

INFORME DE INVESTIGACIÓN SOBRE CONSUMO DE TV Y VIOLENCIA EN MENORES DE MALAGA CAPITAL



Equipo de Investigación

D. Jose Antonio Torres Fernández
Sección de Menores y Familia
Area de Bienestar Social
Ayuntamiento de Málaga

D. Miguel Angel García Martín
D^a Maria Isabel Hombrados Mendieta
Departamento de Psicología Social,
Antropología Social,
Trabajo social y Servicios sociales
Universidad de Málaga

Málaga, 23 de Octubre de 2007

INTRODUCCIÓN.....	3
Televisión Y Violencia.....	4
Efectos psicológicos de la Violencia en los medios.....	7
1) Efectos en el aprendizaje.....	7
2) Efectos Emocionales:.....	7
3) Efectos en la respuesta de Catarsis:.....	8
4) Efectos en la Conducta:	8
A modo de conclusión.....	8
 EL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA.....	 10
 HIPÓTESIS	 11
 METODO	 11
Sujetos.....	11
Por sexo.....	11
Instrumentos	12
Fases de la investigación.....	13
Procedimiento	14
Análisis Estadísticos	14
 RESULTADOS.....	 15
Datos Más Relevantes Por Frecuencias.....	15
Tipo de programas que ves en TV	19
Perfiles De Consumo.....	21
Tiempo y motivación para ver TV	21
Control familiar.....	21
Contenidos Violentos	22
Tipos de programas más vistos.....	22
Anuncios.....	22
Correlaciones más significativas.....	22
 DISCUSIÓN	 24

INTRODUCCIÓN

Los primeros estudios sobre el posible efecto pernicioso de la televisión sobre la conducta agresiva humana se originan en Estados Unidos a mediados del siglo XX, más concretamente a comienzos de la década de los sesenta.

Estados Unidos y Gran Bretaña, ésta última en menor medida y con menores recursos financieros, van a tomar la iniciativa en los estudios sobre la interrelación entre el consumo televisivo y la conducta violenta. Desde los años sesenta no han perdido ese protagonismo. La primera gran investigación de este tipo en Gran Bretaña data de 1963. Allí se creó el Television Research Committee, con el objetivo de investigar la influencia de la televisión sobre las conductas sociales, especialmente en el caso de los jóvenes. Tras la realización de múltiples investigaciones, este comité concluye que **no existe una relación lineal entre el consumo de imágenes violentas y el ulterior comportamiento agresivo.**

Dos años después, Schramm y sus colaboradores (1965) estudiaron el influjo de la televisión sobre la bondad o maldad de los niños, llegando también a la conclusión de que el espectador, sea adulto o niño, es un sujeto activo en la recepción, teniendo más importancia en la configuración de la personalidad agresiva otros factores ambientales distintos al excesivo consumo de escenas de corte violento en la pantalla.

Ese mismo año se lleva a cabo en España una pequeña investigación promovida por el Servicio de Formación de Radio Televisión Española, concluyendo que al menos un 25 por ciento de la programación de entonces presentaba escenas claramente violentas.

Durante toda la década se siguieron haciendo estudios cuyas primeras conclusiones fruto de la investigación científica alertan sobre la existencia de una influencia, indeterminable en su grado, pero no de una relación lineal causal.

Incluso el presidente de la American Broadcasting Company prometió la reforma de la industria televisiva al contar "con una razonable certeza de que la violencia televisada puede aumentar las tendencias agresivas de algunos niños" (Berkowitz 1996). La importancia de la palabra "algunos" en dicha frase es fundamental, al tratarse de niños o adolescentes que por sus especiales circunstancias sociales desarrollarían conductas violentas independientemente de la visión de actos agresivos en la televisión. Desde los años setenta, los estudios han procurado introducir estos factores sociológicos en las investigaciones que han

intentado descubrir la interrelación entre la violencia vista y la realmente vivida, como ejecutor o como víctima.

Televisión Y Violencia

En la década de los años setenta los estudios sobre la influencia de la televisión en los niños y adolescentes indicaban que los escolares veían un promedio de 1,5 a 3 horas por día la TV. En la década del ochenta, ese promedio se elevó de 2,5 a 5 horas por día. (COHEN, 1998). Un estudio realizado en el 98 por Carmen L. Pérez (PEREZ LEÓN, C.L.y COLS., 1998) situaba el promedio en 3,8 horas. Este aumento en el consumo de TV responde a varios motivos, de los que los autores destacan:

- Para satisfacer sus necesidades de distracción
- Para reducir las tensiones
- Como medio para obtener información
- Porque le es impuesta por el medio (sobre todo cuando son pequeños)

Debe destacarse, por incisivo, un artículo ("La violencia deseada") del veterano político catalán Miquel Roca i Junyent, publicado en La Vanguardia el 24 de abril de 2000. En un ejercicio de autocrítica, Roca i Junyent expresa su preocupación ante la violencia que arraiga como rasgo distintivo del estilo de vida de muchos jóvenes, alentando a ser "inmediatamente resolutivos", porque -según dice- "ya es hora de aceptar que la apología de la violencia, la exaltación de la brutalidad en la televisión tiene algo que ver, (...)la publicidad televisiva es cada día más costosa porque a través de ella se influye en todo, menos en el comportamiento violento que exalta como una virtud ejemplar, a la que nuestros niños y jóvenes deberían saberse resistir virtuosamente." Esta última ironía recoge una posición radicalmente contraria al abuso de contenidos violentos en televisión, a los que considera temerariamente influyentes en la conducta humana, especialmente en la de los más jóvenes.

Como contrapunto, el economista, periodista y sociólogo Cardús i Ros (1998) cuestiona la influencia de los medios sobre los sujetos. Según él, en los estudios se tiene en cuenta cuánta gente ve qué contenidos, sin atender a cómo ve la gente dichos contenidos. No debe olvidarse cómo se presenta el contenido violento en el medio. En tercer lugar, si verdaderamente quiere estudiarse científicamente cómo influye la

televisión en la conducta, considera que deberían tenerse en cuenta los siguientes factores:

- A. La temporalidad de la influencia, es decir, si se trata de efectos a corto o a largo plazo, y si se dan efectos de acumulación.
- B. La distinción entre aquellos efectos derivados de la influencia por imitación y aquellos generados por rechazo social.
- C. La diferenciación entre consecuencias esperables y consecuencias no intencionadas o sorprendentes.
- D. La profundización en los efectos cognitivos de la violencia vista, más allá de los tradicionalmente destacados efectos imitativos.

En la comunidad científica internacional, la interrelación directa entre el consumo de imágenes violentas y la ulterior conducta violenta se afronta con extraordinarias precauciones.

Rojas Marcos (1996) nos acerca a dos estudios estadounidenses que remiten a variables de personalidad:

En el primero de ellos, los niños fueron sometidos a sesiones continuas de los segmentos más violentos de la serie televisiva *Los Intocables*. Posteriormente, en laboratorio, los investigadores pudieron apreciar que estos sujetos mostraban mayor predisposición a hacer daño físico a sus compañeros que aquellos que no habían recibido la sesión de imágenes violentas de la serie norteamericana.

En un segundo experimento realizado en un reformatorio, el colectivo de jóvenes detenidos por haber cometido hechos delictivos fue clasificado según su nivel de agresividad, y también fue expuesto a sesiones de películas violentas. Aquellos que inicialmente fueron clasificados como muy agresivos tuvieron un comportamiento posterior mucho más violento que aquellos que fueron calificados como poco agresivos.

En general, según este autor, la televisión no es tan poderosa como la pintan algunos, pues no tiene capacidad para implantar mecánicamente actitudes y comportamientos en la vida humana, y concluye que ciertamente el mayor peligro de la televisión es que roba mucho tiempo que podría destinarse a actividades humanas mucho más gratificantes.

Por tanto, la investigación rigurosa de los efectos de las imágenes violentas en televisión debe responder -Quesada (1998) no sólo al estudio cuantitativo de la televisión y de los hábitos de consumo de los telespectadores, sino también de las variables sociológicas que les rodean:

el nivel socioeconómico y cultural, el rendimiento escolar o laboral, el barrio de residencia, el coeficiente de inteligencia, la adicción a las drogas. Y es que tradicionalmente se pasan por alto algunas variables fundamentales que influyen de manera decisiva:

- A. La pérdida de influencia y de peso específico de la institución familiar entre los más jóvenes;
- B. La propagación de una ideología competitiva a través del discurso de los medios, pero también a través de los amigos, de los políticos, de los famosos, etc.;
- C. Una entronización del dominio y el poder, a veces a través del machismo, como un valor del que también se ha apropiado la mujer.

Huesmann (1998), por su parte, considera que existe una cierta interrelación entre la visión de la violencia en los medios y los comportamientos agresivos entre los humanos. Desde hace dos décadas la mayoría de científicos destacados confirma que la violencia en los medios de comunicación está enseñando a niños y adolescentes a comportarse de forma más agresiva.

Como muestra, el estudio longitudinal que realizó junto con Eron, llevado a cabo en tres momentos distintos (1970, 1970 y 1982). Este estudio se inició en un condado del estado de Nueva York, donde se entrevistó a 800 niños entre los 8 y los 9 años sobre sus programas de televisión preferidos y se midió cuál era el nivel de agresividad de cada uno de ellos.

Los resultados tuvieron un gran impacto académico y social: "sin atender el nivel inicial de agresión, los niños que figuraban entre los espectadores que veían más violencia televisiva acababan encontrándose entre los que tenían niveles más altos de agresividad diez años más tarde." Estos resultados sugieren que la hipótesis de que ver la televisión de pequeño induce agresividad más tarde es más plausible que la hipótesis de que la agresividad precoz induce una atracción mayor por la violencia televisiva" (p. 106).

Con objeto de reforzar longitudinalmente las conclusiones del estudio, en 1982 se procedió de nuevo a testar a estos sujetos, que andaban alrededor de los 30 años. Además, se obtuvieron datos oficiales sobre los niveles de criminalidad de todos ellos, incluidos también los incidentes de tráfico. Este estudio longitudinal vendría a demostrar que la visión de la violencia durante la infancia predice en cierto modo la agresividad que se tendrá de adulto, mucho más que los niveles de

agresividad real que el niño tuviera en su período infantil. Aunque las cifras del estudio no son tan grandes como para que las correlaciones estadísticas sean significativas, el estudio pone de manifiesto que quienes veían mucha violencia a los ocho años tenían una probabilidad mayor de ser arrestados por delitos graves a los treinta.

En 1972 un informe titulado TELEVISIÓN Y CONDUCTA SOCIAL, elaborado por el Comité Consultivo Científico del Surgeon's General reunía los resultados de 23 proyectos de investigación concluyendo que había una relación causal entre ver violencia en TV y los niveles de agresión en los jóvenes.

Efectos psicológicos de la Violencia en los medios

Rothemberg (1975) cita a Goranson en su revisión sobre los efectos psicológicos de la violencia en los medios, identificó cuatro aspectos importantes:

1) Efectos en el aprendizaje

Los niños aprenden viendo la TV. Aprenden conductas ejercidas por personajes que se convierten en significativos para ellos (héroes y protagonistas, estrellas de la música o del cine, etc.) y aprenden actitudes de estos mismos personajes. El contenido de la programación de TV establece en gran medida lo que va a ser expuesto a los menores, con menos capacidad de crítica y de defensa ante lo que ve. En este contexto, las distintas formas de violencia en TV, real (noticias), ficticia (películas), subliminal (otros programas), incitan a formas de actuar.

2) Efectos Emocionales:

3)

La TV es un medio de gran penetración y que en los niños surte efecto en las áreas emocionales, cognoscitivas y conductuales, es decir influye en sus intereses y motivaciones hacia objetos comerciales o hacia la formación integral del niño.

Como resultado de la repetición de violencia en los medios de comunicación de masas hay un decremento en la sensibilidad emocional del niño ante la violencia. Por otra parte, hay un incremento en la agresión y la capacidad de ser violento o agresivo con otros. Además los niños demuestran mayor agresividad en sus juegos y prefieren seleccionar la agresión como respuesta a situaciones conflictivas.

4) Efectos en la respuesta de Catarsis:

5)

La observación de escenas de dolor, horror y sufrimiento resulta en catarsis es decir, estos sentimientos pueden ser descargados en forma continua durante o después de la observación de programas de contenido violento.

4) Efectos en la Conducta:

La imitación es muy importante en la adquisición de la conducta ya sea, adaptada o desviada.

La TV ofrece modelos simbólicos, que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales. Dichos modelos simbólicos pueden ser positivos (conductas normalmente aceptadas por la sociedad) o negativos (conductas rechazadas por la misma).

A modo de conclusión

En general, ningún autor llega a observar una relación causa-efecto fuertemente correlacionada. Incluso Huesmann, el más proclive a demostrarlo, se muestra precavido a la hora de interpretarlos. Podría decirse entonces que no existe una relación unidireccional entre ver violencia y actuar mecánicamente de modo agresivo. No obstante, los resultados parecen estimables (moderadamente) tanto a corto como a largo plazo cuando se trata de niños, entre los cuatro y los doce años de edad, mayoritariamente de sexo masculino, que reciben una enorme ración televisiva desde la infancia, que conviven con unas condiciones sociales desfavorables y que, en general, carecen de otros cauces (familia, escuela, amigos...) que amplíen sus fuentes de conocimiento. Es decir, no disponen en sus vidas de experiencias reales que vengan a equilibrar los posibles efectos perniciosos de las vicarias.

La mayoría de los investigadores, incluso aquellos que se muestran más partidarios de la existencia de influencia, abogan por un estudio multidisciplinar del fenómeno que emplee metodologías cualitativas mejor que cuantitativas: En este sentido RODRIGO ALSINA (1998) establece lo que deberían ser las líneas de investigación en la materia que nos ocupa:

*"una investigación óptima sería aquella que hiciera un **estudio multifactorial de la violencia**. Este tipo de estudio tendría que contemplar, en primer lugar, los distintos aspectos relacionados con la*

televisión: el género discursivo, el contenido del programa en general, cómo es presentada la violencia, el tiempo de exposición a la televisión, las formas de consumo de la televisión y el ambiente televisivo familiar. En segundo lugar, habría que tratar con igual importancia **otros factores como son: la historia y la personalidad de los sujetos investigados, sus relaciones familiares y sociales, su situación socioeconómica, su situación personal** en el momento del estudio. Por último tampoco sería desdeñable tener en cuenta **el clima de opinión existente** en el momento del estudio. Finalmente, el mayor problema es ponderar la influencia de cada una de estas variables en la persona. Tengo la impresión de que los estudios cuantitativos no han tenido en cuenta o no han ponderado suficientemente las variables que no están directamente relacionadas con la televisión. Es posible que una metodología más cualitativa podría ser mucho más útil para tener en cuenta todas las variables que he mencionado" .

EL AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA

Debido al escaso número de investigaciones propias sobre nuestra población, y en demanda a una preocupación materializada a través de los diferentes proyectos a su cargo (tanto desde la Participación Infantil como desde la Familiar y Grupal) , la Sección de Menores y Familia del Area de Bienestar Social del Ayuntamiento de Málaga se planteó **el desarrollo de una investigación que orientara y proporcionara algunas pistas para el abordaje posterior del fenómeno de la violencia en la infancia y su relación con el consumo de tiempo de TV**, planteando como factores de influencia tanto algunas variables de personalidad (sociabilidad, control de impulsos) como los propios estilos de consumo en el ámbito doméstico (tiempo dedicado, tipo de compañía, tipos de programa, etc.).

De esta manera, conociendo más sobre el perfil de consumo de TV y sus consecuencias en la conducta de nuestros menores, podremos enfocar iniciativas tendentes a modular o reducir su influencia, o potenciar alternativas a dicho consumo en la familia.

Para ello se contó con la colaboración técnica del Departamento de Psicología Social, Antropología Social, Trabajo social y Servicios sociales de la Universidad de Málaga, que contribuyó especialmente en la búsqueda y adecuación de instrumentos, en el asesoramiento para el Diseño de la Investigación y el tratamiento estadístico y posterior interpretación de los datos obtenidos.

HIPÓTESIS

Pretendemos poner en relación el consumo de TV (en cuanto al tiempo, entorno de visualización, contenidos, motivación, etc.) con el nivel de socialización de los menores (en especial en cuanto a sus conductas violentas) obtenidos de dos variables significativas: el autocontrol y la agresividad. En torno a ello formulamos las siguientes hipótesis:

- Los/as alumnos/as que consumen más horas de TV puntuarán más alto en los niveles de agresividad-terquedad y más bajo en Autocontrol.
- Los/as alumnos/as que justifican y ven más escenas de violencia en TV mostrarán niveles más elevados de agresividad.
- Los/as alumno/as a los que sus padres les controlan el uso o les aconsejan sobre la TV mostrarán mayor grado de respeto y autocontrol.

METODO

Sujetos

335 alumnos y alumnas de 5º y 6º (3er ciclo) de Primaria, elegidos sobre la muestra total de alumnos de Málaga capital a través de la selección de una clase de cada curso en un colegio de cada distrito¹, siendo dos centros concertados y 8 públicos, con la siguiente distribución:

Por sexo²

Según Datos de la Memoria Informativa de la Delegación de Educación 2005-06, los porcentajes por sexo en Málaga Provincia serían 51,48 % para alumnos y 48,52 % para alumnas.

Alumnos	Alumnas
184	151



¹ Ver en Anexos, Relación de Centros Educativos

² Según Datos de la Memoria Informativa de la Delegación de Educación 2005-06, los porcentajes por sexo en Málaga Provincia serían 51,48 % para alumnos y 48,52 % para alumnas.

Por Distritos

ZTS - Nº de Distrito

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Distrito Centro	33	9,9	9,9	9,9
	Málaga-Este	39	11,6	11,6	21,5
	Ciudad Jardín	30	9,0	9,0	30,4
	Bailén-Miraflores	51	15,2	15,2	45,7
	Palma-Palmilla	23	6,9	6,9	52,5
	Cruz de Humilladero	36	10,7	10,7	63,3
	Carretera de Cádiz	43	12,8	12,8	76,1
	Churriana	42	12,5	12,5	88,7
	Churriana	22	6,6	6,6	95,2
	Puerto de la Torre	16	4,8	4,8	100,0
	Total	335	100,0	100,0	

Instrumentos

Para los alumnos /as se ha elegido un cuestionario sobre consumo de TV elaborado desde el Departamento de Psicología Social de la Universidad de Málaga.

Las variables referidas a la violencia son:

- Evaluación de las escenas de violencia (valoración de las mismas por los alumnos /as)
- Percepción de la influencia que creen los menores que ejerce la TV en la conducta agresiva o violenta .

- Visión crítica de la TV por parte de menores (en qué grado perciben la bondad o maldad de determinados programas con contenidos violentos o de índole sexual).
- Justificación de la violencia por parte de los menores.

Asimismo se ha adaptado un cuestionario basado en la Bateria de Socialización de Silva y Martorell, para las variables de Agresividad-Terquedad y Respeto-Autocontrol Social, para ser cumplimentado por los tutores de los menores.

Fases de la investigación

1.- Recogida y análisis de documentación sobre el tema objeto de la investigación (especial hincapié en estudios cercanos a la población objeto de estudio). Universidad y Sección de Menores y Familia.

2.- Elaboración del diseño del proyecto. (reuniones de coordinación entre Universidad y Área de Bienestar social, definición y elaboración de hipótesis e instrumentos de recogida de datos) Departamento de Psicología Social, Antropología Social, Trabajo social y Servicios sociales, y Sección de Menores y Familia.

3.- Validación de cuestionario sobre el uso de TV entre los menores (Cuestionario elaborado ex profeso, validado sobre un colegio público de Educación Primaria). Sección de Menores y Familia.

4.- Selección de Centros por Distrito (1 centro por cada distrito, y dos clases por cada centro, una de 5º y otra de 6º), respetando en lo posible la representatividad. Sección de Menores y Familia.

5.- Pase y cumplimentación de los cuestionarios por centro, alumnado y tutores (trabajo realizado por los técnicos de la Sección de Menores y Familia del Area de Bienestar Social).

6.- Introducción de los datos de los cuestionarios en el ordenador para su tratamiento estadístico (Idem Técnicos de la Sección de Menores y Familia).

6.- Tratamiento estadístico de los datos, realizado por el Departamento de Psicología Social, Antropología Social, Trabajo social y Servicios sociales de la Universidad.

7.- Interpretación de los datos, realizado en coordinación entre los respectivos equipos técnicos del Departamento de Psicología Social, Antropología Social, Trabajo social y Servicios sociales y de la Sección de Menores y Familia.

8.- Publicación y difusión (publicación a iniciativa de la Universidad de la investigación en una Revista Científica Internacional). Publicación definitiva del proyecto pendiente del Área de Bienestar Social.

Procedimiento

Una vez seleccionada la clase de cada colegio por Distrito³, un técnico del ayuntamiento con instrucciones precisas realizaba el pase del cuestionario a toda la clase. Con todos los cuestionarios recogidos, al /la Tutor/ a se le pedía que cumplimentara un breve cuestionario de socialización sobre cada uno de los menores que había respondido previamente el cuestionario de perfiles de consumo de TV adjuntando éste al cuestionario de cada niño/a.

Antes de que los cuestionarios salieran del centro, se garantizaba el anonimato de cada cuestionario asignando un número a cada uno y recortando el nombre del mismo (necesario con anterioridad para que el/la tutor/a pudiera cumplimentar los cuestionarios sobre los menores).

Análisis Estadísticos

Para establecer los perfiles de consumo de los menores, los resultados de los cuestionarios se trataron con estadísticos descriptivos (frecuencias, porcentajes y medias).

Para establecer las diferencias entre los grupos se han aplicado las pruebas de Mann-Whitney y Kruskal Wallis – Jonckheere Terpstra y para correlacionar las variables del estudio se ha empleado la correlación de Pearson.

³ Se realizó la gestión previa con cada colegio seleccionado desde la Sección de Menores y Familia, y sólo hubo un Distrito donde se tuvo que cambiar el colegio seleccionado por falta de respuesta.

RESULTADOS

Datos Más Relevantes Por Frecuencias

¿A qué dedicas tu tiempo fuera de las horas de clase?

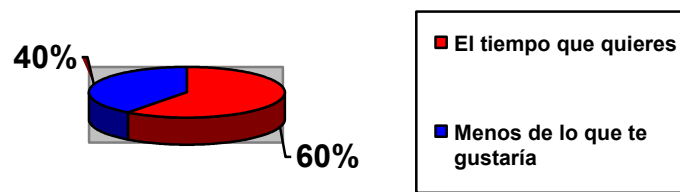
Se les pedían dos actividades. Como actividad principal los menores dedican su tiempo a **“Estar con los amigos”** (46,4 %); le sigue la actividad **“Jugar”**, con un 22, 2 %, y la tercera **“hacer deporte”**, con un 17, 7 %. **“Ver la TV”** ocupa sólo el 9 % de la primera actividad. Sin embargo, como segunda actividad, ocupa el 1er lugar con un 25,1 %, seguido de **“Jugar”** (19 %) y **“Oír música”** (18 %).

¿Cuáles son las DOS razones principales por las que ves TV?

Como primera opción, el 84 % de los menores ven la TV **“porque te divierte y te entretiene”**, (83,3 %) , y como segunda opción, **“porque los programas son buenos”**, con un 45,6 %.

Desde tu punto de vista, ves la TV

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	El tiempo que quieres	201	60,0	60,2	60,2
	Menos de lo que te gustaría	133	39,7	39,8	100,0
	Total	334	99,7	100,0	
Perdidos	9	1	,3		
Total		335	100,0		



El 60 % de los menores está satisfecho con el tiempo que dedican a ver TV. Del 40 % que ve la TV menos de lo que le gustaría, los motivos elegidos en primer lugar son dos:

- Porque tengo que estudiar: 78 %
- Porque en casa solo me dejan verlo un tiempo determinado: 11,3 %

¿Con quién sueles ver la TV por la tarde hasta las 9?

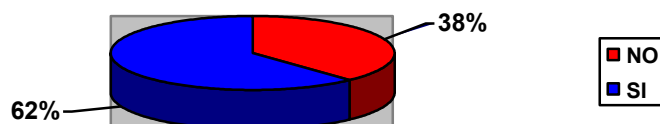
El 29,5 % reconoce que ve la TV solo, frente al resto, que la ve acompañado (hermanos, padres).

¿Ves la TV después de las 9?

El 91,3 % de los encuestados ve la TV después de las 9 de la noche.

¿Pones la TV antes de ir al colegio?

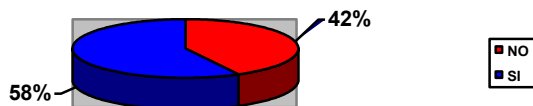
El 62 % de los menores pone la TV antes de ir al colegio.



¿Con quién sueles ver la TV después de las 9?

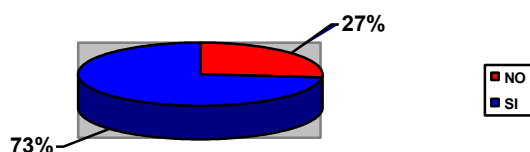
El 21,5 % de los encuestados sigue viendo la TV solo después de las 9 de la noche.

¿Suelen tus padres aconsejarte sobre los programas que ves en la TV?



El 57,8 % recibe consejos de sus padres sobre los programas que deben ver.

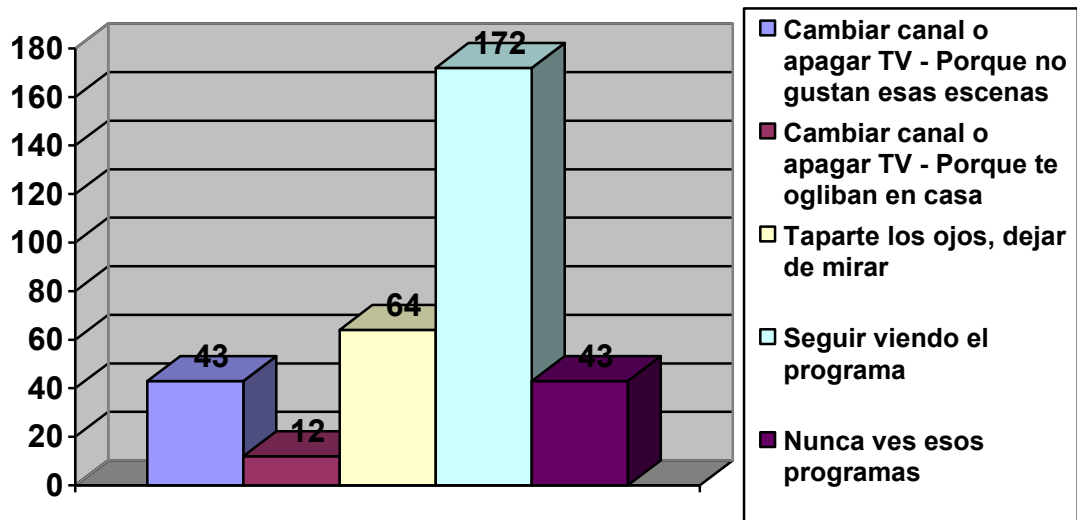
¿Te prohíben tus padres ver algunos programas porque consideran que no son adecuados para tu edad?



Al 73,4 % de los menores les prohíben ver determinados programas por considerarlos no adecuados para su edad.

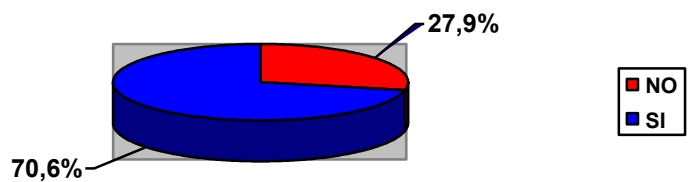
Cuando hay escenas sangrientas en la TV, ¿qué sueles hacer?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Cambiar canal o apagar TV - Porque no gustan esas escenas	43	12,9
Cambiar canal o apagar TV - Porque te obligan en casa	12	3,6
Taparte los ojos, dejar de mirar	64	19,2
Seguir viendo el programa	172	51,5
Nunca ves esos programas	43	12,9
Total	334	100,0
Perdidos	1	
Total	335	



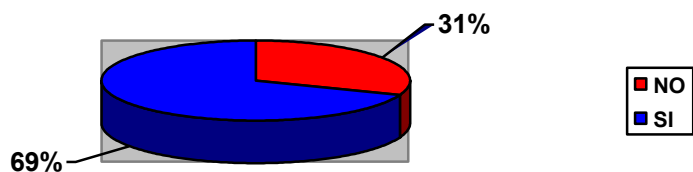
Más de la mitad de los encuestados sigue viendo la TV cuando hay escenas sangrientas.

¿Crees que ver ese tipo de escenas puede hacer que alguien sea más violento o agresivo?



El 70,6 % de los menores opinan que ver ese tipo de escenas puede hacer que alguien sea más violento o agresivo

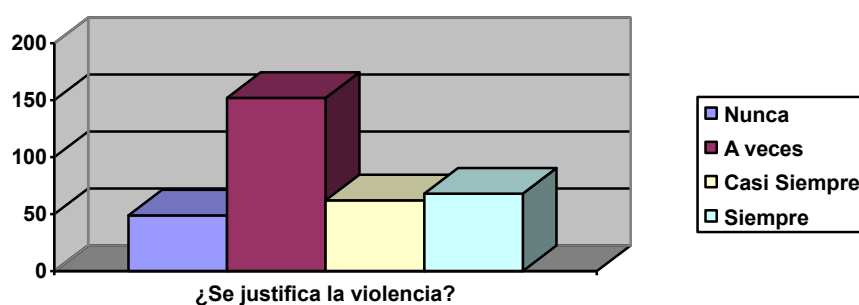
¿Crees que las situaciones que se ven en esas escenas son un reflejo de lo que ocurre en la realidad?



El 69 % opina que las situaciones que se ven en las escenas de violencia en TV son un reflejo de la realidad.

¿Crees que en TV está justificado el uso de este tipo de escenas?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Nunca	49	14,8
A veces	152	45,9
Casi siempre	62	18,7
Siempre	68	20,5
Total	331	100,0
Perdidos	4	
Total	335	



El 46 % de los encuestados opina que solo a veces las escenas de violencia están justificadas en los programas de TV; un 40 % las justifica casi siempre o siempre, y solo un 14 % no lo justificaría nunca.

Tipo de programas que ves en TV

	Casi Nunca	De vez en cuando	Con cierta frecuencia	Casi siempre
Telediario/ Informativos	82	161	34	53
Culturales/ Documentales	108	130	42	41
Series	10	31	108	175
Películas	4	61	116	139
Dibujos Animados	17	46	84	176
Espectáculos /Musicales	117	84	55	64
Programas del Corazón	210	62	26	16
Concursos	57	112	69	78
Debates/ Entrevistas	173	88	24	17
Fútbol	81	73	54	119
Otros Deportes	59	108	77	82

Los tipos de programas que siguen los menores casi siempre son los dibujos animados, las series, las películas y el fútbol.

¿Cómo crees que son los anuncios que ponen en TV?

El 68,5 de los menores considera que los anuncios de TV son poco interesantes.

¿Te gustaría que la TV dedicara a poner anuncios?

El 88,3 % de los encuestados dedicaría menos tiempo a los anuncios.

Cuando estás viendo un programa y lo cortan para poner anuncios, ¿qué sueles hacer normalmente?

	Frecuencia	Porcentaje válido
Cambiar de canal	184	55,3
Ver los anuncios	36	10,8
Aprovechar para hacer otra cosa (leer, etc.)	84	25,2
Hablar con los demás	29	8,7
Total	333	100,0
Perdidos	2	
Total	335	

Más de la mitad de los encuestados cambia de canal al poner anuncios. La cuarta parte aprovecha para hacer otras cosas.

Perfiles De Consumo

Tiempo y motivación para ver TV

- Se les pedían dos actividades. Como actividad principal los menores dedican su tiempo a **“Estar con los amigos”** (46,4 %); le sigue la actividad **“Jugar”**, con un 22, 2 %, y la tercera **“hacer deporte”**, con un 17, 7 %. **“Ver la TV”** ocupa sólo el 9 % de la primera actividad. Sin embargo, como segunda actividad, ocupa el 1er lugar con un 25,1 %, seguido de **“Jugar”** (19 %) y **“Oír música”** (18 %).
- Como primera opción, el 84 % de los menores ven la TV **“porque te divierte y te entretiene”**, (83,3 %) , y como segunda opción, **“porque los programas son buenos”**, con un 45,6 %.
- El 60 % de los menores está satisfecho con el tiempo que dedican a ver TV. Del 40 % que ve la TV menos de lo que le gustaría, los motivos elegidos en primer lugar son dos:
 - “Porque tengo que estudiar”: 78 %
 - “Porque en casa solo me dejan verla un tiempo determinado”: 11,3 %

Control familiar

- El 29, 5 % reconoce que ve la TV solo, frente al resto, que la ve acompañado (hermanos, padres).
- El 91,3 % de los encuestados ve la TV después de las 9 de la noche, principalmente con los hermanos y la madre, aunque un 21,5 % de dichos menores siga viendo la TV solo.
- El 62 % de los menores pone la TV antes de ir al colegio.
- El 58 % recibe consejos de sus padres sobre los programas que deben ver.
- Al 73 % de los menores les prohíben ver determinados programas por considerarlos no adecuados para su edad.

Contenidos Violentos

- Más de la mitad de los encuestados sigue viendo la TV cuando hay escenas sangrientas.
- El 72 % de los menores opinan que ver ese tipo de escenas puede hacer que alguien sea más violento o agresivo.
- El 69 % opina que las situaciones que se ven en las escenas de violencia en TV son un reflejo de la realidad.
- El 46 % de los encuestados opina que solo a veces las escenas de violencia están justificadas en los programas de TV; un 40 % las justifica casi siempre o siempre.

Tipos de programas más vistos

- Los tipos de programas que siguen los menores casi siempre son los dibujos animados (54 %), las series (53,8 %), las películas (43,3 %) y el fútbol (36,4 %).

Anuncios

- El 68,5 de los menores considera que los anuncios de TV son poco interesantes.
- El 88,3 % de los encuestados dedicaría menos tiempo a los anuncios.
- Más de la mitad de los encuestados cambia de canal al poner anuncios. La cuarta parte aprovecha para hacer otras cosas.

Correlaciones más significativas

Los datos muestran que los niños que ven menos la tele, más concretamente los que no ponen la tele antes de ir al colegio, se muestran más respetuosos y menos agresivos que aquellos que si lo hacen.

También encontramos que los niños que consideran que las escenas sangrientas pueden hacer a alguien más agresivo o violento **se comportan**

de forma más respetuosa y menos agresiva que aquellos que no le dan importancia a este tipo de escenas.

Asimismo, los datos son más contundentes y las diferencias más significativas **cuando los padres intervienen en el tipo de programa que deben ver los hijos**, ya que aquellos que les prohíben ver determinados programas, no adecuados para su edad, tienen hijos que puntúan más alto en la escala de respeto y se muestran menos violentos. Estas diferencias se mantienen en el mismo sentido cuando los padres les aconsejan sobre el tipo de programa que deben ver.

Siguiendo la segunda de nuestras hipótesis, los menores que creen que está justificado el uso de escenas violentas también puntúan más alto en la escala de agresividad y obtienen una puntuación menor en la de respeto y autocontrol.

Los datos analizados apuntan a una correlación positiva entre los niños que justifican más las escenas violentas en la tele y las altas puntuaciones de estos menores en la escala de Agresividad-terquedad, es decir, aquellos/as que justifican la violencia se muestran más agresivos.

También correlacionan pero, en sentido negativo, el comportamiento respetuoso de los niños con el gusto por los anuncios; los niños que menos se interesan por los anuncios y aquellos que desean que haya menos anuncios se comportan de forma más respetuosa.

Aunque no se entra a analizar en profundidad el contenido de los anuncios, los menores encuestados no parecen darle tanta importancia a los mismos, como parecen reflejar algunos estudios internacionales.

DISCUSIÓN

Creemos que el estudio muestra datos interesantes sobre el patrón de comportamientos usual de los niños respecto al consumo de televisión, y su relación con las actitudes agresivas y de bajo autocontrol, en Málaga capital.

En conjunto estos datos apuntan a **la influencia de la TV en las actitudes y conductas violentas de nuestros menores**, pero también apoyan la idea de **la influencia que como padres y madres podemos ejercer en nuestros hijos**, controlando los contenidos que pueden ver, y participando con ellos de forma crítica acompañándoles en la actividad. En este sentido aspectos concretos como ver la TV después de las 21:00 y solos puede suponer una situación de riesgo importante que hay que evitar.

Aunque constatamos la importancia que los menores conceden a la TV como un elemento importante para la ocupación de su tiempo, los amigos siguen ocupando el principal espacio de ocio (casi la mitad de los alumnos/as lo pone como principal actividad).

Como señalábamos al principio de este proyecto de investigación creemos que estos datos se deben tener en cuenta para planificar programas orientados a la familia donde se insista en la importancia de establecer criterios adecuados en el consumo de televisión, especialmente en cuanto a horarios y contenidos se refiere.

Constatamos la influencia que este medio tiene en la adquisición de determinados patrones de comportamiento, por lo que se hace necesario profundizar en investigaciones que determinen qué variables contribuyen a estos procesos de influencia.

También, en una línea de trabajo diferente, se hace necesario intensificar las investigaciones sobre el papel de padres y madres en el control y valoración de contenidos de la TV, así como de otros medios de ocio.

Igualmente deben ampliarse los estudios sobre las actitudes y conductas violentas en nuestros menores, y las variables que inciden sobre las mismas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bandura, A. (1963). *Aprendizaje Social y Desarrollo de la Personalidad*. Editorial Alianza. Madrid..
- Berkowitz, L. (1996). *Agresión: causas, consecuencias y control*. Bilbao, Desclee de Brouwer.
- Clemente, M. (1988). "Análisis de contenido sobre la imagen del joven delincuente en la prensa española" (inédito). Madrid: Centro de Estudios del Menor.
- Dunning, E. (1992). Los lazos sociales y violencia en el deporte. En Elías, N. y Dunning, E., *Deporte y ocio en el proceso de la civilización* (pp. 273-274) .México: FCE.
- Feinbloom, R. (1989). Children and Television. *Pediatrics*. Vol 57. N° 3.
- Frydman, M. (1999). Television, aggressiveness and violence. *International Journal of Adolescent Medicine and Health*, 11(3-4), 335-344.
- Funk, J.B., Baldacci, HB., Pasold, T. & Baumgardner, J. (2004). Violence exposure in real-life, video games, television, movies, and the internet: Is there desensitization? *Journal of Adolescence*, 27(1), 23-39.
- Gadow, K.D., & Sprafkin, J. (1989). Field Experiments of Television Violence with Children Evidence for an Environmental Hazard. *Pediatrics*. Vol 83. March. N° 3.
- Híjar, M. (1998). *Violencia y medios de comunicación*. Disponible en <http://www.insp.mx/salvia/977/sal9774.html>.
- Huesmann, R. (1998). La conexión entre la violencia en el cine y la televisión y la violencia real. En Sanmartín, José; Grisolía,
- Imbert, G. (1992). *Los escenarios de la violencia: conductas anómicas y orden social en la España actual*. Barcelona: Icaria.
- James S., y Grisolía, Santiago (eds.): *Violencia, televisión y cine* (pp. 87-132). Barcelona: Ariel.
- Johnson, J.G., Cohen, P., Smailes, E.M., Kasen, S. & Brock, J.S. (2002). Television viewing and aggressive behavior during adolescence and adulthood. *Science*, 295(5564), 2468-2471.
- PASQUALI, A. (1992). *Comunicación y Cultura de Masas*. Caracas: Monte Avila Editores.
- Phillips, D. (1979). Suicide, motor vehicle fatalities, and the mass media: Evidence toward a theory of suggestion. *American Journal of Sociology*, nº 84, pp. 1150-1174.

- Quesada, M. (1998). La recerca sobre els efectes de la violència mediàtica. Revista Trípodos, nº 6, (pp. 69-76) Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna.
- Roca i Junyent, M. (2000). La violencia deseada. Revista La Vanguardia, 4 de abril.
- Rodrigo, M. (1998). El impacto social de la violencia en la televisión. Revista Trípodos, nº 6, (pp. 19-30) Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna.
- Rojas, L. (1996). Las semillas de la violencia. Madrid: Espasa.
- Rosenkoetter, L.I., Rosenkoetter, S.E., Ozretich, R.A. & Acock, A.C. (2004). Mitigating the harmful effects of violent television. Journal of Applied Developmental Psychology, 25(1), 25-47.
- Rothemberg, M. (1975). Effect of TV Violence on Children and Youth. Jama. Dec. Vol. 234. N° 10.
- Sanmartín, J. (1998). Violencia: Factores biológicos y ambientales, con especial referencia al cine y la televisión. En Sanmartín, José; Grisolía, J. S., y Grisolía, S. (eds.) (1998). Violencia, televisión y cine. Barcelona: Ariel.
- Santoro, E. (1990). La TV Venezolana y la Formación de Estereotipos en el Niño. Caracas: Ediciones Biblioteca UCV.
- Schramm, W., Lyle, J. y Parker, E. (1965). Televisión para los niños. Barcelona: Hispano-Europea.
- Silva, F. y Martorell, M.C.(1987): Bateria de Socialización (para profesores y padres)(BAS 1-2). Madrid. TEA Ediciones.
- Somers, A. (1976). Violence, Television and the Health of American Youth. The New England Journal of Medicine. April.. Vol 294. N° 15
- Strasburger, V. (1989). Children, Adolescent and Television. The Role of Pediatricians. Pediatrics. Vol 53. N° 3.
- Wilson, B.J., Colvin, C.M. & Smith, S. (2002). Engaging in violence on American television: A comparison of child, teen, and adult perpetrators. *Journal of Communication*, 52(1), 36-60.