



# **BARÓMETRO DE INFANCIA Y TELEVISIÓN EN ANDALUCÍA 2008**



# ÍNDICE



<b>I. Presentación</b>	<b>6</b>
<b>II. Objetivos y metodología</b>	<b>13</b>
II.1. Objetivos	18
II.2.- Metodología	21
Unidades de análisis	21
Trabajo de campo	21
Explotación de base de resultados	22
Ficha técnica	22
Diseño metodológico de recodificación de variables	25
Hábitat	
Nivel de estudios conjunto	
Tipologías familiares	
Cuadro-resumen de tipologías familiares	
Familias controladoras-permisivas	
Familias dialogantes-autoritarias	
Responsabilidad y equipo de trabajo	32
<b>III. Presentación de resultados</b>	<b>33</b>
III.1.- Equipamiento del hogar	34
III.1.1. Servicios de los que dispone el hogar	36
III.1.2. Número de aparatos de televisión en el hogar y ubicación en el mismo	43
III.1.3. Tipo de acceso a la televisión	51
III.2.- Aspectos relacionados con el tiempo de visionado de televisión	54
III.2.1. Número de horas empleadas en ver la televisión: semana - fin de semana	55
III.2.2. Valoración de la cantidad de tiempo empleado en ver televisión	65



III.2.3. Tramo horario preferido para ver televisión: semana – fin de semana	71
III.3-. Contenidos y programación	74
III.3.1. Tipos de programas que se ven en familia	78
III.3.2. Programas que ven los menores andaluces	81
III.3.3. Programas preferidos	86
III.3.4. Nombre de programas preferidos	89
III.4-. Usos y modos de visionado de televisión	92
III.4.1. Visionado de televisión a través de Internet	93
III.4.2. Lugares de visionado televisivo	96
III.4.3. Decisiones de contenidos de consumo familiar en función con los tramos horarios	100
III.4.4. Motivaciones infantiles hacia la televisión	103
III.4.5. Realización de otras tareas en momentos de visionado	106
III.5.- Control del visionado televisivo	110
III.5.1. Existencia de control del visionado	111
III.5.2. Normas para el consumo televisivo de niños y niñas. Tipología y cumplimiento	116
III.5.3. Cambio de contenidos en función de quién esté presente	121
III.5.4. Reacción de los tutores ante contenidos considerados inadecuados	124
III.5.5. Diálogo con los menores sobre los contenidos de televisión	127
III.5.6. Límites de edad para el control de contenidos	130
III.5.7. Implicación de agentes en el control del visionado	132
III.6-. Relación entre consumo televisivo y rendimiento escolar	134
III.6.1. Valoración de resultados escolares	135
III.6.2. Relación entre acceso / consumo televisivo y sistemas de premio / castigo con el rendimiento escolar	139
III.6.3. Influencias de la programación sobre el desarrollo de los menores	143
III.6.4. Influencia de los medios en el rendimiento escolar de los niños y niñas andaluces	145



<b>IV. Análisis multivariante</b>	<b>148</b>
IV.1.- Consideraciones preliminares	149
IV.2.- Análisis factorial	151
IV.3.- Correlaciones bivariadas	156
IV.3.1.- Factor 1. Tiempo subjetivo de visionado	156
IV.3.2.- Factor 3. Tiempo objetivo de visionado	160
IV.3.4.- Factor 4. Dimensión normativa o de control	166
<b>V. Conclusiones</b>	<b>170</b>
V.1.- Equipamiento del hogar	171
V.2.- Aspectos relacionados con el tiempo de visionado de televisión	173
V.3.- Contenidos y programación	175
V.4.- Usos y modo de visionado de televisión	177
V.5.- Control del visionado	179
V.6. Relación entre consumo televisivo y rendimiento escolar	182
V. 7. Análisis multivariante	185
<b>VI.- Bibliografía</b>	<b>187</b>
<b>VII. Anexos</b>	<b>196</b>
VII.1.- Anexo 1. Descripción de la muestra	197
VII.1.1.- Composición de la unidad familiar	197
- Sexo de la persona entrevistada	197
- Edad de la persona entrevistada	198
- Rol familiar de la persona entrevistada	199
- Número total de personas de la unidad familiar, número de hombres y de mujeres	200
- Número de hijos e hijas total, número de hijos e hijas menores de 12 años	205
VII.1.2.- Datos sociodemográficos de la persona entrevistada	208
- Situación familiar	



- Nivel de estudios del padre y de la madre	208
- Situación laboral del padre y de la madre	210
- Sector de ocupación del padre y de la madre	212
- Ingresos medios de la unidad familiar	214
VII.2.- Anexo 2. Cuestionario	216
VII.3.- Anexo 3. Cruces de resultados generales	241
- Provincias	
- Hábitat	
- Nivel de ingresos	
- Situación laboral	
- Situación familiar	
- Desviaciones sobre la media de número de horas de visionado	
- Tipología de familia controladora	
- Tipología de familia dialogante	
VII.3.- Anexo 4. Cruces de resultados específicos	



# I. PRESENTACIÓN



El *Estatuto de Autonomía para Andalucía* recoge de forma sintética los contenidos que la *Ley 1/2004, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía* otorga a esta institución de autogobierno: velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados, en Andalucía, por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad en relación a la protección de la juventud y de la infancia, y para que se cumpla el principio de igualdad de género y se eliminen todas las formas de discriminación (artículo 131.a). Este mismo artículo dispone, en su apartado 2, que “El Consejo Audiovisual de Andalucía velará especialmente por la protección de la juventud y la infancia en relación con el contenido de la programación de los medios de comunicación, tanto públicos como privados, de Andalucía”.

La elaboración del presente *Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía*, primera fase de un estudio integral más amplio, responde a la necesidad de conocer cuáles son, en los hogares andaluces donde conviven niños y niñas menores de 12 años, los hábitos y prácticas, expectativas y demandas, en su interrelación con los medios audiovisuales. El objetivo final es que, conocidos los datos estadísticos, se puedan encauzar de forma más adecuadas las funciones relativas a la protección de los menores en el ámbito audiovisual.





Efectivamente, la premisa fundamental para la realización de los estudios del Consejo Audiovisual de Andalucía, dentro de un Área específica de Estudios e Investigaciones, es que el mejor conocimiento y la mejor comprensión del medio sobre el que se actúa harán más acertadas las actuaciones del Órgano. Lo cual se convierte, a su vez, en objeto proactivo y prospectivo para las actuaciones que le son propias. De ahí la necesidad de contar con un acercamiento riguroso, a salvo de lugares comunes, que permita disponer de modelos y pautas sistematizadas en torno a los múltiples aspectos que se pueden analizar en la relación entre la infancia y, en este caso, uno de los canales fundamentales a través de los que se exhiben contenidos audiovisuales: la televisión.

El engranaje entre televisión e infancia se construye de forma compleja: la infancia es sujeto y objeto de la representación televisiva, contenido e imagen a la vez que audiencia. Para articular este engranaje, el *Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía* ha creado una metodología multivariante de creación de tipologías definidas, que constituye uno de los resultados más novedosos de este estudio. A través de él, se demuestra que los hogares andaluces afrontan estilos familiares educativos y relacionales que implican prácticas y percepciones de visionado pendulantes entre estilos autoritarios y permisivos, controladores y dialogantes, y de los que se desprenden modelos de estrategias concretos que padres y madres aplican al uso –y, a veces, abuso- de la televisión por parte de los menores.

A través de un cuestionario estructurado de 61 preguntas, aplicado a 1.800 entrevistas, el análisis univariante y multivariante de las unidades de



análisis, análisis factoriales y de regresión y mediante el diseño ilustrado de tablas y gráficos, el Centro de Análisis y Documentación Político y Electoral de Andalucía (CADPEA) ha producido para el Consejo Audiovisual de Andalucía unos resultados que permiten, a fecha de hoy, responder estadísticamente a cuestiones muy diversas acerca del equipamiento y acceso a la televisión, los tiempos, los contenidos y la programación, los usos, modos y control de visionado y la relación entre consumo televisivo y rendimiento escolar que se dan en los hogares andaluces.

Muchas son las conclusiones obtenidas; algunas, previsibles; otras, ignoradas; todas relevantes. Único medio audiovisual de carácter universal en los hogares con menores, frente a las notables diferencias en dotación de Internet según hábitat y nivel de ingresos, la televisión ocupa lugar central como vía de acceso a los contenidos informativos y de entretenimiento. En estos hogares, el número de aparatos receptores se multiplica, como demuestra el 31% de familias andaluzas que disponen al menos, y además del televisor común, de un aparato más en los cuartos infantiles, en correlación inversa con el nivel de estudios de los progenitores. Del análisis se extrae, además, que las pautas de consumo televisivo familiar se van viendo crecientemente acompañadas de patrones individualizados de audiencia, incluso si todavía no se alcanzan porcentajes representativos en el acceso a televisión por Internet.

Niños y niñas andaluces alcanzan una media de 2.7 horas de visionado semanal, aumentando casi en una hora los fines de semana (de 2.04 a 2.84 horas totales) y con valores superiores a la media en zonas urbanas. En



general, sin embargo, los progenitores tienden a pensar que el tiempo de visionado de los mejores es el adecuado. Esta audiencia se localiza en tramos de tarde y, en los fines de semana, mañana, con una capacidad de elección de programas por parte de niños y niñas bastante destacada durante la franja de tarde. Con un 44% de decisión, son “los dueños de la tele” en el tiempo en que ésta se utiliza, demasiado a menudo, como coeducadora doméstica.

La audiencia infantil busca entretenimiento y diversión en los contenidos que se le ofrecen, y se concentra en los programas de dibujos animados y, durante el tiempo familiar, en series televisivas no siempre destinadas a este público. Sin embargo, en muchos momentos la televisión no parece recibir una atención privilegiada en la cotidianeidad de la casa: más de la mitad de los menores andaluces hacen “otras cosas” mientras que el aparato permanece encendido. Si el grado de concentración real frente al televisor es más escaso, también cabría esperar que se rebajara la afectación infantil de los contenidos televisivos a los niños y niñas, con lo que tal vez merezca cuestionarse la eficacia de una medición sumatoria de audiencias como dato numérico fiable, y avanzar alguna alerta respecto a determinadas prácticas familiares que les permiten utilizar la televisión, en muchos casos, como un elemento ambiental más de rutina doméstica.

Si bien dos tercios de las personas encuestadas dicen controlar los contenidos y pautas de visionado televisivo de los menores de 12 años, todavía existe un alarmante 25% de hogares en los que se reconoce directamente no ejercer control alguno a este respecto. La responsabilidad de intervención recae fundamentalmente en las mujeres, convertidas así en las principales



educadoras mediáticas de Andalucía. Sólo un 50% de familias establecen normas específicas a este respecto, la mitad de las veces de forma intuitiva, sin otra fórmula que la regulación horaria y, en el 60% de los casos, con respuestas de tono autoritario. Lo cual no significa la ausencia de diálogo: en casi el 50% de los hogares andaluces se conversa habitualmente sobre televisión, y padres y madres reconocen que, hasta los 16 años, debe existir vigilancia parental de los contenidos, fórmula que se reclama como más favorable que la intervención de otros agentes implicados, como el gobierno o los propios operadores por las personas encuestadas.

Se constata en el Barómetro que los hogares donde no se practica un control sistemático del visionado televisivo se correlacionan positivamente con unos peores resultados académicos de los menores que en ellos conviven. Por el contrario, cuando existe un marco normativo respecto a la programación, el interés de los niños se dirige, de forma casi exclusiva, a la programación calificada de “infantil” y por tanto cualitativamente dirigida a estas cohortes de edad. La efectividad de las estrategias de control parece pues demostrar un cierto efecto formativo en los hogares andaluces, a pesar de lo cual sólo una quinta parte de la ciudadanía calificaría de “perjudiciales” los potenciales efectos de la programación televisiva sobre niños y niñas. Más bien, parecen consolidarse posiciones muy repartida, tal vez en algunos casos escépticas o despreocupadas, en relación con el peso efectivo de estas influencias: sólo dos de cada diez progenitores opinan que los contenidos de la programación pueden tener efectos perniciosos, mientras que uno de cada tres cree que puede ser beneficiosa.



Éstas y otras conclusiones quedan recogidas en el *Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía*, Barómetro que ahora se edita. El documento incorpora no sólo la presentación de objetivos y metodológica del estudio, sino que, además del informe ejecutivo, cuerpo central de conclusiones básicas, recoge una serie de anexos característicos y un desarrollo extensivo de tablas de cruces por provincias, hábitat, nivel de estudios e ingresos, situación laboral y familiar de los hogares, así como desviaciones de la media del número de horas de visionado y tipologías de familias (controladora y dialogante). Tablas que permitirán a quienes, ora desde la curiosidad, ora con intereses de investigación, quieran alcanzar una explotación más densa de los resultados, necesariamente generalistas, de esta publicación. Con ello se cumple doblemente el objetivo de realización de estudios por parte del Consejo Audiovisual de Andalucía: no sólo conocer la posición de niños y niñas andaluces en sus relaciones con los contenidos audiovisuales, sino también contribuir a la generación de fondos de datos sobre la materia a disposición y al servicio de la ciudadanía andaluza.

Cristina Cruces Roldán  
Consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía  
Responsable del Área de Estudios e Investigaciones y coordinadora del Barómetro de  
Infancia y Televisión en Andalucía



## II. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA



El Consejo Audiovisual de Andalucía es la autoridad audiovisual independiente encargada de velar por el respeto de los derechos, libertades y valores constitucionales y estatutarios en los medios audiovisuales, tanto públicos como privados, así como por el cumplimiento de la normativa vigente en materia audiovisual y de publicidad en Andalucía. La *Ley 1/2004, de 17 de diciembre, de creación del Consejo Audiovisual de Andalucía*, encomienda a esta autoridad la protección de los derechos de la juventud y la infancia “en el ámbito de los medios de comunicación audiovisual de radiodifusión sonora, televisión y cualquier otro sistema de transmisión de sonido o imagen independientemente de su forma de emisión o tecnología empleada” (artículo 2). Es éste un aspecto nuclear de su cometido que se ha visto reflejado en el *Estatuto de Autonomía para Andalucía*, en cuyo Título IV el Consejo Audiovisual de Andalucía queda encuadrado en la organización institucional de la Comunidad Autónoma como una de sus instituciones (artículo 131).

En torno a estas cuestiones, y entre otras establecidas en el artículo 4 de su Ley de creación, corresponde al Consejo Audiovisual de Andalucía la importante función de “Adoptar, en el marco de las atribuciones reconocidas en la presente Ley, las medidas necesarias para neutralizar los efectos de la difusión o la introducción en la programación o la publicidad de mensajes o contenidos que atenten contra la dignidad humana y el principio de igualdad, muy particularmente cuando estos mensajes o contenidos hayan sido difundidos en horarios de audiencia de público infantil o juvenil, restableciendo los principios que se han visto lesionados” (artículo 4.5).



Esta centralidad de las funciones de protección se refleja, igualmente, en las encomiendas de “Salvaguardar los derechos de los menores, jóvenes, tercera edad, personas con discapacidad, inmigrantes y otros colectivos necesitados de una mayor protección, en lo que se refiere a los contenidos de la programación y a las emisiones publicitarias, potenciando el respeto a los valores de tolerancia, solidaridad y voluntariado, evitando la inducción de comportamientos violentos e insolidarios, así como facilitando accesibilidad a las personas con discapacidad auditiva o visual” (artículo 4.6) y de “Fomentar la emisión de programas audiovisuales de formación destinados preferentemente a los ámbitos infantil, juvenil, laboral, del consumo y otros de especial incidencia, como la información sexual, los riesgos que comporta el consumo de sustancias adictivas, así como la prevención de situaciones que puedan provocar enfermedades o discapacidad” (artículo 4.9).

De otra parte, y en este mismo articulado, la Ley 1/2004 establece para el Consejo Audiovisual de Andalucía funciones de realización de estudios en el ámbito audiovisual (artículo 4.18), cometido de carácter transversal del que ha emanado el Área de Estudios e Investigaciones, con la intención de conocer para facilitar el mejor cumplimiento de las funciones que le son conferidas al órgano. Con tal fin se constituyó, en el seno de la Comisión de Contenidos del Consejo, el Grupo de Trabajo de Barómetro, que emprendió en el año 2006 la realización del *I Barómetro Audiovisual de Andalucía*, cuya primera edición se presentó a principios del año 2007. Se trata de una iniciativa de continuidad anual que conducirá, en breve plazo, a la presentación de los datos correspondientes a la edición de 2008.





A su vez, la temprana creación del Grupo de Trabajo de Infancia en el seno del Consejo Audiovisual de Andalucía y su activa vida son muestras de la centralidad de la preocupación por los menores en la institución y uno de los ejes de sus actuaciones. Por iniciativa del citado Grupo de Infancia, el Consejo Audiovisual de Andalucía llevó a cabo un estudio sobre la publicidad de juguetes durante la Navidad de 2006, presentado a la prensa en enero de 2007 y de notoria repercusión, que presentó interesantes y novedosos modelos metodológicos y conclusiones respecto a otros estudios similares realizados en España.

El proyecto que ahora se presenta ha integrado los intereses de ambos grupos de trabajo. Su diseño ha partido de una doble motivación:

- La elaboración de estudios semestrales por el Consejo Audiovisual de Andalucía que complementen el carácter anual *Barómetro Audiovisual de Andalucía* con un acercamiento temático más concreto.
- La concentración de estos estudios en aspectos más variados y específicos de entre las funciones otorgadas al Consejo Audiovisual de Andalucía y que puedan ser susceptibles de recibir tratamientos monográficos.

Desde esta doble intención, y con el objetivo primordial de acercarnos a la población infantil de Andalucía y su relación con los medios de comunicación audiovisual, se ha diseñado el *Estudio integral sobre infancia y televisión en Andalucía* como un modelo que, en su desarrollo, quiere complementar datos



estadísticos obtenidos de técnicas extensivas de barómetros y estadísticas al uso, con datos cuantitativos y cualitativos obtenidos a través del trabajo de campo directo. El *Estudio Integral sobre Infancia y Televisión en Andalucía* pretende obtener información sobre la relación existente entre infancia y televisión en la sociedad andaluza, en dos fases de desarrollo: en la primera, partir de las voces de los adultos en los hogares andaluces a través de una encuesta telefónica; en una segunda fase, conocer de forma directa, a partir de niños y niñas en edad escolar y de los responsables institucionales de su educación, cuál es la naturaleza de estas relaciones.

Esta doble metodología le confiere al Estudio un carácter inédito en relación con otros similares. Se contempla, en este sentido, una triple metodología de trabajo distribuida en dos fases: la primera, una encuesta telefónica tipo “barómetro” realizada a los responsables del cuidado de los niños y niñas; y la segunda que se ocupa, por un lado, del estudio de los hábitos y percepciones televisivas de los propios niños y niñas a través de encuesta presencial a escolares y, por otro, de la realización de entrevistas en profundidad y grupos de discusión a informantes privilegiados provenientes de las instituciones educativas, con el objeto de la producción de discursos valorativos.



## II.1. Objetivos

Ya hemos avanzado que el trabajo de investigación que aquí se expone corresponde a la primera fase del citado estudio, concretamente el *Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía*, cuyo objetivo principal es registrar percepciones y estados de opinión de los andaluces sobre el modo de uso y consumo televisivo de los menores de 12 años de edad que estén bajo su tutela, así como el análisis del equipamiento audiovisual de los hogares andaluces. Para poner en marcha este estudio, se ha suscrito un convenio con el Centro de Análisis y Documentación Política y Electoral de Andalucía (CADPEA, Universidad de Granada), que ha llevado a cabo la encuesta telefónica y la redacción básica del informe de resultados.

El objetivo marco con el que se inicia este trabajo es el de avanzar en el conocimiento del estado del sistema audiovisual andaluz, contribuyendo así a preservar y proteger los derechos de la juventud y la infancia en el ámbito de los medios de comunicación audiovisual, de radiodifusión sonora, televisión y, como recoge la Ley 1/2004, cualquier otro sistema de transmisión de sonido o imagen independientemente de su forma de emisión o tecnología empleada dentro del ámbito de competencias de la institución.

Siendo éste el objetivo principal, se han diseñado una serie de objetivos específicos interrelacionados para su posterior reflejo en el cuerpo del cuestionario aplicado:



1- *Analizar el equipamiento audiovisual existente en los hogares andaluces en los que residan menores de 12 años de edad, con la intención de conocer la disponibilidad de medios audiovisuales de su entorno, prestando especial atención a la televisión.*

2- *Conocer, a través de la información de los progenitores, el tipo de consumo televisivo y los contextos de visionado por parte de los niños y niñas y niñas menores de 12 años. Esto es, número de horas de visionado, franjas horarias preferentes, lugar habitual de visionado y tipo de contenido que ven solos, en familia o eligen como preferidos.*

3- *Indagar el tipo de consumo de televisión que realizan los menores andaluces y la opinión al respecto de padres y madres, además de estudiar si se produce una regulación sobre el mismo. Concretamente, observar percepciones sobre la valoración de la cantidad de tiempo empleada, existencia de normas o control sobre el uso y consumo de televisión, establecimiento de diálogo entre progenitores y los hijos e hijas acerca de los mensajes emitidos y las decisiones a tomar del visionado en familia, edad estimada hasta la que se precisa de un control en la relación menores-televisión y agentes que deben estar involucrados en la protección de los menores frente al medio televisivo.*

4.- *Estudiar las correlaciones entre el uso infantil de la televisión y otros medios audiovisuales en el rendimiento escolar. Por un lado, a través del conocimiento de comportamientos como la realización de tareas escolares mientras ven televisión o la influencia del uso de otros medios como*



teléfono móvil, videoconsolas o Internet. Por otro, mediante el análisis de la influencia potencial de los programas que ven o son preferidos por niños y niñas en su desarrollo, a través del conocimiento de los resultados escolares y de la relación entre acceso/consumo a la televisión como un sistema de premio/castigo en función del rendimiento escolar.



## **II.2. Metodología**

### **Unidades de análisis**

Las unidades de análisis seleccionadas para la consecución de los objetivos anteriores son las siguientes:

- 1- Estructura familiar (variables de control)
- 2- Equipamiento
- 3- Consumo televisivo de niños y niñas
- 4- Usos y modo de visionado
- 5- Conocimiento de contenidos
- 6- Control del visionado
- 7- Rendimiento escolar

### **Trabajo de campo**

El trabajo de campo de encuestación se ha llevado a cabo en el Laboratorio de Encuestas Telefónicas asistidas por ordenador (CATI) de la Universidad de Granada, a través de la aplicación de cuestionario estructurado por parte de un equipo de 20 personas encuestadoras formadas adecuadamente para el estudio tratado en cuestión y bajo supervisión técnica.



### Explotación de base de resultados

A partir de la información obtenida mediante encuesta telefónica, el procedimiento metodológico para la explotación de la base de resultados parte del empleo del software específico de tratamiento estadístico de datos cuantitativos, SPSS. Éste permite el análisis univariante y multivariante de las unidades de análisis (variables), así como análisis factorial y de regresión que se exponen en el informe. Para la ilustración de los resultados a través de tablas y gráficos se han empleado los programas SPSS, Excell y GRAFS 3D (programa editor de gráficos).

### Ficha técnica

**Trabajo de campo:** realizado del 17 de Septiembre al 10 de Octubre de 2007 por el Laboratorio de Encuestas telefónicas asistidas por ordenador de la Universidad de Granada.

**Recogida de la información:** Entrevista telefónica mediante sistema CATI.

**Universo:** Hogares andaluces con niños y niñas menores de 12 años (edades que abarcan desde la etapa educativa infantil hasta el final de educación primaria).

**Perfil del encuestado/a:** Personas que tienen a su cargo niños o niñas con este perfil de edad, primordialmente padres y madres, aunque también se



contempla la posibilidad de incluir a otras personas que se encarguen del cuidado de los niños y niñas (familiares o cuidadores infantiles que se encuentren en el hogar).

**Ámbito territorial:** Comunidad Autónoma de Andalucía.

**Tamaño muestral:** 1.800 entrevistas.

**Diseño muestral:** La muestra se ha realizado siguiendo un criterio de distribución proporcional a la población de las ocho provincias de la Comunidad Autónoma Andaluza, presentándose del siguiente modo:

PROVINCIA		
	Frecuencia	Porcentaje
Almería	130	7,2
Cádiz	276	15,3
Córdoba	186	10,3
Granada	200	11,1
Huelva	113	6,3
Jaén	158	8,8
Málaga	316	17,6
Sevilla	421	23,4
Total	1800	100,0





**Procedimiento de selección:** Muestreo aleatorio simple. Las unidades primarias de muestreo, los hogares a entrevistar, se han seleccionado proporcionalmente para cada estrato en función del tamaño de hábitat.

Estrato		
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 2000	72	4,0
2001-5000	165	9,2
5001-10000	180	10,0
10001-20000	261	14,5
20001-50000	272	15,1
Más de 50000	850	47,2
Total	1800	100,0

Por último, las unidades secundarias, personas encuestadas, se han seleccionado siguiendo un procedimiento aleatorio sistemático de las bases telefónicas de números fijos existentes.

**Margen de error:** El error muestral para el total de la Comunidad Autónoma Andaluza es del  $\pm 2,35\%$ , para un nivel de confianza del 95%, y bajo supuesto de máxima indeterminación  $p=q=0,5$ .

**Diseño del cuestionario:** El cuestionario diseñado contiene 61 preguntas con diferente formulación: batería, respuesta múltiple, escalas de valoración y preguntas abiertas, sujetas a una recodificación posterior. El diseño ha sido fruto de un proceso de trabajo conjunto entre el Consejo Audiovisual de Andalucía y el Centro de Análisis y Documentación Político y Electoral de



Andalucía, para ajustar los objetivos planteados y los requisitos de la técnica utilizada, la entrevista telefónica. Al no tratarse de una técnica de interacción cara a cara entrevistador-entrevistado, la confección del cuestionario ha de considerar diversos aspectos, tales como su duración total, la extensión de los enunciados, el número de categorías de respuesta o el lenguaje empleado entre otros (ver anexo 2: cuestionario).

### Diseño metodológico de recodificación de variables

Para alcanzar un mayor y más adecuado nivel de análisis del objeto de estudio, se ha procedido a la recodificación de algunas de las variables en otras con una dimensión de mayor operatividad. El objeto es trabajar con unidades de mayor capacidad explicativa.

### Hábitat

La primera de las recodificaciones hace referencia al tamaño de hábitat, de modo que se han convertido los seis tramos iniciales en tres, siendo éstos los segmentos “rural”, “semiurbano” y “urbano”. La correspondencia entre tramos y segmentos de hábitat queda explicada en la siguiente tabla.

		Estrato					
		Menos de 2000	2001-5000	5001-10000	10001-20000	20001-50000	Más de 50000
Tamaño de hábitat	Rural	72	165	180			
	Semiurbano				261	272	
	Urbano						850

## Nivel de estudios conjunto

De igual modo, se puede entender que el nivel de estudios de los padres y madres puede ser un importante elemento a la hora de explicar muchas de las relaciones entre variables contempladas en el estudio. Trabajar con el nivel de estudios de ambos como dos variables independientes resultaba poco operativo, mientras que si se entendía la unidad familiar como un todo y así el “nivel de estudios conjunto”, esto es de los dos progenitores, se convertía en un potente factor a la hora de dar explicación a muchos de los sucesos estudiados. De este modo, se han contemplado los siguientes tramos:

Nivel de estudios familiar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ambos superiores	302	16,8	16,9	16,9
	Uno superiores y otro inferior	352	19,6	19,7	36,6
	Ambos estudios medios	669	37,2	37,4	74,0
	Uno medios y otro inferior	243	13,5	13,6	87,6
	Ambos primarios o inferiores	222	12,3	12,4	100,0
	Total	1788	99,3	100,0	
Perdidos	Ns/Nc	12	,7		
Total		1800	100,0		

Tradicionalmente y casi con carácter genérico, se ha dado por supuesto que los valores relativos al nivel de estudios superiores quedaban sobre-



representados en la encuesta telefónica. Esta es una verdad a medias, en tanto que supone una distribución homogénea de las características del universo a muestras muy concretas y, por otra parte, no toma en consideración los distintos tipos de muestreo y métodos de control en el desarrollo del trabajo de campo. Sin entrar en disquisiciones que se escapan al objeto de estudio en el caso concreto de la investigación que nos ocupa, se puede explicar que al trabajar con una submuestra muy específica (madres y padres con hijos menores de 12 años) la distribución y sobrerrepresentación real respecto al total de la muestra de mujeres andaluzas con estudios universitarios se debe a efectos estructurales. Éstos están relacionados con el hecho de que esta submuestra es la que efectivamente más peso posee respecto al nivel de estudios superiores de entre todas las cohortes que componen el total andaluz. Éstas serían las de padres y madres que se incorporaron en los ochenta y noventa a los estudios universitarios. Si comparamos con los datos del INE obtenidos para Andalucía (Censo 2001), un 15% de los padres y madres con hijos e hijas menores de 4 años poseen estudios superiores. No debemos olvidar que el último censo data de 2001, siendo muy probable que la incorporación en estos siete años de nuevas cohortes con estas características sociodemográficas haya modificado al alza estos valores. Una proyección de los datos de nivel de estudios siguiendo la progresión experimentada en los años 1991 – 2001 y 2001 – 2007 establecería unos niveles medios de estudios universitarios en la población de padres y madres andaluces con edad de entre 30 y 45 años de más del 20% sobre el total.



## Tipologías familiares

Uno de los principales elementos a la hora de explicar los distintos aspectos que entran en juego en la relación que se establece entre niños y niñas y televisión puede venir determinado por el tipo de estrategia educativa desarrollada en el seno familiar. La existencia de elementos normativos o de control puede ser un importante freno a la hora de socializar a los menores respecto a su relación con la televisión, sus contenidos y tiempo de exposición.

En este sentido, se ha diseñado una herramienta metodológica basada en los estilos educativos y de relación familiar que, en función de las variables de control de visionado, normas sobre el visionado, conversación sobre los contenidos y modo de actuación de los progenitores ante comportamientos inadecuados de los hijos o hijas, da lugar a cuatro tipos de familia definida según dos pares: “controladora / permisiva” y “autoritaria / dialogante”. Dicha tipología se expone de modo gráfico mediante la siguiente tabla:

## CUADRO-RESUMEN DE TIPOLOGÍAS FAMILIARES

Tipología basada en	Tipo de familia	Variable	Respuesta
El estilo educativo	<b>Controladora</b>	Control del visionado	Sí
		Normas sobre el visionado	Sí
	<b>Permisiva</b>	Control del visionado	Sí
		Normas sobre el visionado	No
Estilo de relación familiar	<b>Autoritaria</b>	Conversación sobre los contenidos	No/ a veces
		Modo de actuación de los progenitores ante comportamientos inadecuados de los hijos o hijas	Autoritario
	<b>Dialogante</b>	Conversación sobre los contenidos	Sí
		Modo de actuación de los progenitores ante comportamientos inadecuados de los hijos o hijas	Se trata de convencer



a) Familias controladoras – permisivas:

Sobre la base de dos variables que se contemplaban en la encuesta, “¿Se ejerce en su hogar algún control sobre los y las menores cuando ven la televisión?” y “¿Existen normas establecidas para el consumo televisivo de los niños y niñas en su hogar?”, se establecen dos tipos de familia:

- Los padres y madres que poseían normas para el consumo televisivo y establecían algún tipo de control sobre el consumo de sus hijos e hijas se han catalogado como “controladores”.
- Aquellos que no poseían normas para el control del consumo de televisión y ejercían el control a veces o nunca se han denominado “permisivos”.

La distribución resultante es la siguiente:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Controladoras	803	44,6	69,6	69,6
Permisivas	351	19,5	30,4	100,0
Total	1154	64,1	100,0	



## b) Familias dialogantes – autoritarias

De igual modo, el estilo de relación entre los y las menores y los padres y madres se ha recodificado en base a las dos variables “¿Tiene Vd. conversaciones o hace comentarios con su hijo o hija sobre los programas que él ve en televisión?” y “Cuando un hijo o hija suyo está viendo algún programa que Vd. no considera adecuado para él o ella, ¿cómo suele actuar?”. La idea ha sido establecer dos tipos de estrategias relacionales padres y madres – hijos e hijas:

- Por un lado, aquellas que se han denominado como “autoritarias” y que corresponderían a los padres y madres que nunca o casi nunca tienen conversaciones con sus hijos o hijas respecto a los contenidos de televisión y que, además, actúan de manera autoritaria cuando un hijo o hija suyo está viendo un programa que creen que no es adecuado.
- Por otra parte se encontrarían los padres y madres “dialogantes”, que serían aquellos que tienen conversaciones siempre o casi siempre con sus hijos o hijas respecto a los programas que ven y que actúan tratando de convencerles cuando los contenidos no son adecuados.

Tipología de familias		¿Tiene Vd. conversaciones o hace comentarios con su hijo sobre los programas que él ve en tv?			Y cuando un hijo suyo está viendo algún programa que Vd. no considera adecuado para él, ¿cómo suele actuar? ( RESPUESTA ESPONTÁNEA)		
		Siempre o casi siempre	A veces	Casi nunca	Cambio de programa o apago la Tv	Haciendo algún comentario, pero sin forzarlo	Trato de convencerle, si no, cambio o apago la Tv
Tipología de familias diálogo	Dialogantes	176	163				338
	Autoritarios			175	175	1	





## **Responsabilidad y equipo de trabajo**

### *Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA):*

Cristina Cruces Roldán (Consejera responsable del Área de Estudios e Investigaciones y coordinadora del Barómetro de Infancia y Televisión en Andalucía)

Felipe Rodríguez (Asesor Técnico de Contenidos)

### *Centro de Análisis y Documentación Político y Electoral de Andalucía (CADPEA):*

Juan Montabes Pereira (Director)

Ángel Cazorla Martín (Director Técnico)

Esperanza Estévez Toledo (Técnico de investigación)

Rafael Camacho Muñoz (Técnico de investigación)

Virginia Santofimia Calero (Técnico de investigación)