

Rodríguez San Julián, E., Megías Quirós, I. & Menéndez Hevia, T. (2012). *Consumo televisivo, series e Internet. Un estudio sobre la población adolescente de Madrid*. Madrid: FAD.

M.ª Ángeles Hernández Prados
Abel Muñoz Morales



Los avances tecnológicos experimentados en la sociedad de la Información y del Conocimiento han relegado a la televisión a un segundo plano, a pesar del poder de socialización que presenta para la ciudadanía, especialmente en los adolescentes, ya que es transmisora de valores y contravalores. La presencia de la televisión en nuestras vidas es una realidad indiscutible. El culto al cuerpo, consumo, competitividad, individualismo, desprecio del intelecto o fama, son algunos de los aspectos más valorados por los adolescentes en la televisión, pero también podemos desarrollar valores prosociales y hábitos saludables.

Generalmente, la finalidad de los tele-espectadores es el entretenimiento. La apertura de nuevas cadenas y la ruptura temporal del visionado han proporcionado un mayor protagonismo a la libertad y autonomía de las personas no solo para decidir qué ver, sino cuándo y cómo verlo. Respecto a la valoración que los jóvenes realizan de la programación televisiva, sus preferencias se decantan hacia aquellos programas que tengan contenido de actualidad, culturales y con entrevistas, dejando a un lado la prensa rosa. Así mismo, expresan la necesidad de programas hechos por y para los jóvenes que empaticen y representen situaciones próximas a su cotidianidad, a sus vivencias. Además del visionado de contenidos extra, la nueva televisión permite mantener un diálogo virtual, consultando las web de los programas favoritos, participando en foros, compartiendo las web con otros, etc.

Atendiendo a lo expuesto cabe cuestionarse ¿Cuál es la representación social de la adolescencia que se está proyectando a través de la televisión? ¿Qué consecuencia pueden tener en la formación de los valores, actitudes y conductas de los propios jóvenes consumidores? Estas y otras cuestiones son abordadas en el libro reseñado, el cual recoge los resultados de un estudio cualitativo realizado a través de entrevistas en los domicilios familiares de adolescentes madrileños de 14 a 18 años, cuyas familias de 3 y 4 miembros (N=800) para conocer sus hábitos televisivos atendiendo a los nuevos soportes (Televisión digital Terrestre e Internet) y cómo les afecta la televisión, en concreto las series juveniles.

Los resultados del estudio señalan que el 50% tiene televisión en su habitación para uso particular, especialmente en varones que cursan FP y cuyas familias tienen un menor nivel de

estudios, lo que no afecta en tiempo de visionado, entre 1 y 3 horas, ni en la banda horaria, preferiblemente nocturna. El 70% tiene ordenador propio con conexión a Internet y el 60% lo utiliza para ver la tele. El visionado compartido con la familia se realiza, con la voluntariedad del adolescentes, indistintamente entre semana y fines de semana, aunque el mayor conflicto se asocia a la diferencia de gustos televisivos.

La nueva generación de adolescentes se encuentra sobre informados, no están capacitados para establecer un control, mostrándose inconformistas ante el uso de las TIC. Internet se está volviendo el nuevo medio para la reproducción de contenido televisivo, con el inconveniente de que no existe una programación específica para adolescentes, no hay una forma clara para la medición de audiencias y el visionado es mucho más difícil de controlar por las familias.

Respecto a las preferencias televisivas de los adolescentes sobresalen el visionado de películas y las series de humor, seguidas de los deportes, mayoritariamente en los varones. Sin embargo, las series juveniles son el género más criticado, tanto por su construcción como por la influencia que puede causar a los adolescentes, los cuales no son conscientes de ello, pero lo que más interesa de estas series son cosas superficiales (belleza, ropa, éxito, fama, modelos, estereotipos,...). Estas series que actúan como tribus urbanas favoreciendo la identificación del adolescente, representan un reflejo distorsionado de la realidad, mostrando parte del colectivo juvenil, pero no todo, pues "lo bueno" no vende.

Vivimos en un tiempo de "televisión basura". Temáticas como el sexo, problemas de los jóvenes y un poco de morbo, sirve de gancho para que las audiencias suban. La exposición cada vez más temprana a estos contenidos contribuye a erosionar algunas de las etapas evolutivas e inicia un debate socio-educativo sobre la responsabilidad parental que se mueve entre dos aguas, la tolerancia y la comprensión, el control del contenido visionado y la libertad de sus hijos. Además su horario inapropiado hace que los adolescentes estén hasta altas horas de la noche despiertos, adquiriendo un hábito poco saludable.

Dado el poder de los medios para influir en la identidad y estilo de vida de las nuevas generaciones, los educadores, especialmente las familias y los docentes, debe formar a las nuevas generaciones, no desde modelos caducos del pasado, sino desde las circunstancias actuales que le envuelven, contribuyendo a despertar su sentido crítico hacia los medios de comunicación.