

CONSUMO TELEVISIVO E IMAGEN DE JÓVENES EN TV

Estudios Cualitativos con niños y
adolescentes

AGOSTO 2012

ÍNDICE

| | |
|--|----|
| Introducción y Aspectos Metodológicos..... | 3 |
| I. Presencia de La Televisión en los Hogares | 4 |
| II. Hábitos de Consumo Televisivo | 5 |
| 1. La Televisión como uso del tiempo | 5 |
| 2. Formas de Consumo Convergente | 6 |
| III. Preferencia de Programas Televisivos | 8 |
| 1. Géneros preferidos en televisión abierta y de pago | 8 |
| 2. Preferencias de las niñas y las adolescentes..... | 9 |
| 3. Preferencias de niños y adolescentes varones | 10 |
| 4. Influenciadores en la elección programas | 11 |
| IV. Control Parental del Consumo Televisivo | 12 |
| 1. Percepción de Efectividad del Control Parental..... | 12 |
| 2. Estrategias para burlar el control parental | 13 |
| V. Representación niños y jóvenes en la Televisión..... | 14 |
| 1. Identificación con los niños y jóvenes de la televisión..... | 14 |
| a) Identificación con los niños y niñas de la televisión | 14 |
| b) Identificación con las y los jóvenes de la Televisión | 15 |
| 2. Percepción de Erotización de las Jóvenes en la Pantalla | 16 |
| VI. Resultados Principales y Conclusiones..... | 18 |
| Conclusiones | 20 |
| ANEXO: Pauta Focus..... | 22 |

Introducción y Aspectos Metodológicos

El presente informe entrega los resultados de un estudio cualitativo a partir de la técnica de grupos focales, realizado con niños y adolescentes. El objetivo es conocer sus hábitos de consumo televisivo, su opinión respecto de la programación juvenil, y la percepción que tienen respecto de la imagen de juventud en la pantalla televisiva. Asimismo se indaga específicamente sobre la imagen de la mujer joven y si perciben que ésta es erotizada en televisión¹.

Con este propósito, se realizaron 12 grupos focales, 6 con niños y niñas –por separado cursando 5º año básico, y 6 con adolescentes –hombres y mujeres también por separado cursando 1º año de enseñanza media. La edad de los niños fluctúa entre los 10 y 11 años, y la de los adolescentes entre 13 y 14.

Se consideraron tres niveles socio- económicos (NSE): medio alto y alto (C1C2); medio bajo (C3) y bajo (D). El estudio se realizó al interior de establecimientos educacionales. El período de realización de los grupos fue entre el 23 de Abril y el 04 de Mayo de 2012.

Cuadro Nº 1 Distribución Grupos Focales Niños y Niñas

| | NSE | Mujeres | Hombres | TOTAL |
|--|------|---------|---------|-------|
| Colegio Municipalizado San Ramón | D | 1 | 1 | 2 |
| Colegio Particular Subvencionado Maipú | C3 | 1 | 1 | 2 |
| Colegio Particular Pagado Vitacura | C1C2 | 1 | 1 | 2 |
| | | | | 6 |

Cuadro Nº2 Distribución Grupos Focales Adolescentes

| | NSE | Mujeres | Hombres | TOTAL |
|------------------------------------|------|---------|---------|-------|
| Colegio Municipalizado San Ramón | D | 1 | 1 | 2 |
| Colegio Municipalizado Quilicura | C3 | 1 | 1 | 2 |
| Colegio Particular Pagado Vitacura | C1C2 | 1 | 1 | 2 |
| | | | | 6 |

¹ De acuerdo a las preocupaciones de los padres manifestadas en otro estudio. Ver: “Los padres y la regulación televisiva” http://www.cntv.cl/los-padres-y-regulacion-televisiva-2012/prontus_cntv/2012-04-13/125203.html

I. Presencia de La Televisión en los Hogares

En todos los hogares de los grupos estudiados existe más de un aparato de televisión, los cuales están ubicados principalmente en el living o pieza de estar, dormitorio principal y dormitorio de los niños y adolescentes. Los adolescentes en particular declaran tener un televisor en su dormitorio.

“Mis papás tienen en la pieza de ellos, yo tengo en mi pieza y una abajo en el living”.

(Niña, C3)

“En mi pieza, en el living, en la pieza de mi hermano, y en la pieza de mi mamá”.

(Niña, C3)

“Hay un televisor en la sala de estar, en mi pieza y en la de mis papás” (Adolescente Mujer, C1C2)

“En mi pieza, en el living, en el segundo piso, en la pieza de mi mamá, en la cocina...”

(Adolescente Hombre, C3)

“¿Dónde está el televisor en las casas? En el living, pieza. (Adolescente, hombre D)

La televisión –por su presencia en los diversos espacios de los hogares- se constituye como la compañía en distintos momentos de la jornada habitual de niños y jóvenes desde que llegan del colegio y hasta que duermen. Los más pequeños tienden a ver televisión durante el día, en los espacios comunes de los hogares – living, sala de estar, cocina, entre otros,- y en la noche ven en su dormitorio. En cambio, los adolescentes, tienden a visionar programas en su propia habitación.

“El Club de la Comedia lo veo en mi pieza” (Adolescente Mujer, C3)

“A veces tomo once y si no me gusta lo que ven mis papás, voy arriba y veo sola”

(Niña, C3)

“Yo tengo una tele pero para ver en la noche. En el día veo en la pieza de estar” (Niña,

C1C2)

II. Hábitos de Consumo Televisivo

A continuación se hace referencia al lugar que ocupa la televisión en las rutinas diarias de niños y adolescentes y a las formas de consumo televisivo. También se indaga sobre las nuevas prácticas de consumo convergente de medios, en lo referente al consumo de televisión en otras pantallas.

1. La Televisión como uso del tiempo

La televisión es parte importante del uso del tiempo de niños y adolescentes, ocupando un lugar en su rutina personal. En ella encuentran una forma para entretenerse y relajarse, después de realizar labores escolares u otras actividades como chatear y navegar por Internet o jugar videojuegos.

“Yo llego del colegio, descanso un rato viendo tele en el sillón y después empiezo a hacer mis cosas del colegio.”(Niña C1C2)

“Yo (veo) desde que llego del colegio hasta como a las 12 de la noche” (Niño, D)

En el contexto de estos hábitos, se destaca que el televisor está encendido como telón de fondo, especialmente cuando estos jóvenes televidentes realizan otras actividades cotidianas.

“Cuando estás estudiando, pones la TV en ‘mute’ con audífonos”

(Adolescente hombre, C1C2)

“Yo llego, prendo la tele al tiro y después la apago, prendo en las noticias y después veo hasta que se apague Mundos opuestos²” (Adolescente mujer, C3)

Los adolescentes, más frecuentemente que los niños, afirman ver televisión hasta altas horas de la noche, incluso algunos declaran que se quedan hasta la 01:00 AM, sin supervisión parental. Estos jóvenes son aquellos que tienen televisor en el dormitorio, cuyos padres no ejercen un mayor control sobre su visionado televisivo.

“Yo desde que llego del colegio hasta como a las 12 de la noche” (Niño, D)

“A cualquier hora, a las 7 pm y después a las 10 pm” (Adolescente hombre, C1C2)

“Más o menos uno prende la tele como a las cuatro y media y yo por lo menos la apago como a las 12 o 1 de la mañana” (Adolescente mujer, C3)

² ‘Reality Show’ nocturno transmitido por Canal 13.

Por otro lado, la televisión pertenece al espacio privado de niños y adolescentes, y en ese sentido, tiene atributos distintos al visionado en compañía de la familia, como se verá más adelante. Ver televisión solos es un hábito que se consolida a medida que van creciendo.

“Yo veo todo el día solo” (Niño, D)

“Yo en verdad veo más sola...a veces veo con mi familia” (Adolescente mujer, C1C2)

“Yo me quedo en mi pieza viendo... (Televisión)” (Adolescente hombre, C3)

Al igual que los niños, lo que más se comparte familiarmente es el visionado de noticieros televisivos, que cumplen una función ritual de compañía mutua familiar. Esto tiene correlato con los resultados de la 7ª ENTV, que evidencia que los informativos son los programas más vistos en familia.³ Los niños y adolescentes varones afirman también compartir con sus padres, las transmisiones de partidos de fútbol. Es el punto de encuentro y conversación entre padres e hijos.

“Las noticias las veo con mi mamá” (Adolescente Hombre, C1C2)

“Las noticias las ven mis papás entonces las vemos juntos” (Niño, C3)

“Nos juntamos todos a ver las noticias en la pieza de mis papás” (Niña, C1C2)

“Si es un partido de futbol lo veo con mi papá y hermano” (Adolescente Hombre, C1C2)

“A veces como cuando estás un poco aburrida y los papás están viendo ese canal, los acompañas”. (Niña, C1C2)

2. Formas de Consumo Convergente

Uno de los principales hallazgos de este estudio dice referencia con el consumo televisivo en otras pantallas. Como contexto, los resultados de la 7ª Encuesta Nacional de Televisión evidencian que el 48% de los niños menores de 13 años ve contenidos audiovisuales por Internet y un 39% ve por su celular, de acuerdo a sus padres. Si bien no se trata específicamente de programas televisivos, sino de contenidos audiovisuales en general, estos datos muestran ya una tendencia.

En el presente estudio, tanto niños como adolescentes afirman ver televisión en el teléfono móvil y el computador, tecnologías que se han transformado en nuevas plataformas para visualizar estos contenidos, siendo Youtube el sitio más importante.

³ 8 de cada 10 hogares con menores 13 años declara verlos, mientras que en los de adolescentes, esta cifra alcanza un 77%.

Además, las redes sociales como Facebook y Twitter les permiten “estar conectados” con temas, personajes y novedades de sus programas favoritos, enterándose de lo que sucede en materia televisiva y opinando sobre la programación.

Se ha de notar sin embargo que el consumo “multipantalla” es más habitual para los adolescentes y, si bien está presente entre los niños, es más esporádico.

“Con el teléfono uno ve los capítulos que te perdiste” (Adolescente hombre, C1C2)

“Cuando pasa algo me meto a internet y busco la noticia. Es mejor, hay más puntos de vista” (Adolescente hombre, C3)

“Es que a veces también salen las fotos de las películas en Facebook, entonces a una le llama la atención y empieza a buscarlas” (Adolescente mujer, D)

“Tengo mi celular con tele y de repente me pongo a ver tele en la noche” (Niña, C3)

“Yo he bajado videos a mi celular de los Simpson” (Niño, C1C2)

III. Preferencia de Programas Televisivos

A continuación se analizan los gustos y preferencias de niños y adolescentes relativos a la programación de televisión abierta y de pago. Los resultados han sido ordenados por género ya que se evidencian diferencias entre las predilecciones de hombres y mujeres. También se aborda el tema de quiénes influyen a la hora de elegir los programas.

1. Géneros preferidos en televisión abierta y de pago

Niños y adolescentes orientan sus preferencias televisivas hacia programas considerados de entretención, de relaxo y humor. Bajo estas premisas, cubren un abanico amplio de géneros, por un lado la ficción, con series y telenovelas y por el otro, programas misceláneos en vivo y tele-realidad.

Los niños y niñas tienden a ver programación que no está dirigida a ellos, sino a público juvenil y adulto. Son grandes consumidores de la televisión abierta, incluyendo los noticiarios –generalmente en familia como se mencionara-. En la televisión pagada prefieren las series juveniles y los dibujos animados para adultos.

Los adolescentes logran distinguir en televisión abierta los programas dirigidos a ellos y los consumen. De la misma manera, ven habitualmente programación para adultos. Una de las importantes diferencias con los niños, es que tienen un mayor conocimiento de la oferta de la televisión de pago y, por lo mismo, muestran mayor diversidad en su dieta televisiva respecto de programas y canales. Al igual que los más pequeños, gustan de los programas humorísticos, tales como ‘El Club de la Comedia’, ‘Teatro en Chilevisión’, o ‘Sinvergüenzas’.

**Cuadro N°3 Preferencias Televisivas Niños y Niñas y Adolescentes
Televisión Abierta y Pagada**

| Abierta | Pagada |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ❖ Teleseries de origen nacional. En el segmento C3D se agregan las de origen latino ❖ Reality Shows.(Mundos Opuestos) ❖ Programas misceláneos juveniles. (Yingo, Calle7) | <ul style="list-style-type: none"> ❖ Películas ❖ Deporte especialmente los hombres ❖ Series juveniles (principalmente las mujeres) ❖ En menor medida "dibujos animados" dirigidos a niños ❖ Programas informativos-educativos ❖ Dibujos animados para adultos (South Park, Los Simpson) ❖ Programas de Humor (Jackass) |

Los noticiarios no aparecen como preferencia entre los niños y adolescentes, pero una vez expuestos a ellos, algunas veces captan su interés.

“Yo la prendo, porque a veces pasan cosas importantes. La veo con mi mamá” (Niña, D)
“En mi casa, mi mamá y mi hermana ven noticias y queda la tele prendida y de repente yo voy pasando y escucho una noticia interesante la veo y me quedo sentado viéndola”.
 (Adolescente hombre, C3)

2. Preferencias de las niñas y las adolescentes

Profundizando en las preferencias de las niñas y adolescentes mujeres, se muestran diversas tendencias. En primer lugar, gustan de las series juveniles -tales como ‘Hanna Montana’- y algunas para adultos jóvenes -como “Friends”- que se emiten principalmente en la televisión pagada. Esta predilección es más marcada entre las mujeres de los segmentos socioeconómicos más altos y algunas veces apunta a motivos aspiracionales.

“Selena Gomez... Es joven, linda. Canta” (Niña, C1C2)
“Friends Las series en general son chistosas” (Adolescente mujer, C1C2)

En segundo lugar, existe interés por las teleseries y series en los canales abiertos. Les llama la atención la trama y la manera en que se resuelven los conflictos. No existe opinión frente a las protagonistas de estos programas, al contrario de lo que sucede en la televisión pagada. Las preferencias por las teleseries por lo tanto, parecen tener relación con el nivel de identificación de las niñas y adolescentes con los personajes y las historias.

“(Gordis) es entretenida, te entretiene verla (Niña C1C2)
“Yo veo Glee. Por lo fantástico” (Adolescente mujer, C3)
“De las teleseries me gusta el drama, Como que se pelean, hacen amigos, son divertidas”
 (Niña, C3)
“(me gusta) Abismo de pasión y Relaciones peligrosas” (Adolescente mujer, C3)

Por otra parte, tanto niñas como adolescentes afirman gustar de programas que les provocan miedo, como una forma de jugar con sus límites y activar su emocionalidad.

“ También veo ‘Niños psíquicos’ y ‘Famosos y Fantasmas’...” (Niña, D)
“Yo veo Sinvergüenzas, lo veo con mi mamá pero después quedo con miedo” (Niña, C3)

Los 'reality shows' y los programas misceláneos juveniles –como Yingo y Calle 7- son nombrados por niñas y adolescentes de todos los segmentos socioeconómicos. Además, declaran verlos de manera habitual.

En un primer análisis se denota que las niñas y adolescentes de estratos más altos ven más programas de la televisión pagada y las de estratos más bajos, más programas de la televisión abierta. En base a estos datos se podría concluir que las diferencias por nivel socioeconómico tienen relación con diferencias de acceso a televisión de pago, sin embargo las estadísticas muestran que la penetración en los hogares de ingresos más bajos es alta -68% en las familias C3 y 61% en las D-⁴.

3. Preferencias de niños y adolescentes varones

A diferencia de las mujeres, los hombres distinguen dos tipos de contenidos en los programas de su preferencia. Por un lado, el humor y por el otro, el erotismo.

Muestran interés por programas con humor de corte transgresor -en la televisión abierta y de pago-. Indican que les causa gracia, tanto el lenguaje utilizado como las actitudes y conductas irreverentes de ciertos personajes.

“Yo veo el Club de la Comedia, uno se ríe porque son cosas que a uno le pasan”
(Adolescente, hombre C3)

“El Club de la comedia es como que cuentan chistes, son divertidos” (Niño C3)

“Jackass, South Park, La casa de los dibujos, Ridículos, son muy buenos” (Niños, C1C2)

“The Walking Dead, lo veo (serie de terror)” (Niño, C1C2)

“South Park aunque dicen muchos garabatos, pero igual...” (Adolescente, hombre C1C2)

En cuanto a los programas con contenido erótico, los niños y adolescentes hacen referencia a distintos géneros televisivos, incluyendo las señales de cable Premium que normalmente cuentan con una clave.

“Mi papá me llama para que veamos el Morandé, a mi me gusta” (Adolescente, hombre C1C2)

“Infieles y Play Boy son programas excitantes” (Niño, C3)

“Yo tuve que poner una clave, 1,2,3,4 para ver Play Boy” (Niño,C3)

“A mi me gusta Infieles y Morandé con compañía” (Adolescente hombre, D)

⁴⁴ Séptima Encuesta Nacional de Televisión, Año 2011.

4. Influenciadores en la elección programas

A la hora de elegir programas, niños y adolescentes tienen como referente a sus amistades y pares con quienes se relacionan directamente, y las redes sociales virtuales. Ellos son reconocidos como una buena fuente de información, que comparte sus gustos e interés de entretención.

“Si, por ejemplo cuando pasa algo divertido o en las teleseries cuando dan algo divertido, por ejemplo en Pobre Rico, lo comentas” (Niño, C1C2)

“Nos vamos diciendo (con los amigos) lo que vemos para ver si vemos cosas distintas (Niño, D)

“Mis amigos ponen una película (en Facebook). Ponen ‘me gusta’ y comentan.” (Adolescente hombre, C3)

“En Internet, avisan que se estrena la nueva serie y la empiezo a ver” (Adolecente Mujer, C1C2)

En contraste, padres y profesores están ausentes al momento de orientar el consumo televisivo de niños y jóvenes. Hay algunas excepciones, principalmente entre profesores que alguna vez recomiendan programas a sus alumnos, sin tratarse de una práctica extendida.

“Un profesor dijo que viéramos un programa de preguntas de inteligencia, ‘Divididos’...” (Niña, D)

“A mi el ‘tío’ de naturaleza me recomendó Discovery Channel y Nat Geo” (Niño, C1C2)

“En distintas asignaturas igual podemos ver una película. En orientación. Pero es como una vez al año” (Adolescente hombre, C3)

“Ver noticias, tenemos controles (Profesor les pide ver noticias y después evalúa con pruebas, el nivel de actualización informativa de los alumnos)” (Niño, C1C2)

IV. Control Parental del Consumo Televisivo

A continuación se indaga si los niños y adolescentes estudiados tienen normas de consumo televisivo en sus hogares y si éstas son efectivas.

De acuerdo a la evidencia de la Séptima Encuesta Nacional de Televisión, la responsabilidad en el consumo de contenidos inadecuados no apto para los menores de edad es un tema de conversación dentro de las familias chilenas. El 71% de los televidentes considera que los progenitores deben asumir de manera exclusiva la responsabilidad del cuidado de lo que sus hijos ven por TV⁵.

Sin embargo, los resultados de este estudio muestran una brecha entre lo que los padres creen que están controlando y lo que efectivamente están viendo los menores de edad. Mientras que, sólo el 6% de los padres de niños de 13 años declara no saber lo que sus hijos consumen en televisión⁶, en la práctica el control parental no está siendo efectivo.

1. Percepción de Efectividad del Control Parental

Los niños y niñas afirman en general que tienen restricción de horarios y de ver ciertos programas que son considerados para adultos por sus padres. Sin embargo, consideran que dichas normas son solo declarativas ya que –según relatan- ven televisión hasta tarde solos, aun cuando reconocen tener consciencia de estar burlando las indicaciones o la opinión de sus padres al respecto. Así, afirman que su conducta no tiene consecuencias negativas o castigos. Algunos incluso manifiestan no tener límites al respecto.

“La tele es libre para mí” (Niña, C1C2)

“No, no nos retan si vemos tele en cualquier horario” (Niño, C3)

“A mí no me dejan ver mucho teleseries y ‘Mundos Opuestos’ porque mi mamá lo vió y dijo que salían mucho en ropa interior y cosas así, pero igual lo veo” (Niña, C1C2)

“A veces no me dejan ver ‘1000 maneras de morir’ porque es muy sangriento pero la veo igual” (Niña, D)

A diferencia del discurso de los niños, los adolescentes en general no manifiestan tener una percepción de restricción de contenidos o de ciertos programas televisivos por parte de sus padres. En otras palabras, no identifican contenidos que no deberían ver por no estar acordes a su edad o porque podrían ser inadecuados sin la guía de algún adulto.

⁵ Séptima Encuesta Nacional de Televisión, Año 2011.

⁶ Séptima Encuesta Nacional de Televisión, Año 2011.

Declaran que los padres asumen una actitud más bien ausente frente a los programas que ellos consumen, sin controlar ni el volumen de horas de visionado, ni el tipo de contenido.

Algunos afirman saber que sus padres no estarían de acuerdo con los contenidos de ciertos programas, pero al momento de seleccionar su programación, estos adolescentes se sienten igualmente libres de elegir.

“Nunca me han prohibido nada, a lo más te dicen que no veas algo, pero al final uno igual lo termina viendo” (Adolescente hombre, C3)

“A mi mamá no le gusta el ‘Club de la Comedia’ pero yo igual lo veo” (Adolescente hombre, C3)

“A mí no me prohíben programas” (Adolescente mujer, D)

“Mi mamá no me dejaba que viera ‘Perla’, pero igual la veía” (Adolescente hombre, C1C2)

“Uno cierra la puerta no más y chao” (Adolescente hombre, C1C2)

2. Estrategias para burlar el control parental

Niños y adolescentes tienen estrategias para acceder a los contenidos que sus padres les prohíben. Algunas son tácticas normales para disimular el consumo y otras dicen relación con el uso de las nuevas tecnologías. La utilización de otras pantallas irá en aumento, conforme crezca la penetración de estos productos tecnológicos entre los menores.

De acuerdo a estudios anteriores, los padres aún no lo ven como un riesgo, ya que no asocian Internet con el consumo de contenidos audiovisuales inadecuados⁷.

Cuadro N°4 Estrategias para burlar el control parental

| “Engañar a los padres” | “Usar su conocimiento de la tecnología” | “Utilizar otras pantallas” |
|--|---|---|
| <p><i>“Yo bajo calladito y veo Infieles”</i> (Niño, C3)</p> <p><i>“Me dicen que lo vea hasta las 10, pero lo pongo calladito”</i> (Niño, D)</p> <p><i>“Yo hago como que leo y veo tele hasta las 5 de la mañana”</i> (Adolescente mujer, C3)</p> <p><i>“Cuando escuchas los pasos subiendo la escalera, la apagas”</i> (Adolescente hombre, C1-C2)</p> | <p><i>“Yo tuve que poner una clave, y me la se, puse 1,2,3,4 y era. para ver Playboy”</i> (Niño, C3)</p> <p><i>“Yo tengo DirectTV, lo que no me dejan ver lo grabo y lo veo después”</i>(Niña, C3)</p> <p><i>“¿Hay programas que no lo dejen ver? Sí el canal Playboy, pero igual me se la clave”</i> (Adolescente hombre, D)</p> | <p><i>“Yo soy media porfiadita porque tengo mi celular con tele y de repente me pongo a ver tele en la noche. Me escondo debajo de la frazada y veo Infieles”</i> (Niña, C3)</p> <p><i>“Yo conocí a la Vilma viendo un video de Playboy de ella (Youtube). La de Mundos opuestos”.</i> (Niño, C3)</p> <p><i>“No me dejan ver, South Park, pero igual los veo en Youtube”.</i>(Niño, C1C2)</p> |

⁷ Los Padres y la Regulación Televisiva. Departamentos de Estudios. CNTV. Año 2012. Op. Cit.

V. Representación niños y jóvenes en la Televisión

En este apartado se describen las opiniones de los niños y adolescentes respecto de los niños y adolescentes que aparecen en televisión. Las conversaciones grupales se analizan desde la perspectiva de la posible identificación o distancia respecto de estas figuras televisivas. Asimismo, se profundiza sobre la percepción de estos televidentes de corta edad sobre la erotización de la imagen televisiva femenina.

1. Identificación con los niños y jóvenes de la televisión

En términos generales los niños y adolescentes no parecen sentirse identificados con sus pares que aparecen en televisión, especialmente en los canales abiertos chilenos. Incluso, tienen una posición crítica frente a ellos. No les gustan sus actitudes, su personalidad, sus historias de vida y sienten que no los representan ni reflejan su realidad y cotidianeidad.

Los adolescentes son los más críticos respecto de los jóvenes de la televisión. Los niños y niñas presentan mayor diversidad de opiniones, pero son enfáticos en demandar una programación más acorde a sus intereses y estilos de vida.

A continuación, se entregan las opiniones sobre representación de niños y jóvenes en televisión

a) Identificación con los niños y niñas de la televisión

En general, no se observa una opinión muy clara acerca de los menores que aparecen en pantalla. Para niños y niñas los referentes son los adolescentes y opinan de ellos.

Las niñas de segmentos con mayores ingresos tienden a identificarse más con las protagonistas de las series norteamericanas, tipo 'Hanna Montana' o 'Buena suerte Charly', ya que en su opinión, los personajes y sus estilos de vida en general les resultan parecidos, aun cuando reconocen que viven en contextos culturales y de consumo distintos.

“Ellos son famosos, tienen más dinero, nunca les va a faltar nada, lo que quieren lo compran (Sobre jóvenes de Buena suerte Charly)” (Niña, C1C2)

Los niños también declaran no identificarse con sus pares de la televisión. Tanto en la televisión abierta como pagada perciben que los niños de su edad se expresan y realizan actividades como si fueran “mucho menores que ellos”, lo que los hace no sentirse representados, ni entretenerse con los personajes.

“Salen puros adolescentes que van a la escuela, es fome” (Programas que transmite canal Disney) (Niño, C1C2)

“Hablan de temas aburridos, son puros cabros chicos” (Discovery Kids) (Niño, C1C2)

“Son fomes, no hacen nada entretenido” (Kick Buttouski) (Niño, C3)

“Me gustaría que salieran niños más adolescentes que hicieran cosas más entretenidas” (Niño, C3)

b) Identificación con las y los jóvenes de la Televisión

Las mujeres, tanto niñas como adolescentes –y en particular de los segmentos medio-bajo y bajo- miran a las jóvenes de la pantalla chica como un objeto de opinión: esto porque a su vez declaran ver habitualmente misceláneos de la tarde.

Su opinión es crítica, se sienten distanciadas de ellas, de su forma de vestir y de su personalidad que consideran contestataria y egocéntrica.

“Son como muy diferentes, son como más rebeldes”.... ***la ropa, como hablan, son rebeldes con la mamá, ordinarias, dicen garabatos, eso no me gusta”*** (Niña, C3)

“En Yingo son creídas, tratan siempre de llamar la atención” (Niña, D)

Las adolescentes agregan a esto, lo que perciben como una actitud desafiante, una visión irreflexiva frente al futuro y una excesiva preocupación por la apariencia física de parte de las mujeres jóvenes de la televisión. En opinión de las adolescentes, para las jóvenes de estos programas, el cuerpo se transforma en el único vehículo para poder avanzar en la vida.

“Las encuentro tontas, huecas...quieren tener más pechugas y andar con futbolistas” (Adolescente Mujer, D)

“No les interesa estudiar, no entienden que les va a durar poco, sin mucho futuro” (Adolescente Mujer, C1C2)

Niñas y adolescentes quieren ver mujeres más reales, trabajadoras, menos conflictivas en la televisión. Destacan positivamente a mujeres catalogadas como normales en su personalidad y en su trayectoria de vida. Por ejemplo, se refieren a Nicole Ugarte -

concurante de 'Calle 7', quien estudia en la Universidad, y que por ende las identifica con sus propias expectativas de desarrollo personal.

Los adolescentes también tienen un juicio negativo de los jóvenes –varones- de la televisión. Se comparan y toman distancia con sus actitudes y con las decisiones que han tomado respecto de su futuro, especialmente en lo relacionado con su formación profesional.

“Son creídos” (Adolescente hombre, C3)

“Que por lo menos tuvieran 8° Básico y que no fueran tan sobrados” (Adolescente hombre, D)

Estos adolescentes demandan ver modelos juveniles televisivos con mejor preparación, que reflejen su realidad y problemática. Por ejemplo, los jóvenes de estrato medio-bajo, valoran positivamente programas como “Mamá a los 15”, que plantea problemáticas que están muy cerca de su realidad de manera simple y los refleja⁸.

“Si hubiesen jóvenes como nosotros todo sería distinto, tendría contenido, culturales, si te preguntan quién es Manuel Rodríguez no puedes decir que fue el que conquistó América” (Adolescente hombre, C1C2)

“(Mamá a los 15”) Sí porque así uno aprende de la vida. Uno aprende que puede ser papá” (Adolescentes hombre, D)

2. Percepción de Erotización de las Jóvenes en la Pantalla

Para los adolescentes y niños, la apariencia física es uno de los aspectos más relevantes que la industria tiene en cuenta, como parte de la estética audiovisual. Sin embargo, estos televidentes identifican una diferencia entre la selección de hombres y mujeres para enfrentar las cámaras.

Para la mujer, el hecho de ser atractiva es la puerta de entrada para mantenerse y destacar en los programas, según refieren, y critican principalmente a las jóvenes que aparecen en los misceláneos de la tarde ('Yingo' y 'Calle 7').

Estos programas generan juicios similares entre los niños y adolescentes -y los televidentes adultos consultados en otros estudios-. Así, según datos de la Séptima

⁸ Madres adolescentes (menores de 18 años), distribución por GSE: 14% ABC1-C2, 10% C3, 41% D, 35% E. Encuesta Fundación Humanas. 2011

Encuesta Nacional de Televisión, el 68% opina que estos programas muestran a las niñas como objetos sexuales⁹.

En esta línea, las niñas y adolescentes mujeres critican la excesiva preocupación por la imagen corporal de la mujer en la televisión, la cual lleva a legitimar un solo modelo femenino: ser sexy, coqueta y bella. Para estas televidentes de corta edad, esto es un arma de doble filo, porque si bien las jóvenes de la televisión pueden lograr un espacio en pantalla, el costo es alto, por cuanto se exponen a situaciones que podrían ser perjudiciales para ellas.

“Lindas, operadas, son para atraer hombres, son bien artificiales” (Niña, C3)

“Por ejemplo, la Falon, no hace nada y se identifica por su cuerpo” (Niña, C1C2)

“Quieren fama, se cambian por fuera porque quieren atraer a los hombres”. (Niña, C1C2)

“En Yingo aparecen en la tarde, minas en bikini...es patético” (Adolescente mujer, C1C2)

“A mi no me gusta, que anden exhibiendo su cuerpo.... Se prestan para que hablen mal de ellas” (Adolescente mujer, D)

Estas jóvenes de la pantalla no son un modelo a seguir para las niñas y adolescentes. Agradecen en cambio, la presencia de conductoras “más reales” en su aspecto físico y más profesionales.

“¿Les gustaría parecerse a alguna? A la Tonka. La Javiera Contador son personas más serias, simpáticas” (Niña, D)

“¿Cómo te gustaría las mujeres? Normales (Niña, C1C2)

Para los niños y adolescentes varones el que las mujeres sean mayoritariamente atractivas no parece causarles problema. Su crítica va en dos sentidos: en primer lugar, reprochan el (mal) trato que se le da a las mujeres que no cumplen con el estándar físico exigido en televisión.

“A las guatonas las eliminan” (Niño, C1C2)

“No sé si han visto que en los reality ponen a gordas y flaquitas bonitas y expulsan a todas las gordas y a todos los tipos para que queden las puras bonitas” (Niño, C1C2)

En segundo lugar, enjuician la forma de ser de las mujeres con buen aspecto físico, dudando de su capacidad intelectual y modelo de conducta. Las consideran un mal ejemplo para las televidentes femeninas, quienes, en su opinión, podrían imitarlas.

“De repente las más bonitas son las más estúpidas” (Niño, C1C2)

“A uno le llega a dar vergüenza ajena lo tonta que son, y uno se ríe” (Adolescente hombre, D)

“Las mujeres como ven eso en la tele, la tratan de imitar” (Niño, D)

⁹ Séptima Encuesta Nacional de Televisión. Año 2011

VI. Resultados Principales y Conclusiones

Uno de los principales hallazgos de este estudio, es que no existen grandes diferencias en los hábitos de consumo televisivo entre los niños y adolescentes entrevistados. Más bien, se muestra que se van consolidando ciertas tendencias a medida que avanza la edad.

- La televisión es una fuente de entretención diaria e individual y se consume durante varios momentos del día, incluso después de las 22 horas.
- Niños y adolescentes son grandes conocedores de la programación de TV abierta y pagada y dependiendo del género televisivo de su interés, van ordenando su consumo. Por ejemplo, las series norteamericanas, los deportes y programas de humor son vistos de forma más frecuente en la TV de pago, mientras que las teleseries, los programas juveniles y las noticias son vistas en los canales nacionales.
- Se consolida el hábito de ver televisión desde otras plataformas (teléfono móvil, computadores). Además, tienen “circuitos en redes sociales”, donde se enteran de los programas nuevos y comentan lo que están viendo actualmente. Esta tendencia aumentará conforme los niños y adolescentes se vayan “tecnologizando” en su equipamiento y en su rutina diaria.
- Si bien los niños -y especialmente los adolescentes- suelen ver televisión solos, también consumen televisión con sus padres, generalmente noticieros.

Ambos grupos manifiestan interés por consumir programas y contenidos para adultos, especialmente en la televisión abierta. Lo anterior no se asocia con algo dañino o que no deberían ver debido a su corta edad. Especialmente los adolescentes.

- Se destaca la ausencia de una “guía televisiva” por parte de padres y profesores, que proponga programas con contenidos que aporten al conocimiento y al desarrollo de habilidades sociales y cognitivas de niños y adolescentes.
- El control parental tiende a ir disminuyendo a mayor edad. En el caso de los niños, ellos declaran que no es efectivo, ya que sus padres no vigilan lo que ven.

- Los adolescentes, en cambio, no tienen la percepción de restricción acerca de contenidos o programas que no deberían ver.
- Una de las principales estrategias para burlar los límites impuestos por los padres, es la utilización de otras pantallas, como el celular o el computador/notebook.

En relación a la opinión frente a los jóvenes que se muestran en la televisión - especialmente la chilena, abierta- adolescentes y niños se muestran críticos y toman distancia de estas figuras.

- Los niños y niñas sienten que los niños que aparecen en la pantalla son infantiles y poco atractivos.
- De manera especial, las niñas de los segmentos medio alto y alto, tienen un grado de identificación con las protagonistas pre-adolescentes y adolescentes de las series extranjeras. Les gusta su forma de vestir, sus actitudes y su mundo social.
- En cambio los adolescentes de ambos sexos tienden a criticar a los jóvenes de la televisión: enjuician sus actitudes, sus expectativas frente a la vida y su personalidad por considerar que no enfrentan las responsabilidades propias de la edad, tales como estudiar.
- Todos los grupos consideran que la imagen juvenil femenina es especialmente exigida en su apariencia física y además erotizada en televisión. Las niñas y adolescentes mujeres cuestionan que tener buena apariencia física sea el único modelo permitido para las mujeres en los programas. Por otro lado, los hombres consideran que la imagen erotizada de la mujer puede ser un mal ejemplo para las niñas más pequeñas, pero no necesariamente sienten rechazo ante estas imágenes y en muchos casos les atraen.

En cuanto a las expectativas frente a la televisión, existe una demanda por contenidos y personajes que los identifiquen en su cotidianidad y en sus problemas. Quieren sentirse interpretados en sus historias de vida.

Conclusiones

El estudio demuestra un gran cambio en la relación que establecen los niños y adolescentes con la televisión. La pantalla ya no es única y se ha multiplicado con la convergencia de las tecnologías y el consumo se ha individualizado. Por otro lado, las redes sociales virtuales han multiplicado su posibilidad de informarse sobre la programación televisiva con lo cual se abren espacios de autonomía tanto de uso como de información de contenidos televisivos para este grupo.

La alta penetración de la televisión de pago en los hogares, que se constata en este estudio y otros anteriores (Encuesta Nacional de Televisión 2011) le añade aun más complejidad a la opinión de estas audiencias. Son capaces de matizar sus juicios, enriquecerlos con ejemplos y formular comparaciones y estándares nuevos.

El efecto de todo lo señalado es un empoderamiento mayor respecto de las preferencias y decisiones de consumo televisivo con menos espacio para la normativa parental.

Lo anterior refuerza el nuevo desafío de los padres para ejercer un control o una mediación parental 'multi-pantalla' de los contenidos televisivos que ven sus hijos desde otras plataformas como Internet y el celular, lo cual va más allá de una restricción horaria.

Sus críticas a la imagen de niñez y juventud que propicia la televisión abierta, habla de una demanda aspiracional de verse retratados en temáticas propias de su vida cotidiana y en personajes o figuras inteligentes, más complejas y algo mayores a su edad cronológica, lo que podría indicar que es así como ellos se ven a sí mismos.

Existe una demanda por programas infanto- juveniles nacionales que muestren historias y personas con las cuales se puedan identificar, a partir de su propia realidad.

La crítica hacia la imagen de la mujer joven –que se percibe sobre exigida en su apariencia y además erotizada- parece apuntar a una opinión emergente sobre cierta desigualdad en el trato que la televisión le otorga a hombres y mujeres. La pregunta que cabe es si esta opinión se sustentará en el tiempo o bien si la imagen televisiva de la mujer se naturalizará como parte de la estética audiovisual.

Como reguladores, es importante enfatizar el rol de los padres en la elección de los contenidos audiovisuales de los niños y jóvenes, razón por la cual, se hace necesario comentar en conjunto sobre la programación televisiva –u otros contenidos audiovisuales. En particular en la era de la información, que trae consigo mayores niveles de autonomía para los menores de edad en cuanto a información y socialización, lo que conlleva un “adelantamiento” de etapas de su desarrollo en ciertos aspectos, pero no necesariamente conllevan mayor grado de madurez.

ANEXO: Pauta Focus

1. Hábitos de Consumo

Presentación de los participantes y del moderador. ¿Con quién viven? ¿Tienen hermanos? ¿De qué edades?

Vamos a hablar de TV y de los programas que ven ¿a qué hora ven tv? ¿Ven solos o con alguien de la familia? ¿Con quién ven TV? Sondear a qué horas solos vs acompañados ¿dónde está el televisor en sus casas? ¿tienen TV en su pieza?

¿Tienen cable? ¿Ven cable en otro lugar? Si hay programas que no pueden ver en su casa ¿Que hacen? Sondear se los ven en DVD, Internet, celulares, otros ¿ven Tv en sus celulares?

¿Qué canales conocen /recuerdan? ¿Cuales son parecidos? Ejercicio de segmentación: vamos a armar grupo, lo que se parecen por algo los vamos a poner juntos (escribir en tarjetas) ¿por qué se parecen? ¿Cuáles son mas para Uds.? Debe ser rápido,

2.- Influenciadores en consumo de programas

¿Cómo saben que programas ver? ¿Alguien les recomienda programas? ¿Quiénes?

¿Entre amigos se los recomiendan? ¿Hablan de los programas de TV que ven?

¿Se recomiendan programas en las redes sociales? ¿Los comentan? ¿Qué comentan? (I MEDIO)

En el colegio ¿les hablan de la televisión? ¿Qué les dicen? ¿Les dicen que vean algunos programas? ¿Que no vean? Cuáles y razones

3.- Control parental

Sus papas ¿hay programas/horarios en qué no los dejan ver TV? ¿Por qué? ¿Como lo hacen? Lo hablan con Uds., hay canales bloqueados, etc. ¿Creen que hay programas que a ellos no les gusta que Uds. vean? (no que se los prohíban, pero prefieren que no vean) Sondear si se quedan en el discurso vs acciones concretas

4- Gustos y preferencia de programas

¿Qué programas les gusta ver? Profundizar y sondear tipos de programas ¿por qué les gustan esos programas? ¿Qué tienen? Sondear en contenidos y en el significado que tiene para ellos, por ejemplo programas de humor ¿qué es humor para ellos?, que buscan en esos programas, y queden ejemplos. O bien cuando mencionen programas específicos

tratar de agruparlos en tipos de programas y chequearlos con ellos ¿Algunos de esos programas son violentos?

¿Ven noticias? Razones ¿les gusta ver noticias? Razones Cuando, con quienes, cuáles noticias y por que las ven ¿Qué les pasa cuando ven noticias? ¿sienten que hay violencia? En qué noticias, cuándo.....

¿Qué les gusta con los programas: reírse, pasarlo bien, saber de las personas que las gustan (farándula) , entretenerse?

¿A quienes les gusta ver en la televisión? Personas, personajes. Por qué les gustan

¿Qué programas ven sus compañeros? ¿Les gustan a Uds. esos programas? Razones

Específicamente en la TV abierta ¿qué programas les gusta ver? ¿Y en el cable?

¿Son programas que podrían ver con sus hermanos chicos? Razones

¿Qué programas NO les gusta ver? Profundizar y sondear tipos de programas ¿por qué NO les gustan esos programas? Sondear contenidos como violencia, erotizaciones, etc.

4- Identificación de los niños y jóvenes en la televisión

¿En qué programas hay jóvenes/niños? ¿En qué tipos de programas?

¿Cómo son esos niños/jóvenes? Sondear....¿qué hacen esos niños /jóvenes? ¿Qué creen que hacen en su vida diaria? ¿Van al colegio? ¿Qué les gusta hacer? ¿Se juntan con amigos?

¿Son como Uds.?¿Los representan a Uds., a sus compañeros? Por qué ¿les gustaría ser como ellos? ¿Qué hacen ellos que Uds. sientan que son como ellos? ¿O que no los sientan como Uds.?

¿Qué les gustan de ellos? ¿Qué no les gusta de ellos? Sondear si surgen espontáneamente actitudes, lenguaje, forma de vestir (erotización?)

Representación femenina

¿Cómo son las mujeres jóvenes que salen en estos programas? Como las describirían. Algo que les llame la atención

Lo bueno de ellas/lo malo. Explorar si le molesta ¿cuáles mujeres jóvenes que están en la TV les agradan? ¿Cuáles no?

¿Se sienten como ellas? (niñas) ¿les gustaría ser como ellas? razones