



# Adolescentes consumidores de televisión: Autopercepciones sobre sus derechos

## Adolescent Television Consumers: Self-perceptions about their Rights

- ID** Dra. **MARÍA-ÁNGELES ESPINOSA** es Directora del Instituto UAM-UNICEF de Necesidades y Derechos de la Infancia y Adolescencia y Profesora Titular del Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación de la Universidad Autónoma de Madrid (España) ([mangeles.espinosa@uam.es](mailto:mangeles.espinosa@uam.es)).
- ID** Dra. **ESPERANZA OCHAÍTA** es Catedrática del Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación de la Universidad Autónoma de Madrid (España) ([esperanza.ochaita@uam.es](mailto:esperanza.ochaita@uam.es)).
- ID** Dr. **HÉCTOR GUTIÉRREZ** es Profesor Contratado Doctor del Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación de la Universidad Autónoma de Madrid (España) ([hector.gutierrez@uam.es](mailto:hector.gutierrez@uam.es)).

### RESUMEN

El artículo analiza la percepción que tiene una muestra representativa de la población española de entre 12 y 18 años sobre la protección de sus derechos en las cadenas de televisión. Para conseguir este objetivo, se aplicó un cuestionario de 59 preguntas diseñado para una investigación más amplia en la que se analizaba la opinión de los menores sobre la protección de sus derechos en la televisión y en Internet. Ninguna pregunta del cuestionario se refería a cadenas o programas concretos identificados por los investigadores y la información sobre estos partía de la propia opinión de los adolescentes. Los resultados que se presentan se refieren a los datos sobre televisión y, más concretamente, al respeto por los derechos fundamentales de los telespectadores en general, y de los de los menores en particular. De estos resultados se concluye que los adolescentes perciben claramente la vulneración de los derechos de igualdad, dignidad e intimidad, a la información objetiva veraz y plural y a la libre expresión y opinión –especialmente cuando esta se refiere a los niños–. Igualmente muestran una postura crítica y de rechazo hacia los tipos de programas que no respetan sus derechos. Se propone utilizar esta capacidad crítica de los telespectadores desde una doble perspectiva: por una parte para crear escuela de ciudadanía y, por otra, para generar una sociedad más justa y equitativa.

### ABSTRACT

The paper analyses the perceptions of a representative sample of the Spanish population aged between 12 and 18 with respect to the protection of their rights by television channels. To this end, a survey was distributed with 59 questions designed specifically for a much wider research to analyse the opinion of minors on the protection of their rights on television and the Internet. No question in the survey referred to specific channels or programmes identified by the researchers and the information on these arose from the adolescents' own opinions. The results presented refer to data on television and, more specifically, on the respect of the fundamental rights of television viewers in general and those of minors in particular. From these results, we can conclude that adolescents clearly perceive the infringement of the following rights: equality, dignity and privacy; objective, accurate and pluralistic information; free expression and opinion – particularly when this refers to children. Likewise, they demonstrate a critical position which rejects types of programmes that do not respect their rights. Researchers propose that this critical ability of younger viewers can be utilised from a dual perspective: on the one hand to create a school of citizenship and, secondly, to encourage social change to bring about a more just and equitable society.

### PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Infancia, adolescencia, televisión, derechos, participación, consumo crítico, estudios de opinión, programación televisiva.  
Childhood, adolescence, television, rights, participation, critic consumer, opinion research, broadcast programming.

## 1. Introducción y estado de la cuestión

Se han realizado numerosos trabajos, dentro y fuera de nuestro país, sobre el consumo de televisión por la población infantil y adolescente, así como sobre el respeto de este medio por sus derechos. En este apartado se presenta una breve revisión de los más recientes cuyos objetivos están relacionados con este trabajo. Los diferentes estudios sobre consumo realizados en nuestro país indican que los niños y los adolescentes ven la televisión todos los días, aumentando su consumo los fines de semana (AIMC, 2008; 2012; CAC & al., 2007; Defensor del Menor, 2010; Generalitat Valenciana, 2008; INJUVE, 2012; Rodríguez, Mejías & Menéndez, 2012). Los resultados no son totalmente concluyentes respecto a los tipos de programas, ya que están determinados por la edad: los niños más pequeños prefieren ver películas, dibujos animados y deportes, mientras que los adolescentes prefieren las series y las películas (Ararteko, 2009; AIMC, 2008; CAC & al., 2007; CAA, 2008b; INJUVE-CIS, 2011; Rodríguez, Megías & Menéndez, 2012). Los programas menos vistos son los del corazón y los informativos (CAC & al., 2007). Las cadenas más vistas son –cuando las hay– las autonómicas (Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía, 2008a; CAA, 2008b; 2009). A nivel nacional, aunque el orden varía de unos estudios a otros, son: Antena 3, Telecinco, Cuatro y la Sexta (AIMC, 2008; CAA, 2008b; Defensor del Menor, 2010).

La mayor parte de los estudios sobre el respeto de los derechos en televisión realizados en España, se han hecho desde la perspectiva del cumplimiento o incumplimiento de los requisitos fijados por el Código de Autorregulación, siendo los resultados concluyentes. Se observa una tendencia clara, en todas las cadenas de televisión, a emitir contenidos que incumplen el Código (ATR-Villanueva, 2009; CEACCU, 2008). Cuando se analiza el contenido concreto se observan contenidos sexistas, lenguaje inadecuado, contenidos discriminatorios, contenidos sexuales, contenidos violentos, burlas y menosprecio a las personas (CEACCU, 2008; TAC, 2009; Núñez, 2012). Igualmente se detectan incumplimientos en la publicidad: hay muchas cadenas que emiten anuncios dirigidos a niños y niñas con información engañosa (ATR-Villanueva, 2009; Generalitat Valenciana, 2008; CAA, 2008b; Medina & Méndiz, 2012).

Estos estudios, desarrollados a partir de las opiniones de los adultos sobre la programación destinada a los niños y adolescentes ponen de manifiesto que la televisión vulnera derechos fundamentales al emitir programas que discriminan, no proporcionan una información veraz y menoscaban la dignidad de las per-

sonas. La pregunta que cabe hacerse es si la población infantil y adolescente tiene la misma percepción sobre esta realidad, ya que solo en ese caso es posible que adopte una posición activa y crítica respecto a los contenidos de la programación.

El objetivo general de este artículo es aportar alguna información sobre la opinión que tienen los adolescentes del respeto a sus derechos fundamentales en los programas que habitualmente ven en las diferentes cadenas de televisión. Sus opiniones pueden generar una participación más activa de los jóvenes en el diseño de los contenidos de la programación y servir, tanto para movilizar a la sociedad ante determinados temas, como para generar un cambio en ella, potenciando un pensamiento más crítico y constructivo que debe ser fomentado desde las primeras etapas del desarrollo.

## 2. Material y método

La muestra estuvo compuesta por 3.219 adolescentes, de entre 12 y 18 años, que cursaban ESO, Bachillerato y FP en el curso 2009-10 en 150 centros de titularidad pública y concertada del territorio español. Para su selección se partió de un muestreo estratificado en el que todas las comunidades autónomas estuvieron representadas y, sobre ellas, se realizó una afijación proporcional del número de centros. El tamaño de la muestra se estimó, a partir de los datos de los censos de centros y alumnos, en 3.000 adolescentes para un error muestral de  $\pm 3\%$ , nivel de confianza del 95,5% y  $p=q=0,05$ .

El material utilizado fue un cuestionario con 59 preguntas, especialmente diseñado para una investigación más amplia titulada «Programación y contenidos de la televisión e Internet: La opinión de los menores sobre la protección de sus derechos» (Ochaíta, Espinosa, Gutiérrez, De-Dios & Maciá, 2010). El tiempo aproximado para contestarlo era de 50 minutos. Fue traducido a las diferentes lenguas oficiales españolas.

Ninguna pregunta del cuestionario se refería a cadenas o programas concretos identificados por los investigadores y la información sobre estos siempre partía de la opinión de los adolescentes. Incluía datos de identificación que permitieron hacer los análisis estadísticos oportunos y analizar el efecto de las variables independientes seleccionadas –nivel educativo, edad, género y nivel sociocultural–.

El contenido del cuestionario se dividió en seis bloques temáticos. El primero estaba destinado a obtener información sobre datos sociodemográficos y nivel sociocultural de las familias de los participantes. En el segundo, las preguntas se orientaban a conocer el consumo televisivo de los adolescentes y el equipamiento

de sus hogares. Un tercer bloque preguntaba sobre el consumo del ordenador e Internet. El cuarto, se destinaba a conocer los riesgos a los que se enfrentan los adolescentes en la Red. El quinto incluía preguntas relacionadas con los derechos fundamentales de los telespectadores adolescentes. El sexto y último bloque incluía una pregunta, formada por 53 afirmaciones, sobre las que los encuestados debían mostrar acuerdo o desacuerdo en una escala con cuatro opciones de respuesta: «completamente en desacuerdo», «en desacuerdo», «de acuerdo» y «completamente de acuerdo». Las afirmaciones contenidas en la pregunta versaban sobre los derechos de los menores en televisión e Internet.

Este artículo se centra en una parte de los resultados obtenidos en los bloques quinto y sexto. La tabla 1 recoge las preguntas que van a ser analizadas en el apartado de resultados.

### 3. Análisis de resultados

Los resultados están expresados en términos de frecuencias relativas (porcentajes). Se han realizado análisis  $\chi^2$  para contrastar las hipótesis sobre la influencia de las variables seleccionadas: sexo, edad, nivel educativo y sociocultural. La descripción de los resultados incluye solamente los casos en que las diferencias son estadísticamente significativas con un nivel de confianza de  $p \leq 0,01$ .

Antes de analizar los resultados sobre el respeto de los derechos fundamentales, es necesario presentar

Tabla 1. Preguntas sobre la vulneración de derechos fundamentales en los programas de las diferentes cadenas de televisión	
	Preguntas analizadas
Bloque 5: Derechos fundamentales de los telespectadores	<p>P.45: ¿Crees que en algún programa de televisión se discrimina a las chicas o a las mujeres?</p> <p>P.46: ¿Crees que en algún programa de televisión se discrimina a las personas procedentes de otros países, etnias y/o culturas?</p> <p>P.47: ¿Crees que en algún programa de televisión se discrimina a las personas que tienen diferentes orientaciones sexuales (heterosexuales, homosexuales y bisexuales)?</p> <p>P.48: ¿Crees que en algún programa de televisión se discrimina a las personas que tienen algún tipo de discapacidad (física, mental y/o sensorial)?</p> <p>P.49: ¿Crees que algún programa de televisión va en contra de la dignidad y el aprecio que las personas tienen de sí mismas?</p> <p>P.50: ¿Crees que hay algún programa de televisión en el que se presenten imágenes de las personas menores de edad sin que hayan dado permiso sus padres?</p>
Bloque 6: Derechos de los menores en televisión e Internet	<p>P.59.11: Los programas informativos de la televisión proporcionan información objetiva.</p> <p>P.59.12: Los programas informativos de la televisión proporcionan información verdadera</p> <p>P.59.14: Los programas informativos y de debate de la televisión proporcionan información sobre las diferentes posiciones políticas e ideológicas de la gente.</p> <p>P.59.15: Los programas informativos de la televisión dejan suficientemente claro lo que es la información y lo que es la opinión de las personas que los hacen.</p> <p>P.59.16: Lo que se dice en los anuncios suele ser cierto.</p> <p>P.59.17: La televisión facilita los debates democráticos y la libre expresión de las diferentes opiniones de las personas adultas.</p> <p>P.59.18: La televisión facilita los debates democráticos y la libre expresión de las diferentes opiniones de las chicas y chicos de mi edad.</p> <p>P.59.19: La televisión facilita los debates democráticos y la libre expresión de las diferentes opiniones de las niñas y niños.</p>

algunos resultados del bloque 2 del cuestionario, que incluía preguntas sobre consumo. En concreto, se presentan datos relativos al tiempo que se dedicaba a ver la televisión –en días laborables y en fines de semana– y los tipos de programas que se veían habitualmente.

Tal como aparece en la tabla 2, los resultados indican que los adolescentes dedicaban muchas horas al día a ver televisión, tanto los días laborables como los fines de semana. Aunque el porcentaje de participantes que no ve la televisión durante los fines de semana aumenta considerablemente respecto a los que no lo hacen diariamente, crece también notablemente el de quienes pasan muchas horas ante el televisor.

Cuando se preguntaba por los programas vistos con mayor frecuencia, los resultados se agruparon en los tipos que muestra la tabla 3 (página siguiente).

Los adolescentes preferían las series y las películas, seguidas a distancia considerable por los programas de humor y crítica, los dibujos animados para adultos, los programas deportivos y deportes, y los programas infantiles y juveniles. Cuando se les preguntaba por las cadenas de televisión que veían habitualmente, los resultados aparecen resumidos en el gráfico 1. Como puede observarse, Antena 3 es la cadena más vista, seguida, a mucha distancia, por Cuatro, a continuación por Disney Channel, La Sexta, Telecinco y, finalmente por La 1.

A continuación se resumen los principales resultados sobre la opinión de los adolescentes

Tabla 2. Porcentaje de adolescentes que dedicaban diferentes tiempos a ver la televisión los días laborables y los fines de semana		
	De lunes a viernes	Sábados y domingos
Nada	1,6	4,3
Menos de 1 hora	20,2	12,1
Entre 1 y 2 horas	34,7	22,2
Entre 2 y 3 horas	22,2	23
Entre 3 y 4 horas	11,5	18
Entre 4 y 5 horas	4,6	10,7
Más de 5 horas	5,2	9,6
No contesta	1,3	3,3

Tipos de programas	Bastante o mucho
Series (de humor, telenovelas, etc.)	73,2
Películas	70,2
Programas de humor y crítica	47,3
Dibujos animados para adultos	45,6
Programas deportivos y deportes	43,8
Programas infantiles y juveniles	40,7
Concursos	38,1
Informativos	37,8
Programas musicales	36,3
Reality shows	28,1
Dibujos animados para niños	21,8
Documentales	18,2
Programas del corazón y magazines	14,1
Debates	7,9

sobre la protección de sus derechos fundamentales en la televisión.

### 3.1. Derechos de igualdad, dignidad e intimidad

El cuestionario incluía seis preguntas (tabla 1) destinadas a conocer lo que pensaban los adolescentes sobre el respeto de sus derechos fundamentales en los programas de televisión de las diferentes cadenas.

La pregunta 45, planteaba si consideraban que, en el momento de contestar a la encuesta, había programas que discriminasen a las chicas o a las mujeres. La mayor parte de los participantes (66,9%) dijeron que «no», pero el 33,1% creía que había discriminación de género. A ese 33,1% que consideraba que la discriminación existía, se le pedía que citara los programas concretos en los que se producía, a lo que mayoritariamente contestaba que «los del corazón». Esta percepción de discriminación estaba determinada por el curso o edad de los participantes, ya que fueron los estudiantes mayores quienes en mayor medida consideraron que «sí» hay programas que discriminan a las mujeres (un 12,5% en primer ciclo de ESO, un 13,5% en el segundo y un 19,3% en Bachillerato y FP). No se encontraron diferencias por nivel educativo sobre los programas concretos que mostraban contenidos sexistas, posiblemente por la gran dispersión de programas citados, aunque sí sobre las cadenas que los emitían.

La pregunta 46, trataba sobre la discriminación de las personas procedentes de otros países, etnias o culturas. La mayor parte de los participantes consideraban que «no» existía discriminación (72,9%), mientras un 27,1% pen-

saba que había discriminación cultural y racista en televisión y un 25% decía que era más evidente en los programas del corazón. También en este caso se encontró que las opiniones más críticas aumentaban con la edad: solo el 11,1% de los alumnos de primer ciclo de ESO detectaba esta discriminación, el 15,1% en el segundo, aumentando hasta un 17,6% entre los estudiantes de Bachillerato y FP. Tampoco se encontraron diferencias significativas entre los tipos de programas, pero sí en la cadena que los emitía.

El 71,1% de los adolescentes pensaba que no existía discriminación por orientación sexual, frente al 28,9% que consideraba que sí (pregunta 47). Nuevamente, eran los programas del corazón y los de entretenimiento y humor los calificados como más homófobos. Además, fueron los estudiantes de Bachillerato y FP los que consideraban en mayor porcentaje que «sí» existía discriminación homófoba en la programación televisiva (16,6% frente al 14,5% de los de primer ciclo de ESO y al 11,8% de segundo ciclo). Tampoco en este caso se encontraron diferencias en los programas, pero sí en relación a las cadenas.

La pregunta 48, indagaba sobre la discriminación de las personas con discapacidad, resultando que casi la totalidad de los participantes (86,6%) creía que la televisión no discriminaba. Solo el 13,4% pensaba que «sí». En este caso no hubo diferencias entre los niveles educativos. Los que pensaban que había discriminación la atribuyeron a los programas del corazón y a los de entretenimiento y humor. Respecto a los tipos de programas, magazines y dibujos animados eran considerados discriminatorios por los estudiantes de primer ciclo de ESO y los «reality shows» por los de Bachillerato y FP. No se encontraron diferencias de curso entre las diferentes cadenas.

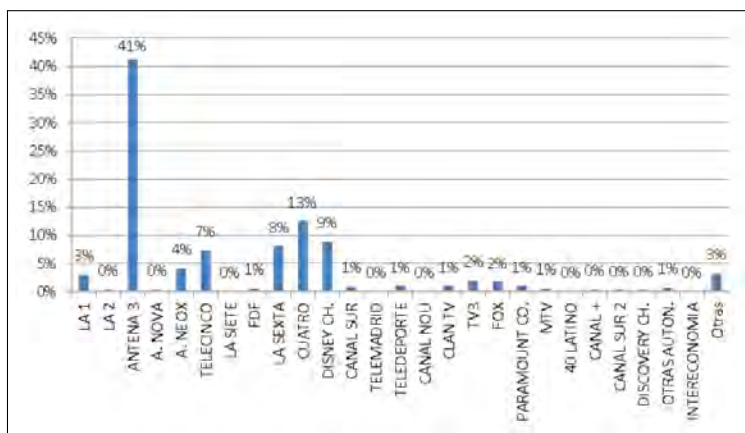


Gráfico 1. Porcentaje de adolescentes que eligieron las distintas cadenas de televisión.

La pregunta 49 se refería a si algún programa de televisión iba en contra de la dignidad y el aprecio que las personas tienen de sí mismas, a lo que el 72,9% decía que «no». Los adolescentes de niveles educativos más altos fueron más críticos. El 24,4% de los de Bachillerato y FP consideraban que «sí» había discriminación, frente al 13,5% de los de primer ciclo de ESO y el 9,8% de los de segundo ciclo. Cuando se trataba de concretar los programas contrarios a la dignidad, los adolescentes de entre 16 y 18 años eligieron en mayor proporción que los más jóvenes (un 3,8% en el grupo de edad de 12-14 años, un 5,9% en el de 14-16 y un 14,5% en el de 16-18 años) un programa de la categoría «reality show» que fue propuesto como ejemplo de la vulneración del derecho a la dignidad. Las diferencias por nivel educativo no fueron apreciables cuando se consideran las cadenas que emitían dichos programas.

La discriminación a las mujeres o a las chicas en programas de televisión y la dirigida a personas procedentes de otros países, etnias o culturas, fue detectada en distinta medida en función del nivel sociocultural. Los participantes de los niveles bajo y medio-bajo decían que «no» en mayor proporción. Por el contrario, los de nivel alto señalaban en mayor medida que estas discriminaciones «sí» se producían o se producían «algunas veces».

Una tendencia similar se encontró al preguntar sobre la discriminación por orientación sexual, en la que los adolescentes de nivel sociocultural bajo decían que «no» existía en mayor proporción que los de nivel alto. Este último grupo afirma en mayor medida que esta discriminación «sí» existía o tenía lugar «algunas veces».

También en las respuestas a la pregunta 49 se encontraron diferencias entre los niveles socioculturales alto y bajo. Eran los adolescentes de nivel bajo quienes señalaban en mayor proporción que «no» había programas en contra de la dignidad personal y, al contrario, los de nivel alto quienes más contestan que «sí».

La pregunta 50, cuestionaba a los participantes sobre si creían que la televisión emitía imágenes de las personas menores de edad sin el permiso de los padres o tutores. El 79,5%, decía que «no», y que ocurría fundamentalmente en los programas del corazón y en los informativos. Respecto al curso escolar, de nuevo, los estudiantes de más edad tenían una mayor conciencia de la vulneración del derecho. Mientras solo un 8,9% de los alumnos del primer ciclo de ESO consideraban

**Tabla 4. Porcentaje de participantes que consideró que algunos programas de televisión iban en contra de algunos derechos fundamentales**

	No	Si («sí» y «a veces»)
Discriminación por sexo	69,9	30,1
Discriminación por país de origen, etnia o cultura	72,9	27,1
Discriminación por orientación sexual	71,1	28,9
Discriminación por discapacidad	86,6	13,4
Contrarios a la dignidad y autoestima	72,9	27,1
Contrarios a la dignidad y a la propia imagen de los menores	79,5	20,5

que «sí» se vulneraba, este porcentaje ascendía hasta un 11% entre los de segundo ciclo y al 14,3% entre los estudiantes de Bachillerato y FP. No se encontraron diferencias significativas en la mención de los programas ni de las cadenas emisoras. Respecto al nivel sociocultural, el 73,2% de los participantes de mayor nivel considera que esto «no» sucedía, frente al 81% del nivel medio-alto, y un 82,4% del nivel bajo. Consecuentemente, había diferencias entre los que señalan que «sí» había programas en los que se presenta la imagen de menores sin permiso paterno (nivel bajo 10,3%, nivel medio-bajo 10,1%, nivel medio-alto 9,7%, nivel alto 15,5%).

La tabla 4 resume los resultados obtenidos en las seis preguntas relacionadas con los derechos fundamentales de igualdad, dignidad y el derecho a la intimidad y a la propia imagen de los menores de edad.

### 3.2. Derecho a la información objetiva, veraz y plural

La última pregunta del cuestionario incluía una serie de afirmaciones con las que el adolescente encuestado tenía que mostrar su grado de acuerdo o desacuerdo. Dos de ellas (59.11 y 59.12) analizaban lo que pensaban sobre la información que se emitía en televisión. El 64% de los encuestados estaba de acuerdo con la afirmación «los programas informativos de televisión proporcionan información objetiva» (59.11). Algo menor, 61,2%, era el porcentaje acorde con la idea de que proporcionan «información verdadera»: (59.12). El nivel educativo o la edad también incidieron en el acuerdo o desacuerdo de los adolescentes sobre la objetividad y veracidad de la información de los programas informativos de televisión. El «desacuerdo» con la objetividad aumentaba claramente con la edad, con el 28,6% en el grupo de 12-14, el 32,6% en el de 14-16 y el 45,5% en el de 16-18 años. Resultados similares se obtuvieron en la pregunta sobre la veracidad de la información: los estudiantes de Bachillerato y FP fueron quienes estaban más en desacuerdo (un 45,4% frente al 28,6% en el primer ciclo de la ESO y el 33,6% en el segundo ciclo de la ESO).

También se pedía su opinión sobre si los programas informativos y de debate proporcionaban información sobre las diferentes opciones políticas de la ciudadanía (59.14). Hubo, también en este caso, una notable mayoría, el 67,7%, que estaba de acuerdo con la afirmación, aunque el 32,4% pensaba que la información de la televisión no era políticamente plural.

Los participantes fueron menos acordes con la aseveración de que los programas informativos dejan suficientemente claro lo que es la información y lo que es la opinión (59.15), ya que el porcentaje de desacuerdo alcanzaba el 40,9% y el de acuerdo el 59,1%. También aumentaba con la edad el desacuerdo con esta afirmación, situándose en un 48,5% en los adolescentes que cursaban Bachillerato y FP y en 34,4% en el primer ciclo de la ESO y de 39,5% en el segundo.

La pregunta 59.16, cuestionaba sobre la veracidad de la publicidad que emitía la televisión con la siguiente afirmación: «Lo que se dice en los anuncios suele ser cierto». En este caso, la opinión mayoritaria estaba en contra de la afirmación con un 72,5% de respuestas en desacuerdo. El desacuerdo con la veracidad de los anuncios publicitarios también aumentaba de forma clara con el nivel educativo, estando la mayor parte de los alumnos de Bachillerato y FP (el 82,7%) claramente en contra. También se encontraron diferencias significativas debidas al nivel sociocultural, ya que el desacuerdo aumentaba con el nivel sociocultural de los adolescentes (68,5% de los de nivel bajo, 70,3% de los de nivel medio-bajo, 73,5% de los de nivel medio-alto y 78% de los de nivel alto).

### 3.3. Derecho a la libre expresión y opinión

La mayor parte de los participantes, el 60,8%, estaba de acuerdo con que «La televisión facilita los debates democráticos y la libre expresión de las opiniones de las personas».

La tendencia cambió cuando se les preguntaba su opinión sobre la afirmación «la televisión facilita los debates democráticos y la libre expresión de las opiniones de chicos de tu edad» (59.18). En este caso algo más de la mitad de los participantes, el 50,2%, estuvo en contra de la afirmación.

Los adolescentes fueron aún más críticos con las oportunidades que la televisión proporciona para que los más jóvenes puedan dar su opinión (59.19). Ante la afirmación anterior formulada sobre «las opiniones

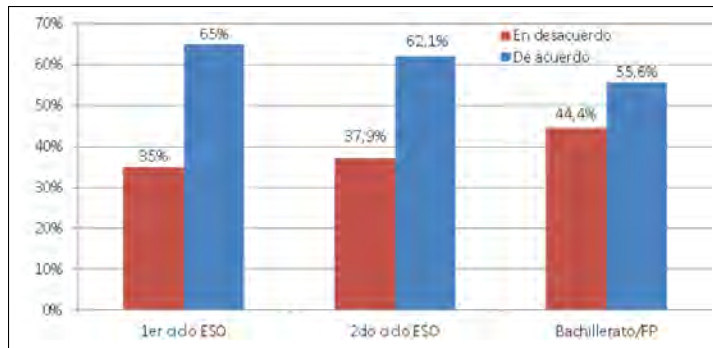


Gráfico 2. Porcentaje de acuerdo y desacuerdo, por ciclo educativo, con la afirmación «La televisión facilita los debates democráticos y la libre expresión de las opiniones de las personas adultas».

de los niños» hubo una mayoría, el 55,6%, que señalaba las carencias en la participación infantil. Las respuestas a estas preguntas variaron significativamente según el curso o edad, siempre hacia posturas más críticas a medida que éstos aumentaban, tanto cuando se trataba de opiniones sobre la participación de las personas adultas, como de los chicos de su misma edad y de los niños más pequeños. Cuando la afirmación se refería a los propios encuestados, las respuestas de «acuerdo» oscilaron entre el 42,1% de los mayores, el 49,7% de los medianos y el 58% de los pequeños. Inversamente, las respuestas de desacuerdo aumentan con la edad. Cuando la afirmación se refiere a niños menores que los participantes el 45,3% de los más jóvenes, el 55,6% de medianos y el 65,3% de los mayores estaban en desacuerdo con la afirmación (tabla 5).

La mayor parte de los adolescentes, algo más del 60%, pensaba que la televisión fomentaba la libertad de expresión en los adultos. Es destacable, sin embargo, el hecho de que la mitad de los encuestados considerara que la televisión no fomentaba la expresión libre de las opiniones de los adolescentes y que el porcentaje aumentase al 55,6% cuando se preguntaba por la libertad de expresión de los niños.

### 4. Discusión y conclusiones

Los adolescentes españoles de entre 12 y 18 años dedican bastante tiempo a ver la televisión, tanto los días laborables como los fines de semana, tal como indican estudios previos (AIMC, 2008; 2012; Ararteko, 2009; CAC & al., 2007; Defensor del Menor, 2010; Generalitat Valenciana, 2008; Rodríguez, Megías & Menéndez, 2012). Estos datos, especialmente los que señalan que el 38% de los encuestados veían televisión entre dos y cinco horas o más al día, han de considerarse como un problema, ya que el tiempo dedicado a

la televisión interfiere necesariamente con la realización de actividades como el estudio (Ochaíta, Espinosa, Gutiérrez, De-Dios & Maciá, 2010; Ochaíta, Espinosa & Gutiérrez, 2011). En relación con lo anterior hay que decir que los adolescentes deben recibir una formación explícita que les capacite para seleccionar los programas más adecuados a su edad e intereses (Aguaded, 2012). Además, los medios dan muchas posibilidades para que los adolescentes adopten un papel activo en la creación y difusión de sus contenidos (Ferrés & Piscetelli, 2012). Sirva como ejemplo, la movilización social de alto impacto que puede generarse, a través de la Red, en un espacio muy limitado de tiempo. Por ello, es necesario aprovechar el tiempo que dedican a los medios para alcanzar una alfabetización mediática que deber ir más allá del aprendizaje de procedimientos de uso y manejo de dispositivos, y centrarse en el desarrollo de aptitudes y valores encaminados a crear una sociedad más justa y equitativa (Del-

Por esto último, es necesario reflexionar sobre los diferentes aspectos y comportamientos a mejorar, así como sobre las iniciativas que se han de seguir para asegurar la debida protección que la infancia y la adolescencia requiere (Ortiz, Ruiz & Díaz, 2013). La vulneración de derechos se percibe de manera más clara en unos derechos que en otros, aunque siempre es detectada en mayor medida por los jóvenes de más edad y mayor nivel sociocultural e igualmente por chicos y chicas. Las principales vulneraciones de los derechos de igualdad, dignidad e intimidad se detectan en la emisión de contenidos sexistas, homófobos, racistas y xenófobos, y en los que atentan contra la dignidad y autoestima de las personas. En menor medida se percibe la vulneración del derecho a la intimidad de los menores de edad y, aún menos, la de los derechos de las personas con discapacidad. Estos resultados apuntan en la misma línea que los obtenidos con adultos (CEACCU, 2008; Núñez, 2012; TAC, 2009).

Respecto al derecho a la información objetiva, veraz y plural, las mayores vulneraciones se detectan en la publicidad ya que la mayoría de los participantes dijeron que no decía la verdad. Por el contrario, la mayoría de los adolescentes consideraron que los informativos proporcionaban información objetiva, verdadera y acorde con las distintas opciones políticas (ATR-Villanueva, 2009; Generalitat Valenciana, 2008; CAA, 2008b; Medina & Méndiz, 2012).

Los chicos también manifestaron carencias en el respeto al derecho a la libre expresión y opinión, especialmente cuando se refiere a los adolescentes encuestados y más aún en relación a los niños más pequeños. A diferencia de lo que piensan que ocurre con los adultos, consideran que la televisión no facilita la expresión de las opiniones de los niños pequeños. Este medio de comunicación, y los adultos en general, deben tener más en cuenta la opinión de los niños tal como señala el artículo 12 de la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño de 1989. Se evidencia que los adolescentes de entre 12 y 18 años tienen opinión propia sobre la televisión y que tal opinión es bastante sensata y crítica con los aspectos más negativos del medio.

Es importante señalar que los programas menos respetuosos con los derechos aquí analizados coincidían con los menos vistos por los adolescentes y que los que detectaron estos problemas lo hicieron de manera muy precisa dependiendo del derecho del que se tratase, siendo sus respuestas además, muy uniformes.

Por último concluir que los adolescentes fueron capaces de percibir las vulneraciones de sus derechos

**Tabla 5. Porcentaje de acuerdo y desacuerdo con la afirmación referida a los propios participantes o a los niños más pequeños por ciclo educativo**

La televisión facilita los debates democráticos y la libre expresión de las diferentes opiniones de las chicas y chicos de mi edad (P. 59. 18)			
	1 <sup>er</sup> ciclo ESO	2 <sup>o</sup> ciclo ESO	Bachillerato/FP
En desacuerdo	42	50,3	57,9
De acuerdo	58	49,7	42,1
La televisión facilita los debates democráticos y la libre expresión de las diferentes opiniones de los niños y niñas (P. 59. 19)			
	1 <sup>er</sup> ciclo ESO	2 <sup>o</sup> ciclo ESO	Bachillerato/FP
En desacuerdo	45,3	55,6	65,3
De acuerdo	54,7	44,4	34,7

Moral & Villalustre, 2013; Gutiérrez & Tyner, 2012; Soep, 2012).

Al igual que sucede en otros estudios, los programas más vistos eran las series (de humor, telenovelas, etc.) y las películas, seguidas a una considerable distancia, de los programas de humor y crítica, los dibujos animados para adultos y los programas deportivos y los deportes (Ararteko, 2009; AIMC, 2008; CAC & al., 2007; CAA, 2008b y 2009; INJUVE-CIS, 2011). Sobre las cadenas más vistas, Antena 3 es la preferida, seguida a mucha distancia por Cuatro, Disney Channel, La Sexta y Telecinco, siendo TV1 la de menor audiencia adolescente (AIMC, 2008; 2012; CAA, 2008; 2009; Defensor del Menor, 2010).

La mayoría de los encuestados consideraban que en los programas de televisión que veían, habitualmente, se respetaban sus derechos, aunque había un porcentaje significativo que percibía carencias o vulneración de los mismos (ATR-Villanueva, 2009; CEACCU, 2008; Medina & Méndiz, 2012; Núñez, 2012).



que se producían en televisión, siendo críticos y selectivos con las mismas. Este resultado debería ser tenido en cuenta para utilizar la televisión con una dimensión social que la convierta en eje central del cambio social, para la creación de una sociedad más justa y equitativa, en definitiva, para crear ciudadanía (Aguaded, 2005; Ortiz, 2005; Rincón, 2011).

### Apoyos y agradecimientos

Los resultados presentados en este artículo forman parte de una investigación más amplia titulada «Programación y contenidos de la televisión e Internet: La opinión de los menores sobre la protección de sus derechos», financiada por el Defensor del Pueblo y UNICEF y desarrollada desde el Instituto Universitario UAM-UNICEF de «Necesidades y Derechos de la Infancia y la Adolescencia» (IUN-DIA).

### Referencias

- AGUADED, J.I. (2005). Enseñar a ver la televisión: Una apuesta necesaria para niños y jóvenes. *Comunicar*, 25, 51-55.
- AGUADED, J.I. (2012). Apuesta de la ONU por una educación y alfabetización mediática. *Comunicar*, 38, 7-8. (DOI: 10.3916/C38-2012-01-01).
- AIMC (Ed.) (2008). *Audiencia infantil-juvenil en los medios en España*. Madrid: AIMC.
- AIMC (Ed.) (2012). *Navegantes en la Red*. Madrid: AIMC.
- Ararteko (2009). *La transmisión de valores a menores*. Vitoria: Gráficas Santamaría.
- ATR-Villanueva (2009). *Informe de seguimiento del Código de autorregulación, horario de protección reforzada de la infancia*. Diciembre 2009. (<http://goo.gl/LC1tKS>) (16-11-2013).
- CAA (CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA) (Ed.) (2008a). *Barómetro de infancia y televisión en Andalucía*. (<http://goo.gl/eoxKZn>) (03-11-2013).
- CAA (CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA) (Ed.) (2008b). *Informe General sobre Menores y Televisión en Andalucía*. Sevilla: Consejo Audiovisual de Andalucía.
- CAA (CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA) (Ed.) (2009). *Barómetro audiovisual de Andalucía*. Sevilla: Consejo Audiovisual de Andalucía. (<http://goo.gl/eoxKZn>) (16-11-2013).
- CAC (CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CALATUNYA) E INSTITUT DE RECERCA SOBRE QUALITAT DE VIDA (2007). *Preferències i expectatives dels adolescents relatives a la televisió de Catalunya*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya y Universitat de Girona.
- CEACCU (Ed.) (2008). *Televisión para los niños 2008: Análisis de las comunicaciones y contenidos televisivos dirigidos a la infancia y a la juventud en relación con sus derechos, en especial con el derecho a la salud*. Madrid: Confederación Española de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios. (<http://goo.gl/hglF75>) (03-11-2013).
- CONVENCIÓN DE NACIONES UNIDAS SOBRE LOS DERECHOS DEL NIÑO (1989). Nueva York: Asamblea General de Naciones Unidas.
- DE-MORAL, M.E. & VILLALUSTRE, L. (2013). Alfabetización Mediática, participación y responsabilidad frente a los medios de la generación del silencio. *Comunicar*, 40, 173-181. (DOI: 10.3916/C40-2013-03-08).
- DEFENSOR DEL MENOR (2010). *Menores y televisión*. Madrid: Comunidad de Madrid.
- GENERALITAT VALENCIANA (Ed.) (2008). *Influencia de la televisión en niños y jóvenes*. Valencia: Consellería de Educación.
- FERRÉS, J. & PISCETELLI, A. (2012). La competencia mediática: propuestas articuladas de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 38, 75-82. (DOI: 10.3916/C38-2012-02-08).
- GUTIÉRREZ, A. & TYNER, K. (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. *Comunicar*, 38, 31-39. (DOI: 10.3916/C38-2012-02-03).
- MEDINA, A.M. & MÉNDIZ, A. (2012). La representación de la infancia en la publicidad: Panorama por el marco deontológico español. Pensar en la publicidad. *Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 1, 231.
- INJUVE (Ed.) (2012). *Informe de la Juventud en España 2012*. Madrid: INJUVE.
- INJUVE-CIS (Ed.) (2011). *Jóvenes y nuevas tecnologías*. Madrid: INJUVE-CIS.
- Nuñez, M.C. (2012). *La protección de los derechos del menor de edad frente a los contenidos discriminatorios por razón de género en los medios de comunicación*. Madrid: Dykinson.
- OCHAÍTA, E., ESPINOSA, M.A., GUTIÉRREZ, H., DE-DIOS, M.J. & MACÍ, A. (2010). *Programación y contenidos de la televisión e Internet: La opinión de los menores sobre la protección de sus derechos. Informes, Estudios y Documentos*. Madrid: Defensor del Pueblo.
- OCHAÍTA, E., ESPINOSA, M.A. & GUTIÉRREZ, H. (2011). Las necesidades adolescentes y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. *Revista de Estudios de Juventud*, 92, 87-110. Madrid: INJUVE.
- ORTIZ, M.A. (2005). Televisión, globalización y cambio social. *Comunicar*, 25, 79-85.
- ORTIZ, M.A., RUIZ, J.A. & DÍAZ, E. (2013). Las televisiones y la investigación en infancia y televisión. *Comunicar*, 40, 137-144. (DOI: 10.3916/C40-2013-03-04).
- RINCÓN, O. (2011). Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar. *Comunicar*, 36, 43-50. (DOI: 10.3916/C36-2011-02-04).
- RODRÍGUEZ, E., MEGÍAS, I. & MENÉNDEZ, T. (2012). *Consumo televisivo, series e Internet. Un estudio sobre la población adolescente en Madrid*. Madrid: FAD.
- SOEP, E. (2012). Generación y recreación de contenidos digitales para los jóvenes: Implicaciones para la alfabetización mediática. *Comunicar*, 38, 93-110. (DOI: 10.3916/C38-2012-02-10).
- TAC (TELESPECTADORS ASSOCIATS DE CATALUNYA) (2009). *Seguimiento del cumplimiento del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia*. Barcelona: Telespectadors Associats de Catalunya.