobar cómo **el consumo diario aumenta con la edad**: Hasta los seis años, **hay un 21% de los pequeños que no la ven a diario**; entre los seis y los once años, son el 14% de los niños los que no la ven todos o casi todos los días. Sin embargo, este porcentaje cae al 8% en el caso de los adolescentes a partir de 12 años, quienes en un 92% ven la televisión todos o casi todos los días.

Sólo en un mínimo porcentaje los niños o jóvenes no ven la televisión todos o casi todos los días. Frente a otras actividades de ocio o de información, cuya dedicación se distribuye a lo largo de la semana, casi ningún niño se salva de estar en algún momento del día frente a la televisión.

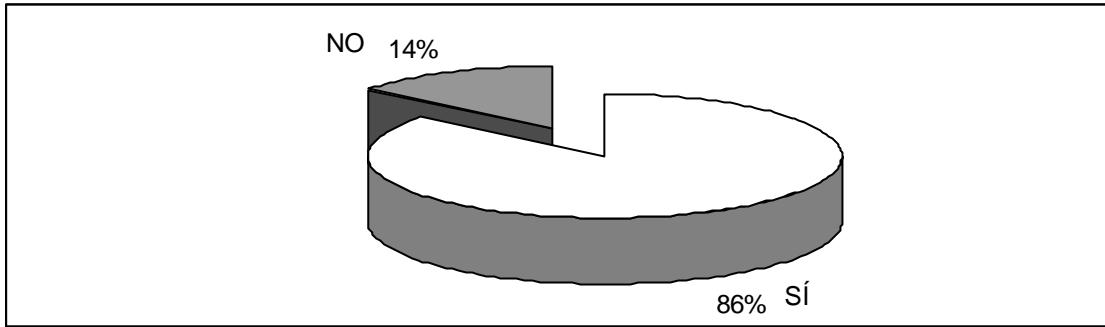
No es raro si tenemos en cuenta que en más de **la mitad de los hogares la televisión está encendida aunque no haya nada que interese**.

¿SUELE SU HIJO VER LA TELEVISIÓN TODOS O CASI TODOS LOS DÍAS?



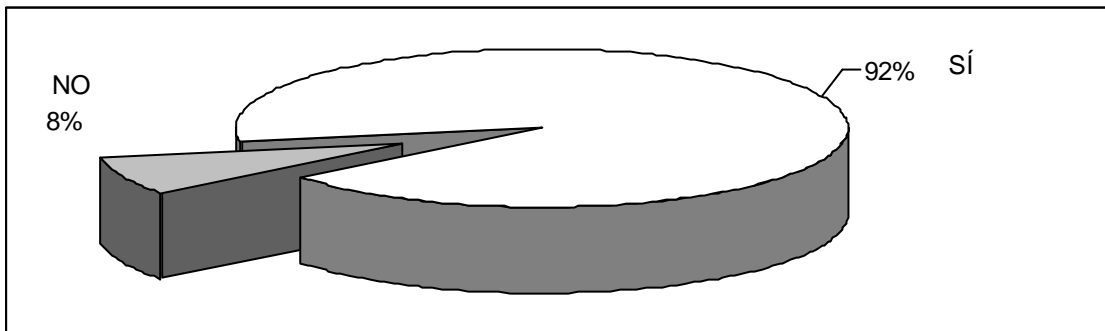
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

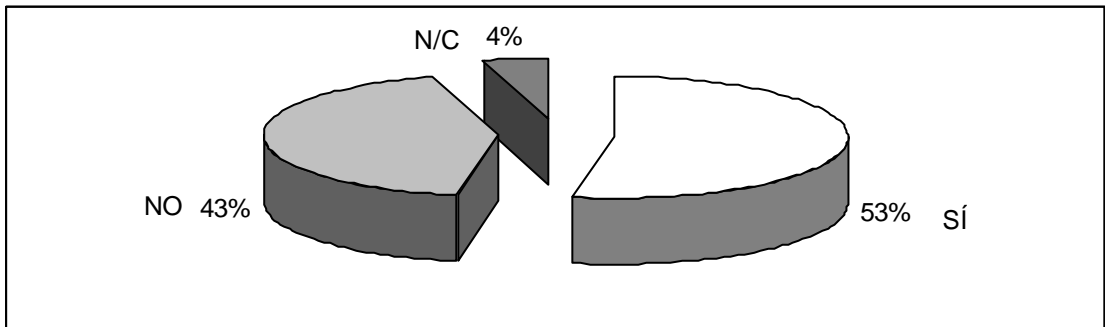
TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

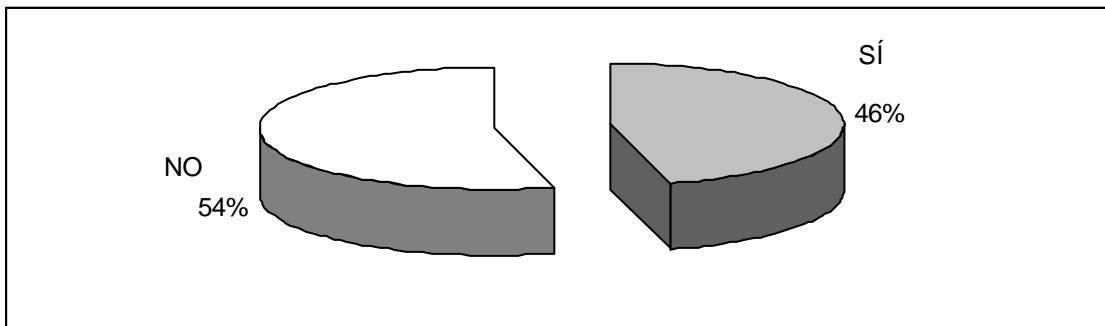
TOTAL 284

¿ALGUNA VEZ ESTÁ ENCENDIDA EN SU CASA LA TV AUNQUE NO LA ESTÉN VIENDO?



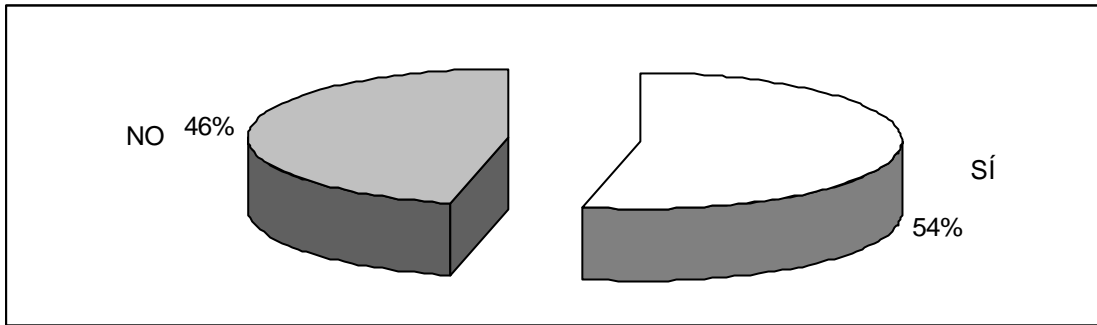
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



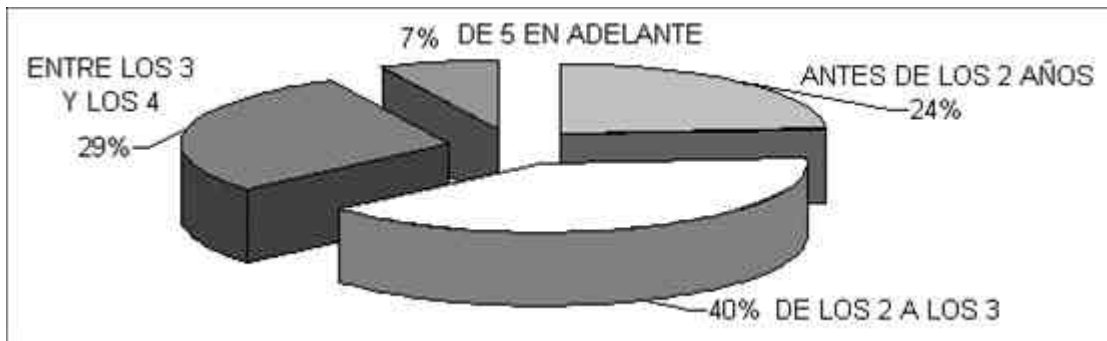
A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

¿A qué edad comienzan los niños y niñas a ver la televisión de forma habitual?: La “tele” como niñera.

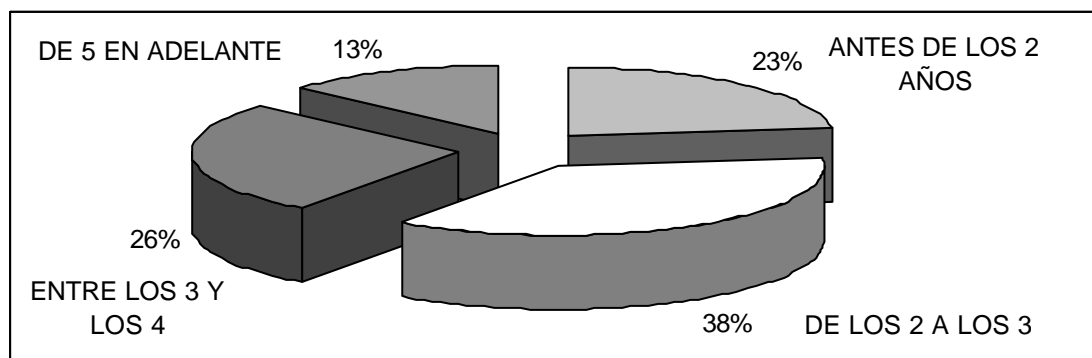
La ausencia (o escasa presencia) de una programación infantil dirigida específicamente a la infancia no impide que los niños **se estrenen como “consumidores” de televisión a edades muy tempranas: la mayoría entre los 2 y los 3 años**. La siguiente opción con más respuestas recibidas es entre los 3 y los 4 años. El menor porcentaje corresponde a los niños que comienzan a ver la televisión de forma habitual a partir de los 5 años.

¿A QUÉ EDAD APROXIMADAMENTE COMENZÓ SU HIJO A VER LA TELEVISIÓN?



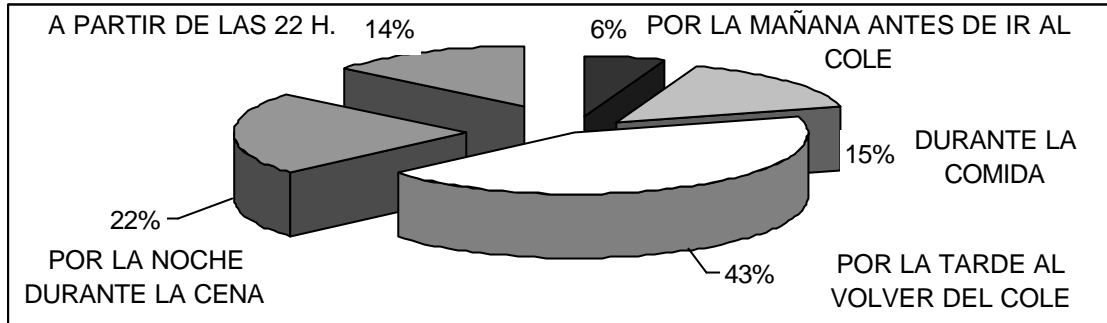
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE LOS 12 AÑOS

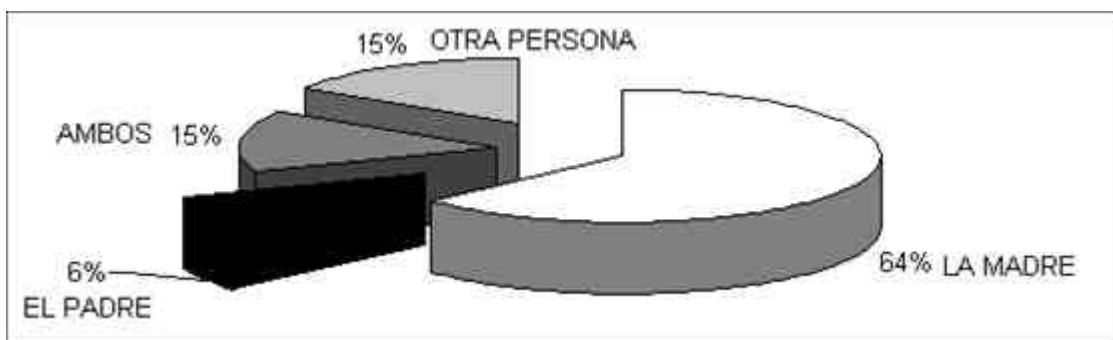
TOTAL 284

Hábitos de consumo: cuándo, cómo y por qué

Si se pudiera hacer un **retrato robot** del consumidor infantil de televisión sería aquel que cuando vuelve del colegio la persona que está en casa es la madre (así ocurre en el 60% de los casos), suele ver la televisión sobre todo (42%) por la tarde (el consumo se distribuye en menor porcentaje en otras franjas) y ve la televisión porque “le divierte y entretiene”...

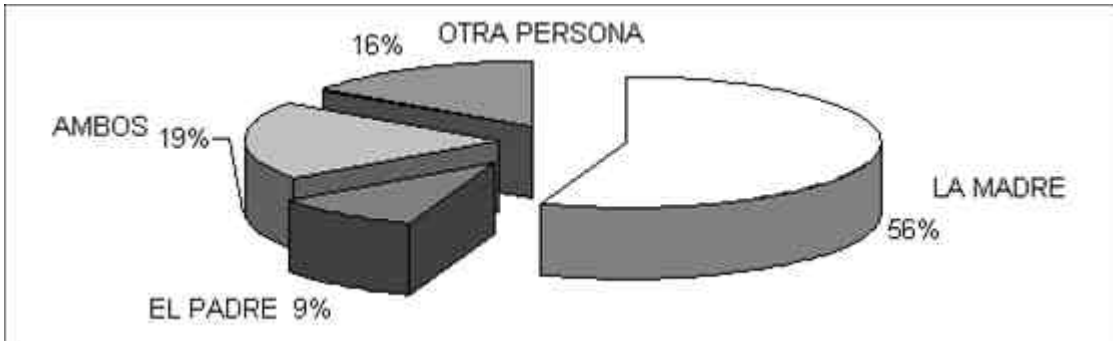
Sin embargo, las respuestas distan mucho de ser mayoritarias por lo que el sondeo indica las **tendencias de cambio**, como la presencia de otra persona distinta de los padres cuando el niño vuelve a casa, o el desplazamiento del consumo de televisión a la franja nocturna, coincidiendo con los datos de medición de audiencias que cifran en 800.000 los menores de 14 años que ven en torno a 41 minutos de televisión después de las 22,00 h.

¿CUÁNDO SU HIJO VUELVE DEL COLEGIO CUÁL DE LAS SIGUIENTES PERSONAS MAYORES SE ENCUENTRAN EN CASA NORMALMENTE? (SEÑALE SÓLO UNA RESPUESTA)



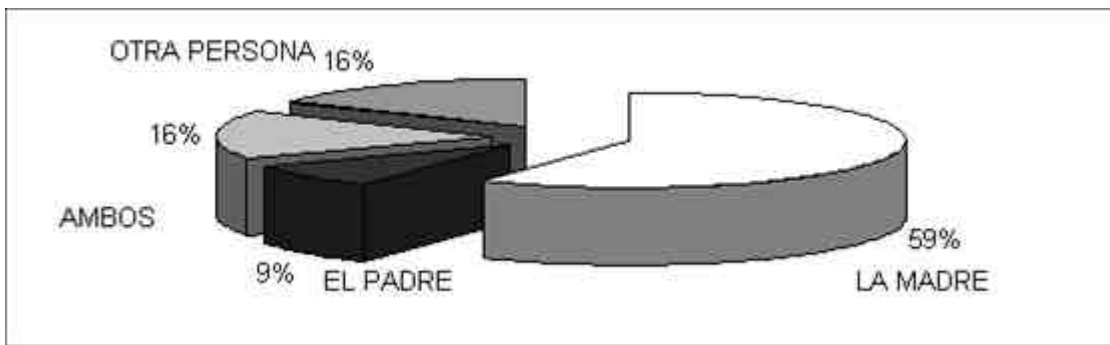
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

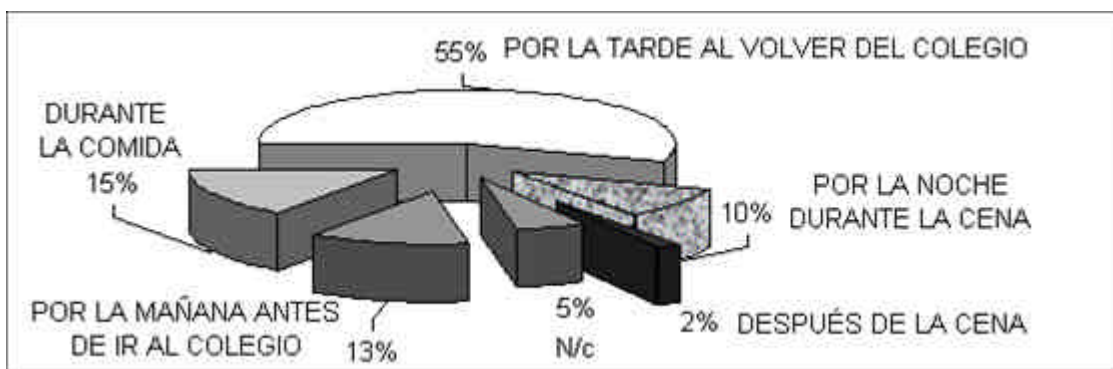
TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

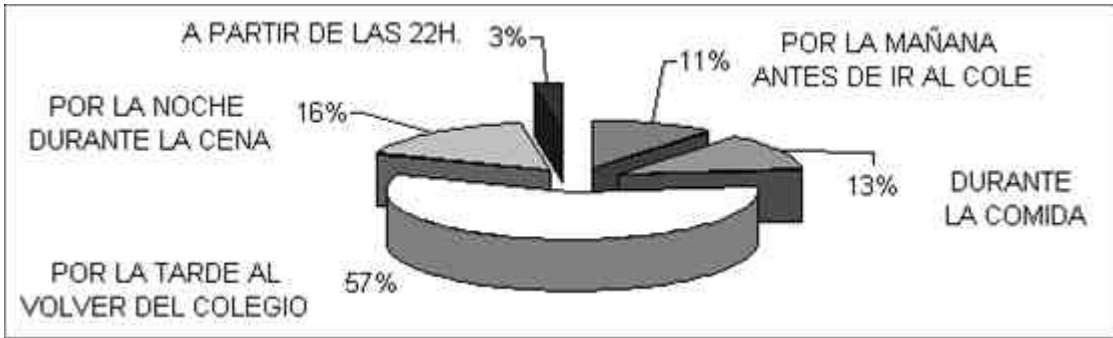
TOTAL 284

UN DÍA NORMAL, DE LUNES A VIERNES, ¿EN QUÉ MOMENTO DEL DÍA SUELE SU HIJO VER MÁS TIEMPO LA TELEVISIÓN? (SEÑALE SOLO UNA RESPUESTA)



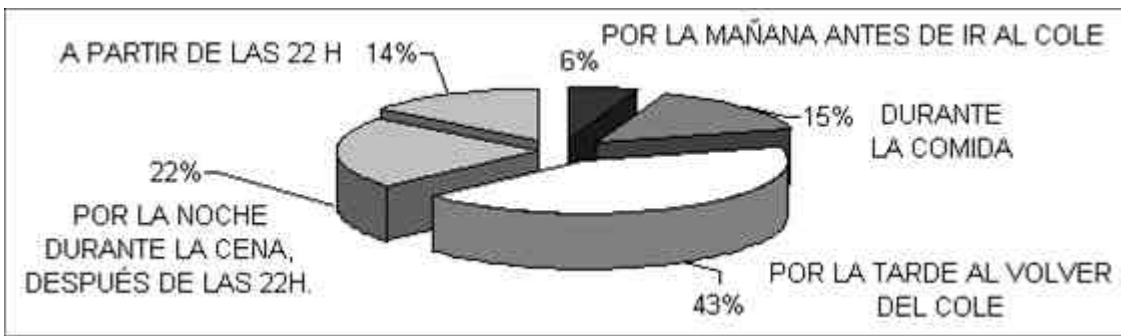
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

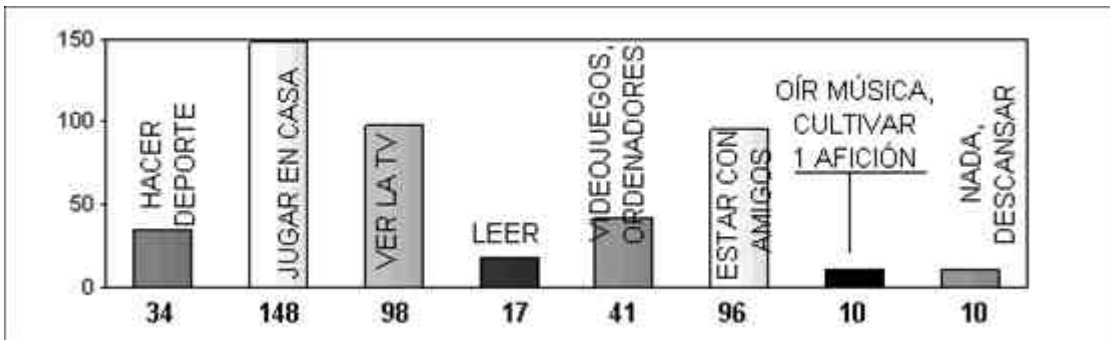
TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

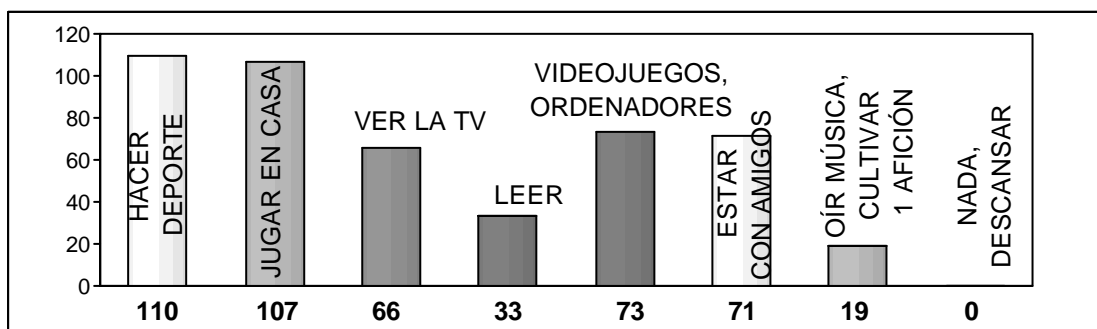
TOTAL 284

¿A QUÉ DEDICA SU HIJO LA MAYOR PARTE DEL TIEMPO LIBRE CUANDO SALE DEL COLEGIO Y HA TERMINADO LOS DEBERES? (SEÑALE SOLO DOS RESPUESTAS)



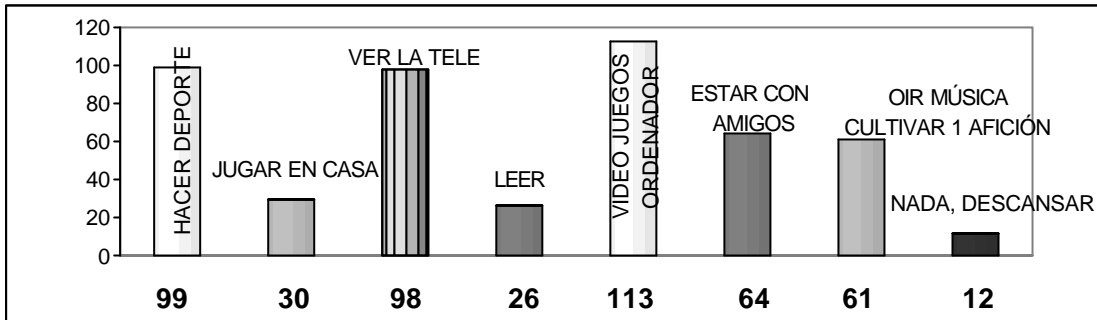
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

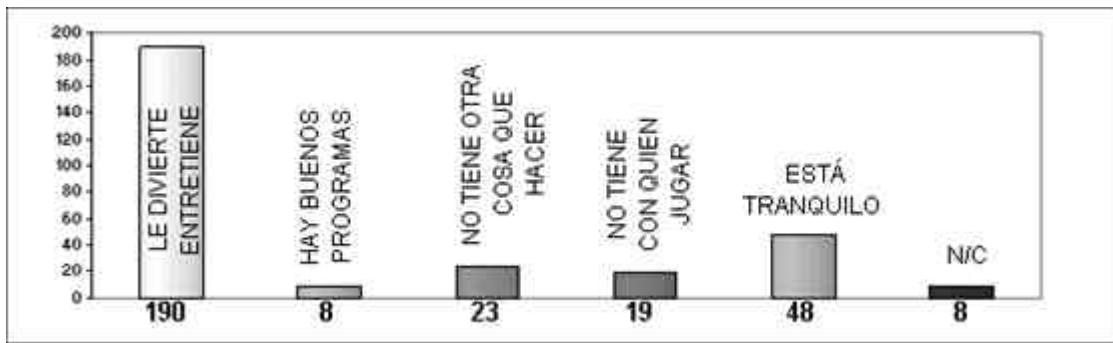
TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

DE LAS SIGUIENTES RAZONES, ¿CUÁL CREE QUE ES LA MÁS IMPORTANTE PARA QUE SU HIJO VEA LA TV? (SEÑALE SÓLO UNA RESPUESTA)



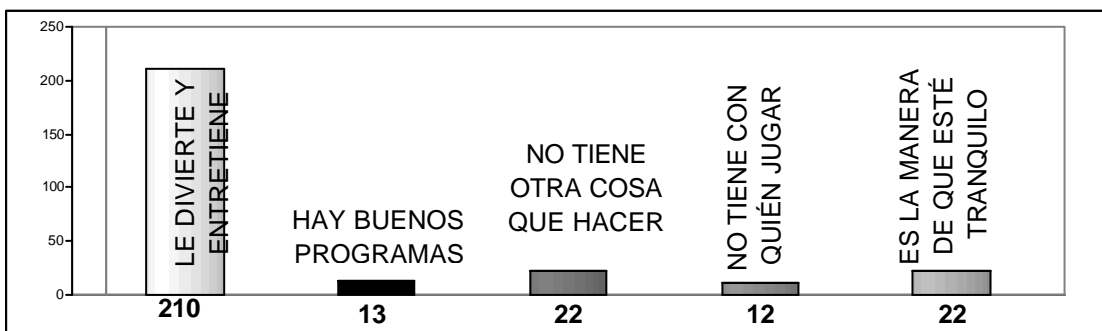
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292

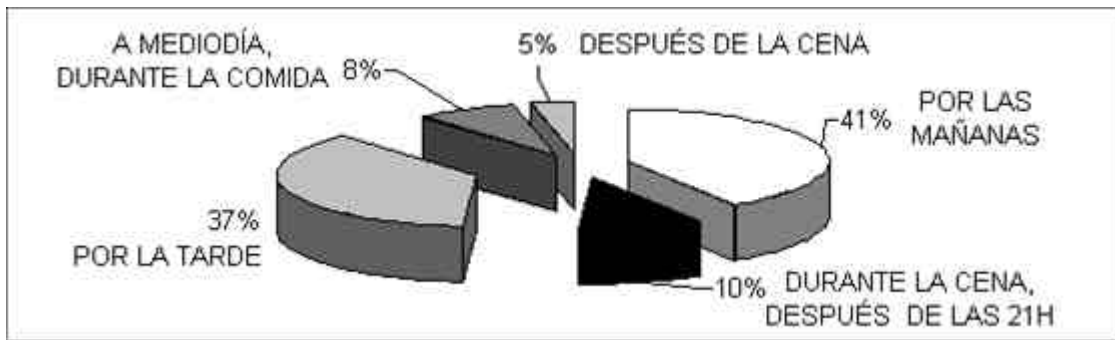


A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

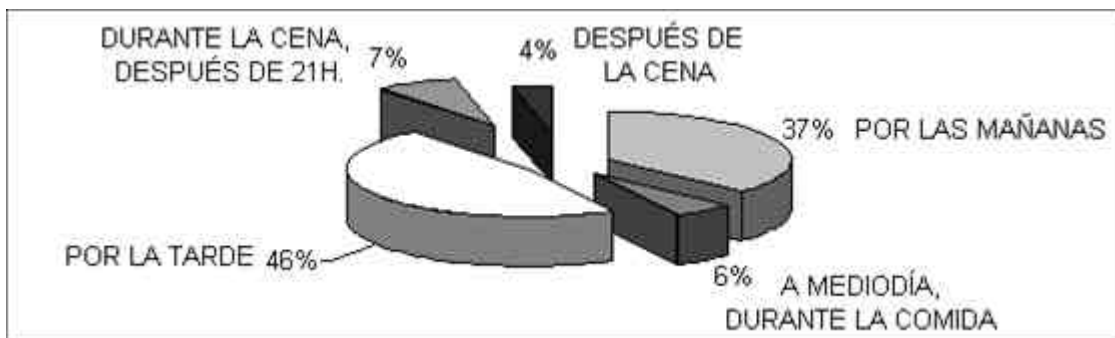
Los **fines de semana** se producen algunos cambios significativos en cuanto a cuál es la hora en que se prefiere ver la televisión. Se reduce, en general, su consumo por la tarde, pero **aumenta el de la mañana**. Un dato que insiste de nuevo en la función de la televisión como “canguro”.

¿Y EN QUÉ MOMENTO DEL DÍA SUELE VER LA TV MÁS TIEMPO LOS FINES DE SEMANA? (SEÑALE SOLO UNA)



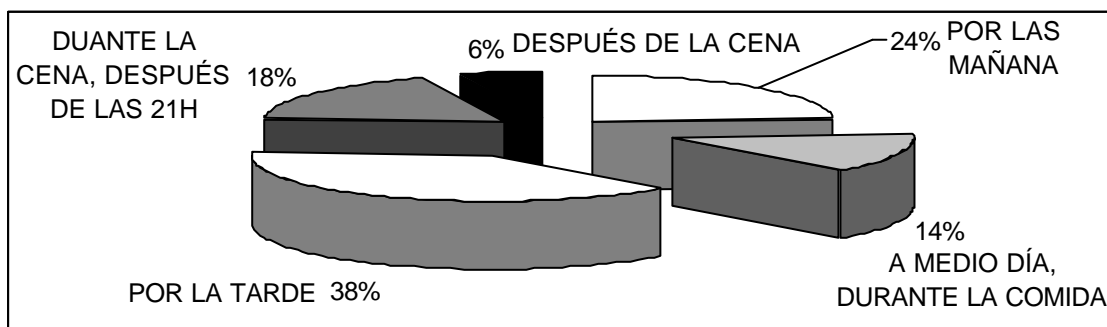
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

Las series son los programas más vistos

Los Informes de CEACCU de análisis y seguimiento de los contenidos infantiles “TV y derechos de los usuarios: Contenidos Infantiles. Publicidad” (1997) y “¿Qué televisión ven los niños?” (2001) ya recogían un cambio de tendencia preocupante: ante la ausencia de una programación específica dirigida a los más pequeños se produce el

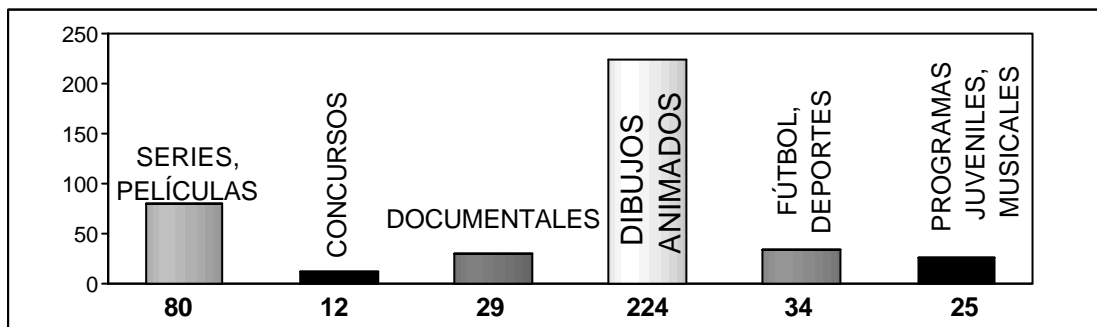
desplazamiento de la audiencia infantil hacia los programas dirigidos aparentemente a los adultos.

En ambos estudios ya quedaba bien “patente el hecho de que los programas infantiles más vistos no alcanzaban la audiencia del programa no infantil más seguido por espectadores de 4 a 12 años”.

La **pasada temporada** los programas más vistos por los niños fueron “Ana y los siete” (que ocupa el número uno entre los diez programas más vistos por el público infantil), “Los Serrano”, “Aquí no hay quien viva” o “Gran Hermano”.

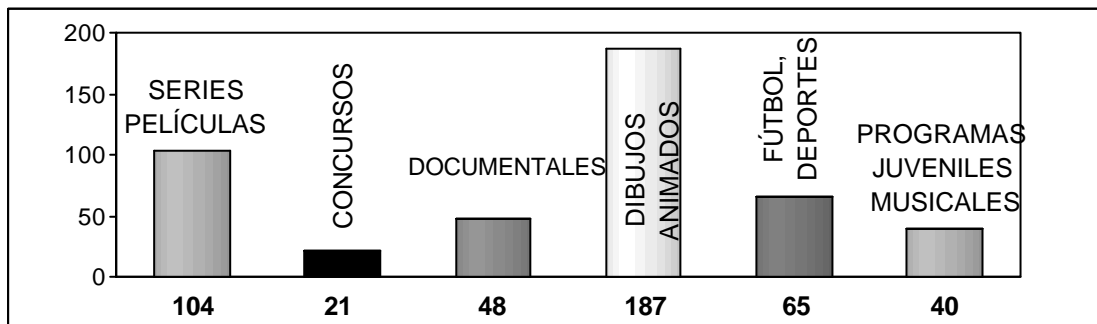
Esa tendencia se confirma aquí, donde vemos que los dibujos animados es la opción sobre todo de los más pequeños, mientras que a partir de los seis años van ganando terreno las series, los concursos y los programas juveniles.

HABLANDO AHORA DE LA TV QUE SUELE VER SU HIJO, ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS VE CON MÁS FRECUENCIA? (SEÑALE LOS DOS QUE MÁS SUELE VER)



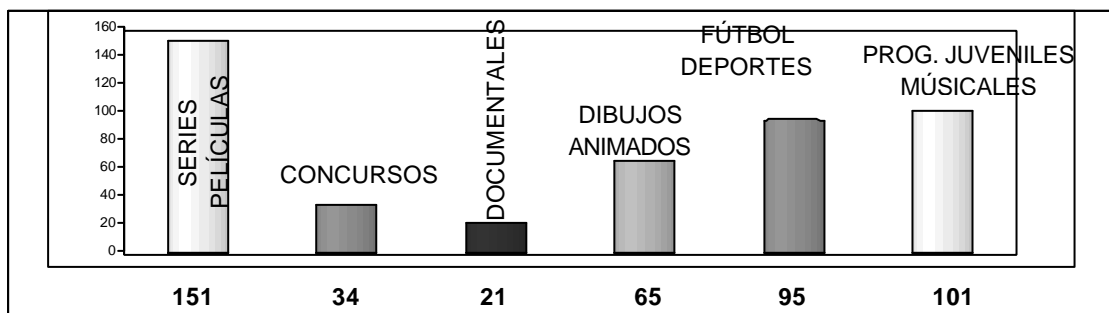
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

Televisión: uso o abuso

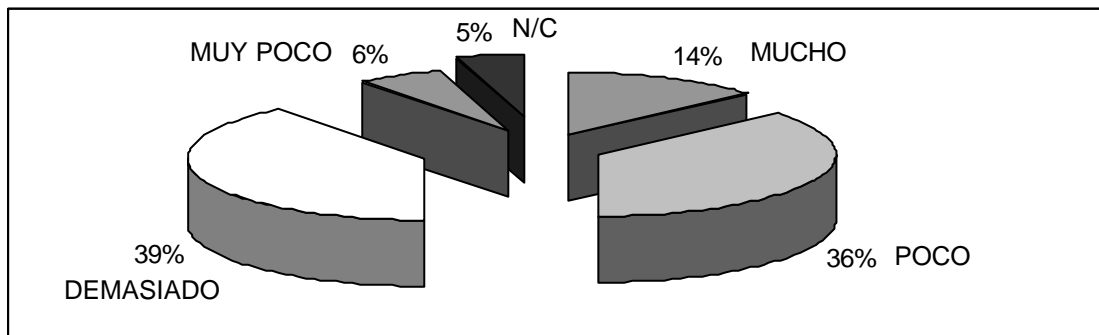
Los estudios de audiencia (Sofres, Estudio General de Medios...) indican que los niños españoles pasan como media, **218 minutos al día** delante de la pequeña pantalla (los expertos contrastan este dato con los casi 300 minutos que permanecen en el colegio).

Son los segundos de toda Europa que más tiempo dedican a este medio, sólo después de Gran Bretaña donde los niños ven la televisión 228 minutos al día.

CEACCU ha preguntado a las familias cómo valoran el tiempo que sus hijos ven la televisión: mayoritariamente se piensa que los niños ven “demasiada” o “mucho” televisión (sobre todo en la franja entre los seis y los doce años). Aunque el estudio también recoge que un amplio porcentaje de las familias (el 42%, el 38% y el 33% según las tres franjas de edad) o no tienen este problema, o no lo detectan (afirman que sus hijos ven “poco” o “muy poco”).

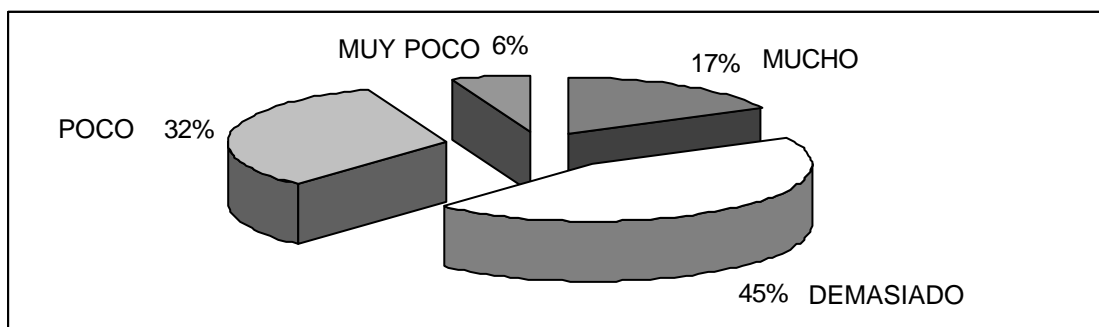
Para estos casos, la Guía de CEACCU “*¿Pantallas amigas?*” propone **trucos prácticos** como medir el tiempo dedicado a otras actividades, comparar y confirmar que el reparto de tiempo del niño coincida efectivamente con sus prioridades. En la Guía, una **ilustración de una balanza**, en la que la **televisión gana peso** ayuda a las familias a reforzar esa idea de equilibrio que debe alcanzarse.

EN GENERAL, DIRÍA USTED QUE EL TIEMPO QUE DEDICA SU HIJO A VER LA TELEVISIÓN ES:



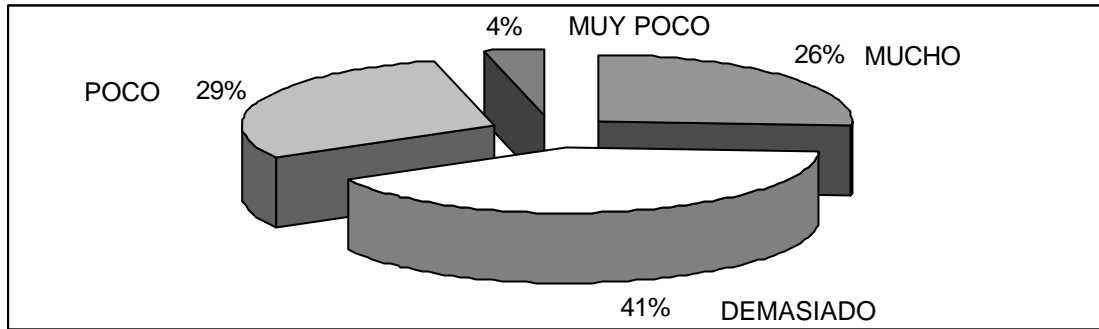
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



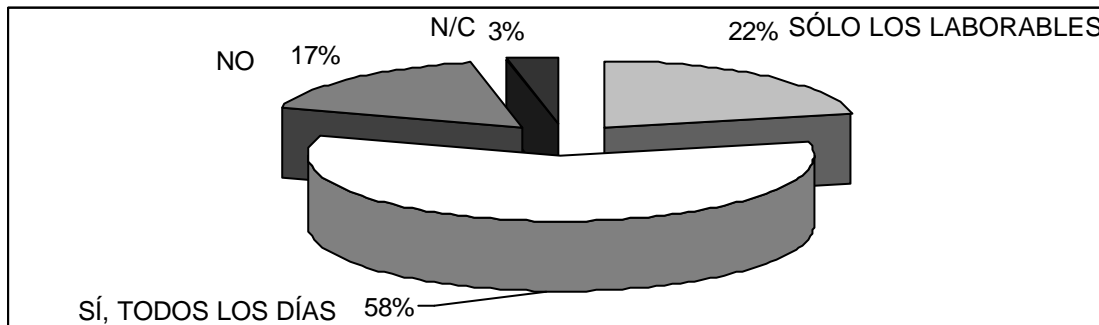
A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

Ante estos datos que indican que los niños pasan demasiado tiempo delante de la televisión **¿Cómo actúan las familias?**

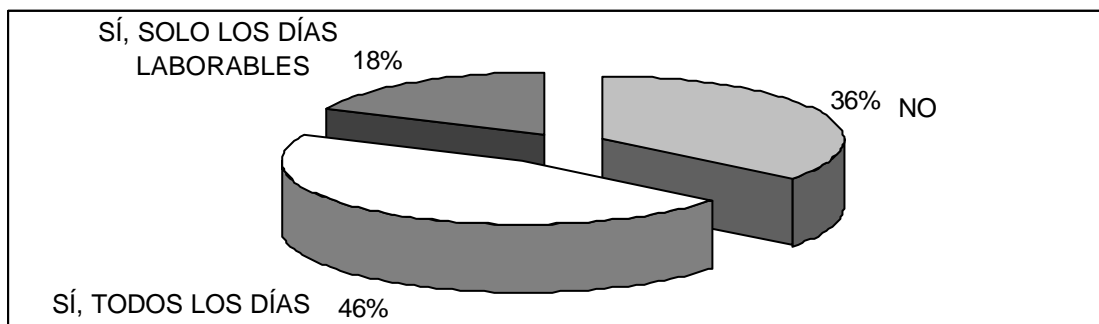
El estudio de CEACCU indica que **casi cuatro de cada diez familias** (El 36% de los padres con niños entre seis y doce años) **no pone límite al tiempo** que pueden ver los niños la “tele” y que baja nuestra exigencia según el niño crece. Con todo, la mayoría dice sí establecer un tiempo máximo:

¿PONE USTED LÍMITE AL TIEMPO QUE PUEDE VER SU HIJO LA TV?



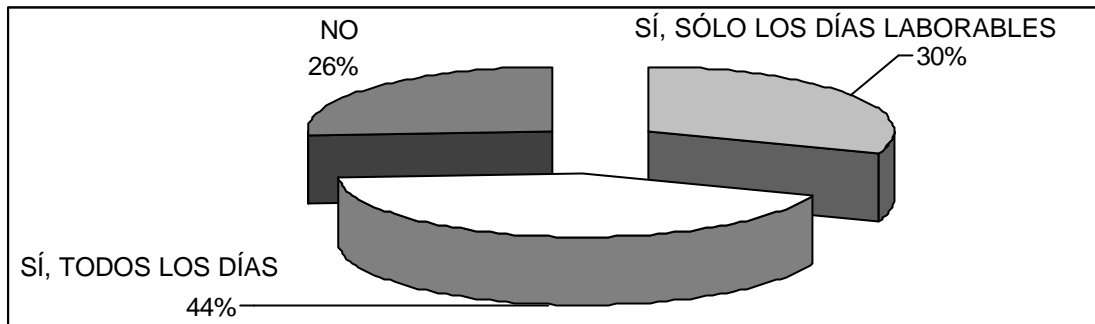
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

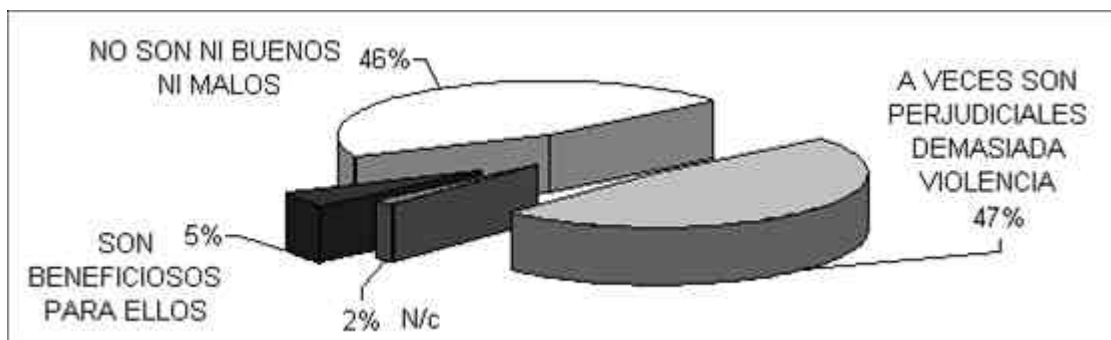
Influencia de la TV en los comportamientos de los niños

Una de las principales preocupaciones de padres, educadores, expertos y científicos de la comunicación es llegar a establecer los efectos de la televisión en el comportamiento de niños y jóvenes. Para **aclarar** los aspectos más básicos, la **Guía Práctica de CEACCU “¿Pantallas amigas?”** explica las principales conclusiones de las investigaciones que se han realizado sobre este asunto.

Las influencia de la televisión que más inquietud genera es la referente al rendimiento escolar o la promoción de comportamientos violentos. Precisamente un reciente estudio de la Fundación Infancia y Aprendizaje (“Pigmalión: Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia”) concluye que ver demasiada televisión puede provocar retrasos en la atención y en la percepción inteligente, que tiene una influencia negativa en la trayectoria social y educativa, sobre todo en la lectoescritura, produce una reducción del juego y “plantea al niños problemas nuevos de construcción de la realidad”. Por el contrario, los niños “con éxito escolar suelen ver en general menos la televisión y tienden a escoger programas potencialmente beneficiosos para su desarrollo”

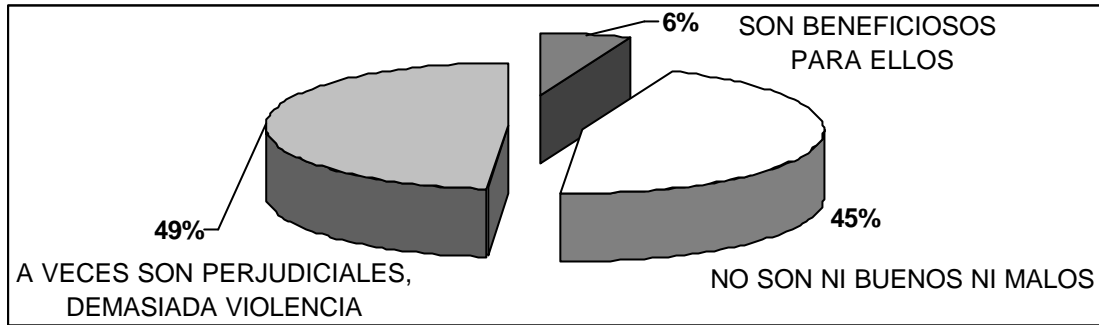
¿Perciben las familias esta posible influencia? Según el estudio de CEACCU **el 45% de los encuestados opina que “La mayor parte de los programas de televisión no son ni buenos ni malos para su formación”**. La falta de percepción de los posibles perjuicios es común en las tres franjas de edad (46%, 45% y 45% respectivamente):

POR FAVOR, DE LAS SIGUIENTES OPCIONES ELIJA LA QUE LE PAREZCA MÁS ADECUADA. (SEÑALE SÓLO UNA RESPUESTA) LA MAYOR PARTE DEL LOS PROGRAMAS ACTUALES DE TV PARA NIÑOS Y ADOLESCENTES....



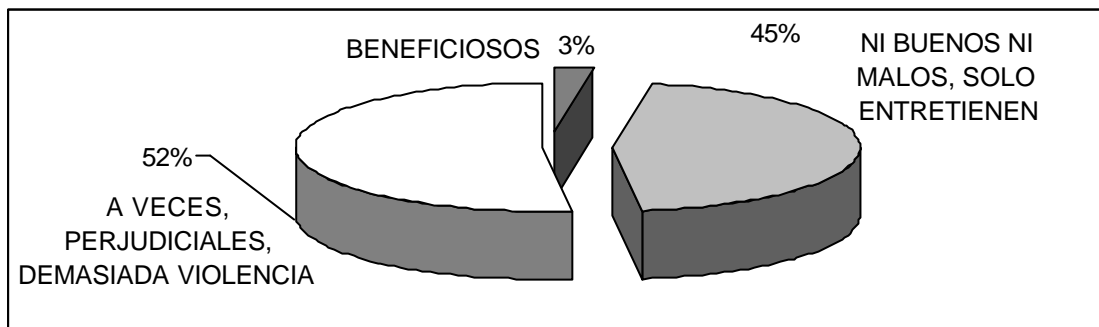
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

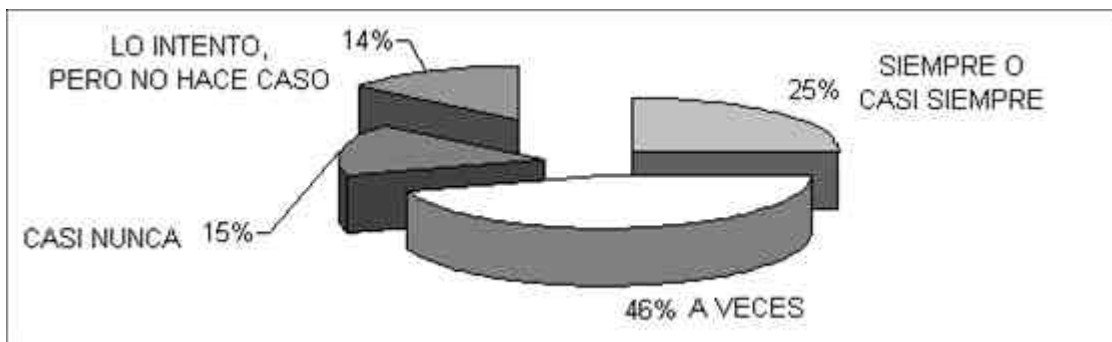
TOTAL 284

El papel de las familias

Sobre la influencia de la televisión en la infancia y la juventud, todos los expertos coinciden en reclamar que es necesario un mayor protagonismo de las familias. Precisamente, este es uno de los principales objetivos de la **Guía Práctica de CEACCU** “*¿Pantallas amigas?*”

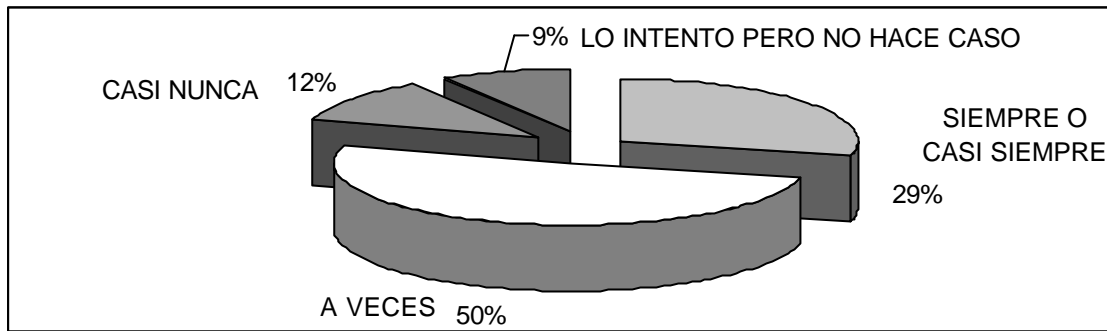
El sondeo de CEACCU revela que aún falta por recorrer un largo: **no llegan a ser tres de cada diez las familias en las que de una manera habitual se hacen comentarios o se tienen conversaciones sobre lo que los hijos ven en televisión.**

¿TIENE USTED CONVERSACIONES O HACE COMENTARIOS CON SU HIJO SOBRE LOS PROGRAMAS QUE ÉL VE EN TELEVISIÓN?



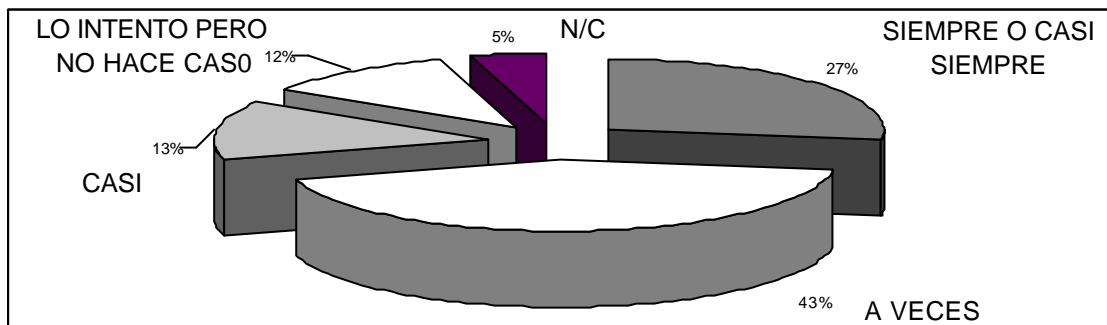
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292

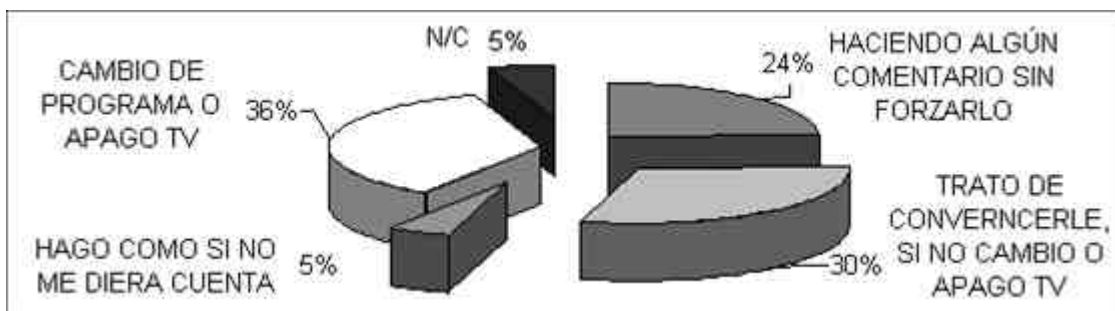


A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

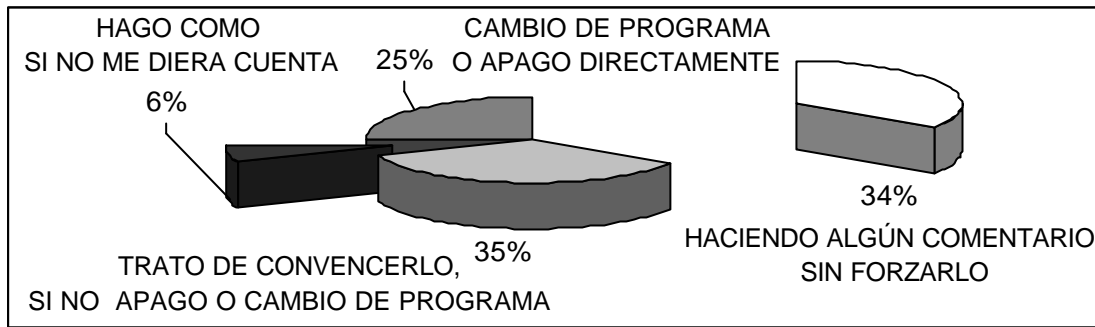
La **desorientación** de los padres también es recogida por el estudio de CEACCU. Ante la pregunta *“Cuando un hijo suyo está viendo un programa que Vd. **no** considera **adecuado** para él, ¿Cómo suele Vd. actuar?”* predomina la **dispersión** de respuestas.

CUANDO UN HIJO SUYO ESTÁ VIENDO UN PROGRAMA QUE VD. NO CONSIDERA ADECUADO PARA ÉL, ¿CÓMO SUELE VD. ACTUAR? (SEÑALE SOLO UNA RESPUESTA)



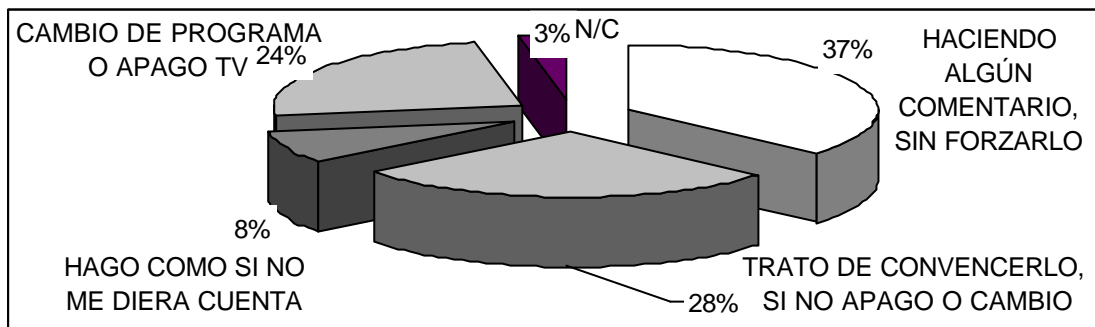
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

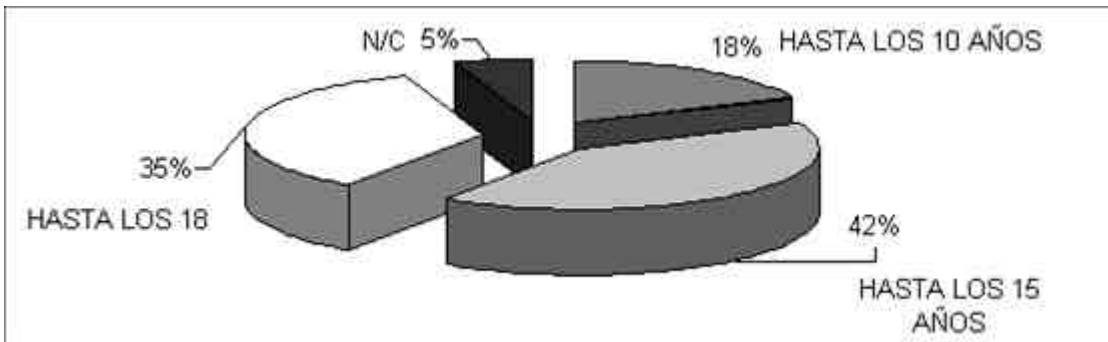
A partir de los resultados que reflejan los gráficos, podemos concluir que **la intervención de los padres** en esta situación **se divide** entre los que actúan “como si no me diera cuenta” o “haciendo algún comentario, pero sin forzarlo” (la suma estas respuestas, que equivalen a una “actitud pasiva” representan el 29%, el 40% y el 45% según las franjas de edad) y los que “cambian directamente de canal o apagan la tele” o lo hacen, aunque primero traten de convencerlo (estas opciones, que equivalen a una “actitud activa”, son la respuesta del 66%, el 60% y el 52%, según las franjas de edad)

Como vemos, la permisividad de los padres es llamativa: Cuando los hijos tienen **entre seis y doce años en cuatro de cada diez familias no se cambia de canal o se apaga la televisión si están viendo algún programa que no consideran adecuado**

Los resultados, además, revelan que la vigilancia de los padres decrece con la edad: **el 45 % de los padres con hijos a partir de doce años no tiene una intervención más allá de hacer algún comentario** ante esa situación.

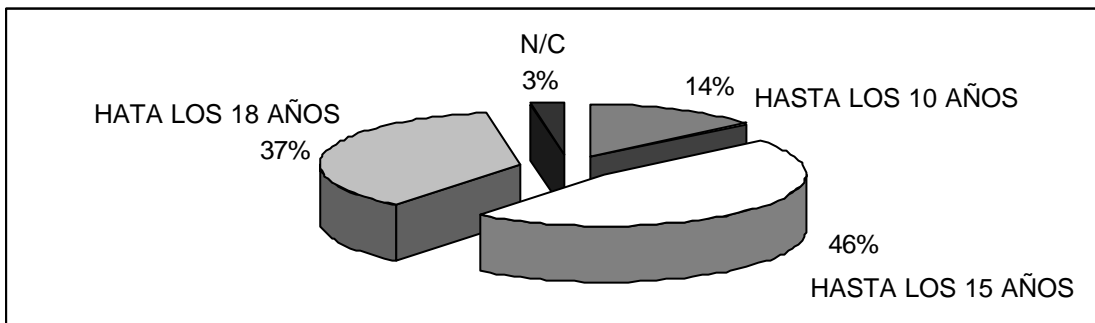
Tampoco parece que los padres tengan muy claro hasta qué edad deben vigilar la televisión qué ven sus hijos. Unas respuestas que, además del desconcierto de las familias, revelan la confusa y limitada percepción del riesgo de unos malos hábitos en el consumo televisivo:

¿HASTA QUÉ EDAD CREE VD. QUE LOS PADRES DEBEN VIGILAR LA TV QUE VEN SUS HIJOS?



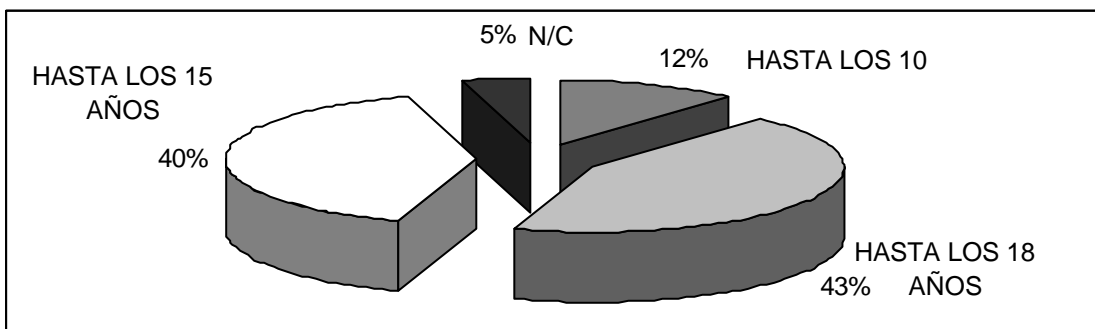
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

La responsabilidad de las cadenas

Una cuestión clave en el problema de la protección de la infancia respecto a los contenidos televisivos es la de establecer la responsabilidad principal. Es habitual (algo que, por otra parte, también se produce en otras facetas del consumo como los hábitos alimenticios) que empresas, expertos, educadores, poderes públicos y familias traten de trasladar a los demás el peso de sus decisiones.

El problema no es nuevo. CEACCU como organización de consumidores lleva treinta años promoviendo hábitos racionales de consumo en ámbitos tan dispares como la alimentación o el sobreendeudamiento, donde en ocasiones surgen polémicas equivalentes.

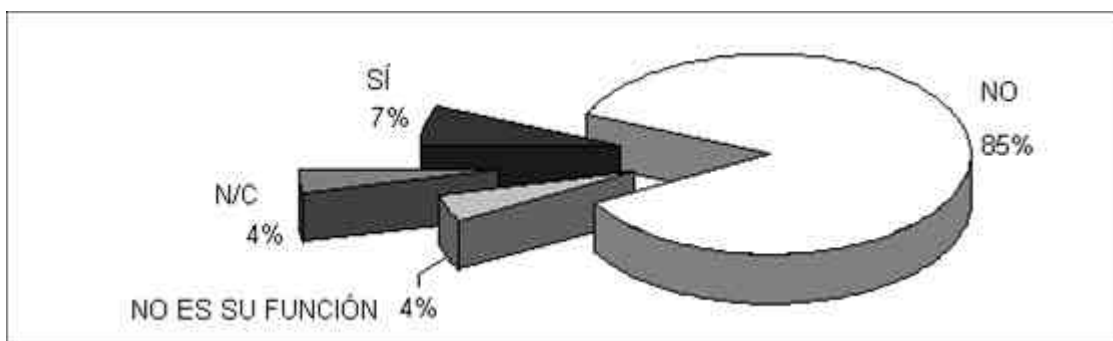
Desde la misma perspectiva consumerista, en el tema televisivo la postura de CEACCU es clara:

- ? **Consumidor infantil:** La ley reconoce la necesidad, en cuanto usuario no formado, de una **protección especial**. Entendemos que debe anteponerse a cualquier otro principio de rentabilidad empresarial, etc.
- ? Hay que promover la **co-responsabilidad de los usuarios** (adultos), pero siempre y cuando se den unas condiciones previas. Y teniendo en cuenta que:
 - o El usuario no es autónomo en sentido pleno, en las decisiones que marcan sus hábitos de consumo (hay que tener en cuenta, por ejemplo, el peso de la **presión publicitaria**)
 - o La relación es asimétrica: El usuario es siempre la parte en inferioridad de condiciones: así lo recogen todas las leyes de consumo (desde la ley de garantías a la de condiciones generales de la contratación)
- ? Las condiciones para poder asumir la co-responsabilidad del usuario son:
 - o **Normas claras de protección de los derechos** de los consumidores, frente a los intereses particulares de empresas, anunciantes, etc.
 - o Mecanismos eficaces de **vigilancia y sanción** en caso de incumplimiento.
 - o Inversión en **formación y sensibilización** de los usuarios.
- ? La responsabilidad de las cadenas se vincula a la consideración de las televisiones como un **servicio de interés general** de carácter especialísimo, pues está relacionado directamente con los **valores** de la sociedad, con la promoción de la **cultura** o con la **participación democrática** de los ciudadanos.

¿Cómo valoran los usuarios el papel de las cadenas? Cooperación cero

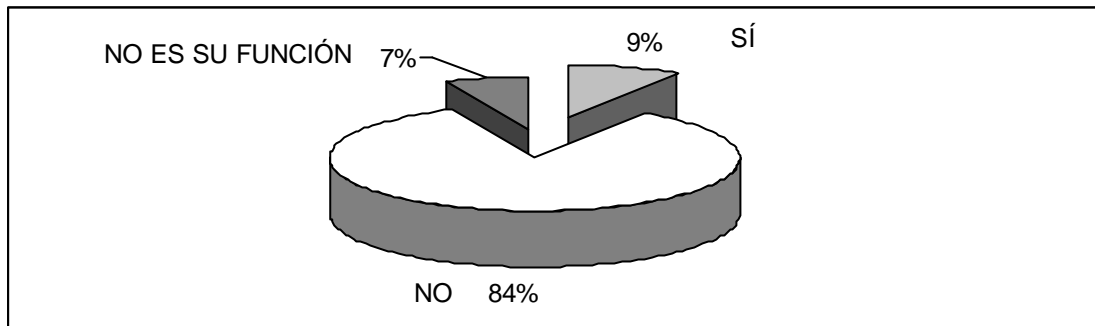
Mayoritariamente (casi **9 de cada diez** encuestados) **denuncian que las cadenas no se preocupan por colaborar con las familias pues no emiten programas adecuados para ellos:**

¿CREE VD. QUE LAS CADENAS DE TV SE PREOCUPAN POR COLABORAR CON LOS PADRES PONIENDO PROGRAMAS ADECUADOS PARA NIÑOS Y ADOLESCENTES?



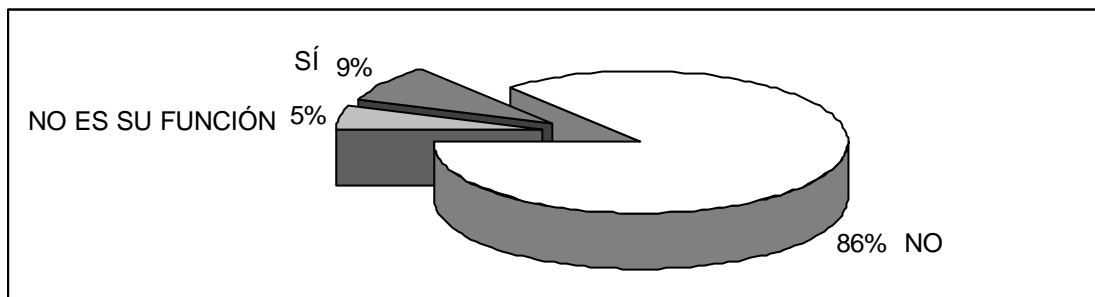
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

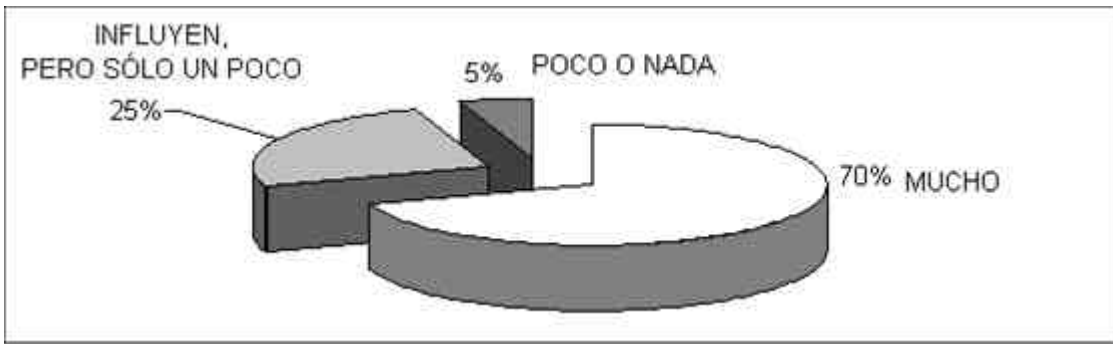
TOTAL 284

Ya hemos visto más atrás cómo el consumo se desplaza a las franjas de adultos. Algo de lo que CEACCU viene alertando en sus diferentes estudios: En el año 97 se observaba “que las distintas **cadena restringían su programación específica para niños**, al mismo tiempo que lanzaban productos en “prime time” pensados (en su manera de concebir los guiones para los espectadores más jóvenes)” [“¿Qué televisión ven los niños?” (2001)] En el año 2000 se comprueba cómo la tendencia no sólo continuaba sino que llevaba a alguna cadena a llegar a suprimir su parrilla infantil en días lectivos. Además se confirmaba que la oferta en general de programación infantil había disminuido en dos horas respecto a del año 97.

Además de este déficit en la cantidad de programación específica para niños, hay que recordar la pobre **calidad**, en general, de la misma. Esos informes denunciaban la omnipresencia de los espacios “contenedores” y la ausencia de programas diseñados con criterios pedagógicos. Además, las irregularidades detectadas eran múltiples: desde la promoción de “contravalores” –competitividad, sexismo–, hasta el desprestigio del lenguaje y la cultura o el incumplimiento de normas publicitarias (como la prohibición de que los presentadores inciten a la compra de un producto).

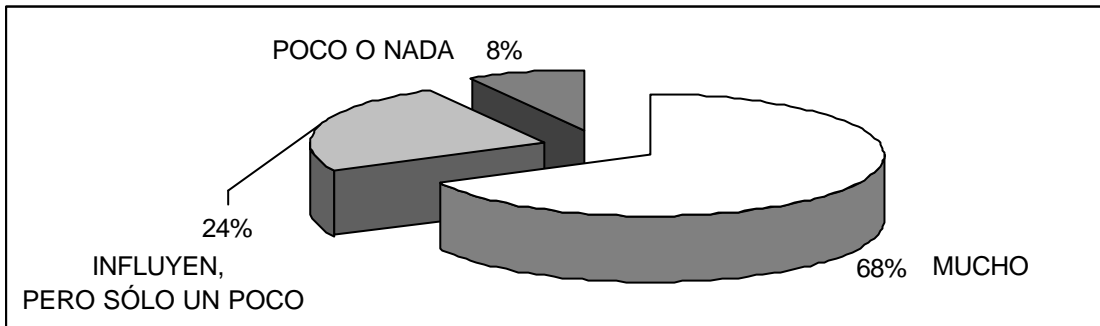
Por otro, las **cadena** tienen una participación extremadamente activa en la **promoción de determinados productos televisivos**. Las familias así lo ven y denuncian:

¿CÓMO CREE QUE INFLUYEN LOS ESPACIOS DE AUTOPROMOCIÓN EN LOS QUE LAS CADENAS ANUNCIAN SUS PROGRAMAS EN LAS PREFERENCIAS DE NIÑOS Y JÓVENES?



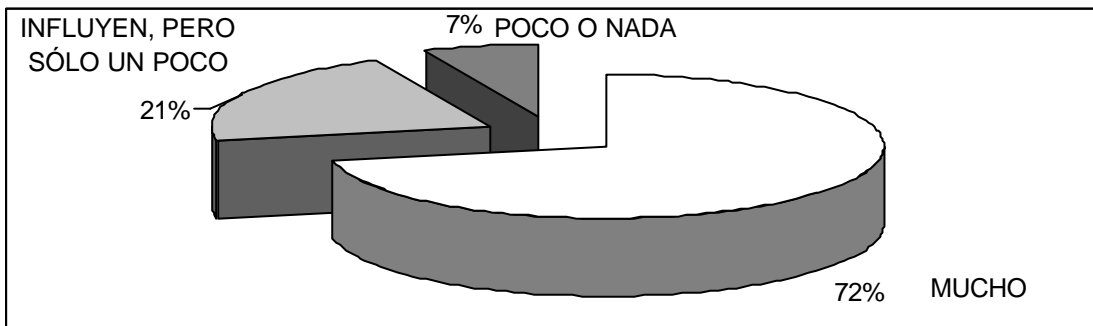
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

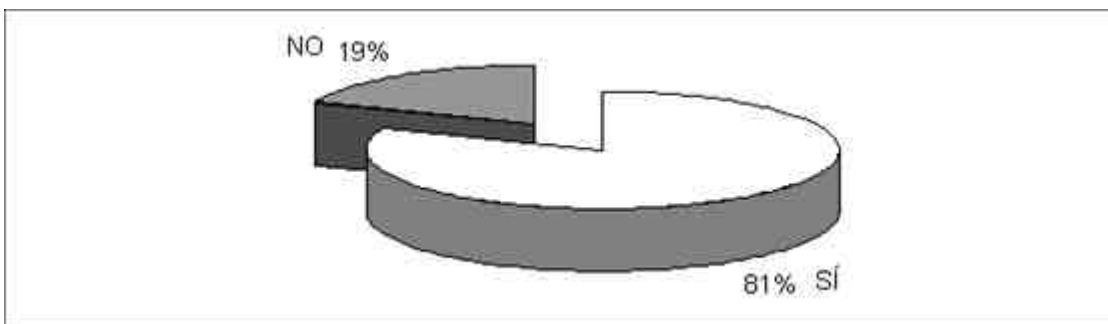
TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

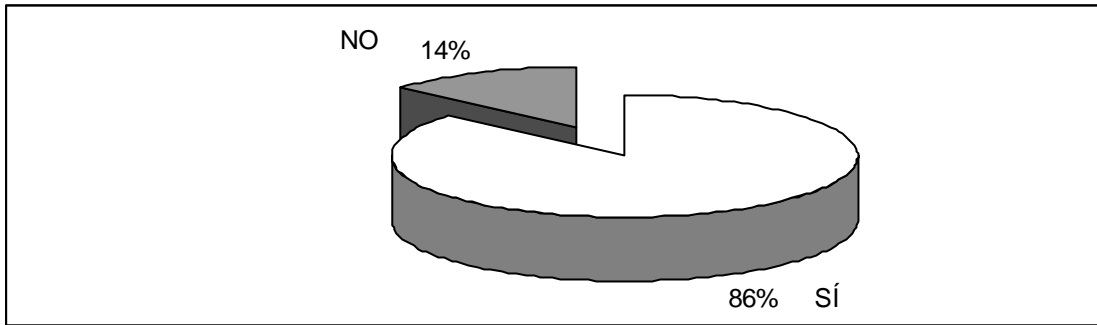
TOTAL 284

¿CREE QUE ES FRECUENTE QUE ESTOS ESPACIOS PROMOCIONALES DE AVANCES DE LA PROGRAMACIÓN INCLUYAN ESCENAS VIOLENTAS O NO APROPIADAS PARA LOS NIÑOS ANTES DE LAS DIEZ DE LA NOCHE?



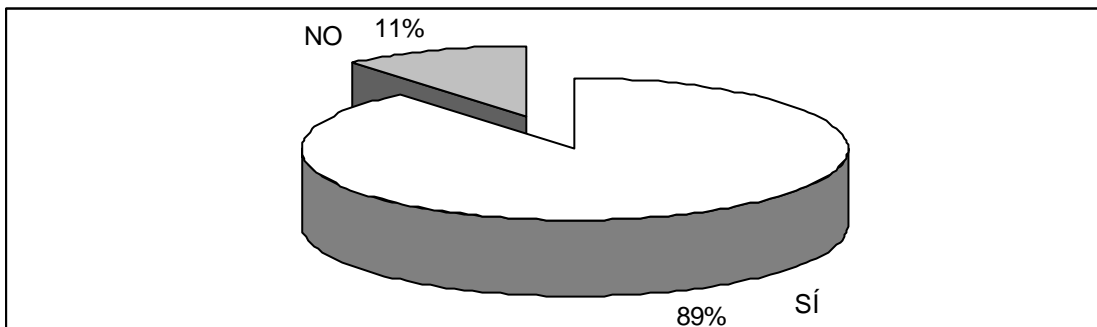
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292

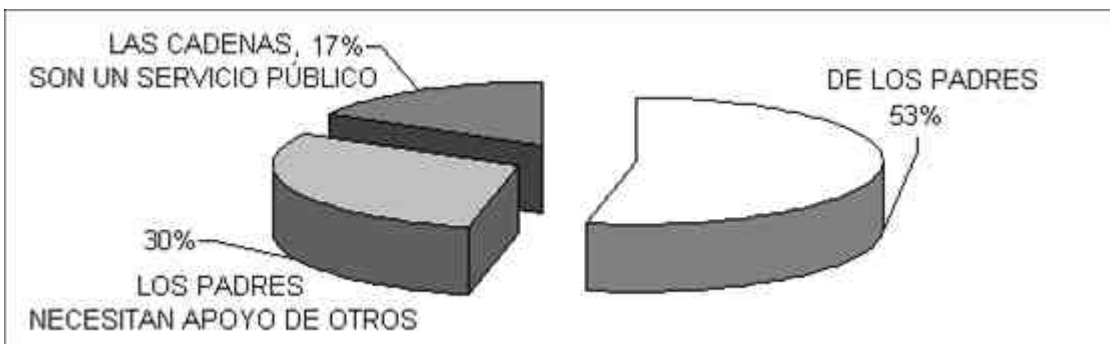


A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

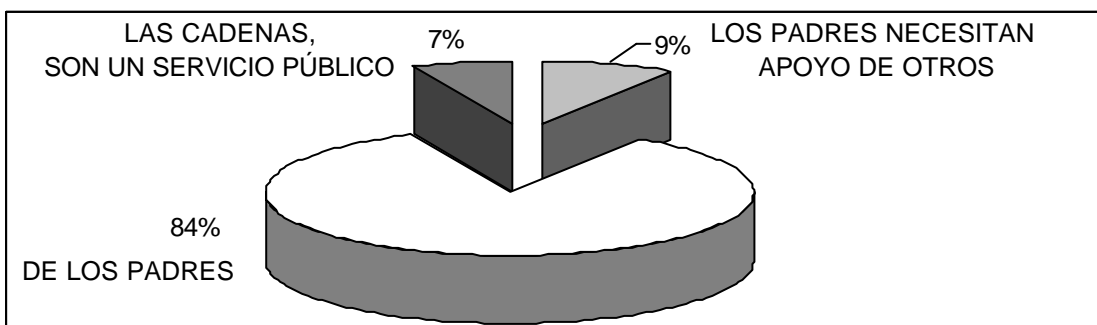
Las **familias**, sin embargo, no eluden su cuota de **responsabilidad**:

INDIQUE CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES RECOGE MEJOR SU MANERA DE PENSAR (SEÑALE SÓLO UNA) PREOCUPARSE DE LA TV ES RESPONSABILIDAD DE...



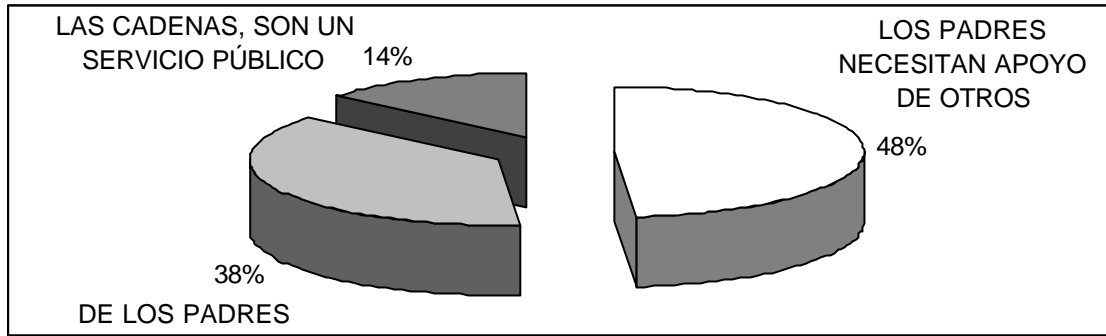
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

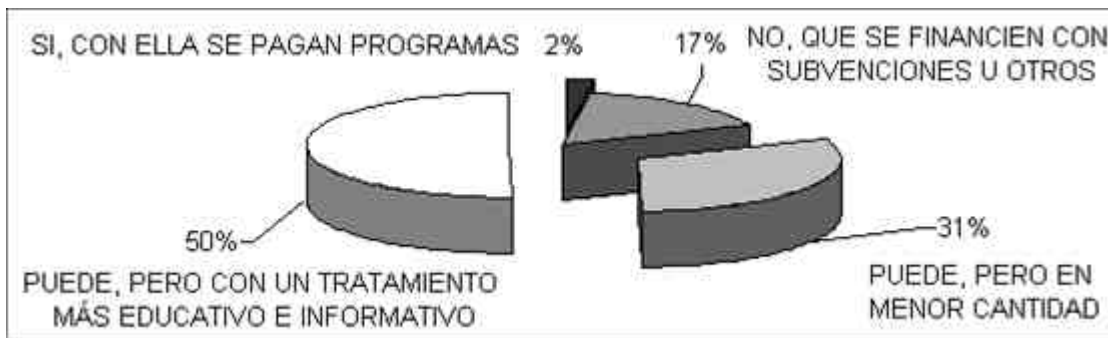
La publicidad en televisión

Un capítulo completo de la **Guía Práctica de CEACCU “¿Pantallas amigas?”** dedica a explicar a las familias las distintas fórmulas publicitarias, las normas que regulan a cada una de ellas y los incumplimientos más frecuentes detectados por los estudios de CEACCU.

Además, en la medida que la publicidad televisiva tiene una gran influencia en los hábitos de consumo de la infancia, CEACCU también propone en su Guía pautas para enseñar a los niños a ser más críticos ante los mensajes publicitarios.

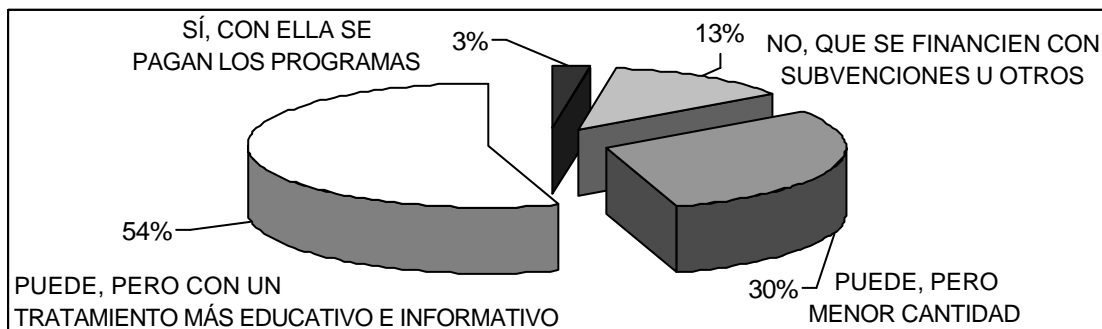
Las familias, por su parte, consideran que la publicidad en horario infantil debe mejorar:

PASANDO AL TEMA DE LA PUBLICIDAD EN EL HORARIO INFANTIL ¿CON CUÁL DE LAS SIGUIENTES FRASES ESTÁ USTED MÁS DE ACUERDO? (SEÑALE SÓLO UNA): ¿DEBE HABER PUBLICIDAD?



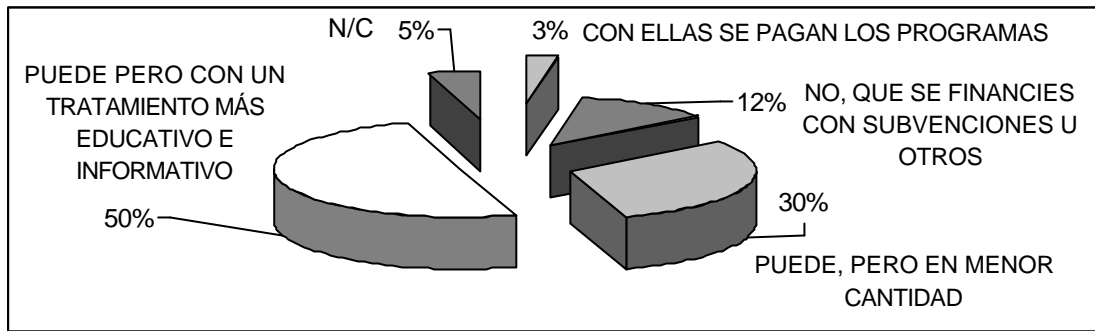
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



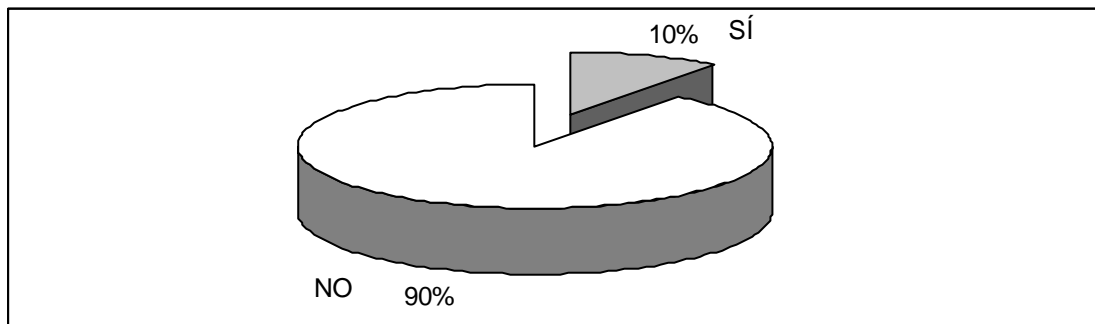
A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

¿Conocemos nuestros derechos?

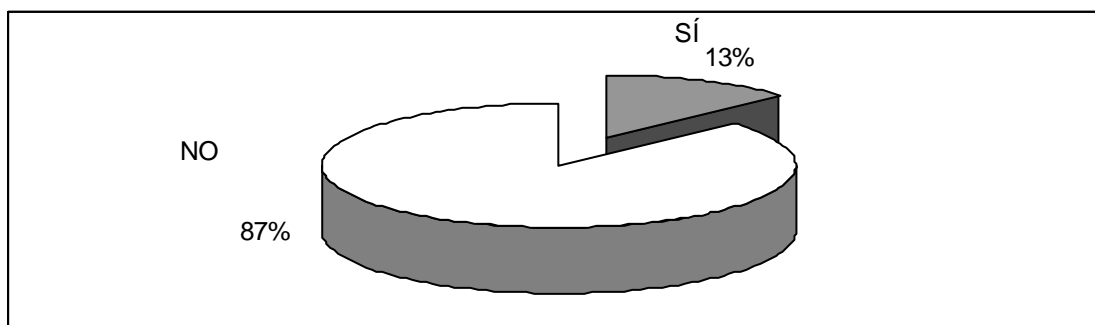
Frente a esta situación que hasta aquí hemos dibujado, la **falta de información** de los usuarios es llamativa: **9 de cada diez encuestados afirman que no se conocen los derechos que tenemos respecto a la televisión tanto en relativo a programas como a publicidad.** Una situación a la que CEACCU pretende dar respuesta con su **Guía Práctica de CEACCU “¿Pantallas amigas?”**:

¿CREE QUE, EN GENERAL, LA GENTE CONOCE SUS DERECHOS RESPECTO A LA TELEVISIÓN, TANTO EN LO RELATIVO A PROGRAMAS COMO A PUBLICIDAD?



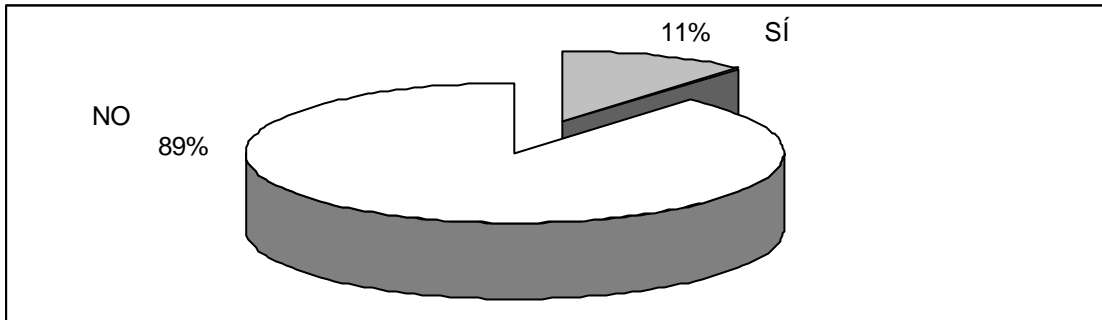
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292

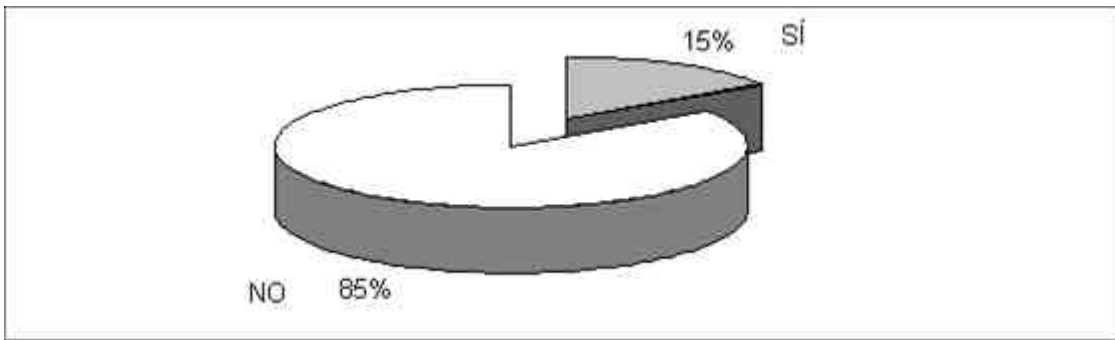


A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

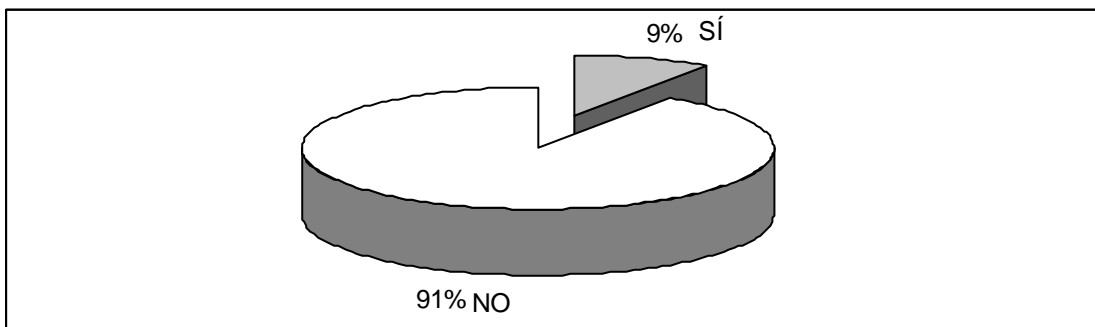
No es extraño, entonces, que tampoco se conozcan los cauces de reclamación ante las posibles dificultades:

¿CREE QUE EN GENERAL LA GENTE CONOCE DÓNDE DEBE RECLAMAR Y CÓMO?



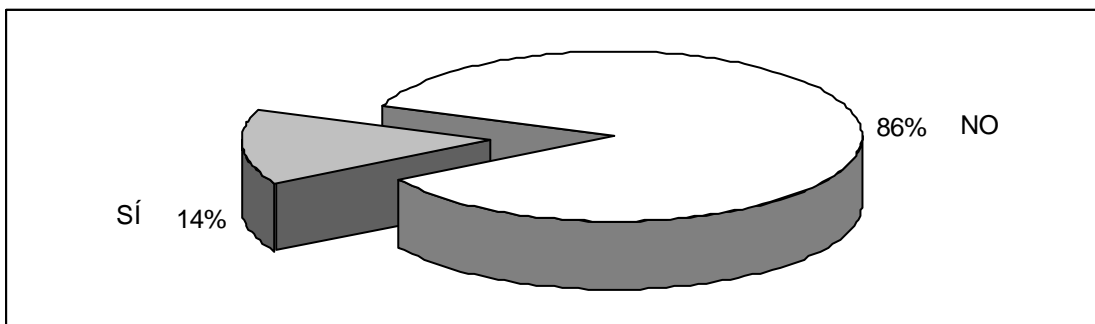
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



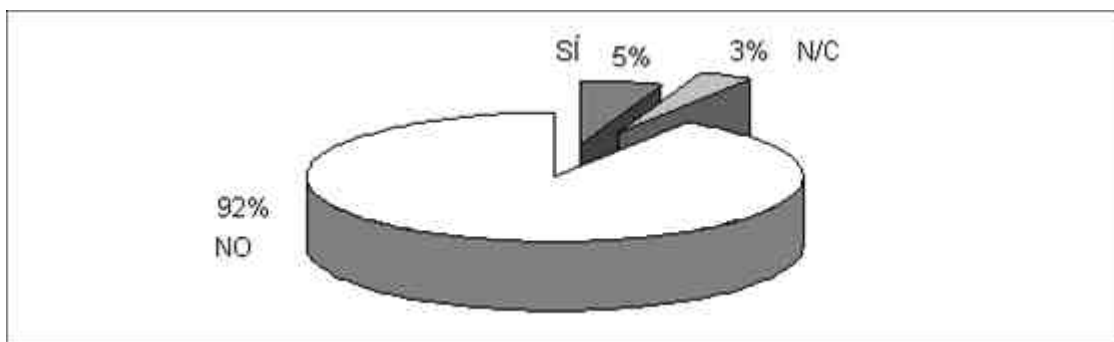
A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

(des) Protección de los usuarios

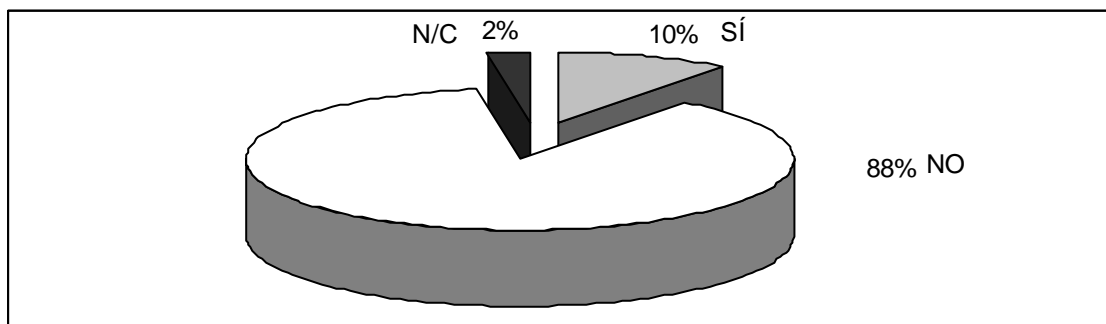
La falta de conocimiento de los derechos que como ciudadanos tenemos, ya es un elemento en sí mismo de desprotección. Pero, además, si se pide a las familias una valoración global, la respuesta es unánime: **el 90% de las familias denuncian no estar suficientemente protegidos:**

¿CREE QUE EL CONSUMIDOR EN GENERAL, Y LOS MENORES EN PARTICULAR, ESTÁN SUFICIENTEMENTE PROTEGIDOS EN RELACIÓN A LOS CONTENIDOS TELEVISIVOS Y LA PUBLICIDAD EN TELEVISIÓN?



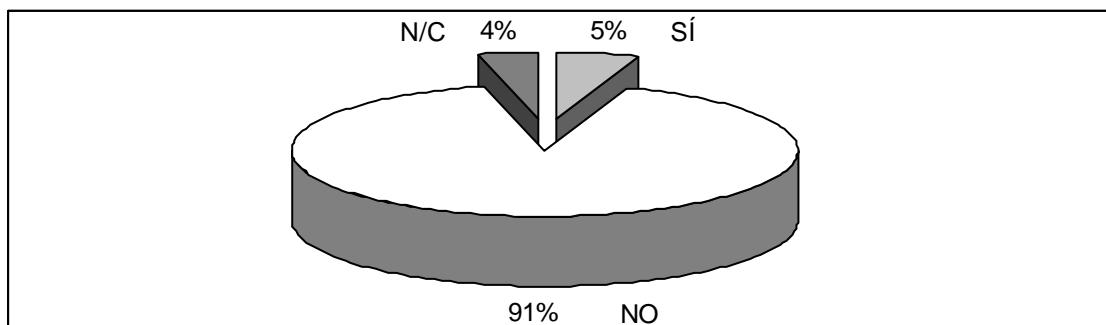
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292

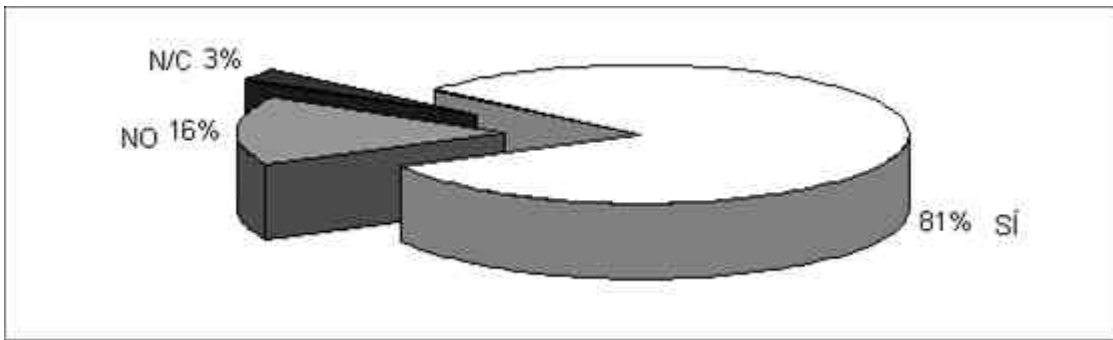


A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284

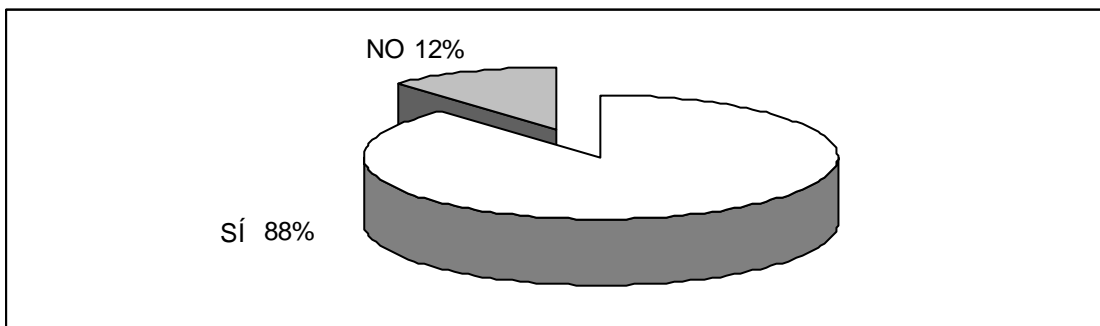
Los usuarios respaldan en un 80% la creación de un Consejo Superior de lo Audiovisual que contribuya a mejorar la protección de los más jóvenes:

¿CREE QUE LA CREACIÓN DE UN CONSEJO SUPERIOR DE LO AUDIOVISUAL AYUDARÍA A MEJORAR LA PROTECCIÓN DE LA INFANCIA Y JUVENTUD RESPECTO A LA TELEVISIÓN?



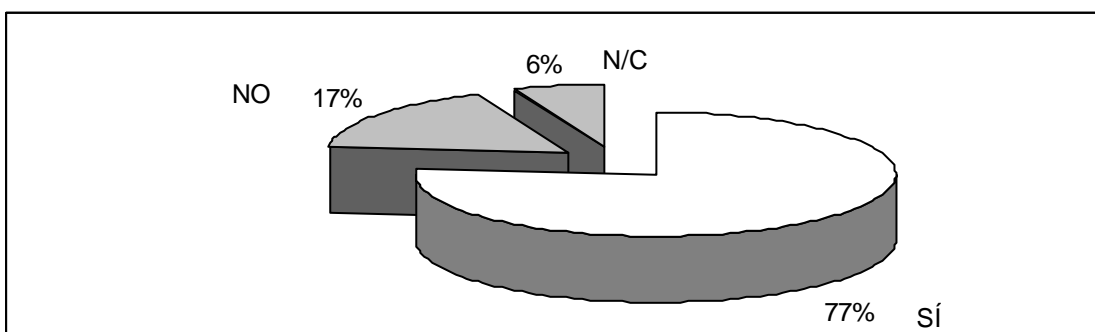
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

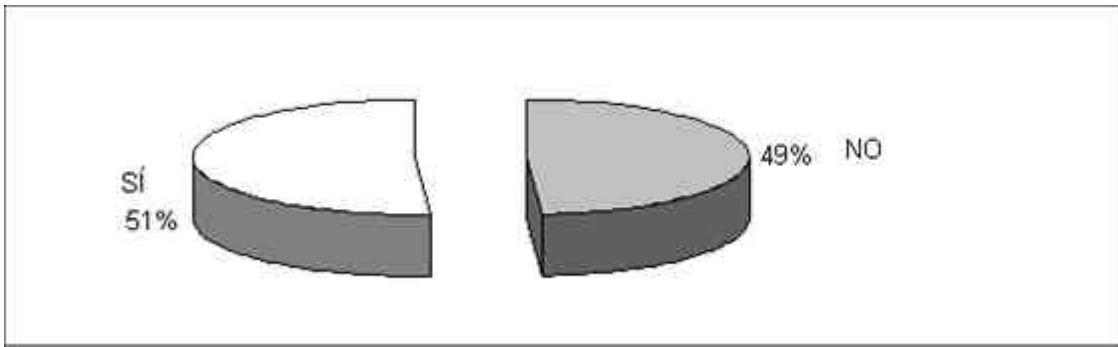
TOTAL 284

Internet entra en los hogares

Comentábamos al principio cómo las “nuevas pantallas” (en expresión del profesor Pérez Tornero) tienen una presencia cada vez mayor en los hogares: **uno de cada tres** hogares españoles está equipado con al menos un ordenador personal y uno de cada cinco dispone de una conexión a Internet. El pasado año, pues, ya existían **4,4 millones de hogares equipados con PC**. Además, **una cuarta parte de los usuarios del ordenador casero tiene menos de 15 años**.

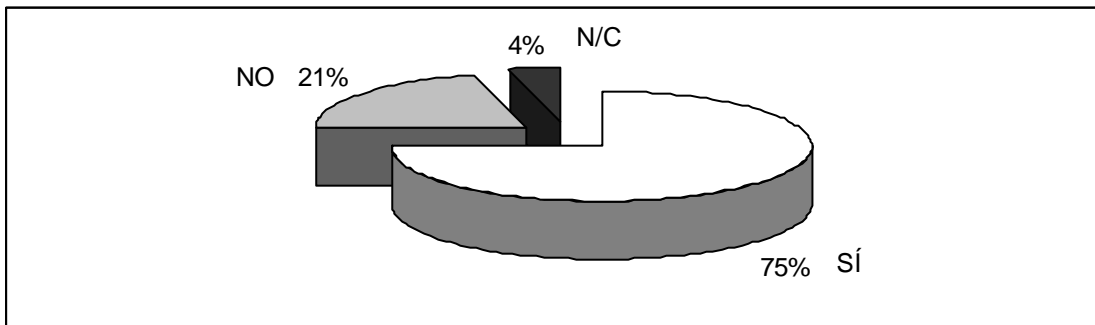
Preguntados por sus hábitos, y el papel de “Internet” en los hogares estas han sido las respuestas:

¿USA SU HIJO EL ORDENADOR?



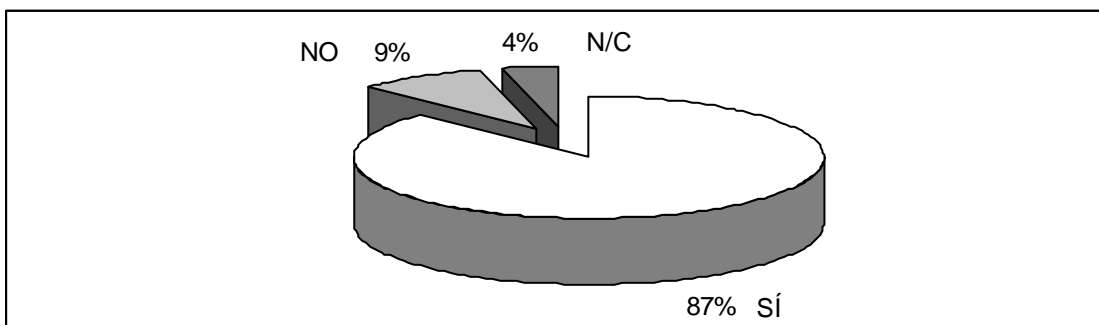
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

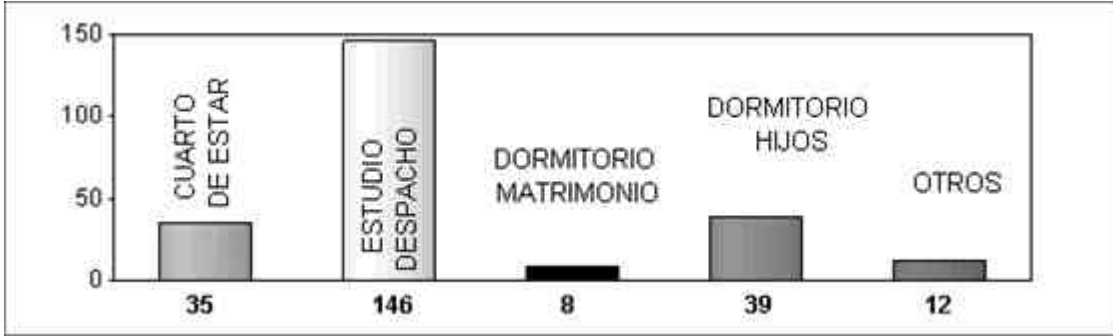
TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

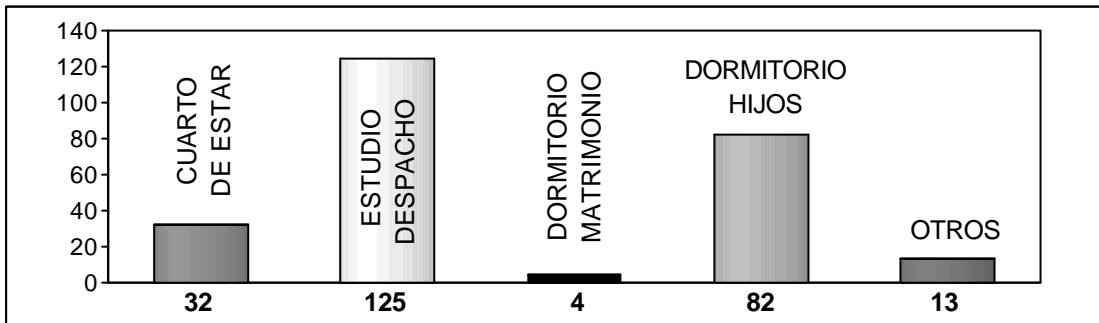
TOTAL 284

¿EN QUÉ HABITACIÓN DE LA CASA SE ENCUENTRA EL ORDENADOR?



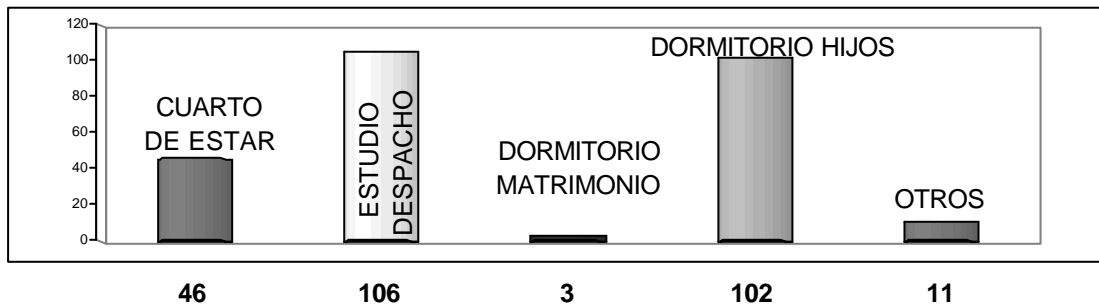
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

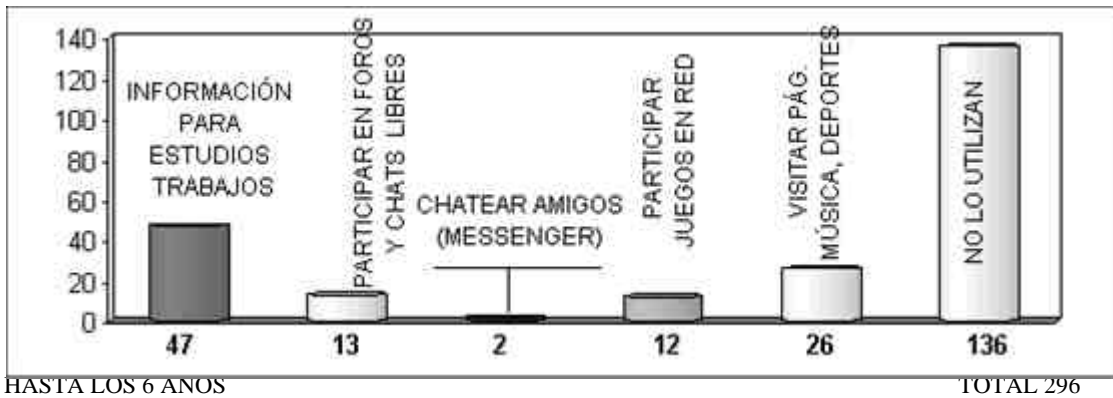
TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

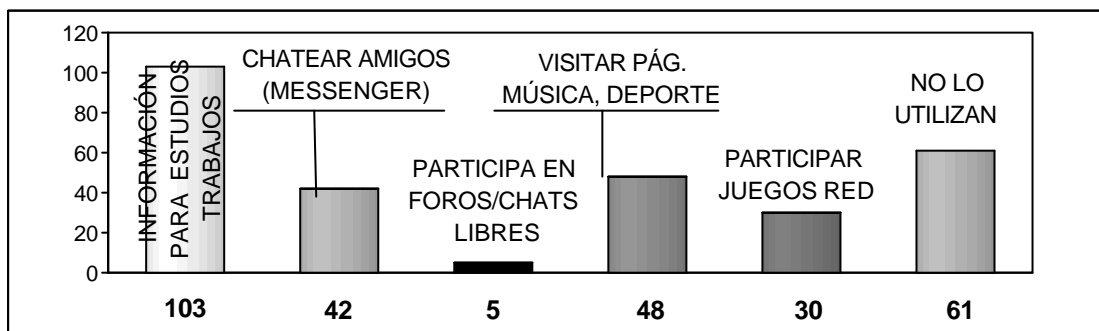
TOTAL 284

EN CASO DE QUE VD. TENGA EN CASA ACCESO A INTERNET, ¿PODRÍA DECIR PARA CUALES DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES LO UTILIZA PRINCIPALMENTE SU HIJO? (SEÑALE SÓLO DOS)



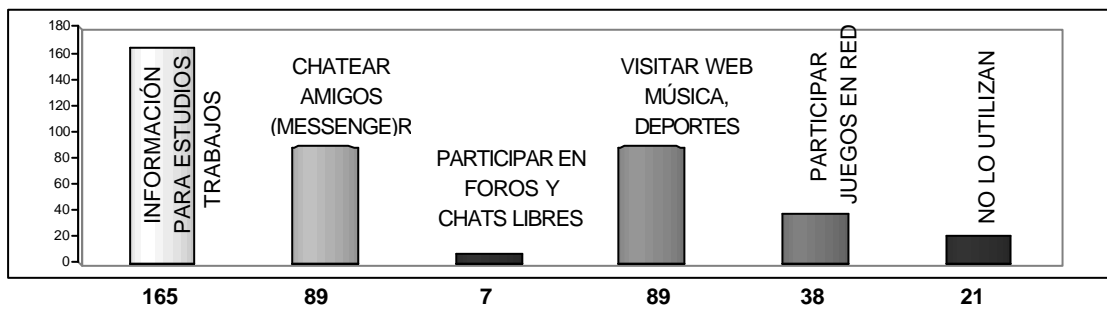
HASTA LOS 6 AÑOS

TOTAL 296



DE 7 A 11 AÑOS

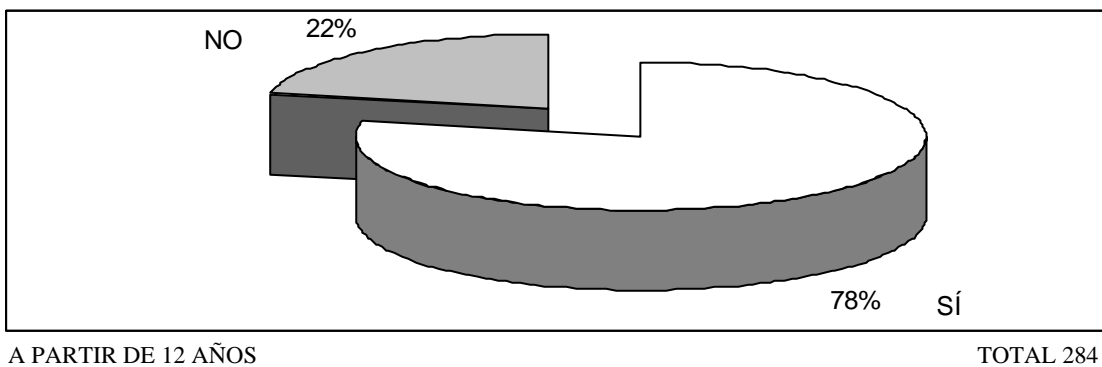
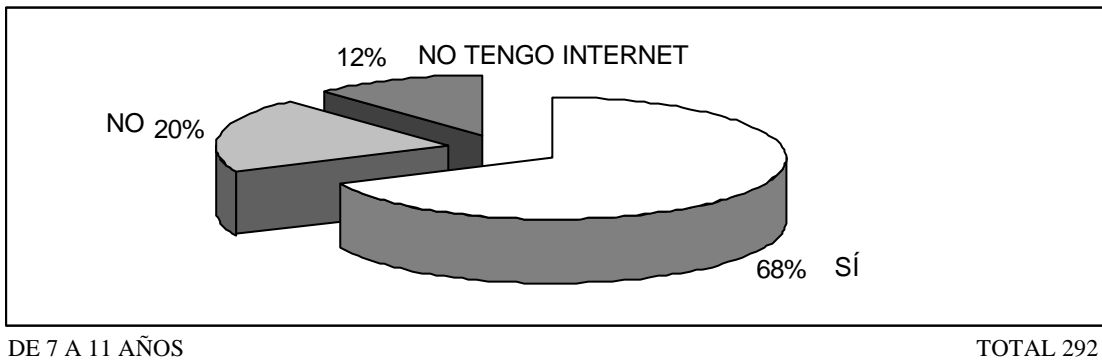
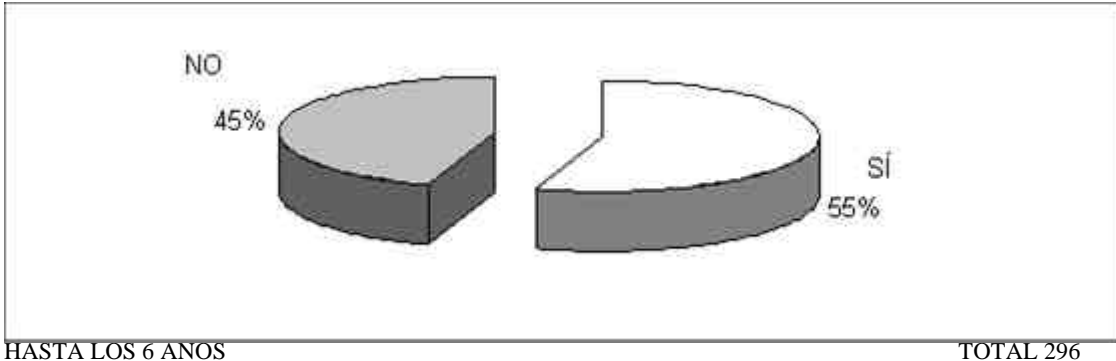
TOTAL 292



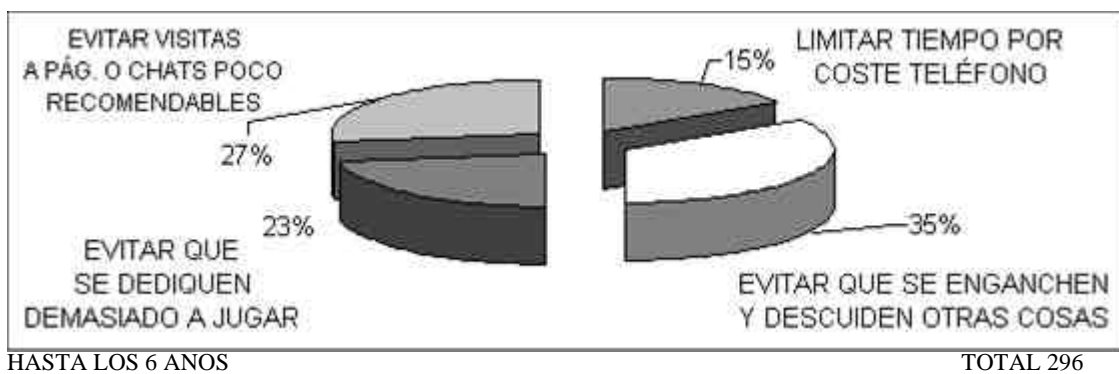
A PARTIR DE 12 AÑOS

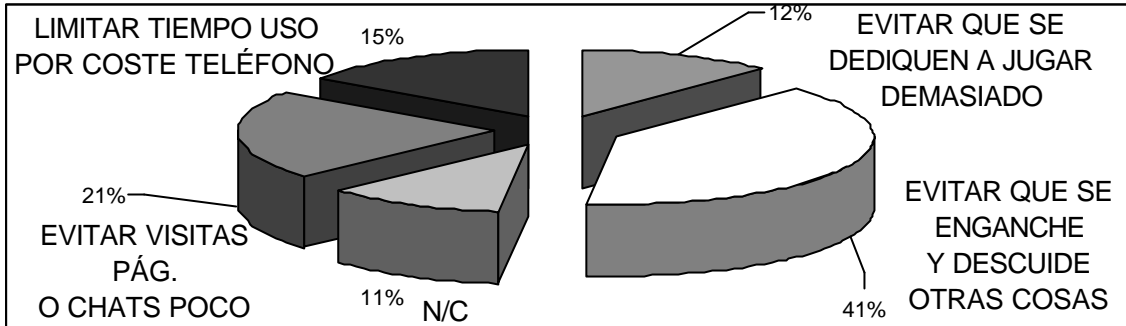
TOTAL 284

¿HAN PUESTO ALGUNAS REGLAS EN SU CASA PARA EL USO DE INTERNET?



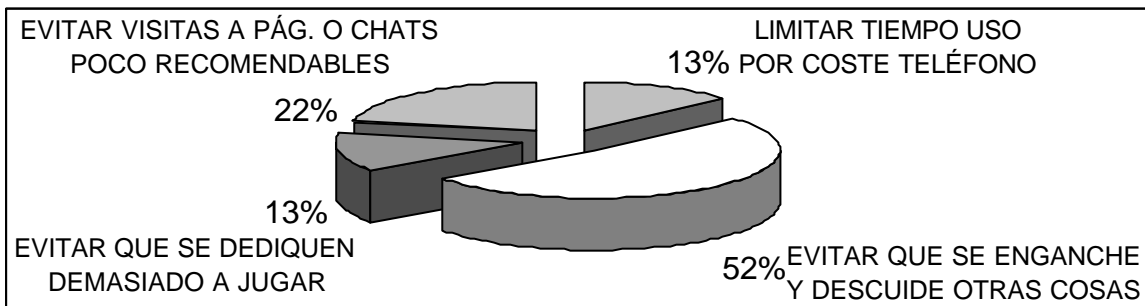
EN CASO DE QUE SÍ HAYA REGLAS: CON ÉSTAS VD. BUSCA... (UNA RESPUESTA. SEÑALE SÓLO LA RAZÓN MÁS IMPORTANTE)





DE 7 A 11 AÑOS

TOTAL 292



A PARTIR DE 12 AÑOS

TOTAL 284