

Perfil de consumo televisivo y contexto de recepción en adolescentes: diferencias interculturales y de sexo

Ana Aierbe¹
Juan Ignacio Martínez de Morentin²
Concepción Medrano³
Universidad del País Vasco

Introducción

En el marco de la Cátedra de Comunicación y Valores de la Universidad del País Vasco, subvencionada por la Diputación Foral de Gipuzkoa, se presentan en este capítulo los resultados preliminares del trabajo llevado a cabo en 2009 por el equipo de investigación en relación con un Proyecto I+D+I (2009-2011) sobre Dieta Televisiva, valores y construcción de la identidad en adolescentes de diversas culturas. Así, en este trabajo se analizan las similitudes y diferencias en algunos indicadores referidos al perfil de consumo televisivo (permanencia, actividades alternativas, preferencias televisivas), y al contexto de recepción (contexto físico y social, mediación parental, y clima familiar) de adolescentes de diferentes contextos nacionales (Donostia-San Sebastián y Málaga) e internacionales (Iquique-Chile y San Francisco de Macorís -República Dominicana).

Los enfoques teóricos de los que partimos son la teoría ecológica (Bronfenbrenner, 1986) desde la que se concede especial relevancia al contexto de recepción en un sentido amplio (características culturales, de la familia, compañeros de dieta televisiva, contexto físico, etc.) así como la teoría de la recepción (Orozco, 2002, 2007) que centra su interés en la decodificación que los espectadores hacen de los mensajes televisivos. Se consideran los espacios de recepción como espacios de producción de sentido en los que intervienen factores subjetivos y abstractos propios de los contextos de vida cotidiana de los espectadores y de sus “mediaciones” culturales. Por ello, los significados no residen exclusivamente en el mensaje sino que son producto de la interacción de éste con las mediaciones o referentes del espectador, quien resignifica los mensajes recibidos.

Desde esta concepción contextualizada y mediada (televisión-contexto-espectador) se pretende situar el consumo televisivo de los/las adolescentes en sus contextos culturales de referencia, al tiempo que analizamos los estilos parentales de mediación tomando en consideración aspectos interaccionales del entorno familiar donde tienen lugar.

¹ Profesora titular del Dpto de Psicología Evolutiva y de la Educación e investigadora permanente de la Cátedra de Comunicación y Valores Educativos de la Universidad del País Vasco (ana.aierbe@ehu.es)

² Profesor del Dpto de Psicología Evolutiva y de la Educación y Secretario Ejecutivo de la Cátedra de Comunicación y Valores Educativos de la Universidad del País Vasco. (juanignacio.demorentin@ehu.es)

³ Catedrática de Psicología Evolutiva y de la Educación y Coordinadora de la Cátedra de Comunicación y Valores Educativos de la Universidad del País Vasco. (mariaconcepcion.medrano@ehu.es)

1.- Perfil de consumo televisivo: permanencia, actividades alternativas y preferencias

La mayoría de los trabajos realizados en nuestro contexto sobre el consumo televisivo de los adolescentes destacan que éste oscila entre tres y media o cuatro horas diarias (Gabelas, 2005) aunque de acuerdo a nuestros trabajos previos el perfil de consumo en adolescentes es de una media de 2 horas y media al día, esta cantidad de tiempo se incrementa el fin de semana (Medrano, Aierbe y Orejudo, 2009; Medrano, Aierbe y Palacios, 2010) y no hay diferencias de sexo en cuanto al tiempo que dedican a ver TV aunque sí en las preferencias televisivas. En general, hallamos que sus preferencias televisivas son las teleseries (M: 3,55), el humor (3,25), dibujos animados (3,28), películas (3,25). Les siguen los deportes (2,61), informativos (2,43), concursos (2,12), documentales (1,86) y crónica rosa (1,50) (Medrano, Aierbe y Palacios, 2010). Sin embargo, los chicos ven más deportes, películas, informativos y documentales, mientras ellas prefieren programas de romance, cómicos y de entretenimiento. Pindado (2005a), encontró que para los adolescentes malagueños, el suspense o terror es su género preferido, más allá del soporte mediático del que se trate y, en segundo lugar, las series y los Talk Shows, tanto en chicos como en chicas.

En el contexto latinoamericano, los datos globales de la investigación realizada por Bringué y Sádaba (2008), que recoge la opinión de 20941 estudiantes de 10 a 18 años iberoamericanos (de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela) sobre la utilización de los medios de comunicación, refieren que la televisión se consume de lunes a viernes durante 2-3 horas aproximadamente (indicador de permanencia). Según la edad y el género, el consumo menor se da en varones menores de 13 años y el mayor en las adolescentes de 14 a 16 años, aunque hay pautas diferenciales para cada país. Estos datos coinciden también con los aportados por otras investigaciones en el contexto chileno (Catalán, 2007; CNTV, 2009), en cambio en República Dominicana el consumo es algo más elevado de 3 a 5 horas diarias.

Respecto a las preferencias televisivas, Horton y Arquette (2000) hallaron, en una muestra de 77 jóvenes hispanos, ingleses y norteamericanos, que los programas cómicos y dramáticos son los más vistos igualmente por chicos y chicas, aunque éstas pasaban menos tiempo ante la televisión. Fuenzalida, Julio, Suit, Souza, Villalobos, Barbano, y Agirre (2007) señalan la elevada presencia que tiene la telenovela en la programación televisiva de Chile. Estos autores sostienen que las telenovelas que se emiten en *prime time* antes del noticiario (20:00h. a 21:00h.) han evolucionado hacia una temática que intenta incluir la variada audiencia familiar de este horario, además de adoptar un tono menos melodramático y más de comedia. Sin embargo, las que se emiten más tarde (22:00 horas en adelante) presentan temáticas “más duras” dirigidas a un público adulto.

En general, los padres están muy preocupados por la cantidad de sexo y violencia que sus hijos ven en TV y debe ser el tipo de contenido sobre el que ellos median más frecuentemente (Kaiser Family Foundation, 2004; Nathanson, 2002)

¿Con quién y dónde ven la televisión? Algunos estudios realizados demuestran que existe un predominio de hacerlo en solitario, seguido de verla con toda la familia y, por último, en compañía de los hermanos. El hecho de ver la televisión de manera individual influye en la libertad que tienen los adolescentes para elegir los contenidos,

ya que los padres ejercen menos vigilancia y control sobre dicha selección. Se aprecia una curiosa pérdida de libertad de elección entre los 14 y 15 años con respecto al consumo de televisión (García, 2005).

Diversos trabajos, como por ejemplo el realizado en Colombia por Gallo, Lopera y Vélez (2008) postulan que tener una televisión en la habitación de los adolescentes influye directamente en el visionado de ésta, es decir, lo relacionan con un consumo cada vez más individual y con la pérdida del hábito de hacerlo en familia. Sin embargo, en el estudio realizado por Hardy, Baur, Garnett, Crawford, Campbell, Shrensbury, Cowell y Salmon (2006) no se encuentra una relación significativa entre estas dos variables. Este dato sugiere que existen variables más significativas en el entorno familiar (visionado de los padres y madres, así como de los hermanos y hermanas) que pueden influir directamente en el aumento del visionado de los adolescentes.

Durante la adolescencia en nuestro contexto se comparte con los padres y las madres el visionado de series e informativos al igual que ven solos la televisión y, en segundo lugar, con sus hermanos/as. Además de ver TV, las horas que dedican a otras actividades en la franja de 12-16 años, por orden de mayor a menor tiempo empleado son el deporte (40,3%), Internet (20,8%), estar con los amigos (16,7%), escuchar música (6,9%) y leer (5,6%). Mientras que los jóvenes de 17-24 años dedican igual cantidad de tiempo al deporte y los amigos (22,2%), le sigue leer (16,7%), escuchar música (11,1%) e Internet (9,3%). Constatamos que el tiempo que dedican a Internet así como la dedicación al deporte desciende con la edad, mientras el tiempo que dedican a la lectura aumenta con ésta (Aierbe, Medrano y Palacios 2006).

En cambio, los adolescentes iberoamericanos en primer lugar ven TV solos (6 de cada 10 adolescentes), seguido de la compañía de la madre o los hermanos, el padre, los amigos u otros familiares. Se tiende a ver en el propio dormitorio y solos, en segundo lugar en el salón seguido de la habitación de los hermanos o, en menor medida en la cocina o cuarto para jugar. En cualquier caso, ver televisión sigue siendo una de las principales maneras de ocupar el tiempo libre de los adolescentes iberoamericanos, aunque este dato varía de acuerdo a los países. Así, por ejemplo, para los chilenos la televisión ocupa el tercer lugar, después de escuchar música y chatear mientras que los mexicanos eligen primero ver televisión, y luego escuchar música o chatear (Bringué y Sádaba, 2008)

Es en este punto donde cobra relevancia el papel mediador de los padres y las madres, ya que las dimensiones y perspectivas que aporte el padre o la madre pueden ayudar a lo más jóvenes a encontrar esferas de significado, a priori, inexistentes (Gabelas y Lazo, 2008). Desde esta perspectiva, los flujos de información que le aporte una mente adulta no tienen un mero valor de control (como por ej. de los parámetros temporales) sino que el factor principal gravita en la forma en que les orienten, en el marco de un consumo compartido.

2.- Mediación parental y clima familiar

Tanto las madres como los padres significativos utilizan diferentes tipos de estrategias para influir en la relación que mantienen sus hijos e hijas con la televisión, que conforman estilos de mediación parental diversos como son: a) Mediación

compartida o covisionado: los adultos ven TV con sus hijos, compartiendo el acto de estar reunidos en un mismo lugar, pero no necesariamente discutiendo acerca de lo que están viendo; b) Mediación restrictiva: Tanto los padres como las madres imponen reglas que impiden a los hijos/as ver determinados programas o limitan las horas de visionado de TV. c) Mediación instructiva: Los padres y madres discuten ciertos aspectos de los programas durante el programa o después de su visionado d) Mediación desenfocada o modelo de “dejar hacer”: se permite a los hijos que vean lo que quieran y cuanto quieran. Existe acuerdo unánime en que el estilo de mediación parental que mayores beneficios tiene es la mediación instructiva y el covisionado haciendo especial hincapié en que no basta compartir el visionado sino que se precisa una implicación activa de los adultos.

En la adolescencia, de los tres tipos de mediación señalados, el covisionado e instructivo decrecen asociados al proceso de separación del adolescente respecto a sus padres propio de esta etapa evolutiva, sin embargo el estilo restrictivo tiene que ver más con el estilo parental de crianza que con los cambios en las relaciones padres-hijos en sí mismas (Eggermont y Opgenhaffen, 2008). También, investigaciones realizadas en el contexto chileno sostienen que el estilo restrictivo es el que aparece representado en menor medida entre los adolescentes (Catalán Bertoni, 2007; CNTV, 2009 y Santos, 2007).

Por otra parte, las investigaciones no aportan resultados concluyentes sobre el covisionado en la adolescencia. Algunos autores sostienen que el covisionado decrece con la edad (Nathanson, 2002; Ward, 2005) bien porque los intentos de restricción de los padres puede ser una fuente de conflicto padres-hijos bien porque los adolescentes tienden a consumir televisión y otras pantallas en su habitación con lo cual disminuyen las opciones para el covisionado. El estudio llevado a cabo por Nathanson (2002) con padres y adolescentes mostró que la mediación restrictiva se relacionaba con actitudes menos positivas hacia sus padres y más visionado con amigos. También, aspectos del contexto físico como el hecho de tener varios televisores en el hogar, especialmente si hay uno en cada estancia de la casa, debe hacer más difícil poner normas o límites, ya que se incrementa la privatización del visionado. Sin embargo, otros trabajos defienden que los padres e hijos adolescentes comienzan a compartir preferencias televisivas y que, por tanto, el covisionado aumenta. En la investigación realizada por Hardy et al. (2006) revelan que la presencia de los padres durante el visionado de la televisión de sus hijos aumenta en la adolescencia. Esto puede deberse a que los adolescentes y los padres pasan a compartir menos actividades en esta etapa como por ejemplo, comer juntos, salir, etc.

En la investigación previa realizada (Aierbe, Medrano y Palacios, 2006; Aierbe y Medrano, 2007; Aierbe, Medrano y Orejudo, 2008; Medrano, Aierbe y Orejudo, 2009) con adolescentes de la Comunidad Autónoma Vasca encontramos que los estilos mediacionales que más perciben los adolescentes son el covisionado y el instructivo. Las chicas perciben en mayor medida que los chicos un estilo de mediación parental restrictivo e instructivo mientras los chicos un estilo desenfocado. Asimismo, se otorga más relevancia a unos u otros valores dependiendo del estilo de mediación percibido por ellos.

En el contexto iberoamericano Bringué y Sádaba (2008) analizan, asimismo, la labor mediadora de los padres ante el uso de diversas pantallas por los adolescentes, y

exploran concretamente la existencia de restricciones en el acceso a determinados contenidos televisivos. Hallan que la pauta común es que quien decide sobre los programas son los propios adolescentes en combinación con otras fuentes decisorias como son padres y hermanos. La libertad de elección aumenta con la edad ya que a partir de los 14 años el 60% reconoce tener autonomía ante la parrilla televisiva, si bien los padres mantienen su autoridad sobre la elección de contenidos en el 43 % y, por último, la elección compartida con sus hermanos se da en un tercio de los encuestados. Por sexos, ellos cuentan con mayor autonomía respecto al televisor, en términos generales, mientras las chicas perciben en mayor medida que según sus padres y madres hay programas que no deben ver.

Ahora bien, los estilos mediacionales de los padres es preciso situarlos en la dinámica interaccional de la familia ya que los contextos de recepción cotidianos influyen en la interpretación de los mensajes de los medios y en la captación de los valores transmitidos, sin olvidar el contexto sociocultural que enmarca y envuelve a la familia porque ésta es sólo un microcosmos reproductor de las relaciones macrocósmicas existentes (Pindado, 2005b).

Algunos autores, han focalizado el interés en las interacciones parentales restrictivas, y han indagado los motivos de discusión padres-hijos como consecuencia del uso de la televisión por parte de los adolescentes. Así, Bringué y Sádaba (2008) señalan que para algo más de la mitad de adolescentes iberoamericanos participantes en su estudio no supone conflicto con sus padres el uso que hacen del televisor, y los de más edad son los que menos discuten. Los chicos discuten más con sus padres que las chicas en todas las edades, salvo a la edad de 14 años. En ellas se da un descenso armónico de las discusiones a causa del uso del televisor a partir de la adolescencia. Por países, los venezolanos son los que menos discuten, con una pauta muy cercana Brasil, Argentina y Chile; les siguen Perú y México donde se iguala el grupo de los que discuten con los que no lo hacen; finalmente, los de Colombia son los que más discuten.

Los motivos de las discusiones, por orden de mayor a menor frecuencia son: a) el tiempo que pasan ante el televisor que, en general, aumenta desde los once años y comienza a descender a partir de los 14 años, b) por ver TV en momentos inadecuados; c) por los contenidos vistos por los menores. El motivo más frecuente para las chicas es el tiempo de consumo, en cambio para los chicos la naturaleza de los contenidos, mientras el momento del visionado es una causa de conflicto que se da por igual en ambos. Por países, también se aprecian diferentes matices. Por ejemplo, el 61% de adolescentes chilenos que participaron en este estudio afirma no haber discutido nunca con sus padres por algún motivo relativo a la televisión y cuando lo hacen el motivo de conflicto más frecuente es ver TV en momentos inadecuados. Sin embargo, México es uno de los países iberoamericanos donde menos adolescentes afirman no haber discutido nunca con sus padres por algún motivo relacionado con la televisión (un 50% frente a la media global que constituye un 59%).

Si bien estos datos aportan información más exhaustiva respecto a los conflictos que más frecuentemente surgen en relación con las restricciones temporales o de contenidos televisivos, es preciso avanzar en el estudio de la dinámica familiar como factor influyente en el proceso de recepción de los contenidos televisivos por parte de los adolescentes.

Tal y como el profesor Pindado ha explicitado en el capítulo tercero, existen estudios que, sobre la base de la conceptualización de Chaffée, McLeod y Walkman (1973), ahondan en la relación entre los patrones familiares de comunicación y los hábitos de consumo televisivo, de manera que las familias que enfatizan ante todo el control y la armonía familiar (familias socialmente orientadas) se relacionarían con la mediación restrictiva mientras aquellas familias que privilegian la independencia, autonomía y realización personal de los hijos (familias orientadas conceptualmente) lo harían más con la mediación orientadora (mediación instructiva y covisionado). En el contexto chileno, y desde una perspectiva etnográfica, Fuenzalida (2005) defiende el estudio de la recepción televisiva desde el microacontecer comunicacional en el interior del hogar.

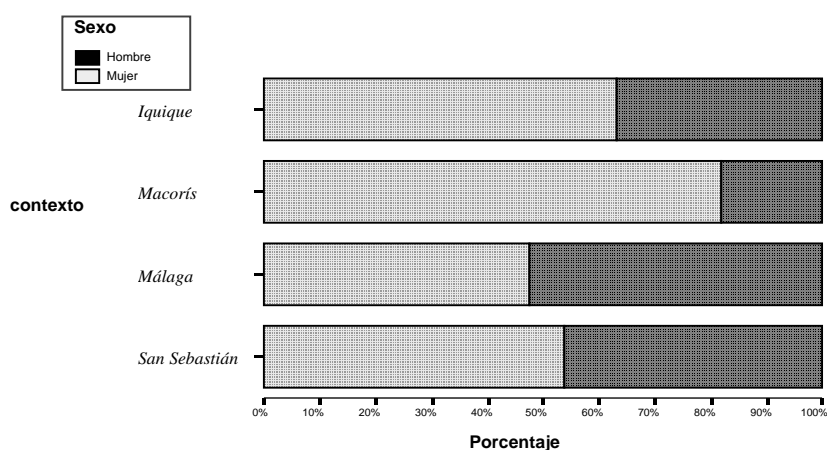
Una vez revisados diferentes estudios, y con objeto de situar el consumo televisivo en la dinámica familiar, en esta investigación hemos ahondado en el indicador “clima familiar” que se concibe como la naturaleza del ambiente familiar en base a las percepciones de los miembros que la componen, referidas a distintas dimensiones como Desarrollo, Relaciones y Organización (Moos, 1974).

De acuerdo con Gabelas y Lazo (2008) consideramos el conflicto con el consumo de los medios, como oportunidad para crecer, explorar, conocer y reconocerse, para todos los que comparten un mismo escenario mediático. Es decir, se trata de concebir el conflicto desde una mirada positiva. Porque, en palabras de los autores “padres, hijos y pantallas conforman el territorio en el que se diseñan un conjunto de relaciones que pueden permitir el desarrollo de un consumo sano y autónomo, además de responsable”.

3.- Un estudio de comparación intercultural y por sexo

En esta investigación han participado de 283 adolescentes de edades de 15-19 años de las ciudades de San Francisco de Macorís (República Dominicana), Iquique (Chile) y, en nuestro contexto, Málaga y San Sebastián. Más de la mitad de los casos (150) corresponden a las comunidades de San Francisco de Macorís (República Dominicana) repartiéndose el resto de comunidades tamaños similares. Dos terceras partes (69,6%) de la muestra general la forman mujeres.

Figura 1. Distribución de la muestra por contextos y por sexo



Analizando esta distribución por contextos encontramos que en la muestra correspondiente a Macorís el porcentaje de mujeres asciende al 82% mientras que en Málaga este porcentaje se acerca al 48%, siendo el único lugar donde el porcentaje de hombres supera al de mujeres.

El instrumento de medida que hemos utilizado en esta investigación es el Cuestionario de hábitos televisivos (CH-TV.02) (Medrano y Aierbe, 2008), que en su versión preliminar tiene un total de 32 ítems. La aplicación del cuestionario en formato on-line dura 30' aproximadamente. La primera parte recoge datos sobre estudios, profesión y situación laboral de los padres así como datos relativos a la composición familiar (tipo de estructura familiar y número de hermanos). La segunda parte del cuestionario está integrada por ítems que responden a diferentes indicadores; los que aquí hemos tenido en cuenta son: permanencia (horas frente al televisor), actividades alternativas a ver TV; preferencias de géneros televisivos; estilos de mediación percibidos; contexto social de visionado (con quién ven la TV); contexto físico de visionado; finalidad de compartir y prohibir programas; finalidad o razones por las que se ve TV; y clima familiar percibido.

Para la elaboración de los ítems del cuestionario referidos al indicador mediación parental nos hemos basado en la escala de Valkenburg (1999) y hemos realizado su adaptación para adolescentes comprobando mediante análisis estadísticos la idoneidad de los ítems, es decir, si éstos reflejan las dimensiones que pretendemos medir.

También incluimos el indicador clima familiar referido a los patrones de comunicación y de relaciones en la familia percibido por los adolescentes, concretamente las dimensiones de cohesión, expresividad y conflicto. Para ello, nos hemos basado en la *Family Environmental Scale (Escala de Clima social en la familia, FES; Moos y Moos, 1981, 1987)*. Esta escala mide la percepción que cada miembro de la familia tiene sobre diferentes aspectos de la vida familiar. Está formada por 10 subescalas que describen tres dimensiones: Relaciones, Desarrollo y Estabilidad en el ámbito familiar. La dimensión de "Relaciones", seleccionada para esta investigación, evalúa el grado de cohesión o unión percibido en la familia (CO), la comunicación o libre expresión de opiniones y afectos (EX), y el grado de interacción conflictiva que la caracteriza (CT).

En los apartados que siguen sintetizamos los resultados más relevantes obtenidos en esta primera fase del estudio preliminar.

3.1. Algunos indicadores del perfil de consumo televisivo

a) *Permanencia y actividades alternativas*

El indicador permanencia se refiere al número de horas que los adolescentes pasan frente al televisor, tanto en días laborables como el fin de semana. Tomando en consideración todas las comunidades estudiadas, hallamos que el tiempo que los adolescentes dedican a ver televisión es de 2,53 horas de media los días laborables.

La comparación entre contextos, ofrece diferencias apreciables y estadísticamente significativas en el número de horas que los adolescentes dedican

diariamente a ver TV. El colectivo de Málaga tiene el mayor nivel (3,53 horas de media), mientras que el resto de comunidades tendrían niveles más bajos y similares entre sí, y el nivel más bajo lo presenta San Sebastián (2,10 horas de media). Encontramos diferencias importantes entre contextos mientras que entre chicos y chicas son inapreciables excepto quizás en Iquique (Chile) donde las mujeres parecen tener una permanencia ligeramente superior a los varones.

Tabla 1. Horas de TV en días laborables

CONTEXTO	Media	N	Desv. típ.
1 San Sebastián	2,10	40	1,27
2 Málaga	3,53	40	1,30
3 Macorís	2,43	148	1,34
4 Iquique	2,39	54	1,83
Total	2,53	282	1,49

Respecto al número de horas que dedican el fin de semana a ver TV, las diferencias entre contextos no son estadísticamente significativas aunque la orientación de las diferencias sigue la misma pauta que en el caso de los días laborables, destacando Málaga (4 horas) como la de mayor permanencia y Macorís la que menor (3 horas).

Tabla 2. Horas de TV el fin semana

CONTEXTO	Media	N	Desv. típ.
1 San Sebastián	3,51	39	1,57
2 Málaga	4,00	38	1,93
3 Macorís	3,00	149	1,97
4 Iquique	3,45	53	3,45
Total	3,29	279	2,29

Por otra parte, entre las actividades alternativas a ver TV destacan: ‘estar con la familia’ (M: 8,9) seguido de ‘estar con los amigos’ (M: 7,5), ‘escuchar música’ (6,8), ‘navegar por Internet’ (M:5), ‘usar el móvil’ (4,2), y ‘leer’(M:3,3) y ‘hacer deporte’ (2,5). Es curiosa la escasa dedicación manifestada a los videojuegos (M:1). Ahora bien, si tomamos en cuenta el número de actividades de tiempo libre que practican estos jóvenes, la mayoría de ellos eligen 5 o más actividades. Observamos que las diferencias entre las comunidades son apreciables aunque no extremas: San Sebastián e Iquique parecen presentar mayor dedicación a actividades de tiempo libre si bien en el caso de Iquique la dispersión es notablemente mayor.

b) Preferencias de géneros televisivos

Para llevar a cabo el análisis de las preferencias de géneros televisivos se agruparon los programas en los siguientes géneros: 1) Información, 2) documentales, 3) Ficción (series, telenovelas, películas, dibujos animados); 4) entretenimiento

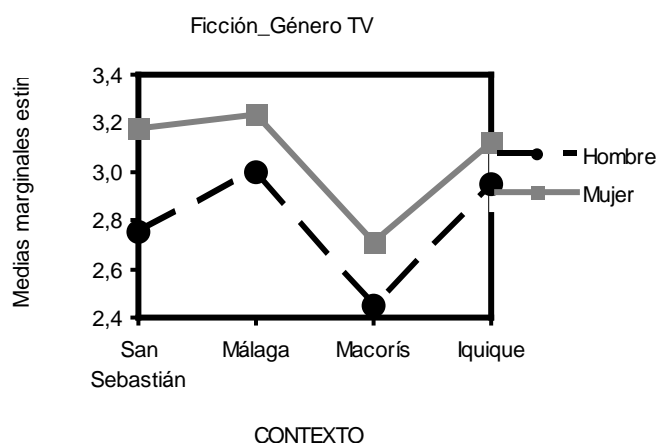
(magazines, concursos, humor, talk shows y crónica rosa (chismes). La comparación intercultural y por sexo reveló datos interesantes.

Los adolescentes en primer lugar eligen las series de ficción (M: 2,84), presentan diferencias por sexo (M. 2,76 los hombres y M. 2,88 las mujeres) y también por contexto; la media más alta se encuentra en las mujeres de Málaga (M.3, 23) y la más baja en los hombres de Macorís (M. 2,44), tal y como se puede observar en la figura 2. En segundo lugar, los documentales (2,74) con diferencias por sexos (M. 2,92 en los hombres y M. 2, 66 en mujeres) aunque no entre contextos. En tercer lugar, prefieren los informativos (M: 2,47) con diferencias significativas por sexo (M: 2,69 los hombres y 2,37 las mujeres) y por contexto, hallándose la media mas alta en los hombres de Iquique (M: 3,10) y la más baja en las mujeres de Málaga (1,93). En cuarto lugar, los programas de entretenimiento (M: 2,46) donde solo existen diferencias por contextos siendo la media más alta en Iquique (M.2,71) y las más baja en San Sebastián (M.2,19). En quinto lugar, los talk show (M: 2,32), en éstos muestran diferencias por contextos pero no por sexos; la media más alta se halla en Macorís (2,79) y la más baja en San Sebastián (1,50). En sexto lugar, los deportes (M: 2,27) con diferencias significativas por sexos (M. 3,13 para los hombres y M. 1,86 para las mujeres) pero no entre contextos. Los programas de crónica rosa o chismes (M: 1,76) aparecen en último lugar, concretamente una media de 1,61 para los hombres y 1,82 para las mujeres, no habiendo diferencias significativas por contextos.

En la figura 2 mostramos las diferencias interculturales y por sexo en relación con el género ficción, dado que ocupa el primer lugar.

En síntesis, el orden de elección de los géneros televisivos, en general, fue: series de ficción, documentales, informativos, entretenimiento, talk shows, deportes y crónica rosa (chismes). Encontramos diferencias por contextos respecto a las series de ficción, informativos, entretenimiento y talk shows. Además, las diferencias por sexo se establecen en relación con series de ficción, documentales, informativos, deportes, y chismes. Más concretamente, los chicos prefieren deportes, documentales e informativos mientras las chicas puntúan más alto que ellos en ficción y chismes.

Figura 2. Diferencias interculturales y de sexo respecto al género ficción



c) Contexto físico y social de visionado

De acuerdo a los datos aportados referidos al número de televisores en el hogar, Málaga presenta el número más alto de televisores mientras Macorís el más bajo. A la cuestión ¿En qué tipo de pantalla ves la televisión?, es decir, en qué soporte ven los contenidos televisivos, hallamos que excepto el televisor tradicional (89%) el resto son minoritarios como el ordenador (Computador 14,1%) e incluso residuales como el teléfono móvil (celular) y otros.

Respecto al indicador contexto social de visionado, las diferencias transculturales en relación con las personas con las que ven TV son estadísticamente significativas e importantes por lo que podemos establecer perfiles diferenciales. Así, por ejemplo, Macorís destaca por el visionado junto a los hermanos, mientras que San Sebastián destaca por el bajo nivel de visionado con amigos frente a Málaga que es donde más lo ven con éstos. En Iquique es donde menos ven acompañados de los padres.

Cuando se les pregunta si ven solos la televisión, las respuestas que hallamos varían entre contextos, aunque de manera moderada, pero las diferencias son significativas (Ver Tabla 3). Si establecemos un orden de las comunidades de más visionado en solitario a menos tenemos: Iquique, San Sebastián, Málaga y Macorís.

Tabla 3. Veo la TV sólo/a

CONTEXTO	Media	N	Desv. típ.
1 San Sebastián	3,03	40	,80
2 Málaga	2,73	40	,96
3 Macorís	2,64	148	,81
4 Iquique	3,43	54	,90
Total	2,86	282	,90

3. 2. Estilos de mediación parental y clima familiar

En primer lugar, se ha tratado de conocer si mediante las variables o ítems que se incluyen en este indicador se pueden establecer diferencias entre grupos mediante el análisis de la estabilidad transcultural de los resultados obtenidos. Con esta finalidad, se ha tratado de reducir el conjunto de ítems que se incluyen para medir el estilo de mediación percibido a unas pocas dimensiones o factores subyacentes, para ello se ha realizado un análisis factorial exploratorio y obtenemos tres factores:

El primer factor recoge contenidos de intervención por parte de los padres respecto a los contenidos que pueden ver sus hijos. Este tipo de mediación es de carácter directivo, incluso con matices autoritarios, por lo que podemos denominar a este factor como de “CONTROL” y se corresponde con el estilo de mediación parental restrictivo.

El segundo factor recoge contenidos de disfrute en compañía de padres e hijos, de compartir la parte lúdica de esta actividad sin énfasis en el control sino más bien en la diversión compartida. Podemos calificar a este factor de “LÚDICO”, factor referido al covisionado.

El tercer factor recoge algunas preguntas de función educativa que reflejan conductas en las cuales los padres instruyen o forman a sus hijos en el visionado de la TV, sin énfasis en el control y tampoco en lo lúdico sino en lo educativo. Podemos denominar a este factor como ‘EDUCATIVO’, o relativo al estilo de mediación instructiva u orientadora.

Estos factores pueden considerarse como dimensiones o subescalas de la mediación parental. Los coeficientes alpha de Cronbach para cada dimensión/subescala son: subescala de control $\alpha = .8225$; subescala lúdica $\alpha = .7721$ y la educativa $\alpha = .7722$. Las puntuaciones son bastante altas por lo que la adaptación de los ítems de la escala de Valkenburg (1999) ha resultado adecuada para medir los estilos de mediación parental percibidos.

Tabla 4. Diferencias contextuales en los tres factores de mediación

CONTEXTO	MPCONTR Controladora-Mediación parental	MPLUDIC Lúdica-Mediación parental	MPEDUCA Educativa- Mediación parental
1 San Sebastián	1,9444	3,0701	2,5395
2 Málaga	1,5513	3,2957	2,6410
3 Macorís	2,4532	3,3093	3,3175
4 Iquique	1,4198	3,1741	2,4167
Total	2,0546	3,2480	2,9412

Al analizar la sensibilidad transcultural de estas dimensiones, en general, encontramos diferencias estadísticamente significativas en el factor Control (restrictivo) y en el Educativo (instructivo), mientras que el poder discriminativo es algo inferior en el ‘Lúdico’ (covisionado). Las diferencias se establecen por contexto aunque no por sexo. Así, destaca Macorís por tener puntuaciones más altas en los factores de control y educativo en comparación con el resto de contextos.

En el Factor lúdico no hay diferencias entre contextos y tampoco entre géneros. Sin embargo, encontramos que las líneas de distribución de datos de hombres y mujeres se cruzan dando diferencias entre sexos invertidas para Málaga y para Iquique. Es decir, en Málaga las pautas de mediación parental se perciben por los hijos como más lúdicas y, por el contrario, en Iquique las hijas son las que más perciben este tipo de mediación.

Por comunidades no se han hallado diferencias en cuanto a los estilos de mediación relacionados con el tiempo que dedican los hijos e hijas a ver televisión (indicador permanencia), y apenas por sexo ya que sólo en mujeres hay diferencias significativas en Control (mediación restrictiva) los días laborales. Nuevamente este dato apunta a la percepción diferenciada que tienen las adolescentes de todos los contextos estudiados sobre el mayor control parental que recae en ellas en relación con el consumo de televisión.

Entre las razones para compartir programas con sus padres y madres o que éstos les prohíban encontramos en todos los contextos que es “por entretenimiento” la razón principal para compartir el visionado con los padres ya que ha recibido un 74% de elecciones.

Por otra parte, entre las razones de prohibición solamente la “violencia” y el “sexo” tienen un peso apreciable, 27% y 34% respectivamente.

Figura 3. Diferencias contextuales en prohibición de programas por escenas de violencia

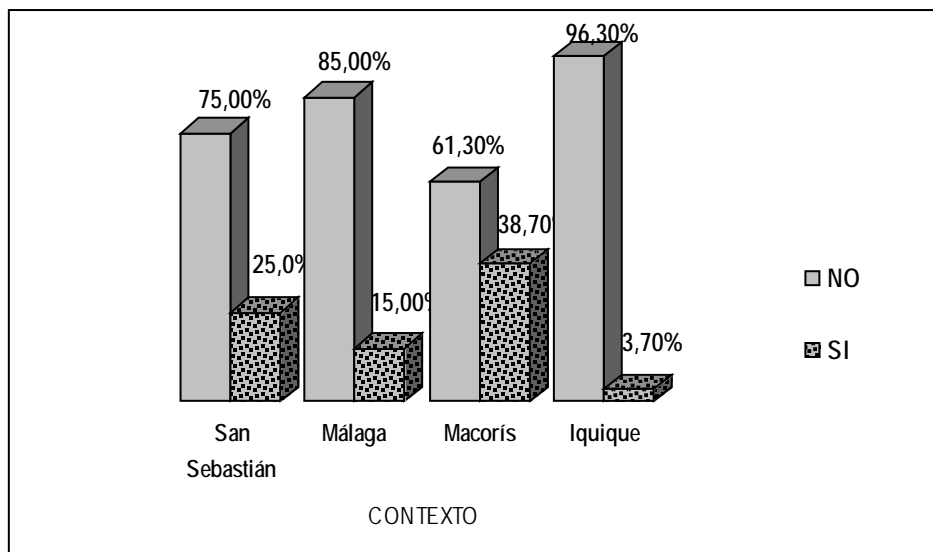
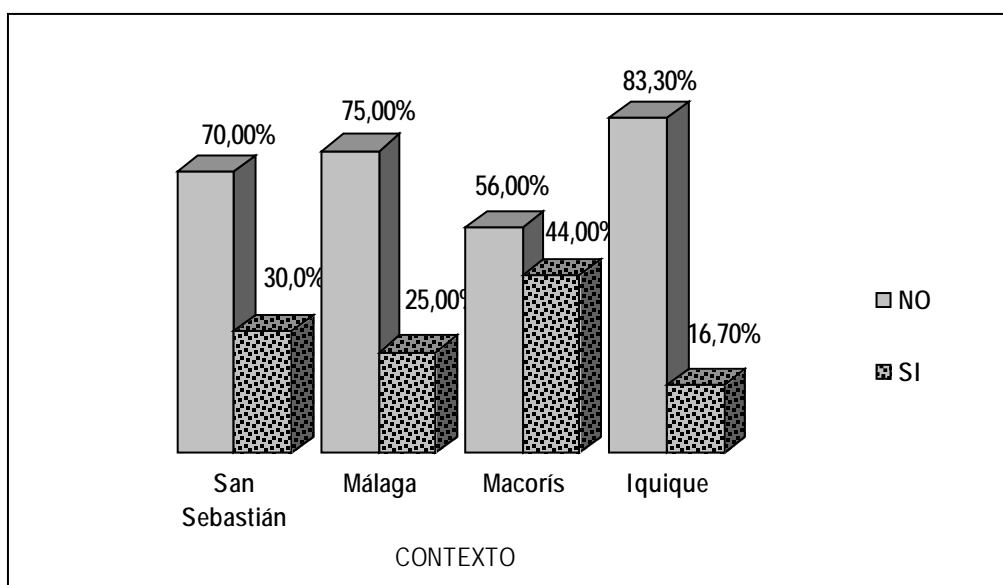


Figura 4. Diferencias contextuales en prohibición de programas por escenas de sexo



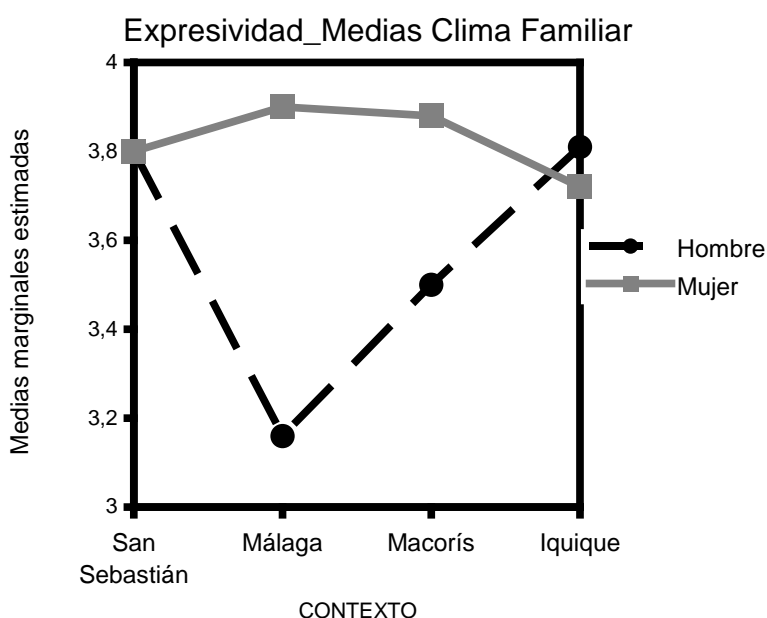
Una vez explorada la mediación parental, es preciso enmarcarla en relación con el clima familiar. Se ha analizado la presencia de tres factores: filiación (cohesión), comunicación (expresividad) y conflicto. La consistencia interna de fiabilidad (mediante alpha de Cronbach) de las subescalas de Filiación (Alpha = ,8460) y de Comunicación (Alpha = ,7606) es alta. En el caso de Conflicto (Alpha = ,6668) la fiabilidad es baja, aunque meritoria para tres ítems, es suficiente con fines de investigación,

Por contextos, no existen diferencias significativas en los tres componentes de la interacción familiar analizados. Sin embargo, sí son apreciables y estadísticamente significativas las diferencias entre chicos y chicas en Cohesión y Expresividad.

En efecto, en lo referente a Cohesión en Málaga (hombres M:4,14 vs mujeres M: 3,61) y Macorís (hombres M: 4,30 vs mujeres M: 3,86) las diferencias son importantes y menores en Iquique (hombres M: 3,96 vs mujeres M: 3,88) y San Sebastián (hombres M: 3,89 vs mujeres M: 3,76). Estas diferencias son favorables a los hombres en todos los casos.

En Expresividad, tal y como puede observarse en la figura 5, los hombres puntúan más alto que las mujeres (hombres M: 3,82 vs mujeres M: 3,55), sobre todo en Málaga (hombres M:3,89 vs mujeres M: 3,15) y Macorís (hombres M: 3,87 vs mujeres M: 3,50), mientras que dichas diferencias desaparecen en San Sebastián (M:3,79 para ambos sexos) e Iquique (hombres 3,81 vs mujeres M: 3,71).

Figura 5. Diferencias interculturales y por sexo en Expresividad



Finalmente, en la variable ‘Conflicto’ no se encuentran diferencias significativas ni por contexto ni por género. Ahora bien, aunque la interacción entre contexto y género no llega a ser estadísticamente significativa podríamos considerarla como tendencial (se acerca notablemente al 0,05) ya que observamos que en Iquique son los hombres

quienes tienen mayores puntuaciones en la variable 'Conflicto' mientras que en el resto de comunidades son las mujeres las que presentan puntuaciones más altas.

4.- Conclusiones y Discusión

De acuerdo a los resultados preliminares de nuestra investigación, en relación con algunos indicadores del perfil de consumo televisivo y características del contexto de visionado, podemos afirmar que éstos apuntan algunas semejanzas y diferencias contextuales y de sexo importantes, que han de ser tenidas en cuenta desde el punto de vista de la intervención educativa y el desarrollo de la competencia televisiva.

Las horas de visionado (indicador permanencia) se sitúan en una media de tres horas durante la semana, aumentando el tiempo dedicado a ver televisión los fines de semana. Sin embargo, existen diferencias contextuales destacando, por ejemplo, Málaga donde los adolescentes pasan más horas delante del televisor. No hemos hallado diferencias de sexo, a excepción de las chicas de Iquique (Chile) que superan a los chicos en la permanencia ante el televisor. Podríamos pensar que la televisión, en opinión de los padres en determinados contextos, puede constituir una opción "segura" de ocio para los más jóvenes frente a otros peligros que el entorno les puede deparar.

En relación con las actividades alternativas podemos ver que, además del tiempo que emplean en ver televisión, para los adolescentes de este estudio sigue teniendo mucha relevancia estar con la familia o amigos, incluso si se compara con el tiempo destinado al uso de otras pantallas como el ordenador (computador), el móvil (celular) o video juegos. Se constata que los adolescentes de aquellas comunidades donde llevan a cabo más actividades alternativas son los que menos tiempo dedican a ver televisión durante la semana.

Los resultados sobre preferencias televisivas difieren con los hallados en estudios previos (Medrano et al. 2009; Medrano et al. 2010) ya que si bien las series continúan ocupando el primer lugar entre sus programas preferidos, en este trabajo le siguen los documentales; mientras los deportes ocupan uno de los últimos lugares. En cualquier caso, son los programas "basura" los menos vistos por adolescentes de ambos sexos, dato que da cuenta de que éstos son más selectivos que lo que cabría prejuizar a la hora de definir sus preferencias, y continúan otorgando valor a la privacidad incluso cuando se enfrentan a este tipo de programas en los que no se respetan los límites entre lo privado y lo público (Aierbe, Medrano y Martínez de Morentin, 2010).

Ahora bien, también las preferencias difieren por sexos, ya que los adolescentes se decantan por programas como deportes, documentales e informativos más que ellas, mientras las adolescentes continúan siendo las que más ven series de ficción y también crónica rosa (chismes).

Un matiz interesante que añade nuestro estudio a la comparación por sexos es la diversidad cultural, como por ejemplo el dato de que los chicos de Iquique son los que más ven informativos frente a las chicas de Málaga que son las que menos los ven. También, que estas últimas son las que más ven series de ficción frente a los chicos de Macorís que son los que menos. ¿Nuevamente podríamos pensar que ellos se interesan más por la acción y por aspectos que tienen que ver con la actualidad mientras ellas se

inclinan más por lo relacional, lo afectivo? ¿Y qué aspectos del entorno cultural inciden para que estas diferencias se den en unas comunidades concretas y no en otras? Respecto a la comparación intercultural, también hallamos otras diferencias, aunque en este caso no se vinculan con las diferencias de sexo. Así, por ejemplo, en San Sebastián es donde menos se ve entretenimiento y talk show, frente a Iquique que es donde más se ven el primero y Macorís, lugar donde más se ve el segundo.

Respecto al contexto social de visionado o con quién ven la TV, es en Iquique seguido de San Sebastián donde más la ven solos, aunque existen diferencias entre contextos sobre las personas con las que comparten programas. Sería interesante relacionarlos en más detalle con la tipología de estructura familiar (biparental, monoparental, otros) que predomina en cada contexto ya que, por ejemplo, en Macorís la presencia de familia monoparental (20%) de la muestra es mayor que en otros contextos y también podría influir el número de miembros familiares que es más numeroso en el contexto iberoamericano.

En relación con la mediación parental, entre las semejanzas, señalar que el estilo de mediación que más se debilita en todos los contextos es la mediación restrictiva, seguida de la instructiva y el covisionado. Este resultado confirma una idea muy extendida que viene defendiéndose a través de diferentes estudios, como se ha señalado en la primera parte de este capítulo. El estilo restrictivo es el que más declina posiblemente porque puede relacionarse con conflicto entre padres-hijos en la adolescencia, y por el progresivo incremento de distanciamiento de durante esta etapa respecto de sus padres.

Las diferencias contextuales vienen determinadas por los adolescentes de Macorís (República Dominicana) que puntúan más alto en la mediación restrictiva y en la instructiva frente a las demás comunidades. Si embargo, las diferencias entre sexos sólo aparecen cuando se relacionan las horas de visionado y la mediación, mostrando los adolescentes que perciben mayor mediación restrictiva los días laborales. Este dato también coincide con el hecho de que son ellas quienes tienden a percibir también mayor conflicto familiar que los chicos, aunque las puntuaciones obtenidas no alcanzan un nivel de significatividad.

En covisionado no hay diferencias significativas entre contextos. Que disminuya en menor grado que los otros estilos de mediación puede ser debido a que las pautas de consumo del adolescente se asemejan a las del adulto, por lo que padres e hijos pueden compartir preferencias. Para poder explicar porqué las puntuaciones de covisionado son más altas en los chicos de Málaga y, por el contrario, más altas en las chicas de Iquique (Chile) puede aludirse al indicador de permanencia, es decir, a las horas que dedican a ver la televisión puesto que en Málaga es donde los adolescentes (chicos) más ven TV (días laborales y fines de semana) mientras en Iquique son las adolescentes (chicas) las que presentan mayor puntuación en permanencia que ellos. Podríamos, también, en este punto indagar en factores culturales así como en la estructura familiar relacionada con los estilos de mediación parental.

No obstante, sería interesante examinar si los padres tienen actitudes diferentes sobre distintos contenidos mediáticos y si adoptan estrategias de mediación diversas dependiendo del contexto donde se hallen.

Por otra parte, el clima familiar percibido difiere de acuerdo al contexto y al sexo. Así, las puntuaciones en Cohesión y Expresividad son más altas en Málaga y Macorís. Asimismo, se hallan diferencias en relación al sexo ya que la percepción de Cohesión y Expresividad es mayor en los chicos que en las chicas. Aunque en la dimensión de Conflicto no se encuentran diferencias significativas, sí existe cierta tendencia en las chicas de la muestra estudiada a percibir mayor conflicto en el entorno familiar. ¿Podríamos relacionar esto con el hecho de que las adolescentes perciben que recae más restricción e instrucción en ellas por parte de los padres si se comparan con los chicos?

En cualquier caso, es preciso ahondar en la dimensión de conflicto del clima familiar, tratando de clarificar en primer lugar las diferentes acepciones o significados otorgados al propio concepto. El conflicto puede ser positivo si se trata de discutir y clarificar determinados temas entre padres e hijos. En otro sentido, si es excesivo e impide la comunicación entre los miembros familiares, puede ser perjudicial en la dinámica familiar. En segundo lugar, sería interesante continuar indagando en el indicador tratando de buscar relaciones entre el clima percibido y los estilos de mediación parental así como con otros indicadores del perfil de consumo televisivo.

Estos resultados obtenidos, a través, del estudio preliminar han constituido asimismo la base para crear el instrumento definitivo de recogida de datos.

Hay que subrayar que si bien ahondar en la diversidad contextual y las diferencias de sexo implica una mayor complejidad generada por la dificultad para manejar múltiples variables, sin embargo, nos aporta datos de interés a la hora de fundamentar la intervención educativa en los medios de comunicación, de manera que ésta pueda ajustarse con mayor precisión a las características de los jóvenes de diferentes culturas.

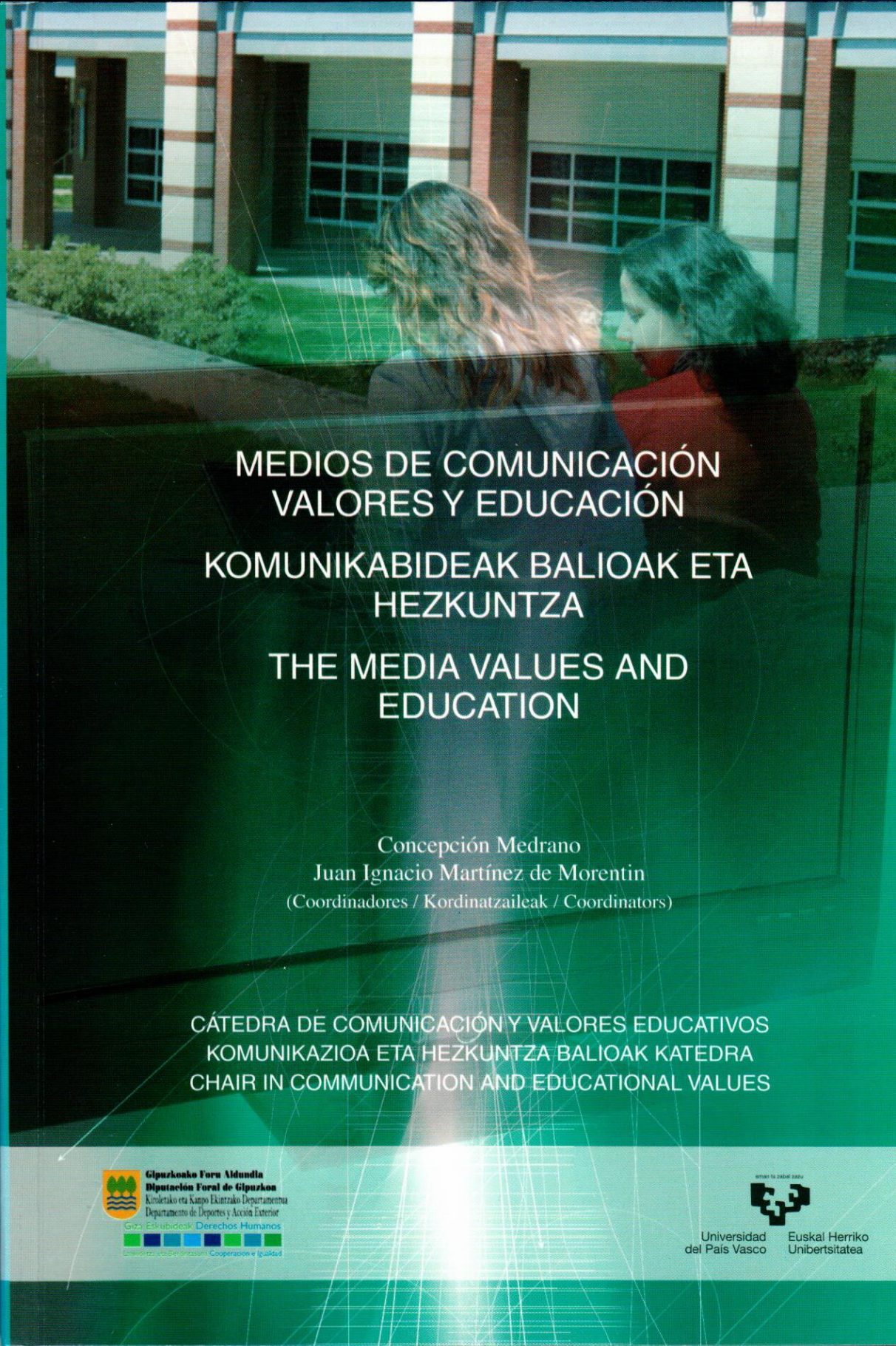
Finalmente, es preciso que haya un mayor impulso de iniciativas que trabajen, tanto en contextos formales como no formales, la competencia televisiva de los adolescentes, es decir, la capacidad de interactuar con el medio de forma equilibrada desde una óptica tanto racionalizada como lúdica (Aguaded y Díaz, 2008). No cabe duda de que en este proceso, y desde una perspectiva intercultural y de sexo, se hace imprescindible continuar avanzando en el estudio de los contextos mediacionales e interaccionales por su influencia para potenciar o atenuar algunos efectos de los medios.

5.- Referencias bibliográficas

- Aguaded, J. I. y Díaz, R. (2008). La formación de telespectadores críticos en educación secundaria. *Revista Latina de Comunicación Social* 63, 121-139. www.ull.es/publicaciones/latina/2008/12_19_Huelva/Aguaded.html [consultado el 30/12/09].
- Aierbe, A., Medrano, C. y Palacios, S. (2006). Mediación familiar en los hábitos televisivos de adolescentes y jóvenes. *Psicología Educativa*, 12 (1), 35-48.
- Aierbe, A. y Medrano, C. (2007). Usos televisivos de los adolescentes y su relación con los valores. *Comunicar. Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación*, (31), 109-114.

- Aierbe, A., Medrano, C. y Orejudo, S. (2008). Dieta televisiva, valores y percepción de la mediación familiar en adolescentes. *Revista Mexicana de Psicología*, 25(2), 259-270.
- Aierbe, A., Medrano, C. y Martínez de Morentin, J. I. (2010). La privacidad en programas televisivos: percepción de los adolescentes. *Comunicar. Revista Iberoamericana de Comunicación y Educación*, 35, 95-103.
- Bringué, X. y Sádaba, Ch. (coord.) (2008). *La generación interactiva iberoamericana. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona: Ariel y Fundación Telefónica.
- Bronfenbrenner, U. (1986). Ecology of the family as a context for human development. *Research Perspectives*, 22 (6), 723-742.
- Catalán Berton, C. (2007). Consumo televisivo y uso del tiempo. <http://www.scrib.com/doc/16449/Carlos-Catalan> [consultado el 30/11/08]
- Chaffée, S.H., Mcleod, J.M. y Walkman, D.B. (1973). Family communications patterns and adolescents political participation. En J. Denis (ed.), *Socialization to Politics*. Nueva York: Wiley.
- Consejo Nacional de Televisión (CNTV, 2009). Estudio de televisión y jóvenes. Santiago de Chile. <http://www.cntv.cl/link.cgi/Estudios/> [consultado el 10/04/10].
- Eggermont, S. y Opgenhaffen, M. (2008). *Parental mediation of adolescents' television viewing in the context of changing parent-child relationships : a latent growth curve analysis in early and middle adolescence*. Paper presented at Annual Meeting of the International Communication Association, Montreal, Canada, 22-26 May 2008
- Fuenzalida, V. (2005). *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Bogotá: Norma.
- Fuenzalida, V., Julio, P., Suit, S., Souza, M. D., Villalobos, A. Barbano, F. y Agirre, C. (2007). Tendencias en ficción televisiva. *Cuadernos de información* 20, 98-115.
- Gabelas, J. A. (2005). Televisión y adolescentes. *Comunicar*, 25, 137-146.
- Gabelas, J.A. y Lazo, M. (2008). Modos de intervención de los padres en el conflicto que supone el consumo de pantallas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 238-252.
- Gallo, E., Lopera, J. y Vélez, J.C. (2008). Las preferencias televisivas de jóvenes escolarizados. *Revista Luciérnaga Audiovisual*. 1.
- García, M. (2005). Conducta mediática de los adolescentes en España y Portugal. Modos de consumo de radio y de televisión. Actas do III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico - Volume IV.
- Hardy, L. L., Baur, L. A., Garnett, S. P., Crawford, D., Campbell, K. J., Shrensbury, V. A., Cowell, C. T. y Salmon, J. (2006). Family and home correlates of television viewing in 12-13 years old adolescents: The Nepean Study. *International Journal of behavioural Nutrition and Physical Activity* 3,24.
- Horton, J. y Arquette, C. (2000). *The role of television programming on secondary students' self identity*. New Orleans: Annual Meeting of the American Educational Research Association (AERA).
- Kaiser Family Foundation (2004). *Parents, media and public policy: A Kaiser Family Foundation survey*. <http://www.kff.org/entmedia/entmedia092304pkg.cfm>
- Medrano, C. y Aierbe, A. (2008). Valores y contextos de desarrollo. *Revista de Psicodidáctica*, 13(1), 53-68.

- Medrano, C., Aierbe, A. y Orejudo, S. (2009) El perfil de consumo televisivo en adolescentes: diferencias en función del sexo y estereotipos sociales. *Infancia y Aprendizaje*, 32 (3), 293-306.
- Medrano, A., Aierbe, A. y Orejudo, S. (2010). *Television viewing profile and values: Implications for moral education. Journal of Psycodidactics*, 15 (1), 57-76.
- Medrano, C., Aierbe, A. y Palacios, S. (2010) El perfil de consumo televisivo en adolescentes, jóvenes y adultos: implicaciones para la educación., *Revista de Educación* 352, 247-250.
- Moncada, A. (2002). *Estereotipos de los Adolescentes frente al los medios de comunicación* (1ra edición). Santo Domingo, República Dominicana: Editora Taller.
- Moos, R. (1974). *Family environment Scale*. Palo Alto: California: Consulting psychologists Press.
- Nathanson, A. I. (2002). The unintended effects of parental mediation of television on adolescents. *Media Psychology*, 4, 207-230.
- Orozco, G. (2002). *Televisión, audiencias y educación*. México: Grupo Editorial Norma. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación.
- Orozco, G. (Coord.) (2007). *Un mundo de visiones. Interacciones de las audiencias en múltiples escenarios mediáticos y virtuales*. México D. F. Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE).
- Pindado, J. (2005a). Los medios de comunicación en la socialización adolescente. *Telos* 62, 14-20.
- Pindado, J. (2005b). A propósito de las relaciones familia-televisión. *Comunicar* 10, 61-67
- Santos, P. (2007). *Un estudio sobre estilos de mediación parental de televisión*. Tesis de grado. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Chile.
- Ward, L. M. (2005). Children, adolescents, and the media: The molding of minds, bodies, and deeds. *New Directions for Child and Adolescent Development* 109, 63-71. <http://hdl.handle.net/2027.42/39128>

The background of the cover features a photograph of two women with long hair, one with reddish-brown hair and the other with dark hair, standing outdoors and talking. They are positioned in front of a modern building with large windows and brick pillars. The entire image is overlaid with a semi-transparent green filter and a network of white lines, suggesting a digital or communication theme.

**MEDIOS DE COMUNICACIÓN
VALORES Y EDUCACIÓN**

**KOMUNIKABIDEAK BALIOAK ETA
HEZKUNTZA**

**THE MEDIA VALUES AND
EDUCATION**

Concepción Medrano
Juan Ignacio Martínez de Morentin
(Coordinadores / Kordinatzaileak / Coordinators)

**CÁTEDRA DE COMUNICACIÓN Y VALORES EDUCATIVOS
KOMUNIKAZIOA ETA HEZKUNTZA BALIOAK KATEDRA
CHAIR IN COMMUNICATION AND EDUCATIONAL VALUES**

Los artículos que se presentan en esta publicación son trabajos de investigación que han sido aceptados tras un proceso de selección y evaluación de los originales y una calificación de evaluadores externos.



CÁTEDRA DE COMUNICACIÓN Y VALORES EDUCATIVOS
KOMUNIKAZIOA ETA HEZKUNTZA BALIOAK KATEDRA
CHAIR IN COMMUNICATION AND EDUCATIONAL VALUES

1ª edición: Julio de 2010

© Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco
Euskal Herriko Unibertsitatea Argitalpen Zerbitzua
University of the Basque Country. Press Service

ISBN 978-84-9860-421-4

Depósito legal: BI 2032-2010

Fotocomposición / Fotokonposizioa: Composiciones RALI, S.A.
Particular de Costa, 8-10 - 48010 Bilbao

Impresión / Inprimatzea: Itxaropena, S.A.
Araba Kalea, 45 - 20800 Zarautz (Gipuzkoa)