

Convergència mediàtica i joves

Usos, espais i estratègies de mediació familiar
en el consum audiovisual dels adolescents catalans

Informe de recerca

Meritxell Roca Sales

Daniel Aranda Juárez

Jordi Sánchez Navarro

Grup de recerca Comunicació i Nous Mitjans

Internet Interdisciplinary Institute (IN3)

Universitat Oberta de Catalunya

Setembre de 2012

SUMARI

Introducció. Justificació de l'estudi i mètodes	4
Idees clau	12
I. Primera part: Resultats i discussió de la fase qualitativa de la recerca.	
El consum mediàtic dels joves catalans	13
1. El consum televisiu quotidià	13
1.1. La dieta televisiva diària	13
1.2. Televisió autòctona i forània	18
1.3. La televisió com objecte de comentari	18
1.4. Nombre i ubicació de televisors a la llar	19
1.5. Control parental del consum televisiu	20
RESUM	23
2. Internet com eina diversa	24
2.1. Les xarxes socials online	24
2.2. La televisió a Internet	27
2.3. Internet, un "altre" a vigilar	29
2.4. Coneixements dels pares quant a Internet	31
RESUM	32
3. Els telèfons mòbils i les tecnologies de la ubiqüitat	33
3.1. Els usos del mòbil	33
3.2. El mòbil com aparell per a fer fotografies i vídeos	35
3.3. Veus que discrepen	36
RESUM	37
4. El consum de cinema i les alternatives a les sales	38
4.1. Raons per anar (o no) al cine	38
RESUM	40
5. Videojocs	41
5.1. Control i autocontrol	42
RESUM	43
6. Altres apunts sobre Televisió, Internet i dieta mediàtica dels joves	44
RESUM	45

II. Segona part: Resultats i discussió de la fase quantitativa de la recerca.	
Audiovisual i família	46
1. Dades sociodemogràfiques bàsiques	46
2. Límits al consum televisiu	50
2.1. Prelació dels límits i grau de normativitat parental	50
2.2. L'edat com a factor de protecció parental	51
2.3. La rellevància específica del factor gènere	54
2.4. Els límits parentals a la televisió segons el nombre de fills a la llar	55
2.5. Internet i la sospita de transgressió dels límits parentals	57
3. La televisió compartida en família	59
3.1. Els moments compartits	59
3.2. Els continguts televisius compartits	61
4. Límits al consum d'Internet	64
4.1. Prelació dels límits i grau de normativitat parental	64
4.2. L'edat com a factor de protecció parental	66
4.3. La rellevància específica del factor gènere	69
4.4. Relació entre límits d'Internet i límits televisius	70
4.5. Els límits parentals a Internet segons el nombre de fills a la llar	72
RESUM	73
Annex: Qüestionari	78
III. Tercera part: Principals conclusions de la recerca	80
1. Consum televisiu per part dels joves	80
1.1. Televisió compartida en família	80
1.2. La televisió, l'últim recurs d'oci domèstic per als joves	86
2. Consum audiovisual a Internet	89
2.1. Mirar la televisió a Internet, una pràctica habitual	89
3. Control parental d'Internet i de la televisió	92
3.1. Límits al consum televisiu a l'accés a Internet	92
Bibliografia	97

Introducció. Justificació de l'estudi i mètodes

Els canvis tecnològics han estat tradicionalment un motor de canvi per a l'evolució dels mitjans de comunicació. Sovint aquests canvis han permès incrementar el tamany de l'audiència, "popularitzar" o inclús "massificar" certs productes de consum cultural. Internet no n'és cap excepció, però més enllà de "popularitzar" serveis com ara el televisiu (els continguts estan disponibles per a tothom amb accés a la Xarxa) el que ha fet ha estat contribuir a un canvi d'actitud, una reformulació de les rutines de consum. Internet facilita, i per això ens fascina, un consum a mida, a la carta, personalitzat; podem consumir allò que ens ve de gust no només on preferim i en el suport que ens resulti més còmode sinó que també ho podem fer a l'hora que més ens convé. Accedim a les xarxes socials des del telèfon mòbil i asseguts a l'autobús de camí a casa, mirem un vídeo domèstic que ens ha enviat un amic a l'ordinador portàtil estirats al llit abans d'anar a dormir... què ens fa pensar que amb la televisió el patró seria diferent? No hi ha cap indici, és més, els grups de discussió que hem dut a terme, així com les diferents estadístiques consultades, apunten en la mateixa direcció: el consum televisiu tal i com el coneixíem fins fa pocs anys està en desús, i els adolescents són una mostra més d'un escenari cada cop més consolidat.

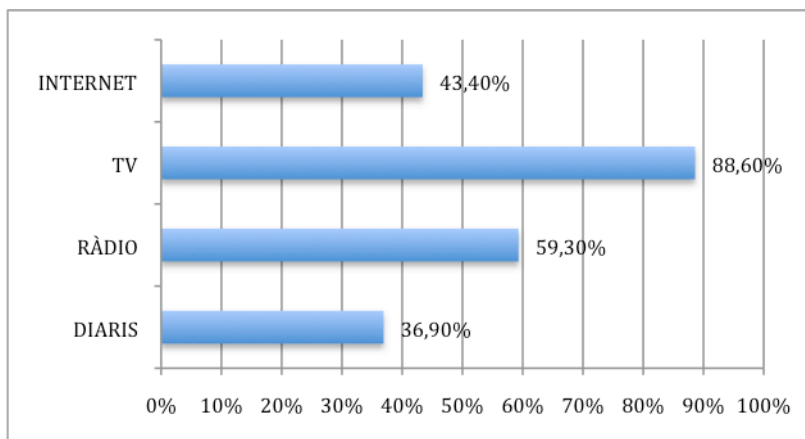
L'adopció generalitzada de la televisió, per exemple, va comportar un replantejament de les estratègies de la indústria cinematogràfica, que es va veure forçada a incorporar elements que fossin diferencials i alhora aportessin al mitjà un valor afegit que fidelitzés l'audiència (NAPOLI, 2010:27). Conseqüentment es van potenciar i emfatitzar els continguts cinematogràfics amb efectes especials, sexe, violència... elements que no estaven disponibles a la petita pantalla. El cinema ofería i ofereix prestacions que la televisió no pot proporcionar, la tecnologia 3D o les pantalles digitals de grans dimensions en són dos exemples. Diferenciació o adaptació en un context de lluita constant per l'audiència.

En aquest context, ens centrarem en el consum televisiu dels adolescents, fent especial èmfasi a com aquest consum ha evolucionat i s'ha adaptat a un entorn digital, multimèdia i multipantalla. Abans però, considerem oportú dedicar un espai d'aquest informe a descriure l'escenari general per tal de poder contextualitzar amb més precisió les particularitats del segment d'edat estudiat.

Tot i l'auge i consolidació d'Internet com a escenari fonamental en les nostres vides, la televisió segueix sent el mitjà de comunicació més popular en el nostre dia a dia quotidià. En general, passem més hores davant d'un televisor (penetració del 88,6%) que no pas llegint el diari, escoltant la ràdio o inclús navegant per Internet.

Gràfic 1 – Audiència general de mitjans (usuaris al dia)

Font: AIMC-EGM (any mòbil Abril 2011 a Març 2012)



No obstant això, si ens fixem en les dades distribuïdes segons franges d'edat, ja s'intueixen alguns canvis en els patrons de conducta i en els hàbits d'oci entre els adolescents i població jove. La televisió tal i com l'hem conegut fins ara està en crisi, almenys el model de producció i programació que hi ha al darrere. Aquesta tendència, generalitzada a Europa i a la resta de països industrialitzats, es basa fonamentalment en el fet que actualment el mitjà televisiu és incapaç de garantir a la indústria publicitària (principal motor econòmic del mitjà) no només grans conglomerats d'audiència sinó també conglomerats que siguin "fidels".

Tal i com veurem més endavant amb les dades pròpies que s'han obtingut d'aquesta

recerca (enquesta a parets d'adolescents i grups de discussió), les famílies que es congreguen davant d'un televisor un dia i hora concrets per a gaudir de l'experiència televisiva en família són residuals, podríem inclús afirmar, que "estan en perill d'extinció". Perquè? A continuació recollim algunes hipòtesis de treball.

Les TIC, però principalment Internet, han revolucionat profundament els hàbits de consum dels mitjans de comunicació, no només d'adolescents sinó del conjunt de la població. Fonamentalment, distingim dos grans canvis: els consumidors han guanyat la capacitat d'organitzar el seu propi esquema de programació i tenen també la capacitat de revisar, copiar, produir i inclús distribuir continguts. El paradigma clàssic segons el qual els mitjans de comunicació es basaven en un model erigit en un emissor (mitjà) que generava uns continguts que posteriorment eren emesos (distribuïts) a una audiència vasta i impersonal està actualment sotmès a revisió. Si bé segueix existint un model televisiu que es basa en aquest esquema (veurem més endavant que aquest model és precisament el que més èxit té entre la població catalana i espanyola), Internet ha possibilitat que ciutadans anònims distribueixin també continguts, creant a vegades inclús més popularitat.

Les raons que ens han conduït a aquest nou escenari són diverses; en aquest informe en destacarem dos: diversificació de l'entreteniment i increment del control sobre els productes.

Diversificació de l'entreteniment

Smartphones, *tablets*, reproductors MP3... la nostra experiència de l'entreteniment, de l'oci, s'ha reconfigurat tot diversificant-se. El consumidor pot triar i remenar en un calaix de sastre sense fons en el que la televisió és només una opció; una opció molt residual en el cas dels adolescents.

El públic jove, tradicionalment més receptiu a les novetats tecnològiques, respon amb avidesa a aquest nou escenari contribuint d'aquesta manera a un envelliment progressiu de l'audiència televisiva.

Les opcions d'oci s'han multiplicat i sobretot s'han diversificat i una vegada més si ens fixem

en les estadístiques de preferència d'opció d'oci segons franges d'edat, constatem que el segment de la població més jove prefereix Internet a la Televisió com a principal font d'entreteniment. Segons dades facilitades pel Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) el maig de 2010¹ en el cas que els enquestats només tinguessin accés a un mitjà de comunicació, mentre que les dades generals situen a la televisió com a principal opció (50,2%) el segment dels 18 als 24 anys escull Internet (65,4%) en detriment de la TV (28,3%). Pel que fa al mitjà de comunicació preferit per a entretenir-se, aquest patró es repeteix tot i que les dades no són tant dissonants. Mentre que els resultats genèrics marquen la televisió com a opció preferida (59,9%), triplicant l'opció Internet (19,5%); en el cas del segment jove la primera opció és la Xarxa (49,4%) seguida d'aprop per la televisió (43%).

Major control sobre els productes consumits

Els índex de penetració i ús d'Internet així com dels telèfons mòbils ratifiquen una tendència a l'alça: els consumidors estan en condicions no només de decidir què consumeixen sinó també quan, on i en quin suport ho fan. Aquest és el gran repte que la televisió generalista en obert ha d'afrontar actualment. Als Estats Units i al Regne Unit, per exemple, s'estima que un 50% de les vivendes disposaven l'any 2011 de DVR² (Digital Video Recorder). A Catalunya i Espanya les xifres són notablement inferiors perquè en el nostre entorn el consum tradicional (televisió en obert) és el que s'imposa però la tendència nord-americana pot arribar a imposar-se amb força també al nostre país donades les prestacions que ofereix. Actualment alguns operadors de televisió per pagament com ara ONO ja ofereixen aquests dispositius als seus clients. De fet ONO ofereix el producte (TiVo) amb un slogan prou clarificador: "La televisión inteligente de ONO". Podríem trobar al mercat altres productes amb les mateixes prestacions, hem recollit aquest cas perquè ens sembla il·lustratiu.

Guanyar control sobre els productes televisius que es consumeixen implica un "apoderament de l'audiència" per les raons exposades anteriorment quan esmentàvem el

¹ CIS. Barómetro 2836 (maig 2010).

² Font: Deloitte <http://www.deloitte.com/view/en_GX/global/industries/technology-media-telecommunications/tmt-predictions-2012/media-2012/d3da068df67a4310VgnVCM1000001a56f00aRCRD.htm> [Data consulta: 6 de juny de 2012]

canvi de paradigma i de model comunicatiu. L'audiència guanya poder perquè té capacitat de decisió, té noves alternatives d'oci i té més pantalles. Llocs web com ara *YouTube* i altres agregadors de vídeo (*Metacafé*, *Vimeo*...) o inclús les pròpies webs oficials dels principals canals de televisió han esdevingut una clara alternativa a l'esquema tradicional de programació segons el qual els directius de les cadenes decideixen què programar i en quina franja horària. Quan aquests criteris no coincideixen amb les nostres necessitats es produeix un conflicte en el qual dispositius com ara el DVR o tecnologies com ara Internet (banda ampla) exerceixen de mediadors, sovint amb garanties d'èxit. Un escenari que manté certs paral·lelismes amb la ferida, encara oberta, que Internet va obrir a la indústria musical a mitjans dels anys noranta. ¿Haurà la Televisió après la lliçó? Internet, lluny de ser una amenaça, representa una oportunitat.

La intenció d'aquesta fase de la recerca és fer una aproximació a la relació dels adolescents amb els mitjans audiovisuals. Els joves s'han convertit en un objecte d'estudi privilegiat en el camp de la reflexió sobre l'impacte social i cultural de l'ús i consum de les tecnologies de la informació i la comunicació. Són la generació digital, l'avantguarda que representa el futur, però també són el sector de població més vulnerable als riscos implícits en aquestes tecnologies.

La família té un paper clau en la introducció dels més joves en les tecnologies. Tanmateix, de tots els papers que es poden atribuir a la família, sembla que el que aquesta adopta amb major naturalitat és el d'ens regulador, ja que, en la majoria d'ocasions, els termes de les discussions familiars es redueixen a la quantitat d'hores i la freqüència amb què els adolescents passen en contacte amb els mitjans de comunicació i la tecnologia. Els valors subjacents a aquestes negociacions generacionals són, de fet, la projecció d'un debat més ampli, ja que reflecteixen les dues cares de la fascinació pels avenços de les tecnologies de la informació i la comunicació: d'una banda, es pressuposa la seva importància sociocultural; per una altra, són una font constant de preocupació.

És en aquest context que, segons el nostre parer, resulta pertinent l'estudi dels nous espais de consum audiovisual dels joves des d'una perspectiva qualitativa, donant veu als joves sobre el consum que fan de mitjans audiovisuals ja sigui per Internet o per la televisió, però

també quantitativa, donant la possibilitat als pares i mares d'expressar la seva visió sobre aquesta problemàtica d'estudi.

A continuació es detallen quines són les principals preguntes de recerca o hipòtesis de treball:

- 1) Què vol dir “consum audiovisual” per aquesta franja d'edat (12 – 18 anys)?
- 2) Quins consums de mitjans audiovisuals tenen els joves catalans i quin paper juga Internet en aquest consum mediàtic?
- 3) Com es consumeix televisió actualment a la llar en un context en què tenim nous espais i noves eines a la nostra disposició? Existeix una distinció real entre espais comunitaris de consum audiovisual i espais privats (menjador-saló vs dormitori-despatx)? S'han reformulat les franges horàries de consum audiovisual?
- 4) Existeix variabilitat en els mecanismes de control en funció de les edats? I en les pautes de consum? És l'edat un factor determinant en termes d'autonomia?

Nota metodològica

Aquest informe de recerca combina l'ús de metodologia qualitativa i quantitativa. Detallem a continuació les activitats d'anàlisi i de documentació.

1. Recerca documental: anàlisi qualitativa de publicacions oficials (memòries institucionals, estadístiques...) i de bibliografia internacional relacionada amb l'àmbit d'estudi (articles científics publicats a revistes d'impacte).

2. Recerca empírica: les eines emprades han estat els “grups focalitzats” o “focus groups” així com l'enquesta online.

a) Grups focalitzats: les dades qualitatives es van obtenir mitjançant la realització d'una sèrie de grups de discussió amb l'objecte d'estudiar en profunditat les opinions d'un grup suficientment ampli de joves. Els grups es van reunir en vuit centres d'educació secundària (durant els mesos de gener a març de 2012) i cadascun d'ells constava de sis joves d'ambdós sexes seleccionats segons els criteris dels responsables del centre, que van procurar, seguint l'única indicació de l'equip d'investigació, que els grups reflectissin la diversitat del centre.

La selecció de la mostra de centres d'educació secundària es va realitzar de forma aleatòria amb l'única condició que estiguessin representades les quatre demarcacions provincials de Catalunya. Els centres seleccionats van ser: IES Príncep de Girona (Barcelona), IES Narcís Oller (Valls, Tarragona), IES Vidreres (Vidreres, Girona) i IES Ronda (Lleida). En cada institut es van realitzar dos grups, un amb estudiants d'ESO (de 12 a 16 anys) i un altre amb estudiants de Batxillerat (17 i 18 anys), i en cada grup es reunien, com hem indicat, sis joves. Les reunions es van registrar mitjançant enregistrament sonor (que després va ser transcrit) i enregistrament videogràfic (que va ser utilitzat com a suport per a la correcta identificació dels joves durant el procés de transcripció).

Per citar els comentaris i opinions dels participants vetllant pel seu anonimat, en aquest informe s'ha adoptat un format d'identificació que consisteix a atribuir a la font només tres dades: el gènere (Noi/Noia), l'etapa formativa (ESO/Batxillerat) i la localitat de residència. Cal destacar que la citació dels comentaris dels joves participants s'ha fet respectant tant la llengua original com les particularitats de les seves parles, incloent-hi errors. Els comentaris dels joves estan reflectits, per tant, tal i com es van produir oralment, sense correccions posteriors per part dels investigadors. L'exposició d'aquests resultats s'ha dividit en els apartats temàtics que van proposar els investigadors amb l'objecte de focalitzar la discussió.

b) Enquesta online: gràcies a la col·laboració de les direccions dels centres d'educació secundària i a la implicació de les associacions de mares i pares d'alumnes, es va poder enviar per correu electrònic una breu enquesta³ als pares dels alumnes amb franges d'edat

³ L'enquesta no es va enviar als pares i mares dels alumnes de IES Narcís Oller (Valls, Tarragona) perquè la direcció del centre no va donar el seu vist-i-plau. En el cas de Barcelona, tot i que els focus groups es van

compreses entre els 12 i els 18 anys (qüestionari inclòs a l'annex de l'informe). L'enquesta es va llançar el mes de febrer, restant activa durant un mes. El temps mitjà de resposta són 11 minuts, les preguntes són en llengua catalana i el qüestionari està integrat per 31 variables. No es va enviar cap correu institucional presentant l'estudi sinó que la difusió es va fer des dels propis centres que han col·laborat en la recerca. Es va enviar un recordatori per email al cap d'una setmana de llançar l'enquesta (enviament també gestionat pel propi centre).

L'elaboració i la gestió d'aquesta enquesta s'ha realitzat mitjançant l'eina Survey Manager, proporcionada per Netquest (empresa especialitzada en la prestació de serveis per a la recollida i el processat de dades online) mentre que l'explotació de les dades s'ha fet amb el programa informàtic SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

Nota metodològica específica de l'enquesta online:

Univers: pares i mares d'estudiants d'ensenyament secundari amb edats compreses entre els 12 i 18 anys (ESO i Batxillerat) dels centres en els quals s'han realitzat els focus groups. L'excepció és l'Institut de Barcelona però davant la impossibilitat de fer l'enviament s'ha buscat un institut de característiques similars que estés disposat a col·laborar en l'enviament de l'enquesta.

Data del treball de camp: febrer 2012 – març 2012

N (univers poblacional)	=	1054 casos
K (nivell de confiança)	=	1,96 sigma (95%)
PxQ (variància)	=	50x50
e (error mostral)	=	+/- 5,3%
n (mida mostral)	=	257 casos

realitzar al IES Príncep de Girona l'enquesta es va trametre als pares d'un altre institut de la mateixa localitat (IES Jaume Balmes)

Idees clau

1. La situació típica de consum de televisió en família és el moment dels àpats
2. Els joves tenen la percepció que els seus pares no imposen normes estrictes respecte el consum televisiu i d'Internet.
3. La discussió sobre continguts és percebuda en termes de recomanació més que com a norma estricta.
4. El contingut més consumit en família són les pel·lícules emeses per televisió, les notícies i els programes d'entreteniment. La descàrrega d'Internet de contingut per a ser consumit en família és una pràctica residual, així com el consum familiar de continguts emesos en streaming.
5. Els sistemes de control parental de la televisió i d'Internet són molt heterogenis i estan fortament condicionats per l'edat dels fills. No obstant això, gairebé un 25% dels pares enquestats creuen que els seus fills busquen i consumeixen per Internet aquells continguts televisius que no els permeten veure.
6. Internet és la plataforma tecnològica on s'involucren els múltiples continguts audiovisuals que interessen als joves: programació televisiva, pel·lícules de cinema, fotografies i vídeos domèstics i videojocs. Encara que la televisió com a mitjà té acceptació, el consum audiovisual passa inevitablement per la xarxa.
7. Interactuar a una xarxa social esdevé gairebé sempre una acció automàtica i rutinària.
8. la xarxa social online és un complement de la vida offline
9. Els joves utilitzen poc el mòbil per al consum de productes audiovisuals ofertats per operadors comercials. L'ús prioritari relacionat amb l'audiovisual és la gravació i publicació dels seus vídeos autoproduïts
10. El cinema continua sent per a la majoria una experiència social, tot i que l'elevat preu es percebut com un impediment per a la normalització del consum. Com a

- alternativa apareix el visionat en grup de pel·lícules descarregades d'Internet. El lloguer de pel·lícules a videoclubs ha desaparegut de la vida quotidiana dels joves
11. El tipus de consum més habitual dels videojocs entre els joves és social i en estones curtes

I. Primera part: Resultats i discussió de la fase qualitativa de la recerca. El consum mediàtic dels joves catalans

1. El consum televisiu quotidià

Com passa amb el cinema i la ràdio, la televisió constitueix una de les tecnologies de continguts audiovisuals amb les quals la actual població catalana ha crescut des de ben petita. La televisió, a diferència d'altres fenòmens que aquí es tractaran, es troba a les llars de tothom des de fa gairebé cinquanta anys. La seva presència material als nostres habitatges (i no sols en ells) i la producció ininterrompuda de la seva programació diària multiplicada per desenes d'emissores, fa que, fins ara, l'haguem considerat el mitjà audiovisual per antonomàsia.

1.1. La dieta televisiva diària

La primera pregunta destinada a focalitzar la conversa del grups de discussió realitzats estava dirigida a conèixer la rutina de consum televisiu. En aquest cas, "rutina" ha estat entesa com la integració del consum de televisió a la vida quotidiana dels joves, en termes de quantitat de temps, horaris i valoracions d'aquest consum.

Dividint el temps el consum de televisió per part dels joves dels nostres grups de discussió en quatre períodes: matí, migdia, tarda i nit, els resultats indiquen que al matí, quan es lleven per esmorzar i sortir cap a l'institut, la majoria dels joves miren la televisió. Malgrat això, en més d'un dels grups focalitzats la resposta d'inici és negativa, argüint que no tenen temps per posar-s'hi. Aquesta resposta negativa es dona més en el grup de Batxillerat i sembla un intent de demostrar que actuen de forma més madura amb quelcom "tan superflu" com és la televisió.

Noi 3, Barcelona, ESO: *Durant la setmana no em dóna temps pel matí.*

Noi 2, Barcelona, ESO: *No; escolto música pel matí però tele no.*

Noia 2, Lleida, Batxillerat: *Jo no fico música ni res. M'aixeco un quart d'hora abans per poder donar una volta i així estar millor a classe. En comptes d'aixecar-me i anar directament.*

Noia 3, Tarragona, ESO: *Jo al matí com que només tinc cinc minuts miro els esports amb mon germà i mon pare: Esports 3 o TV3.*

Noi 1, Girona, Batxillerat: *Jo encenc la tele i poso les notícies, baixo la veu i esmorzo, vaig mirant i miro l'hora també per allà a baix. Al 3/24 hi ha sempre l'hora per no anar mirant el rellotge...*

Una majoria mira la televisió mentre esmorza. En molts casos, els joves afirmen que són els pares els que ja l'han engegat prèviament i que, precisament per això, predominen els continguts informatius. En general els que no fan servir la televisió escolten la ràdio, concretament emissores musicals.

En aquest període matinal el consum televisiu té un caire més accidental i involuntari que el de la resta de la jornada.

Al migdia la major part dels joves dinen a casa i al mateix temps miren la televisió. Només uns pocs s'abstenen de televisió per després posar-s'hi amb l'ordinador a l'habitació. Miren informatius perquè mengen amb els pares i també programes d'entreteniment com dibuixos animats o cadenes de música.

Noia 2, Barcelona, Batxillerat: *Yo veo las noticias porque justo salimos a las tres que es cuando comienzan y entonces como viendo las noticias...*

Noia 3, Barcelona, ESO: *Quan arribo a casa la tele ja està encesa perquè la meva germana està veient dibuixos... I es passa tota la tarda veient dibuixos, la meva germana. Després ja me'n vaig a l'institut i...*

Noi 3, Tarragona, Batxillerat: *Jo veig Aquí no hay quien viva. Vull dir deu minuts dins de la tele i ja està.*

Noia 1, Girona, Batxillerat: *Només quan dino miro la tele i després l'ordinador o música.*

Noia 2, Girona, ESO: *Sí, a l'hora de menjar i després a l'ordinador i ja està... Els Simpsons [Riu].*

Excepte els pocs casos en que està explícitament prohibit tenir-la encesa perquè és una norma explícita quan menja tota la família, la televisió acompanya els dinars dels joves. Una minoria no fa molt de cas a la televisió encara que estigui en marxa perquè prefereix estar-se amb l'ordinador.

Noi 1, Lleida, ESO: *No, mentre dinem no veiem la tele perquè ma mare està en contra de menjar i veure la tele, i després mirem la tele.*

Noi 2, Girona, Batxillerat: *Jo arribo a casa i dino i l'ordinador. A vegades perquè ho miren els meus pares que sí no...*

A la tarda hi ha una clara diferència per edats. El nois i noies d'ESO dediquen majoritàriament les tardes a fer els deures o a activitats extraescolars de tota mena i és per això que deixen de mirar televisió fins l'hora de sopar. Alguns afirmen estar enganxats a la pantalla tota la tard, però són minoria. Els alumnes de Batxillerat deriven més cap a l'ordinador en general i Internet en particular.

Noia 2, Barcelona, ESO: *Jo després de les classes por la tarda no veig la televisió. Estic escoltant música o l'ordinador.*

Noia 3, Lleida, Batxillerat: *Doncs jo arribo, dino i després em poso a l'ordinador a escoltar música un rato i també al Facebook. I estic, depèn de la feina que tingui, mitja hora o una hora amb el Facebook i després me'n poso a fer la*

feina i de tant en tant en vaig connectant. I a la nit si he acabat la feina em connecto força estona.

Noia 2, Lleida, ESO: *Doncs jo normalment arribo a casa i bereno i me poso a l'ordinador. I bueno... quan he mirat així Facebook i aquestes coses pues llavors faig el deures o activitats extraescolars.*

Noia 2, Tarragona, ESO: *Jo és que tot el dia faig activitat extraescolar, després deures, i si tinc un rato pues em vaig al Facebook.*

Noia 2, Girona, ESO: *Doncs jo a vegades quedo amb la veïna o si no quedo faig deures i després **miro la tele si m'avorreixo** o l'ordinador.*

A la nit quan sopen, llevat de quan els pares ho prohibeixen, tothom veu la televisió o com a mínim està encesa. Per l'hora en que es sopa el més normal és veure informatius. És el moment més habitual de veure televisió amb tota la família i després de sopar, molts cops, resten amb els seus pares quan hi ha una sèrie televisiva que segueixen tots o per retransmissions esportives. Una altra gran porció es retira a l'habitació, en alguns casos per veure la televisió pròpia però en més gran proporció per connectar-se a Internet fins el moment de dormir. Els nois i noies de Batxillerat semblen més proclius a no estar amb els pares després del sopar i posar-s'hi amb Internet.

Noi 3, Barcelona, Batxillerat: *Quan està el meu pare el telediari i quan no té ganes de veure les notícies doncs lo que estiguin donant: una sèrie, una pel·lícula, ho que sigui,... dibuixos animats.*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *Jo sopo i veig Los Simpson, a vegades Bola de Drac, depèn...*

Noi 2, Barcelona, Batxillerat: *Quan sopo al menjador i les notícies, però a la meua habitació El Hormiguero.*

Noia 1, Barcelona, Batxillerat: *O sigui, els únics que es queden a la tele són el meu pare i la mare perquè un està al ordinador, un altre a l'altra tele...*

Noia 1, Lleida, Batxillerat: *Nosaltres dinem tots junts... I sopem tots junts sempre i mai mirem la tele. I després els meus pares miren la tele però... ma germana i jo... bueno ma germana no sé que fa, jo pujo a dalt i...*

Investigador: *I no hi ha cap programa que veieu junts, allò que us interessa i dius...?*

Noi 2, Lleida, Batxillerat: *No. Mon germà petit mai, perquè és arribar, sopar i anar-se'n al llit. Però jo a vegades em quedo un rato fins a les dotze, les dotze i mitja amb mons pares i mirem això: Españoles por el mundo, futbol... no sé... però fix no n'hi ha cap.*

Noia 2, Lleida, ESO: *Pues jo, sopem tots junts perquè és l'únic moment que estem així com a més junts tots, sense tele perquè volen parlar els meus pares i tot, prefereixen parlar. I després pues, normalment pues junts, tots junts tota la família algun dia el Crackòvia i el Polònia, però la resta de dies jo i la meva mare veiem programes o lo que facin a la tele. A vegades, per exemple dhir, vam veure Mestres i mon pare i mon germà treballen a l'ordinador.*

Per tant, la situació que més afavoreix la reunió familiar enfront el televisor són els àpats, ja sigui esmorzar, dinar o sopar. Encara que de vegades algú s'ho prengui com un deure que s'ha de satisfer ràpidament per poder tornar a la intimitat de la seva cambra.

Noi 3, Tarragona, ESO: *Jo faig l'excusa que tinc son me'n vaig a dormir i agafo l'ordinador.*

Però també sorgeix una valoració de caire més emocional del compartir bons moments amb els pares quan miren la televisió tots junts.

Noia 2, Girona, ESO: *Quan els meus pares riuen a mi m'agrada, saps? (Noia 1, Girona, ESO: A mi també). No sé, s'estan rient i no sé... sóc feliç.*

1.2. Televisió autòctona i forana

Tot i que, com és normal, el consum de programes és predominantment en castellà i català, és destacable que existeix un consum de programes estrangers en el cas de nois i noies vinguts a Catalunya (ells o els seus progenitors) que cerquen mantenir llaços amb els seus països d'origen. Això comporta l'establiment regular d'estones de veure la televisió en família paral·lelament als àpats ja esmentats.

Noia 1, Barcelona, Batxillerat: *Canals del meu país.*

Investigador: *I el teu país és...?*

Noia 1, Barcelona, Batxillerat: *Georgia.*

Investigador: *Georgia. I com ho veieu això?*

Noia 1, Barcelona, Batxillerat: *Tenim un satèl·lit.*

Noi 3, Girona, Batxillerat: *Algun programa en àrab de riure i ens ajuntem tots i ja està, per passar el rato.*

1.3. La televisió com objecte de comentari

Veure la televisió es torna tema de conversa amb companys de l'institut i amics en general. En aquestes converses es produeix una activitat crítica dels continguts, en la que predomina el comentari sobre les sèries i programes de més èxit. A vegades no estar al dia d'un programa pot afectar a la participació d'un jove dins del seu cercle d'amistats.

Noi 3, Barcelona, ESO: *Normalment el que m'agrada veure són Los Simpson perquè després de venir de l'insti els demás també ho veuen i et diuen la xorrada que van dir al capítol anterior... i rius... i està bé. Normalment a les tardes... de cinc i mitja que comença Big Bang Theory fins a les deu que acaben Los Simpson m'ho trago tot. Són sèries bones totes seguides.*

Noi 3, Barcelona, ESO: *Quina coincidència... que tots veiem el mateix, per la tele...*

Investigador: *Vols dir que hi ha moltíssimes cadenes?*

Noi 3, Barcelona, ESO: *Hi ha moltíssimes cadenes, moltíssims programes, però sempre veiem el mateix. És una coincidència molt estranya.*

Noi 3, Barcelona, ESO: *El Sálvame que són cinc hores de programa a Telecinco. Jo fins que no arriben les... cinc i mitja per exemple sí que comença lo bo, però fins abans és tot porqueria.*

Noia 1, Lleida, Batxillerat: *És que no miro la tele casi. Tot el que miro ho miro per Internet. Però abans quan feien El Barco, uns pesats: tothom parlant de El Barco no podies parlar, si no miraves El Barco no podies parlar [Tots riuen].*

1.4. Nombre i ubicació dels televisors a les llars

La quantitat de televisors que hi ha a les llars dels joves dels grups de discussió realitzats constitueix una dada molt significativa per entendre el valor d'aquest mitjà en la nostra societat. Més de dos terços tenen (a parts iguals) dos o tres televisors i la resta es reparteixen els extrems: només un aparell per un costat i quatre o cinc per l'altre. El número més habitual és de dos, que gairebé sempre es troben a la sala o menjador i a la cuina. En el cas de tres, la ubicació s'amplia normalment a l'habitació dels pares i rarament a la d'un fill.

Segons els comentaris dels joves al grups de discussió, la televisió al menjador o a la sala d'estar és la unitat original de la presència televisiva a la llar. Tanmateix, en la mesura que la família utilitza la cuina per fer alguns o tots els àpats diaris aquest és el segon espai on es troba el televisor. El consum nocturn i amb major intimitat fa aparèixer un tercer aparell al dormitori dels pares, de manera que les subsegüents unitats aniran a parar als dormitoris dels fills. En pocs casos hi ha televisió en habitacions que fan de despatx o de biblioteca.

Com és d'esperar la multiplicitat d'unitats de televisors afavoreix la dispersió dels membres de les famílies quan els interessos en relació als programes a veure no coincideixen o quan hi ha un desig, per la raó que sigui, de voler estar sol davant la pantalla. En el cas contrari la televisió només pot ser consumida en un lloc comú i implica les diferents negociacions per controlar el comandament que normalment s'inclinen cap els interessos dels adults de la casa ja siguin pares o avis.

Noia 2, Barcelona, Batxillerat: *Una, a la sala.*

Investigador: *Només al menjador?*

Noia 2, Barcelona, Batxillerat: *Sí, prohibit a la habitació. [Tots riuen].*

Noi 2, Barcelona, Batxillerat: *Depèn de l'hora. Les quatre: la meua àvia per les telenovel·les. No importa si jo estic veient alguna cosa. És prioritari.*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *Jo a vegades tinc baralles amb els germans perquè... Los Simpson, Bola de Drac! i... [Tots riuen].*

Noia 3, Barcelona, Batxillerat: *Yo... cada uno como tiene su televisión y también tenemos Digital o Imagenio, o lo que sea... pues cada uno lo ve dónde sea. Y para comer, pues sólo comemos en familia los domingos.*

Noia 3, Barcelona, Batxillerat: *Entonces como rápido y me voy a mi cuarto y ya está...*

Noia 2, Lleida, ESO: *Nosaltres no sé, per l'ordinador però... els meus pares sempre estan allà. Com el meu germà té la seva tele doncs no, mai està amb nosaltres a la sala.*

1.5. Control parental del consum televisiu

En relació a la percepció del control que els pares exerceixen sobre el seu consum de televisió, les dades obtingudes indiquen que els pares donen una relativa via lliure als joves

de 16 a 18 anys i un tracte una mica més estricte als de 12 a 15. En general els joves afirmen no tenir unes normes específiques al respecte encara que en uns pocs casos no és permès de veure la televisió mentre tots estan menjant a taula. Una norma molt comuna és imposar una hora límit de la nit a partir de la qual no es veu televisió ni tan sols a la pròpia habitació.

Noia 2, Barcelona, Batxillerat: *Bueno, a las doce se apaga Internet, televisión y todo.*

Noi 3, Barcelona, Batxillerat: *...ja ets gran, tu sabràs lo que fas, i ja està... Però sí a les dotze i tot això me'n vaig a dormir...*

Noi 2, Barcelona, ESO: *A mi... no hi ha norma fixa, però depèn del dia me diu: -vés a dormir ja; perquè demà passa algo i no m'hi deixa. Però bueno normalment no tinc límit. Me'l marco jo normalment, no acostumo anar molt tard a dormir. I ja està.*

Noi 3, Tarragona, Batxillerat: *Sí! Jo a l'hora de sopar està prohibit, no s'engega la tele per res del món. Ni que jugui el Barça.*

La impressió que donen els testimonis dels grups de discussió és d'una ampla llibertat implícita que només es veu limitada, a part del que s'ha esmentat abans, per una desaprovació d'alguns continguts concrets o de canals sencers. Els continguts més discutits pels pares són els reality shows, els dibuixos animats per adults i les pel·lícules de terror. La cadena MTV és reiteradament anomenada com poc desitjada pels pares. Però en tot cas parlem més de consells o recomanacions que de prohibicions.

Noi 2, Lleida, ESO: *Home, jo no és que tinguem normes, el que passa és que si hi ha alguna cosa que és una mica xorra doncs el meu pare m'ho fa mirar en anglès a vegades o...*

Investigador: *Què és alguna cosa xorra? Posa'm un exemple.*

Noi 2, Lleida, ESO: [Riu] *Per exemple, la MTV hi ha vegades que miro qualsevol tonteria i em diu: -si ho vols mirar posa-ho en anglès. Llavors ho poso en*

anglès. O si no, em fa broma dient que com miri el Sálvame en fotrà una colleja o coses d'aquestes, però és en broma.

Noia 3, Barcelona, ESO: *La MTV, segons quins programes perquè n'hi ha alguns molt forts i diuen les paraulotes i tot això...*

Noi 2, Lleida, Batxillerat: *Sí, jo també amb això de Mujeres y Hombres quan estem així en període de vacances amb mon germà ho mirem bastant rato abans d'anar a dinar cada dia. I la meva mare em diu: -Comte. I ho té molt mal vist i que són coses que no valen la pena seguir, que aquesta gent no és res a la vida. Nosaltres ho veiem per passar... (Investigador: Un entreteniment, no?). Clar, es pensen que les podem arribar a imitar i es veu que no ho volen.*

Noi 1, Lleida, ESO: *A veure, Gran Hermano potser que sí... Et diguin: -no mireu aquesta tonteria... No em diuen que no el pugui mirar però em diuen: -és que és de tontos mirar això.*

Noia 2, Girona, ESO: *Jo, bueno jo... no tinc una hora però quan, jo què sé, estic tot el dia mirant la tele la meva mare m'avisa i em diu que faci algo. Jo què sé... que vagi a passejar el gos o que me'n vagi a llegir.*

Malgrat les orientacions paternes i maternes respecte als programes que no s'haurien de veure, els joves segueixen mirant-los sempre que poden. El fet és que coneixent els continguts suposadament prohibits continuen consumint-los més o menys fàcilment davant o d'amagat dels pares.

Els nois i noies admeten que la censura televisiva és més habitual que arribi com a càstig per qualificacions dolentes a l'institut o el mal comportament a casa. Extrems que no tenen a veure amb la televisió en si mateixa sinó amb els criteris educatius que tenen els pares i mares en cada família en particular. En aquest àmbit, la televisió és utilitzada com un recurs valuós que es fa servir com moneda de canvi en les circumstàncies adequades.

Noia 3, Barcelona, ESO: *Doncs a casa mentre que no ens barallem... Però si ens barallem o passa alguna cosa s'apaga la tele i ja està.*

Noi 3, Barcelona, ESO: *Jo mentre tregui bones notes no em treuen res. Però quan començo a baixar les notes em diuen: -tu ara vés a dormir que sinó no rendeixes a l'insti.*

Noi 2, Tarragona, ESO: *Mentre faci els deures i m'esforci estudiant i això...*

És interessant assenyalar que degut a l'existència de diversos televisors a les cases, es dona l'aparició d'una norma que designa a qui correspon cada aparell i per tant responsabilitza a cadascú del seu ús abstenint-se de valoracions de caire moral o educatiu.

Noia 2, Tarragona, Batxillerat: *Cadascú té la seva tele. Ma mare té la d'abaix, mon pare té la de l'habitació i jo la del mig.*

Noi 1, Tarragona, Batxillerat: *Tenim una a la cuina, una a la sala d'estar, una al quarto dels meus pares i altra a la cuina. Sí, no hi ha problemes per... Normalment excepte el Àguila Roja que ho mirem tot junts, cadascú mira lo seu. Ell mira lo seu en el seu quarto, mons pares al seu i jo a la saleta.*

RESUM

La situació típica de consum de televisió en família és el moment dels diferents àpats del dia, tot i que molts joves veuen el compartir temps de consum televisiu amb els pares com una obligació que s'ha de satisfer.

La percepció dels joves és que els seus pares i mares no imposen unes normes estrictes de consum de televisió, més enllà d'un límit horari a altes hores de la nit. La discussió sobre continguts és percebuda en termes de recomanació més que com a norma estricta.

2. Internet com a eina diversa

Els múltiples usos que els joves fan d'Internet ens indiquen que ens trobem amb un instrument versàtil utilitzat sobretot com a plataforma d'entreteniment.

2.1. Les xarxes socials online

En la mesura en que els joves utilitzen Internet com una plataforma d'entreteniment i oci, aquest esdevé avui un nou instrument per a la comunicació entre persones i per a la creació de relacions a distància més o menys paral·leles a les interaccions del món real. Des de fa pocs anys ha crescut exponencialment l'ús de les xarxes socials entre les que destaquen Facebook o Tuenti. La majoria dels nois i noies dels nostres grups de discussió utilitzen Facebook a diari i ho demostren en els grups de discussió amb entusiasme.

Noia 2, Barcelona, ESO: *A Barcelona utilitzo més el Facebook però per exemple a Valladolid, que també vaig, la majoria no tenen Facebook i tenen Tuenti.*

Quan els joves diuen que “van a l'ordinador”, en general es refereixen a que es connecten a la xarxa. A part d'altres usos que es comentaran més endavant, entrar a alguna xarxa social (sobretot a Facebook) esdevé gairebé sempre una acció automàtica i rutinària que els entreté sovint durant hores.

Noia 3, Lleida, Batxillerat: *Doncs jo arribo, dino i després em poso a l'ordinador a escoltar música una estona i també al Facebook. I estic, depèn de la feina que tingui, mig hora o una hora amb el Facebook i després me'n poso a fer la feina i de tant en tant en vaig connectant. I a la nit si he acabat la feina em connecto força estona.*

Noia 2, Lleida, ESO: *Doncs jo normalment arribo a casa i bereno i me poso a l'ordinador. I bueno... quan he mirat així Facebook i aquestes coses pues llavors faig el deures o activitats extraescolars.*

Noia 2, Tarragona, ESO: *Jo és que tot el dia faig activitat extraescolar, després deures, i si tinc una estona vaig a Facebook.*

La xarxa social Facebook els permet conversar, proposar enllaços a altres llocs web o penjar imatges. L'intercanvi de música, vídeos o fotografies és un dels exemples més corrents del que es fa a les xarxes socials. L'acceleració amb que opera la novetat de productes d'Internet i la seva ràpida extensió fa que aquestes plataformes vagin caducant si no és que aconsegueixen renovar-se constantment com és el cas del Messenger, que ha estat substituït en les preferències d'ús dels joves.

Noia 2, Girona, ESO: *Jo, per exemple si vull passar algo a una amiga doncs ho poso al Facebook, l'etiqueto i ja està. Sol ser música o, jo què sé, un vídeo que en faci riure. I amb la meua àvia sempre per Gmail.*

Noi 1, Tarragona, Batxillerat: *Jo alguna vegada hi entro [a Messenger] però... però és, no sé, més que res és per quan entres a mirar el correu... clar com que ja va tot junt pues ja l'obres i... però no res. Si el tinc obert tampoc no en parla ningú ni res.*

D'altra banda, la xarxa social online és un complement de la vida offline, com demostra el fet els joves usen Facebook per a continuar o complementar les converses que s'han establert cara a cara.

Investigador: *I vosaltres, a Facebook, pengeu també enllaços de sèries que heu vist?*

Noi 2, Barcelona, Batxillerat: *Més música...*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *Els tràilers sobretot de pel·lícules, les recomanem als amics i tot.*

Noia 2, Barcelona, Batxillerat: *O videoclip nous.*

Investigador: *La conversa és més a Facebook que a classe per exemple?*

Noi 2, Barcelona, Batxillerat: *A classe parlem dels vídeos però a Facebook passem els enllaços.*

Noi 1, Barcelona, ESO: *Jo veig millor... Aviam si jo per exemple veig alguna cosa que m'agrada molt i la trobo al Youtube, els dic: -ei! mira que he trobat això, aviam si t'agrada. Però molt més no. Jo prefereixo parlar-lo a la vida real, saps? perquè jo això vaig utilitzar molt abans, a primer, per trobar amics, saps? perquè jo m'identificava amb això... i així coneixia amics jo, vull dir: -vas veure això, no sé què? Llavors em sento identificat i llavors comencem a treure coses en comú i així jo crec que és una bona forma de fer amics.*

Només un cop, en les converses dels grups, es va criticat la xarxa social com generadora de relacions poc autèntiques i incoherents amb la vida real. Tot el grup va estar d'acord però a continuació el mateix noi, i com si volgués equilibrar la balança, va valorar la capacitat de Facebook per conèixer gent. I no només això, sinó que va valorar Internet en general com recurs informatiu indispensable.

Noi 3, Barcelona, ESO: *Ara amb el Facebook la gent s'ha fet més covard perquè si vol dir que estima a algú ho diu per Facebook... Si té algun problema ho soluciona per Facebook. No té el que ha de tenir per anar a la cara.*

Noi 3, Barcelona, ESO: *També vull dir per exemple que també ara per Facebook té inconvenients però també té avantatges pel Facebook... Jo he conegut molta gent pel Facebook.*

Noia 2, Tarragona, ESO: *A mi m'ajuda molt a fer els deures. És molt...*

Noi 2, Tarragona, ESO: *Sí, la Wikipedia.*

Noia 1, Lleida, ESO: *Internet és una forma bastant bona d'informació perquè si t'interessa alguna cosa sempre la pots anar a la Wikipedia i buscar-ho...*

L'ús de xarxes socials queda així interrelacionat amb la resta de mitjans audiovisuals en la mesura que aquests poden ser enllaçats a la xarxa.

2.2. La televisió a Internet

La convergència de la televisió i la xarxa han tingut diversos efectes en les pautes de consum de continguts dels joves. Mirar la televisió a través d'Internet provoca com a mínim dos efectes. El més evident és la desaparició de la dependència dels horaris que determinen les cadenes de televisió en el mitjà clàssic ja que la xarxa emmagatzema els continguts per ser visionats en qualsevol moment. L'altre efecte és de caire material i espacial: la televisió s'allibera de l'aparell que normalment tenim al menjador o la cuina de casa i es torna tan mòbil com ho pot ser un ordinador portàtil amb connexió a Internet sense fils.

Els nois i noies afirmen que miren televisió a través d'Internet tant en directe com en diferit, fent ús moltes vegades de les pàgines web oficials de les mateixes cadenes. D'aquesta manera ells i elles poden veure la televisió des del seu ordinador personal, independitzant-se de la pantalla comunitària familiar. Tot això també implica una nova estratègia per evitar el control patern dels continguts.

Noi 2, Barcelona, Batxillerat: *Quan sopo al menjador miro les notícies però a la meua habitació miro El Hormiguero.*

Noi 3, Barcelona, Batxillerat: *Veient en Youtube pel·lícules, sí que sabem, hi ha documentals interessants i no em cal ni Megavideo ni res.*

Noia 1, Barcelona, Batxillerat: *Jo a vegades poso el canal en directe de la tele i és que abans com que havia Megavideo veia les pel·lícules i totes aquestes coses i ara ja no puc.*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *Bueno, jo me la baixo perquè és millor. [Tots riuen]. Perquè Antena 3 fot molts anuncis...*

Noia 2, Barcelona, Batxillerat: *Es verdad, a cada trocito le ponen un anuncio y es...*

Noi 3, Barcelona, ESO: *Jo lo que faig és... a vegades estic al llit amb el portàtil, són les dos, comencen els Simpson i em fot mandra anar al saló perquè fa fred... pues em poso el Antena 3.com en directe i ho veig per l'ordinador. Estàs calentó al llit i tenir que sortir cap al saló o la cuina pues...*

Noi 1, Barcelona, ESO: *Sí, jo, per exemple, si alguna vegada m'avorreixo doncs dic: -vale pues vaig a Cuatro.com i ho veig... Otra Movida. O si han parlat alguna cosa a les notícies de l'esport doncs ho fico... Però si no com a molt veig pelis online, alguna que m'hagi impactat o que m'agradi, doncs la veig per l'ordinador.*

Noi 1, Tarragona, Batxillerat: *Perquè la tele són les hores puntes que vas: a l'hora de dinar i a la nit. No hi ha lloc que a la tarda te'n vagis a mirar, és molt puntual si no estàs amb l'ordinador i parles o busques no sé... L'ordinador és més... dona més.*

Internet proporciona als joves tots els continguts que originalment proveïa la televisió. Mitjançant la descàrrega a través de programes com Ares o Emule els joves recuperen qualsevol contingut sense pagar per ell, encara que moltes vegades mencionen la llei SOPA que ha fet desaparèixer molts sistemes de descàrrega i emmagatzematge d'on fins ara s'obtenien continguts audiovisuals de tota mena.

Noi 3, Lleida, Batxillerat: *Descargo música i pel·lícules però sèries no. Sèries les mirava per Series Yonkis.*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *Jo del Vagos.es. És una pàgina sí... té molta varietat en les pelis i tot. En les que ara amb la ley SOPA aquesta s'ha posat complicada la cosa, pero bueno...*

Els mateixos joves manifesten la seva opinió sobre la transformació del consum televisiu i la influència que Internet ha tingut en les polítiques de les cadenes de televisió. Mantenen, d'una banda, que la pressió del consum juvenil és molt notable i, d'altra, que el model clàssic de consum de televisió és quelcom pels grans, és a dir, pels seus pares.

Noi 1, Barcelona, ESO: *Però... no sé, jo crec que des de que les reds socials s'han pujat tant de moda, l'audiència s'ha perdut molt, saps? en la televisió. Perquè si no és un programa així que te donin ganes de veure'l com a molt ho veus per la tele si te l'has perdut i t'agrada, i si no jo crec que és millor estar a l'ordinador. Perquè des de que està "Facebook" i tot això... jo crec que s'utilitza menys la tele, sols els grans que la veuen més.*

2.3. Internet, un "altre" a vigilar

La conclusió a la que s'arriba escoltant les respostes dels nois i noies dels grups de discussió quant al control patern d'Internet, és que encara és més minso que el que hem observat en el cas de la televisió. En general, Internet es percep com un espai de llibertat, en el que afecten menys les normes de control.

Investigador: *Per tant vosaltres podeu veure qualsevol cosa per Internet?*

Noia 2, Girona, ESO: *Sí. No ens ho prohibeixen amb allò que posen...*

Noi 1, Girona, Batxillerat: *En el centre [l'institut] sí que ens ho prohibeixen, però a casa nostre no n'hi ha cap problema. Perquè la xarxa no ens deixa entrar a segons quines pàgines.*

Noi 1, Girona, ESO: *El meu pare diu que és per treballar però a mi m'és igual. Em diu: -és per treballar, per res més. Vale però jo segueixo...*

A excepció de dos casos en que el control s'aconsegueix mitjançant l'ús d'una contrasenya d'accés que impedeix al noi o noia utilitzar Internet en certs moments, el comportament més habitual dels pares i mares es redueix a demanar que no estiguin sempre "enganxats a Facebook" i també a intentar que hi hagi una hora límit a la nit. Uns pocs tenen agregats als seus pares a Facebook encara que no els hi agrada molt perquè pot servir per ser vigilats "des de dins".

Noia 2, Barcelona, Batxillerat: *Bueno, a las doce se apaga Internet, televisión y todo.*

Noia 1, Barcelona, Batxillerat: *Bueno, a mí em passa que estic a l'ordinador, al Facebook o això, però quan entra la mare no sé que fer... [Tots riuen]. O sigui...*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *Et poses nerviosa.*

Noia 1, Barcelona, Batxillerat: *Sí.*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *Canvies la pàgina.*

Noia 1, Barcelona, Batxillerat: *Sí, no sé si sóc jo o si els altres poden tenir la mateixa sensació...*

Noia 2, Barcelona, Batxillerat: *¿Qué haces?*

Noia 1, Barcelona, Batxillerat: *Què fas? Amb qui parles? I tu et quedes: -no estic fent res dolent... Què faig ara?*

Investigador: *Els que teniu als pares [com amics a Facebook], creieu que us vigilen a través del Facebook?*

Noia 2, Lleida, ESO: *Sí, sí.*

Investigador: *Com us vigilen? Mirant què poseu al mur...?*

Noia 2, Lleida, ESO: *Sí.*

Noia 3, Lleida, ESO: *Però jo tampoc no tinc així res a amagar.*

Noi 1, Lleida, ESO: *El pare lo que me diu és que no me fiqui coses així... algo que puguin crear mal rotllo...*

Noi 1, Lleida, ESO: *A mi a l'ordinador m'han ficat contrasenya perquè pugui entrar sol quan vulgui ma mare. Perquè estic molt viciat i doncs bé diu: -pues com vull saber tota l'estona que estàs... doncs em fica la contrasenya i me l'ha de ficar ella cada cop que m'hi fico.*

Noi 3, Lleida, ESO: *Sí, si porto molts dies enganxat pues sí. Me diuen dos o tres dies sense tocar-lo.*

Noi 1, Tarragona, Batxillerat: *I a l'ordinador al Facebook: -ja tornes a estar aquí enxufat?*

Noi 3, Tarragona, Batxillerat: *Aquesta frase es repeteix cada deu minuts.*

Noi 1, Tarragona, Batxillerat: *No és tant per dir: -no t'hi posis, però: -ja hi tornes a estar, no tens res millor a fer.*

Noi 3, Girona, Batxillerat: *O quan arriba les tres de la matinada ja fas menys soroll. [Tots riuen]. Et poses cascos, tanques la llum, coses lògiques.*

Noia 2, Tarragona, Batxillerat: *Sí, a partir de les... si per exemple són les tres i estic a l'ordinador escolto a ma mare: -deixa l'ordinador. O sigui, mentre que ella està desperta bé, però a l'hora que ella es va a dormir o l'apago o apago les llums i m'espero a que se'n vagi a dormir i llavors el torno a engegar.*

2.4. Coneixements dels pares quant a Internet

Els nois i noies només reconeixen que uns quants pares i mares dominen els recursos de la xarxa i informàtics en general. El conjunt de pares i mares dels joves d'aquests grups es troben en edats compreses entre els quaranta i els seixanta anys i la majoria no s'han preocupat de formar-se en temes relacionats amb Internet.

Noi 3, Tarragona, ESO: *És que diuen: -el "Fibuk", i diuen així i no s'enteren...*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *Hem de fer de profes nosaltres.*

Noia 2, Barcelona, Batxillerat: *Mi madre es una experta con el móvil, es que... el ordenador ni lo toca.*

Noia 3, Girona, Batxillerat: *No en saben i no en tenen interès. Ells tele i ja està.*

Les noies i nois es troben en una posició privilegiada on, apart de poder fer i desfer, es veuen en l'obligació de respondre a les demandes dels adults quan aquests volen accedir als continguts de la xarxa; els hi baixen música i pel·lícules, els hi posen programes online...

Noi 3, Girona, Batxillerat: *El meu pare no ho sap molt fer-ho i sempre m'ho diu a mi que li faci o que li prepari el CD. Li faig jo.*

Noia 2, Tarragona, Batxillerat: *Si jo li poso la pàgina i potser està planxant i jo li poso el play... I quan s'acaba em diu: - s'ha acabat, i llavors jo li trec.*

RESUM

Quan els joves diuen que “van a l'ordinador”, en general es refereixen a que es connecten a la xarxa. Interactuar a una xarxa social (sobretot a Facebook) esdevé gairebé sempre una acció automàtica i rutinària que els entreté sovint durant hores.

D'altra banda, la xarxa social online és un complement de la vida offline, com demostra el fet els joves usen Facebook per a continuar o complementar les converses que s'han establert cara a cara.

L'ús de xarxes socials està interrelacionat amb la resta de mitjans audiovisuals en la mesura que aquests poden ser enllaçats a la xarxa.

Internet es percep com un espai de llibertat, en el que afecten menys les normes de control.

3. Els telèfons mòbils i les tecnologies de la ubiqüitat

La telefonia mòbil és una tecnologia adoptada per la pràctica totalitat de la població, en conseqüència, els nois i noies viuen amb tota normalitat la presència i l'ús de mòbils en la seva vida quotidiana, així com el conjunt de fenòmens derivats que envolten aquest ús.

3.1. Els usos del mòbil

Fa dos anys, en la nostra investigació “Tranformemos l'oci digital” vam poder constatar que el mòbil era utilitzat pels joves com una eina multiusos orientada a l'oci i la socialització dels joves. A aquest ús característic ho vam denominar ús Teen (ús adolescent) i ho enfrontem a un altre ús l'existència del qual era evident: l'ús orientat al control (ja fora per part dels pares cap a ells, o d'ells cap als seus companys). El concepte d'ús teen feia referència a tots aquells usos relacionats amb les característiques del mòbil com a reproductor i emmagatzemador de música i fotografies o amb les seves capacitats de connectivitat sense càrrec econòmic (com el bluetooth). D'altra banda, l'ús orientat al control feia referència a tot allò per el que se suposa que el mòbil servia en principi, és a dir, la seva capacitat de realitzar trucades i enviar i rebre missatges de text.

Dos anys després, aquesta diferència d'usos no es percep en les converses entre joves. Dels grups d'enfocament es desprenen dades que indiquen que els discursos sobre el control han deixat de ser un tema important en la percepció dels joves sobre les seves relacions amb el mòbil. Això no significa, per descomptat, que els pares hagin deixat de controlar als seus fills mitjançant el mòbil, sinó, simplement, que aquest assumpte ha deixat de ser un dels primers temes de discussió entre joves.

L'ús teen és, per tant, l'ús general del mòbil adaptat a les característiques de l'etapa evolutiva dels joves

En referència a les relacions de la tecnologia mòbil amb altres mitjans audiovisuals, el primer aspecte tractat en els grups de joves va ser l'ús del mòbil com accés a la xarxa.

En aquest sentit, quan s'observa quina mena de telefonia mòbil consumeixen els nois i noies, ens trobem una clara diferència entre els alumnes de disset/divuit anys i els de tretze/catorze. Els grans, alumnes de Batxillerat, acostumen a tenir en els seus mòbils el servei 3G que permet accedir a Internet en qualsevol lloc. En canvi els més joves, alumnes d'ESO, com a molt es poden connectar a la xarxa amb els seus telèfons mitjançant el servei WiFi que hi ha només a certs espais. Es pot dir que es dona una mena de millora en la connexió a la xarxa amb l'edat.

Malgrat aquesta carència entre els més joves dels grups de discussió, aquests s'espavilen per accedir als serveis que desitgen renovant els seus aparells o directament agafant els dels seus pares o mares.

Noi 1, Girona, ESO: *Aquest [El treu de la bossa] Està una mica petat ja. M'espero... me'n vaig amb punts i tot això al febrer i m'espero a canviar-me a divuit mesos a quan s'acabi l'estiu més o menys em podré canviar de companyia i agafar-me un Galaxy o algun així.*

Noi 1, Lleida, ESO: *Jo tinc un Nokia molt lleig, però molt. No, però encara utilitzo l'iPhone de ma mare o la Blackberry de ma mare.*

Algú afirma mirar televisió pel mòbil però no és un fet generalitzat en aquests grups. Diuen que prefereixen fer-ho amb l'ordinador i fins i tot una noia es queixa que és dolent per la vista.

Noia 2, Barcelona, Batxillerat: *Sí, porque hay una aplicación que puedes ver la tele de tu país, la de aquí, las de otros países. Todas las series te las cogen ahí.*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *Jo a la nit potser a vegades em porto el mòbil i em poso una sèrie...*

Investigador: *Quan creieu que més o menys consumiu audiovisual amb el telèfon, al matí i a la tarda quan esteu amb...? Hi ha algun moment que...?*

Noia 2, Barcelona, Batxillerat: *Tarda i nit.*

Noia 3, Barcelona, Batxillerat: *Tarda.*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *Moments lliures, quan estàs en el metro...*

3.2. El mòbil com aparell per fer fotografies i vídeos

L'activitat més estesa en relació a la xarxa dins del mòbil és la de "pujar" imatges ja siguin fotogràfiques o de vídeo. Com els aparells de mòbils gairebé sempre tenen la funció de gravar imatges es dóna una comunicació quasi lògica entre registrar imatges i introduir-les a Internet.

Noi 1, Barcelona, ESO: *Si jo per exemple, estàs amb els amics i passa una cosa que fa gracia que és bona idea recordar-lo perquè... Després ho penges a Facebook i veus els comentaris i tot... Llavors sí que ho gravo amb el mòbil, si no utilitzo la càmera.*

Tot i això, en un dels grup es va parlar críticament de l'absurditat i dels interessos narcisistes que hi pot haver darrera d'aquesta fal·lera per penjar imatges a la xarxa.

Noia 2, Tarragona, ESO: *Jo tinc una amiga que té una Blackberry i sempre l'agafó i allí hi ha quaranta-mil vídeos, quaranta-mil fotos... Hi ha gent que al moment ja les penja però clar, o sigui, les tens allà guardades... Hi ha gent que penja fotos de tot el que fa de tot, tot, tot, fins i tot de lo que menja per dinar i això tampoc cal.*

Noia 1, Lleida, ESO: *Llavors és com si la gent necessita que tothom s'enteri del que estàs fent, de que t'ho estàs passant superbé i ho has de dir.*

Noia 2, Tarragona, ESO: *Hi ha molta gent que penja fotos quan queda per semblar que és popular.*

Noia 1, Barcelona, Batxillerat: *Si passa alguna cosa graciosa, llavors: tick! [Tots riuen].*

Noi 2, Barcelona, ESO: *Algun vídeo així graciós. Els amics ens els passem entres natros i a vegades els pengem. I de fotos igual... ens passem entres natros i...*

Tot això implica noves problemàtiques en l'àmbit de la intimitat de les persones que queden registrades en aquestes fotografies o vídeos. En tots el grups de discussió es comenten casos, encara que poc preocupants, en que ha hagut reclamacions quant a la publicació en la xarxa d'imatges no desitjades perquè afectaven a la seva intimitat. Ells mateixos han expressat que no els hi agrada "sortir malament" a les fotografies i que, per tant, comprenen que altres es queixin encara que la publicació d'imatges no es faci de mala fe.

Noia 1, Barcelona, ESO: *Per exemple que et da ràbia que et facin una foto i que ho pugin al Facebook i que després no ho vulguin esborrar. Perquè tu el pots denunciar però si ell no vol pues no...*

Noia 3, Lleida, Batxillerat: *Jo... les fotos que sí que de vegades han dit: -no surto bé o no m'agrada però tampoc... Però de vegades sí que vaig tenir un cas que una persona va penjar fotos meves que jo... a veure no eren res però simplement no m'agradaven...*

Noia 3, Girona, Batxillerat: *Que no és el mateix que et facin una foto aquí a l'escola i que algú... no sé... te la faci, que estiguis de festa i la gent comenci a tirar fotos. No és el mateix la situació... Depèn de quines fotos...s'ha de vigilar.*

3.3. Veus que discrepen

El fet que es tractarà en aquest epígraf té la seva significació no perquè la proporció de joves sigui important si no perquè només s'ha pogut veure en el cas dels telèfons mòbils i no pas en d'altres tecnologies. El tema és la negativa a fer servir el mòbil anant en contra de l'aclaparador fer de la nostra societat actual.

En dos dels grups focalitzats han aparegut veus que defensaven no tenir o no dur a sobre telèfon mòbil. Les seves raons tenen a veure amb la llibertat de decidir el que es vol fer i no actuar amb gregarisme. Ells no veuen les millores que poden aportar els mòbils sinó la dependència resultant.

Noia 2, Lleida, Batxillerat: *Jo fa setmanes que no porto el mòbil, perquè no sé, no el vull portar.*

Investigador: *Perquè?*

Noia 2, Lleida, Batxillerat: *No sé perquè és com si... veig a tothom que porta el mòbil i que està com enganxat al mòbil i dic no tinguis mòbil no tinguis Internet, no tinguis res...*

Noi 3, Tarragona, Batxillerat: *A mi si em robéssim el mòbil em farien un favor. [Tots riuen]. És que no serveix per res, no té res...*

Noi 1, Tarragona, Batxillerat: *Jo amb el mòbil com que tampoc... El meu mòbil no dóna... Fa com tres setmanes que el tinc sense bateria i tampoc el carrego. No el faig anar i passarà el dia que hagi de trucar amb algú i...*

RESUM

Els joves utilitzen poc el mòbil per al consum de productes audiovisuals ofertats per operadors comercials.

L'ús prioritari relacionat amb l'audiovisual és la gravació i publicació dels seus vídeos autoproduïts.

Els joves són conscients de les friccions entre el seu ús del mòbil i la privacitat.

4. El consum de cinema i les alternatives a les sales

En una anàlisi de la relació dels joves amb la cultura i el consum audiovisual no pot faltar uns apunts sobre la seva relació amb el cinema entès de la forma tradicional. Encara que és habitual sentir dir que “les sales estan buides”, la majoria de les noies i nois dels grups estudiats afirmen anar força vegades al cinema. En aquest sentit sembla evident que el cinema continua sent un fet social juvenil. Alguns joves sí que manifesten que ho fan només un o dos cops l’any, però la resta puja la mitja notablement.

4.1. Raons per anar (o no) al cine

Pel que fa als que no acostumen a anar-hi, els arguments són diversos. Podem detectar una marcada sensibilitat a l’elevat preu de les entrades o una manca d’interès en l’experiència d’anar al cinema en si, que es veu com una cosa del passat. Tanmateix, els que no hi van per sistema fan una excepció en aquest consum quan es produeix una estrena que es considerarà un esdeveniment important.

Noia 2, Lleida, Batxillerat: *Jo l’any passat vaig anar sol un cop al cine. (...) I aquest any no sé si hi aniré.*

Noi 2, Girona, Batxillerat: *Jo molt de tant en tant. Dos o tres vegades l’any.*

Noia 1, Girona, Batxillerat: *Jo l’última vegada va ser per Nadal, però feia un any... Vaig molt de tant en tant.*

Noi 1, Lleida, ESO: *Jo no hi vaig quasi mai al cine i si vaig és per algun cumple o per veure algun estreno així quan diuen d’anar a “Crepúsculo” doncs anem però farà tres mesos que no hi vaig pues al cine i no...*

Els i elles defensen que van al cinema quan la pel·lícula els interessa i no per complir una rutina. Mentre que quan eren més nens anaven amb la família, ara a l’edat d’anar a l’institut ha derivat molt més a un afer d’amics i companys deixant als familiars una mica de

banda. Les relacions d'amistat es tornen preferents i també s'accentuen les diferències en els gustos pel que respecta al tema o al gènere.

Noia 1, Lleida, Batxillerat: *Jo, un o dos al mes sí que vaig... És que m'agrada molt.*

Investigador: *Les pel·lícules t'agraden al cine.*

Noia 1, Lleida, Batxillerat: *Sí, sí.*

Noi 1, Girona, Batxillerat: *Sí, això m'agrada molt. Casi cada mes vaig un cop a vegades. Amb els amics o amb el meu cosí, depèn.*

Noi 2, Lleida, ESO: *Amb els amics moltes vegades. Per celebrar un aniversari o algo anem amb els amics a veure una pel·lícula i a vegades amb la família, la cosina me porta i anem. Però amb els meus pares no acostumo a anar moltes vegades perquè el cine no els hi fa molta gràcia. Això ma germana sí que va amb les seves amigues. Però jo acostumo a anar amb els amics sempre.*

Com dèiem, els nois i noies que no assisteixen a sales de cinema per un costat sembla que no valoren el fet de la sociabilitat que es dona, però per un altre costat busquen un estalvi econòmic. En dues ocasions fan esment de l'elevat preu de les entrades i encara més si la família és nombrosa. Mes el gran raonament gira entorn de la facilitat i comoditat de descarregar-se pel·lícules des d'Internet només a canvi d'esperar el temps necessari per a que aparegui publicat a la xarxa. En aquest darrer cas la sociabilitat torna en forma de reunió d'amics i amigues a casa d'un d'ells per veure-les.

Noia 2, Tarragona, ESO: *És que pagar... És que és molt car el cinema. Nosaltres són cinc, set euros l'entrada: set per cinc...*

Noi 3, Tarragona, ESO: *Pots esperar dues setmanes i ja està per descarregar-te-la en alta definició.*

Altra opció que es vol reflectir en aquest epígraf es la del lloguer de pel·lícules en els videoclubs. En parlem aquí i no al capítol televisiu perquè es pot entendre que el fenomen videoclub ha afectat més al cinema a les sales que al consum en general de televisió.

Només uns pocs dels joves d'aquests vuit grups afirmen utilitzar els serveis dels videoclubs. La resta, a part de no llogar films, consideren els videoclubs com quelcom caduc que pertany a la seva infantesa. Es a dir, un producte inútil en una època en que pots accedir a les produccions cinematogràfiques còmodament des de l'ordinador a casa.

Noi 2, Lleida, ESO: *Antigament sí. Quan era molt petit sí anàvem a llogar pel·lícules a un que teníem al cantó de casa. Però potser ja fa deu anys que res.*

Noi 1, Girona, Batxillerat: *Perquè si la puc mirar per Internet... prefereixo això que no anar allà [al videoclub] i pagar lo que sigui per mirar una pel·lícula i tornar-la, saps?*

Es percep que mentre que el cinema a les seves sales encara té un sentit, el lloguer a videoclubs pertany definitivament a un altre temps.

Noi 1, Barcelona, ESO: *Videoclub no. Jo el veig... jo veig millor el cinema perquè el trobo més... o sigues, el trobo millor lloc, saps? per veure una pel·lícula, et sents més com allà. Llavors, si tu has d'alquilar una pel·lícula al videoclub per això et tragues el Peliculón" d'Antena 3 perquè molt millor no és.*

RESUM

El cinema continua sent per a la majoria una experiència social, tot i que l'elevat preu es percebut com un impediment per a la normalització del consum.

Com a alternativa a les sales de cinema apareix el visionat en grup de pel·lícules descarregades d'Internet. El lloguer de pel·lícules a videoclubs ha desaparegut de la vida quotidiana dels joves.

5. Videojocs

Una de les característiques de l'evolució de l'entreteniment digital interactiu es el seu desenvolupament en nombroses plataformes. En el seu origen, els videojocs a les llars el constituïen consoles que es connectaven als televisors. Des de fa un temps, però, també es disposa de consoles portàtils i a més es pot jugar sense consola amb l'ordinador ja sigui com a PC o online per Internet.

Aquesta diversitat de formats queda palesa en el recompte que fan els joves dels grups focalitzats, els quals acumulen cada un més d'un tipus. De fet, de les modalitats de videojocs esmentades, les noies i nois dels nostres grups de discussió en fan ús de totes. Encara que la que més predomina és la consola per televisió també tenen, i normalment a la vegada, consoles portàtils i jocs per ordinador i Internet. Les consoles per televisor són la PlayStation de Sony, l'X-Box de Microsoft i la Nintendo Wii i entre les portàtils la Nintendo DS.

Noi 1, Lleida, ESO: *Jo tinc la Play 2, dos Wii i moltes Nintendos: dos grans i les antigues primeres que van fer dos d'aquelles totxo...*

Encara que durant les converses dels grups focalitzats no s'ha aprofundit massa, es pot apuntar que el preu de les consoles i sobretot dels jocs que s'adquireixen per separat els hi sembla excessiu. Una manera d'actuar davant d'això és "piratejant" la consola i/o els jocs o jugar a la xarxa.

Investigador: *Teniu piratejada la consola?*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *Jo sí, jo la vaig piratejar i per això vaig perdre la garantia.*

Investigador: *Quina...?*

Noi 1, Barcelona, Batxillerat: *La X-box. I l'ordinador tot pirata.*

També és destacable veure que força noies no tenen ni juguen amb videojocs o com a molt juguen amb les d'altres amigues. És més, les noies que sí que en tenen de consola semblen preferir la Wii que la resta, és a dir, juguen més amb les que impliquen activitat corporal per part dels jugadors.

Noia 3, Tarragona, ESO: *Bueno a les Play són més tema mon germà i la Wii és més meva. Quan la vaig tenir l'estiu passat jugàvem quasi cada dia ell i jo sense barallar-nos...*

Com vam detectar en la nostra recerca prèvia "Transformemos el ocio digital", el consum de videojocs en joves baixa durant el període comprés entre els 16 i 18 anys, cosa que sembla molt directament vinculada amb el major esforç que els joves dediquen als seus estudis de Batxillerat. En els grups d'aquest nivell formatiu, els joves declaren no tenir interès pels videojocs adduint que és perquè s'han fet grans.

Investigador: *Jugàveu abans?*

Noi 2, Girona, Batxillerat: *Sí, sí.*

...

Investigador: *I què va passar?*

Noi 3, Girona, Batxillerat: *La juventud.*

Noi 1, Girona, Batxillerat: *Ens anem fent grans i ja no...*

5.1. Control i autocontrol

Després de la televisió i d'Internet, els videojocs també són objecte d'un cert control per part de pares i mares. Els videojocs són un element més a afegir al conjunt dels recursos amb els que els joves operen mitjançant l'ordinador o la televisió. El control aquí es polaritza en la limitació del temps d'ús i en qualsevol cas en les restriccions nocturnes. La pressió paterna sobre els seus fills en relació als videojocs és, diríem, igual de dèbil que en els altres dos mitjans ja esmentats. Igualment el nois i noies adopten les mateixes tàctiques per defugir-ne el control com s'han assenyalat abans.

Noi 2, Barcelona, Batxillerat: *Lo que passa a vegades es que em quedo a les tres, quatre de la nit jugant i parlo amb el micròfon i la meva mare: -Què fas? Què fas?...*

Noi 1, Lleida, Batxillerat: *De fet no puc tocar l'ordinador si no ho he acabat tot ni res. I sols puc tocar la "Play" el cap de setmana si ho he acabat tot.*

Noi 2, Lleida, Batxillerat: *Jo de norma general així de no tocar no hi tinc cap, però sempre amb coneixement. Els meus pares ja ho sabem que primer me comprometo a estudiar i sempre faig primer lo que toca i después si tinc un rato pues...*

Noi 2, Lleida, Batxillerat: *No, ja te dic que jo només jugo dissabte i diumenge. Hi jugo, per exemple, al matí jugo una mica, después faig els deures, después surto amb els amics a no sé on i después torno a jugar.*

Investigador: *Jugues a ratets? No t'has passat allò quatre, cinc o sis hores seguides sense dormir...?*

Noi 2, Lleida, Batxillerat: *El màxim que m'he passat és potser una hora i mitja.*

RESUM

Tot i que, òbviament, hi ha joves que juguen en sessions llargues i tot sols, la forma més comuna d'ús dels videojocs entre els joves és social i en estones curtes.

6. Altres apunts generals sobre Televisió, Internet i dieta mediàtica dels joves

Algunes de les conclusions a les que arribem a partir de l'estudi dels grups de discussió és que el consum audiovisual dels joves es basa en bona part en la superposicions i inclusions de mitjans i continguts. Les relacions més habituals que els mateixos joves han anat exposant en els grups focalitzats són les següents:

Televisió/Internet. Ha quedat ben palès que la xarxa està operant com a continent dels continguts que tradicional es consumíem per mitjà dels televisors. Els nois i noies deixen clar que miren televisió per Internet. Això està alterant les formes de consumir productes televisius, afectant els costums de les famílies al respecte, sigui per la ubicació i la companyia, sigui pel control patern.

Cinema/Internet. La producció cinematogràfica, sense haver deixat de banda l'exhibició fílmica a les sales, a més de portar varies dècades exposant-se per televisió i vídeo, ha passat a esdevenir un contingut per Internet. Els joves dels grups de discussió veuen la web com una font gratuïta de pel·lícules que es poden descarregar o veure online. El fet social d'anar al cinema està en declivi i en part es supleix reunint-se els amics o la família per veure els films a casa. Aquest efecte és el que ha fet davallar el lloguer de pel·lícules als videoclubs.

Mòbils/Internet. L'accés a Internet a través dels telèfons mòbils és un fet cada cop més estès entre els joves. Mentre que els nois i noies de disset a divuit anys gaudeixen de servei 3G que els permet una connexió contínua amb la xarxa, els de tretze i catorze es connecten per WiFi que és més limitat. Els mòbils, en la seva faceta de càmeres fotogràfiques o de vídeo, també esdevenen generadors de continguts que després són penjats a les xarxes socials com Facebook, Youtube o Messenger.

Videojocs/Internet i televisió. El consum de videojocs que fan les noies i nois dels grups focalitzats es dona preferentment amb consoles per televisió com la PlayStation o la Wii. Uns pocs, sempre nois, participen en jocs a Internet que de vegades implica interactuar amb jugadors d'altres indrets del món. En aquest darrer cas el joc es mundialitza com passa amb les xarxes socials.

RESUM

Internet és la plataforma tecnològica on s'involucren els múltiples continguts audiovisuals que interessen als joves: programació televisiva, pel·lícules de cinema, fotografies i vídeos domèstics i videojocs. Encara que la televisió com a mitjà té acceptació, és evident a partir del que diuen els joves, que el consum audiovisual passa inevitablement per la xarxa.

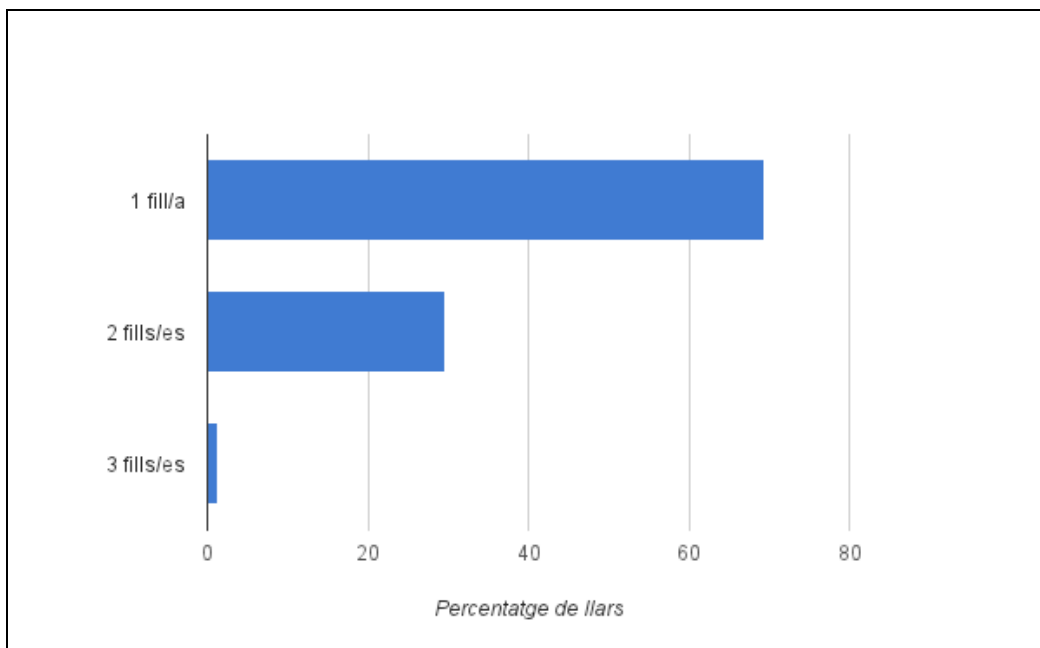
II. Segona part: Resultats i discussió de la fase quantitativa de la recerca. Audiovisual i família

1. Dades sociodemogràfiques bàsiques

L'estudi opera a partir de 257 enquestes obtingudes, les quals han estat contestades per pares o mares. En el 69,3% de les llars hi ha només un únic fill o filla amb una edat compresa entre els 13 i els 18 anys (ambdues incloses). Les llars on hi ha dos joves entre aquestes edats es redueixen al 29,6%. Finalment, les llars amb tres fills o filles en aquestes edats són únicament 3, és a dir, l'1,2% del total de llars enquestades. Aquesta distribució ens ha fet prendre una primera decisió metodològica, que ha estat prescindir de les respostes a les preguntes fetes per al 3er fill/a, per raons òbvies de nul·la representativitat.

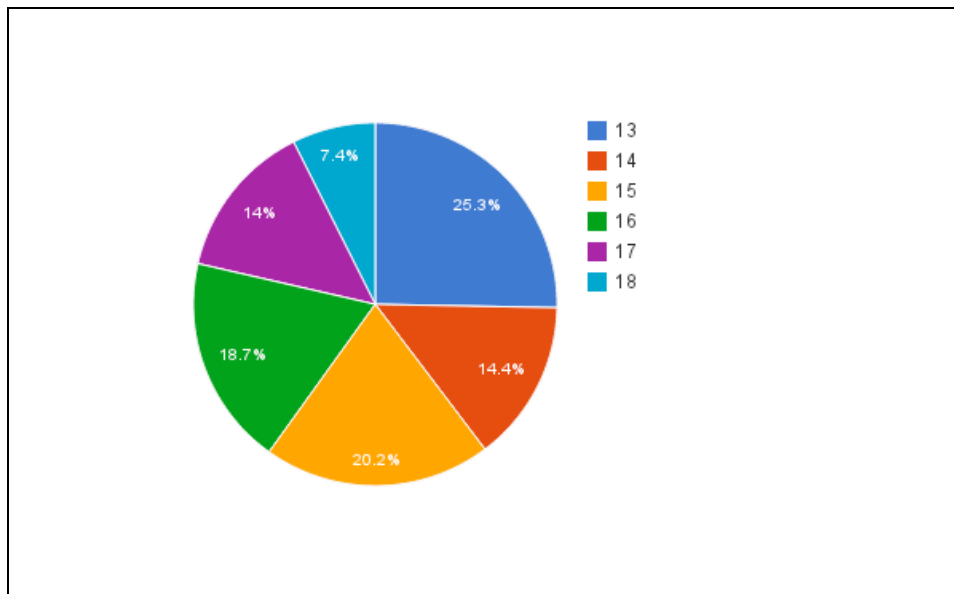
Gràfic 2: Nombre de fills per llar amb edats entre 13 i 18 anys

Font: Elaboració pròpia



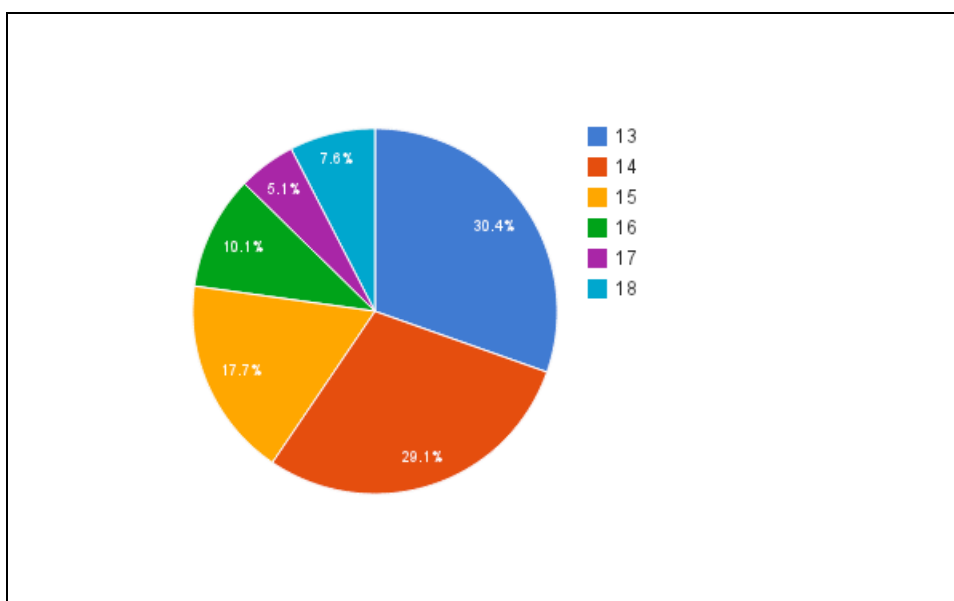
La distribució per edats del primer fill/a és força equilibrada, excepció feta dels 18 anys d'edat, ja que només es dona en 19 casos, i per tant en el 7,4% de les llars. Al seu torn, hi ha un 25,3% de llars que tenen un fill o filla de 13 anys. La resta de les edats, entre 14 i 17 anys, es mouen entre un pes específic del 14% al 20% de llars.

Gràfic 2: Distribució de les edats del primer fill/a.
Font: Elaboració pròpia



Quan es demana pel segon fill/a entre les edats indicades, en gairebé un 60% de les llars que responen per dos fills, aquest segon fill/a té 13 ó 14 anys. En canvi, en la franja d'edats entre 15 i 17 anys trobem un 33% de les llars (quan els primers fills/es entre 15 i 17 anys era el cas del 53% de les llars). Curiosament, els segons fills/es de 18 anys es mantenen en el 7%, idènticament a la proporció dels primers fills/es.

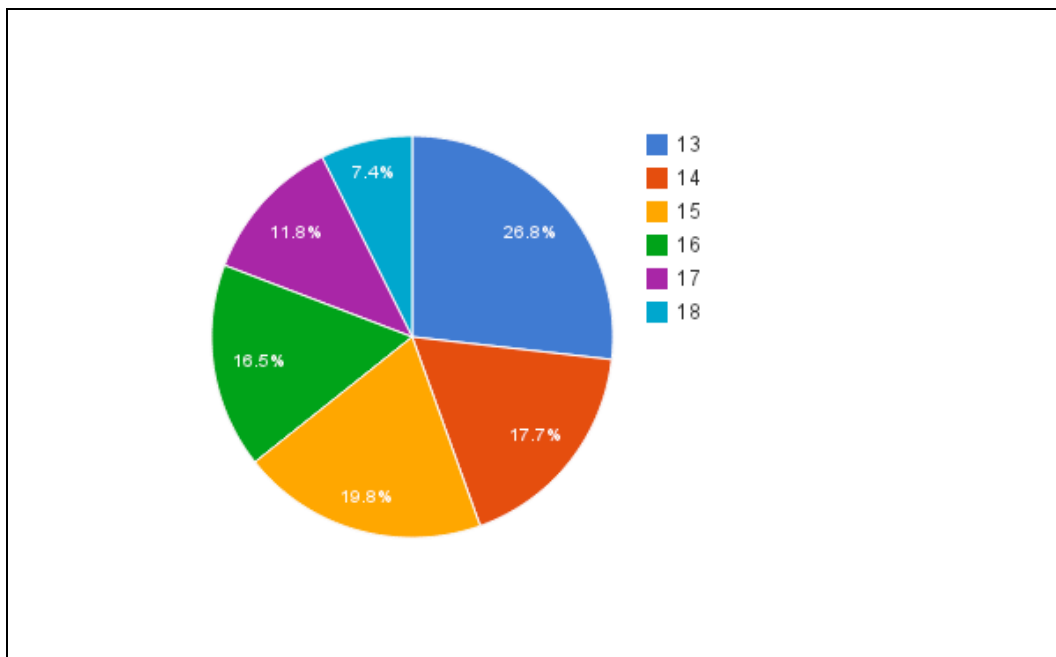
Gràfic 3: Distribució de les edats del segon fill/a.
Font: Elaboració pròpia



La dada pot tenir la seva rellevància, perquè en l'agregat dels fills/es hi ha una asimetria cap a les edats més curtes. Així, en les llars enquestades la presència dels fills/es de 13 anys és del 26,8% del total d'adolescents considerats (incloent els 3 casos de llars amb 3 fills entre les edats indicades). Després, la franja central, entre 14 i 16 anys, representa entre un 16 i un 20%, i finalment els i les adolescents de 17 anys són l'11,8%, pel 7,4% dels 18 anys.

Gràfic 4: Distribució global de les edats en les llars enquestades.

Font: Elaboració pròpia



Cal tenir en compte aquesta dada, ja que el fet que hi hagi més efectius en les edats baixes que no en les edats altes pot ser un factor que condicioni el tipus de resposta que es dona als usos (i sobretot als límits) dels mitjans.

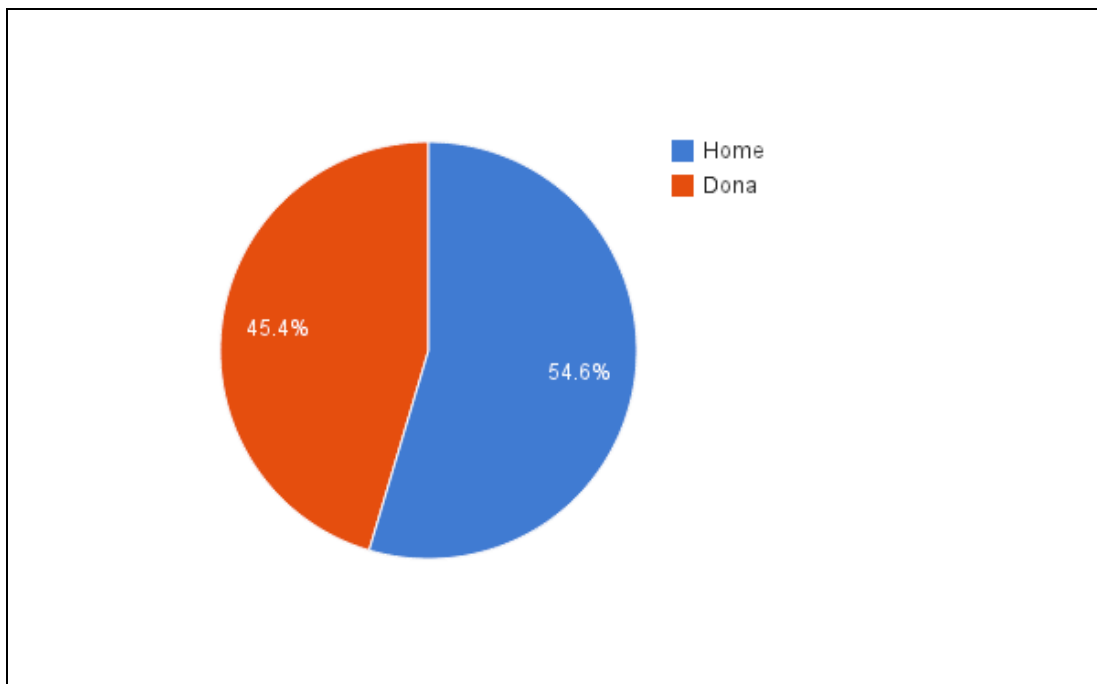
El que en canvi esdevé un element irrellevant és la hipotètica distinció de tracte entre el primer i el segon fill/a esmentats. Aquesta distinció se sol donar en alguns casos quan es parla de límits i es donen edats extremes (per exemple, un adolescent de 18 anys i un de 13), però en la immensa majoria dels casos les mateixes pautes que s'apliquen per a un fill, s'apliquen també per a l'altre.

En relació al sexe dels adolescents, en el conjunt dels primers, segons i tercers fills/es hi ha una sobre representació masculina, ja que el total de nois és de 185 per 154 noies. És a dir,

que els nois representen el 54,6% del total, mentre que les noies són el 45,4% restant. Tot i amb això, el desequilibri no és en absolut determinant de cap distorsió, en especial perquè hi ha realment molt poc diferencial de tracte per part dels pares i mares en funció del sexe dels fills.

Gràfic 5: Distribució per sexe dels adolescents en les llars enquestades.

Font: Elaboració pròpia



D'altra banda, tampoc no hi ha diferències estadísticament significatives en la distribució de nois i noies per a cada edat concreta.

2. Límits al consum televisiu

2.1. Prelació dels límits i grau de normativitat parental

En 155 de les 257 llars enquestades es posa algun límit al visionat de la televisió per part dels fills/es. Per tant, les normes limitadores abasten el 60,3% de les llars, mentre que en el 39,7% restant no hi ha cap norma explícita al respecte.

Això fa que el fenomen més estès sigui la llar sense cap mena de límit, per davant de les llars que limiten les franges horàries (38,1%), les que condicionen els continguts que hom pot veure a la televisió (37,7%), les que fixen el lloc on es pot mirar el televisor (29,6%), i les que limiten el temps de visionat de la televisió (25,3%).

Taula 1: Límits parentals al visionat de la televisió pels fills/es.

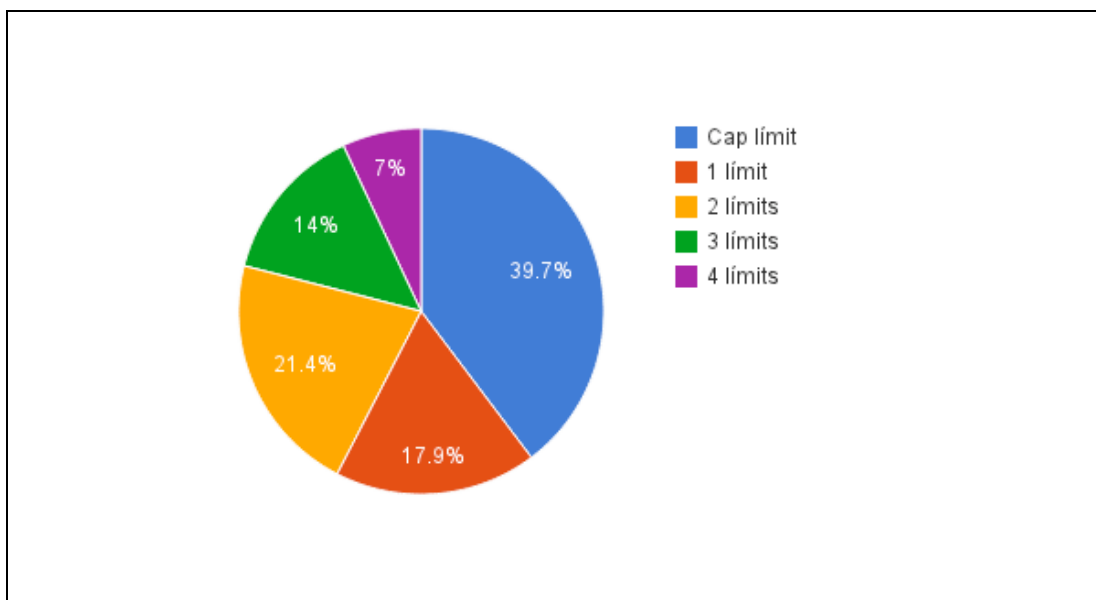
Tipus de límit	% sobre el total de llars	% sobre llars amb límits
Cap límit	39,70%	-
Franges horàries	38,10%	63,23%
Continguts permesos	37,70%	62,58%
Lloc on mirar la tele	29,60%	49,03%
Límit de temps	25,30%	41,94%
Total llars amb límits	60,30%	-

Tot i amb això, d'entre les llars limitadores, podem veure com les normes més prevalents afecten sobretot a les franges horàries en què els i les adolescents poden veure la televisió, així com als continguts permesos (de fet, ambdós fenòmens solen anar correlacionats), ja que prop de dues terceres parts de les llars que fixen límits condicionen o bé la franja horària, o bé els continguts, o bé ambdós aspectes. A certa distància queda el condicionament del lloc des d'on es pot mirar la televisió, tot i que gairebé la meitat de les llars limitadores fixen aquest límit. En canvi, la limitació del temps de visionat de la televisió és el límit menys prevalent, ja que només abasta al 42% de les llars limitadores, cosa que ho redueix –com hem vist abans– a només una quarta part del total de llars enquestades.

En qualsevol cas, la tendència –en línies generals– continua apuntant a una normativitat laxa. Al prop del 40% de llars sense cap límit explícit cal afegir un 18% de llars on es marca un dels límits esmentats, però només un. Amb una normativitat més moderada trobem el 21% de llars que marca 2 límits, i a partir d'aquí es redueix el percentatge de llars a mesura que augmenta el nombre de límits imposats per pares i mares (les llars amb 3 dels 4 límits suggerits baixen al 14%, i les que limiten tant franja, com continguts, com lloc i temps són únicament el 7%).

Gràfic 6: Nombre de límits parentals a la televisió marcats a les llars.

Font: Elaboració pròpia



2.2. L'edat com a factor de protecció parental

Tanmateix, la distribució dels límits canvia força en funció de l'edat dels adolescents. D'entre les edats considerades en l'estudi, detectem 3 franges d'edat clau: l'edat de màxima normativització, entre els 13 i els 14 anys; una edat de normativització moderada, entre els 15 i els 17 anys; i finalment, una edat de baixa o nul·la normativització, coincidint amb la majoria d'edat legal dels 18 anys.

Taula 2: Prevalença dels límits parentals al consum televisiu, segons franja d'edat.

Tipus de límit	De 13 a 14 anys	De 15 a 17 anys	Als 18 anys
Continguts permesos	53,9%	30,9%	0%
Franges horàries	48%	33,8%	15,8%
Límit de temps	33,3%	22,1%	5,3%
Lloc on mirar la tele	30,4%	30,9%	15,8%

La prevalença normativa és doblement condicionada per dos factors, que són el ja esmentat de la franja d'edat i també el tipus de límit. Amb uns pares i mares que semblen més sensibilitzats pels continguts, tant els continguts específics com les franges horàries esdevenen elements prioritaris de control, en especial quan es tracta d'adolescents d'entre 13 i 14 anys. En aquest cas, per exemple, veiem com quasi el 54% de les llars enquestades amb adolescents d'aquestes edats limiten els continguts, mentre que en el 48% de les mateixes es limiten les franges horàries. Aquest escenari que podríem anomenar d'alta normativització es relaxa força quan els adolescents tenen entre 15 i 17 anys, és a dir, en l'etapa intermèdia de l'adolescència. En aquest cas, la normativització esdevé moderada, però ja només afecta al voltant d'una tercera part de les llars, tant pel que fa a continguts com pel que fa a franges horàries. Curiosament, als 18 anys la normativització de les franges horàries esdevé baixa (no arriba al 16%), però en el cas dels continguts esdevé fins i tot nul·la, ja que cap llar marca límits de continguts als fills/es que ja tenen la majoria d'edat legal.

Les preocupacions parentals relatives al temps de visionat de la televisió parteixen d'una normativització moderada als 13-14 anys (una tercera part de les llars), per evolucionar cap a una normativitat substancialment més baixa entre els 15-17 anys (només un 22% de les llars) i ja una normativitat pràcticament testimonial quan es tracta de fills/es de 18 anys (5% de les llars).

En canvi, la normativització dels llocs on es pot mirar la televisió presenta una evolució diferent. Parteix també d'una normativitat moderada (del voltant del 30% de prevalença en les llars), però el fet distintiu és que aquesta normativitat es manté des dels 13 als 17 anys. Només canvia quan s'arriba als 18 anys, on es converteix en una normativitat baixa, afectant només al 15,8% de les llars.

Diverses són les conclusions a les quals arribem en base a aquestes dades. En primer lloc, resulta evident que el que més preocupa els pares i mares són els possibles continguts inadequats –ja sigui per raó de la franja horària en què es troben, o pel contingut específic en si mateix– que puguin veure els seus fills/es a la televisió, quan aquests fills/es estan en la primera etapa de l'adolescència (13-14 anys). Cal suposar que a mesura que l'edat dels fills/es disminueixi, més s'incrementarà la preocupació dels pares i mares per l'accés que puguin tenir els seus fills/es a determinats continguts. Malgrat això, també cal destacar que només la meitat de les llars amb menors d'entre 13 i 14 anys declaren establir estratègies de protecció envers els continguts de la televisió.

La preocupació pels continguts es va reduint a mesura que l'adolescent té més edat, però roman prou significativament fins els 17 anys d'edat. La reducció pràcticament definitiva esdevé quan l'adolescent arriba a la majoria d'edat.

Idèntica evolució presenten els límits de temps que l'adolescent dedica a veure la televisió. Previsiblement, en aquest punt la previsió provingui de la col·lisió de temps de dedicació a altres tasques que recauen sota la vigilància dels progenitors, com fer els deures, per exemple. Als 18 anys, com en el cas anterior, les cauteles cauen pràcticament en la seva totalitat, atorgant així de forma implícita una major autonomia (i caldria suposar que també una major responsabilitat) al propi jove.

En el cas dels llocs per a veure la televisió, que es mantingui una normativitat moderada durant tota la etapa anterior als 18 anys es pot explicar no ja en termes de protecció del menor (si fos així, seria esperable un repuntament en les edats més baixes, i no es dona), sinó en termes de manteniment d'una certa unitat convivencial a les llars. Tot i que no és descartable que sigui també una estratègia indirecta de control sobre els continguts visionats, ja que la normativa sobre ubicacions només s'entén com a obligació de veure la televisió en espais comuns. En aquest punt, altre cop la norma queda decisivament trencada per l'adveniment dels 18 anys.

Taula 3: Prevalença del lliure consum televisiu dels fills/es, segons franja d'edat.

	De 13 a 14 anys	De 15 a 17 anys	18 anys	Total
No tenim normes específiques	76,5%	53,7%	21,1%	60,3%

La importància del factor edat, segmentat en les franges primer de primera i segona adolescència, i després de majoria d'edat, s'evidencien en la taula de més amunt, on es mostra clarament com la inexistència de normes explícites es dóna cada cop més a mesura que les edats són majors. En concret, tenim dos escenaris contraposats: en la primera adolescència (13-14 anys), més de tres quartes parts de les llars posen límits al visionat de la televisió –ja hem vist que preferentment en allò que té a veure amb els continguts–; en canvi, en arribar a la majoria d'edat, ja només una cinquena part de les llars manté algun tipus de límit, en alguns casos matisat pel fet que també s'aplica per a possibles germans menors. En una posició intermèdia trobem les llars amb adolescents en l'etapa central (15-17 anys), ja que en aquest cas hi ha una divisió gairebé per la meitat (tot i que encara són més –quasi un 54%– les llars que posen límits) entre tenir normes o no tenir-ne.

2.3. La rellevància específica del factor gènere

Si l'edat esdevé un factor rellevant, en canvi la qüestió de gènere és demostra quasi irrellevant en la imposició de límits a les llars. Diem quasi irrellevant, perquè no ho és del tot. Efectivament, les distincions entre la prevalença dels límits parentals en funció de si el fill/a és noi o noia no són mai significatives –sigui quina sigui l'edat del noi o la noia– llevat d'un cas: quan el límit consisteix en un control i limitació del temps de visionat de la televisió. Si en 3 de cada 10 llars amb nois es limita el temps de visionat de la televisió, aquest mateix fenomen es dóna només en 1 de cada 5 llars amb noies. Per tant, la prevalença d'aquest límit s'incrementa en més d'un 33% quan es tracta de nois, envers les noies. I, com es pot veure en la taula de més avall, aquest diferencial esdevé significatiu en totes les edats, i s'incrementa a 12 punts de distància quan s'és menor d'edat.

Si el 39% de les llars amb nois entre 13 i 14 anys tenen limitació de temps, això es dona sols en el 27% de les llars amb noies de la mateixa edat. Igualment, el 27% de les llars amb nois de 15 a 17 anys tenen límits de temps, però entre les noies amb aquesta edat, les llars amb límits baixen a menys del 15%.

Taula 4: Prevalença dels límits de temps, segons gènere i edat.

	De 13 a 14 anys		De 15 a 17 anys		18 anys	
	Home	Dona	Home	Dona	Home	Dona
Límit de temps	39,2%	27,5%	26,8%	14,8%	8,3%	0%

Basant-nos novament en la hipòtesi de que l'excés de temps dedicat a la televisió preocupa els pares i mares en la mesura que va en detriment de temps per a l'estudi i altres obligacions de l'adolescent, caldria esperar que la típica major assumpció de responsabilitats acadèmiques per part de les noies (la dada ve avalada per totes les estadístiques sobre resultats acadèmics i qüestió de gènere) permet una major relaxació d'aquest control parental. Al seu torn, les conductes diferencials observades en la pràctica del lleure en els i les adolescents (amb la presència significativa d'un lleure més individual en el cas dels nois, i amb una major tendència a un lleure sociable en el cas de les noies), també ens permetrien contemplar la hipòtesi de que els pares i mares puguin haver detectat una necessitat mes gran de controlar el temps en els nois que no pas en les noies, de manera que aleshores el diferencial podria ser causat en part per aquesta major o menor conducta reactiva de pares i mares, en funció de les pautes de visionat de la televisió desenvolupades pels fills/es.

2.4. Els límits parentals a la televisió segons el nombre de fills a la llar

En la majoria dels controls, el fet ser llars amb 1 ó 2 fills no esdevé rellevant de cara a copsar diferències en les pautes de control parental. Com es pot veure en la següent taula, no hi ha diferències estadísticament significatives ni pel que fa a les franges horàries, ni al màxim de temps, ni als continguts. Tampoc n'hi ha en les llars que marquen cap límit específic. En canvi, es pot observar una diferència estadísticament significativa en les limitacions en el lloc on es pot veure la televisió és un límit parental que no s'aplica de la mateixa manera quan es tracta de llars amb 1 fill que quan es tenen 2 fills. Com podem

veure a la taula, mentre que només la quarta part (25,3%) de les llars amb 1 fill apliquen aquesta restricció, la norma es fa molt més prevalent en les llars amb 2 fills, ja que en aquestes la restricció opera en el quasi dues de cada cinc llars (39,2%). D'altra banda, el control de la taula fet a partir de la txi-quadrat indica que aquestes diferències de percentatges són estadísticament significatives ($p < 0.05$).

Taula 5: Control parental segons nombre de fills a la llar

Tipus de control	Nombre de fills a la llar		Significativitat estadística (txi-quadrat de Pearson) ($p < 0.05$)
	1	2	
Les franges horàries	38,8%	36,7%	0,745
Límit de temps total	24,2%	27,8%	0,530
Tipus de continguts	37,1%	39,2%	0,741
No tenim normes explícites	41,6%	35,4%	0,354
Lloc on es pot mirar la televisió	25,3%	39,2%	0,024 *

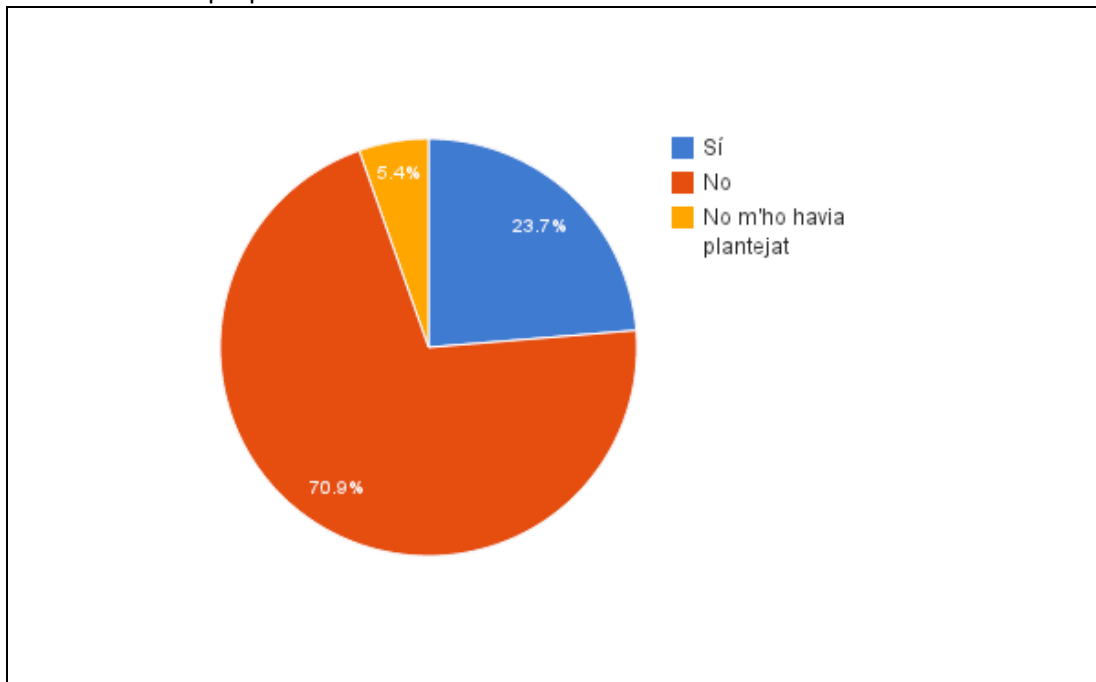
Es fa difícil establir una hipòtesi sobre el perquè hi ha un augment de normativa envers el lloc on es pot mirar la tele en les llars de 2 fills respecte de les d'1 fill. Entre altres coses perquè ens falten detalls sobre quin tipus de normativa s'aplica, és a dir, en quins llocs es pot veure la televisió i en quins no. De les dades de l'estudi qualitatiu es desprèn (tot i que la dada no té representativitat estadística) que en moltes llars hi ha 2 ó més televisors – entre els nois i noies participants del qualitatiu, això passava en prop de dos terços de les llars–, sovint la del menjador i una de caràcter “auxiliar”, que sol estar a la cuina o al dormitori dels pares. Aleshores, quan els fills són 2 ó més, cal suposar que augmenta la variabilitat sobre les preferències de programes, i és possible que això justifiqui establir un sistema pel qual els fills/es han d'emprar únicament la televisió secundària quan volen veure programes que no volen veure els pares o mares. Tindria, llavors, sentit establir més normes relatives al lloc on mirar la televisió en llars de 2 fills que en llars d'1 fill. Ara bé, aquesta hipòtesi no pot ser confirmada amb les dades disponibles, cosa que obre una possible línia d'exploració futura.

2.5. Internet i la sospita de transgressió dels límits parentals

Quan es pregunta als pares i mares enquestats si creuen que els seus fills/es cerquen a Internet els continguts que no se'ls permet mirar a la televisió a causa del control parental, prop d'una quarta part dels enquestats/des considera que sí.

Gràfic 7: Transgressió dels límits parentals a Internet per part dels fills/es.

Font: Elaboració pròpia



Novament, l'edat esdevé un factor rellevant que modula aquesta creença. Així, si es parla dels fills/es de 13 anys, només poc més del 10% dels pares i mares creu que els fills/es proven de transgredir la norma imposada per mitjà d'Internet. En canvi, la proporció d'aquesta creença quasi es multiplica per tres a partir dels 14 anys (noti's que en aquest cas l'edat frontera no es troba en els 15, sinó en els 14 anys). Quan els fills/es tenen entre 14 i 17 anys, el percentatge de pares i mares que creuen que els seus fills/es burlen les seves pròpies normes per Internet s'eleva al 28,9%. Al seu torn, en les llars amb fills/es de 18 anys la sospita es redueix al 21% dels casos, en bona part a causa de que l'eliminació de límits fa anacrònica la consideració.

És curiós també constatar com en adolescents de 13 anys una part de pares i mares equivalent al quasi 11% que sospita de la transgressió, declara que mai fins ara no s'havia plantejat la mateixa possibilitat d'una transgressió d'aquest tipus.

Taula 6: Transgressió dels límits parentals a Internet, per edat dels fills/es.

	13 anys	De 14 a 17 anys	18 anys	Total
Sí	10,8%	28,9%	21,1%	23,7%
No	78,5%	67,1%	78,9%	70,8%
No m'ho havia plantejat	10,8%	4%	0%	5,4%

Taula 7: Transgressió dels límits parentals a Internet, per edat i gènere dels fills/es.

	13 anys		De 14 a 17 anys		18 anys	
	Home	Dona	Home	Dona	Home	Dona
Sí	17,6%	3,2%	29,3%	28,4%	25%	14,3%
No	67,6%	90,3%	66,7%	67,6%	75%	85,7%
No m'ho havia plantejat	14,7%	6,5%	4%	4,1%	-	-

Val a dir que el factor gènere esdevé rellevant, però només si se'l combina amb el factor edat. Com podem veure en la taula anterior, el nivell de desconfiança de pares i mares envers els seus fills o filles és similar en les edats intermèdies (és a dir, entre els 14 i 17 anys, en aquest cas). En canvi, als 18 anys ja notem un diferencial d'onze punts de major desconfiança envers els nois (el 25% dels pares i mares amb fills de 18 anys creu que busquen continguts limitats a Internet, mentre que només ho creu el 14,3% dels pares i mares amb filles de 18 anys). Per bé que l'escassa massa crítica dels casos de 18 anys fa que també haguem de relativitzar aquesta dada.

En canvi, el tomb espectacular de les percepcions o sospites parentals es produeix amb els pares i mares que tenen fills/es de 13 anys. En cas que tinguin nois, el nivell de sospita és del 17,6%, per un 14,7% addicional que declara no haver-s'ho plantejat mai fins el moment. El contrast, com veiem, és considerable en el cas que tinguin noies, ja que aleshores només

el 3,2% sospita de la transgressió, mentre que un 6,5% no s'ho havia plantejat fins el moment.

Si llegim els resultats a la inversa, el diferencial queda encara més clar: si entre les noies de 13 anys, el 90,3% dels seus pares i mares confia en que no transgredeix els límits parentals mitjançant Internet, entre els nois de la mateixa edat, només el 67,6% dels seus pares i mares mostra la mateixa confiança absoluta en ells.

En conseqüència, el tall en la percepció dels pares de capacitat transgressora dels fills/es gràcies a Internet es produeix als 14 anys. A partir d'aquesta edat, es fa un salt qualitatiu en el nivell de sospita dels pares i mares (tot i que el nivell de sospita, en el major dels casos resta per sota del 30%, tot s'ha de dir). En canvi, als 13 anys el nivell de sospita dels pares és força baix. Ara bé, quan es tracta de nois de 13 anys, el nivell de sospita es manté baix (quasi a la meitat del nivell que es té dels fills d'entre 14 i 17 anys); però en el cas de les noies de 13 anys, el nivell de sospita passa a ser pràcticament nul, d'un 3%. Per tant, l'escenari que més confiança dóna als pares i mares pel que fa a l'ús transgressor que es pugui fer d'Internet per burlar els seus controls parentals televisius és el de tenir una filla de menys de 14 anys. El cas és, malgrat això, que el diferencial de gènere desapareix a partir dels 14 anys, interessant edat frontera, perquè aleshores les sospites s'incrementen i s'anivellen per igual entre ambdós gèneres.

3. La televisió compartida en família

3.1. Els moments compartits

Els moments en què a les llars enquestades se sol compartir el visionat de la televisió entre pares i fills es concentren bàsicament en els moments de temps lliure en els quals la família sol estar reunida. Hi ha tres espais de temps que compleixen aquesta condició: els caps de setmana, l'horari nocturn (el segment que es dóna entre l'hora de sopar i l'hora d'anar a dormir) i l'horari dels àpats.

Taula 8: Moments de visionat de televisió compartits amb els fills/es.

Moment de televisió compartit	Percentatge de llars
Els caps de setmana i sense pauta fixa	61,5%
Entre el sopar i l'hora d'anar a dormir	59,9%
Mentre es dina i/o es sopa	47,5%
Al matí mentre s'esmorza	7,4%
Després de dinar fins el retorn a l'institut	7,4%
No hi ha moments de televisió compartits	3,9%

Com es pot veure en la taula de més amunt, les famílies coincideixen a l'hora de mirar la televisió en comú sobretot els caps de setmana (61,5% de llars) i en la franja nocturna (59,9% de llars), i una mica menys en els moments dels àpats (47,5%), tot i que bona part d'aquests deuen incloure el sopar, que quasi es podria vincular a l'horari nocturn, per relació de contigüitat.

Taula 9: Moments de televisió compartits en família, segons gènere dels fills/es.

Moment de televisió compartit	Percentatge de llars	
	Home	Dona
Els caps de setmana i sense pauta fixa	58,6%	65,2%
Entre el sopar i l'hora d'anar a dormir	65,5%	52,7%
Mentre es dina i/o es sopa	49,7%	44,6%
Al matí mentre s'esmorza	10,3%	3,6%
Després de dinar fins el retorn a l'institut	7,6%	7,1%
No hi ha moments de televisió compartits	2,8%	5,4%

No hi ha diferències significatives entre els moments en què es comparteix la televisió en família i les distintes edats contemplades⁴. En canvi, sí hi ha una lleu distinció de gènere, en les pautes dels moments compartits. Els dos moments més compartits, els caps de setmana i l'horari nocturn, tenen una distribució de gènere inversa. En el cas dels caps de setmana, hi ha més filles (65,2%) compartint el visionat de la televisió amb els seus pares o mares que no fills (58,6%); per contra, en l'horari nocturn, hi ha força més fills (65,5%) compartint la televisió amb els pares o mares que no filles (52,7%). Al seu torn, en l'horari dels esmorzars, també els fills que miren la televisió en família durant aquest moment (10,3%)

⁴ Vid. taula 12 de l'annex.

són gairebé el triple que les filles que ho fan (3,6%). En la resta de moments, les diferències no són significatives.

Val a dir que són realment poques les famílies en què la televisió no es comparteix en cap moment del dia ni de la setmana. Són menys del 4% del total de llars que s'han enquestat per a aquest estudi.

3.2. Els continguts televisius compartits

El tipus de continguts compartits es corresponen d'una banda als continguts que tenen realment més audiència en els diferents canals televisius (com les pel·lícules, o determinats programes d'entreteniment –des de concursos a sèries de televisió, passant per programes d'humor–), però de l'altra també es correspon amb la franja en què la família sol compartir la televisió. Així, el visionat conjunt de les notícies pot tenir aquesta explicació, si entenem que l'horari en que s'emeten els noticiaris sol coincidir amb l'hora del sopar o del dinar. En certa manera, també els continguts de més audiències es deuen veure afectats per la contingència de la franja horària, com era d'esperar. Aquesta mena de continguts és compartit, segons ens declaren els enquestats/des, al voltant de les dues tercers parts de les llars de l'estudi.

Taula 10: Tipus de continguts compartits en família a la televisió.

Tipus de continguts	Percentatge de les llars
Pel·lícules emeses per televisió	70%
Notícies	65%
Programes d'entreteniment	63,4%
Esports	52,9%
Documentals	42,4%
Pel·lícules de lloguer	30,4%
Contingut descarregat d'Internet pel fill/a	13,2%
Contingut descarregat d'Internet pel pare/mare	12,5%
Altres	31,9%

En el cas dels esports, es comparteix en una mica més de la meitat de les llars enquestades. A una certa distància trobem també el visionat de documentals (diuen compartir-lo més del 40% de les llars), però en aquest cas caldria plantejar-se si la pauta és tan freqüent com es

desprèn de les respostes, o si es dóna una distorsió en ser una de les respostes que es poden considerar més políticament correctes (passaria una mica el mateix amb el cas de les notícies).

Les altres opcions, incloent pel·lícules de lloguer i continguts descarregats d'Internet tenen una prevalença força més baixa. En el primer cas, ens mouríem dins d'un 30% de les llars que declara compartir-les, mentre que els continguts d'Internet quedarien força més enrere. La categoria "altres", al seu torn, pot ser molt diversa internament.

Taula 11: Continguts compartits en família, segons franja d'edat dels fills/es.

Tipus de continguts	Franges d'edat		
	De 13 a 14 anys	De 15 a 17 anys	18 anys
Pel·lícules emeses per televisió	69,6%	68,4%	84,2%
Notícies	59,8%	66,9%	78,9%
Programes d'entreteniment	67,6%	58,1%	78,9%
Esports	49%	54,4%	63,2%
Documentals	44,1%	39,7%	52,6%
Pel·lícules de lloguer	29,4%	32,4%	21,1%
Contingut descarregat d'Internet pel fill/a	4,9%	17,6%	26,3%
Contingut descarregat d'Internet pel pare/mare	12,7%	12,5%	10,5%
Altres	46,1%	23,5%	15,8%

Detectem distincions significatives per raó d'edat en els continguts televisius compartits a les llars. Un dels aspectes que destaca és la progressivitat del visionat conjunt per part de pares i fills d'alguns blocs de continguts. És el cas de les notícies, els esports i els continguts d'Internet descarregats pel propi fill/a. En aquests tres continguts, augmenta paulatinament el nombre de llars que comparteixen aquests continguts amb els fills/es, a mesura que aquests són més grans. Així, les notícies passen de ser compartides en menys del 60% de les llars quan el fill/a té entre 13 i 14 anys, a representar prop del 80% en llars con el fill/a té 18 anys. La progressió en els esports és més moderada, però salta del 49% amb fills de 13-14 anys al 63% amb fills de 18 anys. Finalment, la progressió dels continguts d'Internet descarregats pel fill/a (salten del 4,9% al 26,3% d'una a altra edat extrema) cal entendre-la com una derivació de la també progressiva perícia dels fills/es amb Internet, a mesura que van fent-se grans.

Hi ha dos casos on es dona un salt qualitatiu, però en la frontera amb la majoria d'edat. Es tracta dels documentals, les pel·lícules emeses per la televisió i els programes d'entreteniment, que es comparteixen més amb els fills/es de 18 anys que amb els fills/es menors. Curiosament, en les pel·lícules de lloguer passa just el contrari.

En darrer lloc, constatem que en la categoria "altres" es dona l'evolució inversa, de manera que els continguts d'aquest bloc es comparteixen amb els fills/es en un 46% dels casos quan tenen entre 13 i 14 anys, i van caient progressivament fins a ser de menys del 16% en llars amb fills/es de 18 anys. La qual cosa té a veure sobretot amb què bona part dels continguts inclosos en aquesta categoria tenen a veure amb programes netament infantils (com els dibuixos animats, per exemple).

Taula 12: Continguts compartits en família, segons el gènere dels fills/es.

Tipus de continguts	Sexe dels fills	
	Home	Dona
Pel·lícules emeses per televisió	68,3%	72,3%
Notícies	66,9%	62,5%
Programes d'entreteniment	57,9%	70,5%
Esports	66,9%	62,5%
Documentals	42,1%	42,9%
Pel·lícules de lloguer	29%	32,1%
Contingut descarregat d'Internet pel fill/a	13,1%	13,4%
Contingut descarregat d'Internet pel pare/mare	10,3%	15,2%
Altres	33,8%	29,5%

Com es pot veure en la taula anterior a aquestes línies, la distribució de televisió compartida amb els pares o mares per part de nois i noies és pràcticament idèntica en gairebé totes les categories. Hi ha, però, dues excepcions: la més espectacular es dona en la categoria d'esports, en ser uns continguts compartits en dues terceres parts de les llars amb un noi (66,9%), mentre que es redueix a la meitat quan es tracta de llars amb una noia, ja que aleshores el contingut es comparteix en poc més de la tercera part de les llars (34,8%). El cas invers el trobem en els programes d'entreteniment, on es veuen conjuntament en el 70,5% de les llars amb una noia, i només en el 57,9% de les llars amb un noi.

4. Límits al consum d'Internet

4.1. Prelació dels límits i grau de normativitat parental

De les 257 llars enquestades, 181 declaren posar algun límit parental a les activitats que els seus fills/es realitzen per Internet. Les llars amb límits representen, per tant, el 70,4% del total de llars que han participat en l'estudi. Això suposo deu punts percentuals més que les llars que imposaven límits al consum televisiu.

Taula 13: Prevalença dels límits parentals al consum d'Internet pels fills/es.

Tipus de límit	Sobre el total de llars	Sobre llars amb límits
Cap límit	29,6%	-
Franges horàries	37,4%	53%
Temps de connexió	34,6%	49,2%
Lloc de connexió	32,7%	46,4%
Continguts permesos	29,6%	42%
Filtre de webs	14,8%	21%
Total llars amb límits	70,4%	-

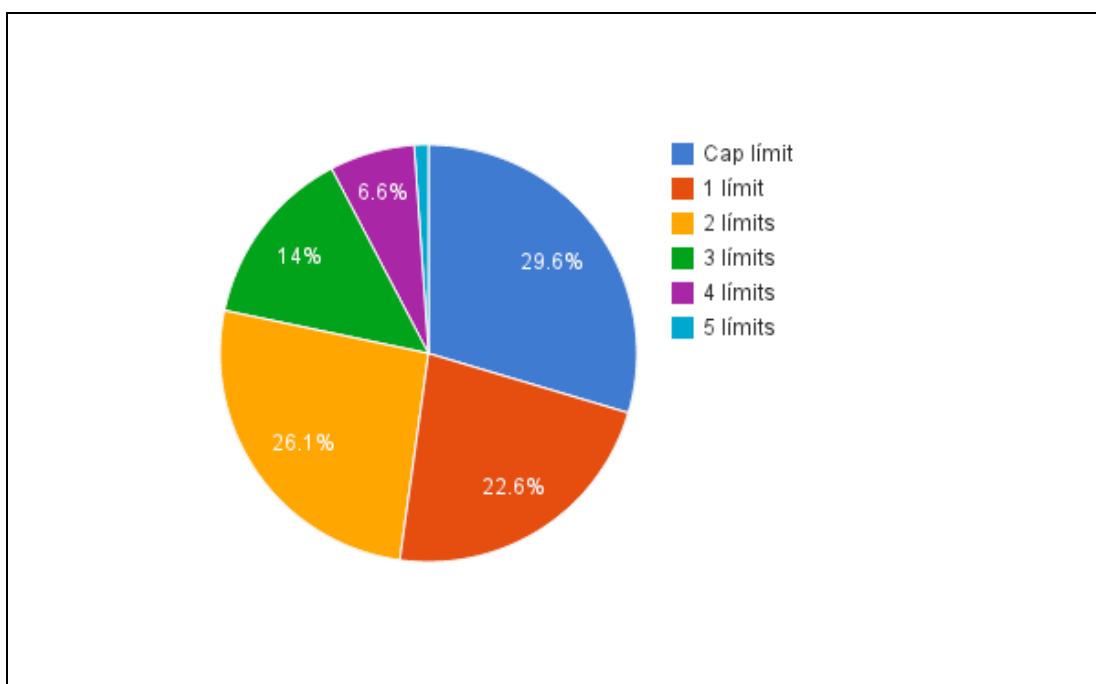
El més habitual és limitar les franges horàries en què el fill/a es pot connectar a Internet; és el que es fa en el 37,4% de les llars, en un percentatge que resulta molt proper al de la limitació de franges horàries en el consum televisiu (38%). En segon lloc, prop del 35% de les llars limiten també el temps de connexió. En aquest cas, el límit del temps de connexió és un límit parental força més estès que no pas el límit de temps de visionat de la televisió (que es donava solament al 25% de les llars). Val a dir que els límits tant de franges horàries com de connexió abasten al voltant de la meitat de les llars que institueixen límits parentals al consum d'Internet per part dels fills/es.

A una certa distància apareixen les normes sobre el lloc de connexió (les trobem en quasi la tercera part de les llars), per bé que sospitem que aquesta norma pot ser més una qüestió funcional –en el sentit de que hom es connecti, per exemple, a la seva habitació– que no una qüestió de control real –com suposaria el cas, per exemple, de connectar-se en un lloc de la llar on tothom pogués veure fàcilment per on està navegant–. En tot cas, són presents en una mica menys de la meitat de les llars que tenen límits parentals vers Internet.

Finalment, la limitació de continguts a Internet es pot fer de forma genèrica (que és el que es recull a l'opció "continguts permesos"), o bé mitjançant una eina de bloqueig, que filtri determinades webs per raó del seu contingut (es recull en l'opció "filtre de webs", lògicament). Però bona part de les llars que declaren tenir un filtre de webs acostumen a declarar també que filtren continguts en genèric. Aquesta és una dada rellevant que fa que el límit de continguts esdevingui el límit parental més prevalent.

La limitació de continguts, en conseqüència, és sensiblement més prevalent en el consum d'Internet que fan els fills/es que no en el seu consum televisiu, fenomen enfront del qual només imposen límits prop del 31% de les llars. També cal tenir en compte que un element d'un cert caràcter avançat, com emprar una eina de filtre de webs, és utilitzada per una de cada cinc llars que decideix establir límits parentals al consum d'Internet dels seus fills/es.

Gràfic 8: Nombre de límits parentals a Internet marcats a les llars.
Font: Elaboració pròpia



El grau de normativitat amb Internet és moderadament més elevat que el que es podia advertir amb la televisió. L'opció predominant a la taula de més amunt és la que no marca cap mena de límit al consum d'Internet per part dels fills/es (29,6% de les llars), però cal tenir en compte que les llars que sí marquen límits són més del 70%. En tot cas, aquest 30%

curt de llars no limitadores en absolut són moltes menys que no en el cas de la televisió (on eren quasi el 40% les llars que no marcaven límits).

Les llars amb una baixa normativitat (marcar únicament un límit, dels 5 possibles) són el 22,6% del total. En una normativitat ja moderada (2 límits) trobaríem el 26,1% de les llars. I en el que ja seria una normativitat progressivament elevada (de 3 a 5 límits) tenim el 21,8% de llars restants. Aquesta cinquena part de llars més limitadores, però, es segmenten en un 14% de llars que marquen 3 límits, i a partir d'aquí l'establiment d'una major severitat en les llars és cada cop més minoritària: les que marquen 4 límits no arriben al 7%, i les que en marquen 5 són un testimonial 1,2% (per bé que hem de tenir present un cert solapament entre marcar límits de continguts i establir un filtre web).

Si comparem amb l'actitud de les llars enfront del consum televisiu dels fills/es adolescents, veurem que es té més cura amb Internet. A tall d'exemple, la mitjana aritmètica quant al nombre de límits al consum televisiu per llar se situa en 1,31; en canvi, la mitjana de límits al consum d'Internet per llar augmenta fins a l'1,49. No són diferències gaire substancials, però sí denoten un major tarannà controlador per part de pares i mares amb Internet que no amb la televisió.

4.2. L'edat com a factor de protecció parental

Com era d'esperar, el percentatge de llars amb límits parentals al consum d'Internet varia força en funció de l'edat dels fills/es. Es confirma la pauta de que a menys edat dels fills/es, més llars limitadores. Malgrat això, en el cas d'Internet no es troba una agrupació clara d'edats que delimitin graus normativitzadors. És per això que a la taula següent es dona una alta desagregació per edats quasi total, ja que només es manté l'agrupació dels 16 i 17 anys. La raó és que les edats frontissa varien en funció del tipus de límit, i no permeten fer una agrupació de caràcter general.

Taula 14: Prevalença dels límits parentals al consum d'Internet, segons edat.

Tipus de límit	13 anys	14 anys	15 anys	16-17 anys	18 anys
Continguts permesos	56,9%	54,1%	28,8%	23,8%	26,3%
Franges horàries	43,1%	45,9%	44,2%	31%	10,5%
Límit de temps	44,6%	40,5%	32,7%	29,8%	15,8%
Lloc on mirar la tele	47,7%	27%	23,1%	32,1%	22,2%

Quan es tracta de limitar els continguts (ja sigui mitjançant filtres de web o de forma més genèrica) la segmentació és clara: una major prevalença en el segment de 13-14 anys, on al voltant del 55% de les llars posen límits; i un segon segment, que va dels 15 als 18 anys inclosos, on les llars limitadores baixen gairebé a la meitat, i es mantenen pels volts del 25%.

En canvi, la limitació de franges horàries funciona de manera diferent. Hi ha un període on hi ha prop d'un 44% de llars limitadores, que abasta les llars amb fills/es d'entre 13 i 15 anys. És a dir, que en aquest cas la prevalença dels límits comença a disminuir a partir dels 16 anys. Aleshores, les llars amb fills/es d'entre 16 i 17 anys que esdevenen limitadores són només el 31%, menys de la tercera part del total de llars.

Finalment, només el 10,5% de les llars amb fills/es de 18 anys els limiten les franges horàries de connexió. Com veiem, en aquest cas hi ha una progressiva reducció del percentatge de llars limitadores a mesura que s'avança en el segment d'edats.

La limitació del temps de connexió és l'ítem que presenta una evolució tendencial més clara. A mesura que els fills/es són més grans, hi ha menys llars limitadores, de forma lineal. Entre els 13 i 14 anys, les llars limitadores es mantenen rondant el 42% del total de llars; baixen al 30% aproximat entre els 15 i els 17 anys; i cauen ja definitivament fins el 15,8% quan són llars on el fill/a té 18 anys.

Finalment, la imposició de normes relatives al lloc de connexió té una distribució força atípica: són moltes les llars que fixen aquest límit (47,7%) entre les que tenen els fills/es de 13 anys. A partir dels 14 anys, però, les llars amb aquest límit baixen acusadament i des dels

14 als 18 anys (ambdós inclosos) es mantenen en cotes properes al 25% de llars limitadores. En aquest cas, doncs, l'edat frontissa són els 14 anys.

El que es fa evident és que en general les edats que pares i mares perceben com d'especial protecció segueixen essent les de 13 i 14 anys, amb alguna extensió fins els 15 anys (en cas de franges horàries), i amb alguna restricció a només els 13 anys si parlem de limitar el lloc de connexió. També és evident que, a l'igual que passava amb la televisió, els continguts són el que preocupen més a pares i mares, i en certa manera podríem dir que les franges horàries de connexió preocupen fins i tot més que la qüestió dels temps de connexió, per bé que ambdós fenòmens a Internet podrien tenir una certa correlació. Pel que fa al lloc on connectar-se, no sembla ser d'especial preocupació, llevat del cas en què el fill/a tingui menys de 14 anys.

Taula 15: Prevalença del lliure consum d'Internet dels fills/es, segons franja d'edat.

	De 13 a 14 anys	De 15 a 17 anys	18 anys	Total
No tenim normes específiques	14,7%	36,8%	57,9%	29,6%

Com es pot observar, la inexistència de normes limitadores del consum d'Internet per part dels fills/es depèn decisivament de l'edat dels fills/es. En les llars on els fills/es tenen entre 13 i 14 anys només un 14,7% de llars resten sense cap norma limitadora explícita. El percentatge, però, s'eleva a quasi el 37% quan la franja d'edat ja va dels 15 als 17 anys. I ja són força més de la meitat (57,9%) quan es tracta de llars amb un fill/a de 18 anys.

Altres cop, però, constatem una major cautela de pares i mares en el cas d'Internet, ja que pel que fa al consum televisiu sempre hi havia un major percentatge de llars no limitadores en cada segment. De fet, n'hi ha prou amb tenir en compte que el quasi 58% de llars no limitadores amb fills/es de 18 anys, en el cas de la televisió, es dispara a gairebé el 79%.

4.3. La rellevància específica del factor gènere

A l'igual que ja havia passat en el cas del consum televisiu, les llars enquestades mostren una major preocupació envers el temps que els seus fills dediquen a Internet, que no envers el temps que hi dediquen les seves filles. Per al cas d'Internet, a més, les diferències de gènere són encara més importants, ja que el 41,4% de les llars on el fill/a és un noi institueixen un límit al temps de connexió, cosa que en canvi només fan el 25,9% de les llars on el fill/a és una noia.

No només trobem disparitat en el percentatge de llars limitadores en funció del gènere dels fills/es per a totes les franges d'edat, sinó que a més constatem que a mesura que s'avança en edat, tot i reduir-se les llars limitadores, s'eixamplen les diferències entre llars amb nois i amb noies.

Taula 16: Prevalença dels límits de temps de connexió, segons gènere i edat.

	De 13 a 14 anys		De 15 a 17 anys		18 anys	
	Home	Dona	Home	Dona	Home	Dona
Límit de temps	49%	37,3%	39%	18,5%	25%	0%

Com veiem en la taula anterior, si la distància entre llars limitadores de nois i noies entre els 13 i 14 anys és d'uns dotze punts percentuals, quan es tracta de llars amb nois i noies entre 15 i 17 anys ja esdevé de vint punts (hi ha més del doble de llars limitadores amb nois que de llars limitadores amb noies). Als 18 anys la distància ja és abismal: quan es tracta de nois, el 25% de les llars imposen límits al temps de connexió; quan es tracta de noies, cap llar imposa aquest límit (però cal relativitzar aquesta dada, atesa el reduït nombre en l'enquesta de llars amb fills/es de 18 anys).

Aquests resultats reforcen la hipòtesi de que els pares i mares estiguin reflectint amb la seva actitud la clara percepció de que els nois tenen més tendència a "enganxar-se" a l'ús i consum d'Internet, de manera que els calgui més aquesta limitació del temps de connexió. Probablement, la distinció de gènere detectada s'expliqui més pels diferencials de gènere immanents a les pautes de lleure dels i les adolescents que no pel diferencial de tracte en si que reben per part de pares i mares.

4.4. Relació entre límits d'Internet i límits televisius

La taula de més avall mostra la prevalença dels límits de continguts, segons s'estableixin tant per a televisió com per a Internet, en un o l'altre, o en cap d'ells.

Taula 17: Prevalença dels límits de continguts, a la televisió i a Internet.

Tipus de límit	Sobre el total de les llars	Sobre les llars amb límits
Al continguts de la TV i d'Internet	23,7%	45,9%
Només als continguts de la TV	14%	27,1%
Només als continguts d'Internet	14%	27,1%
Sense límits en TV i en Internet	48,2%	-
Total llars amb límits de continguts	51,8%	-

Veiem que del total de llars enquestades, prop d'una quarta part estableix límits de continguts tant en el consum de televisió com en el consum d'Internet per part dels seus fills/es. Si mirem el seu pes específic entre el total de llars que marca algun límit de contingut en almenys un dels mitjans (són 133 llars, quasi el 52% del total de llars), la doble limitació arriba gairebé al 46%.

Curiosament, hi ha una igualtat entre les llars que limiten continguts en la televisió però no en Internet, i les que ho fan a la inversa, limitant continguts a Internet però no a la televisió. En ambdues situacions, trobem un 14% del total de llars (és a dir, un xic més de la quarta part de les llars limitadores). Llars sense cap límit de contingut en cap dels dos mitjans n'hi ha 124, és a dir, el 48%.

Resumint, la distribució de llars en funció del seu grau de normativitat limitadora de continguts queda escindida entre llars de total laxitud (una mica menys de la meitat) i llars amb consciència de limitació (una mica més de la meitat). D'aquestes, hi ha llars amb una alta normativitat limitadora, i que limiten continguts en ambdós mitjans (prop de la quarta part del total de llars), mentre que d'altres només tenen límits de continguts per a la televisió (un 14%, aproximadament), i un altre segment –també del 14%– presenta aquesta mateixa sensibilitat només per a Internet.

La distribució, en canvi, varia si el que es considera és la limitació conjunta o no del temps de visionat de la televisió i del temps de connexió a Internet.

Taula 18: Prevalença dels límits de temps, a la televisió i a Internet.

Tipus de límit	Sobre el total de les llars	Sobre les llars amb límits
Límit de temps a la TV i a Internet	18,7%	45,3%
Límit de temps només a la TV	6,6%	16%
Límit de temps només a Internet	16%	38,7%
Sense límits a la TV i a Internet	58,8%	-
Total llars amb límits de temps	41,2%	-

Com es pot veure en la taula de més amunt, les llars que posen límits de temps a l'ús i consum de la televisió i d'Internet alhora són el 18,7% del total de llars enquestades, i representen un 45,3% del total de llars que posen límits de temps (les quals al seu torn són el 41,2% del total de llars). Es constata, per tant, una menor preocupació per la qüestió dels temps que per la qüestió dels continguts.

En aquesta ocasió, a més, es trenca l'equivalència de límits entre televisió i Internet, ja que en qüestions de temps, preocupa més el temps de connexió a Internet que el temps de consum televisiu. Per això el 16% de les llars (i 38,7% de les llars limitadores) estableixen límits de temps només pel que fa a Internet. El cas contrari, la limitació de temps únicament pel que fa al consum televisiu, es dona només en el 6,6% de les llars (el 16% de les llars limitadores). Finalment, les llars sense cap límit de temps en cap dels dos mitjans són quasi el 59% del total. Fixem-nos que són bastant més de la meitat de llars, mentre que quan es tractava d'establir límits als continguts, les llars que no posaven límits eren menys de la meitat (un 48%).

En aquest cas, doncs, la prevalença limitadora del temps es dona en dues de cada cinc llars, i es reparteix entre dos models de similar pes: o bé marcar límits de temps tant per a la televisió com per a Internet, o bé marcar límits només per al temps de connexió a Internet. L'estratègia de marcar límits només per al visionat de la televisió esdevé clarament marginal.

4.5. Els límits parentals a Internet segons el nombre de fills a la llar

Tipus de control	Nombre de fills a la llar		Significativitat estadística (txi-quadrat) ($p < 0.05$)
	1	2	
Les franges horàries	35,4%	41,8%	0,329
Límit de temps total	34,8%	34,2%	0,919
Tipus de continguts	29,8%	29,1%	0,915
Filtre de continguts web	13,5%	17,7%	0,377
No tenim normes explícites	29,8%	29,1%	0,915
Lloc de connexió a Internet	29,2%	40,5%	0,075

Pel que fa als límits parentals sobre Internet, de bell nou es repeteixen totes les pautes que hem trobat en el cas de la televisió. Cap de les petites diferències entre les llars amb 1 i amb 2 fills esdevenen estadísticament significatives en cap de les categories de limitació. A més de ser similars les pautes en unes i altres llars pel que fa a franges horàries, temps de connexió i continguts, a la indistinció s'afegeix també l'activació de filtres d'accés. Al seu torn, les llars que opten per no marcar límits tampoc no enregistren variació, en funció del nombre de fills.

RESUM

Hi ha una notable heterogeneïtat de patrons de conducta parentals envers el control i els límits establerts vers l'ús que els seus fills i filles en edat adolescent fan de la televisió i d'Internet. Aquesta heterogeneïtat, que va des d'establir límits importants fins a deixar total llibertat d'ús en un i altre mitjà, està fortament condicionada per l'edat dels fills/es.

D'aquesta manera, més de les tres quartes parts de les llars enquestades declaren tenir límits televisius per als seus fills/es quan aquests tenen entre 13 i 14 anys. A mesura que les llars tenen adolescents de més edat, els límits van baixant. Així, en llars amb adolescents entre 15 i 17 anys trobem un escenari força escindit, ja que una mica més de la meitat de les llars imposa límits, i una mica menys de la meitat no ho fa. L'escenari es decanta ja decisivament vers la total llibertat d'ús quan els fills/es tenen 18 anys, ja que aleshores les llars amb límits són ja poc més de la cinquena part.

Pel que fa a Internet, es repeteix la seqüència, però tenint sempre en compte que aquest mitjà sembla inquietar o preocupar més els pares i mares, la qual cosa comporta un sensible increment de les actituds de control i limitació. En aquest cas, les llars que estableixen límits a l'ús i consum d'Internet per part dels seus fills/es són aproximadament cinc de cada sis llars on els fills/es tenen entre 13 i 14 anys. Quan els fills tenen entre 15 i 17 anys, aleshores les llars limitadores es redueixen a quasi dues terceres parts del total. Finalment, quan el fill/a té 18 anys, només estableixen límits dues de cada cinc llars.

Per tant, tant el mitjà televisiu com Internet preocupen moderadament pares i mares. Amb més intensitat quan els fills són menors de 15 anys, i d'una manera més dividida –però igualment significativa– quan els fills es mouen entre els 15 i els 17 anys d'edat. Es constata també que Internet preocupa més que el mitjà televisiu, tot i que alhora preocupa de forma diferent. En la qüestió de l'accés als continguts, ambdós mitjans preocupen de forma similar, i és quelcom que comporta establir límits per a una mica més d'un terç del total de llars enquestades (proporció que s'eleva a poc més de la meitat de llars quan els i les adolescents tenen entre 13 i 14 anys).

En canvi, la qüestió del temps que els fills/es dediquen al consum televisiu o d'Internet no preocupa per igual: en el cas d'Internet preocupa molt més que no pas en el cas de la televisió. Tant és així, que una mica més d'una tercera part de les llars enquestades posa límits al temps de connexió a Internet dels seus fills/es (la proporció, si els fills/es tenen entre 13 i 14 anys, queda ja a poca distància de la meitat de llars), mentre que els límits al temps de consum televisiu es donen únicament en la quarta part de les llars (per bé que quan els fills/es tenen entre 13 i 14 anys, aleshores abasten la tercera part de les llars).

La preocupació per part de les famílies al voltant d'Internet no es limita als usos i consums relativament controlats que puguin fer els seus fill/es del mitjà, sinó que també va més enllà i la trobem en la sospita de l'ús transgressor que se'n pugui fer. Així, prop d'una quarta part dels pares o mares enquestats creuen que els seus fill/es busquen i consumeixen per Internet aquells continguts televisius que ells/es no els permeten veure. Aquesta percepció en més gran sobretot en els i les adolescents d'edats intermèdies, d'entre 14 i 17 anys, mentre que es desconfia molt poc si l'adolescent té 13 anys.

En aquest punt trobem una certa rellevància del factor gènere. A l'hora de pensar que els fills o les filles fan un ús transgressor d'Internet, es creu per igual d'uns i altres quan tenen entre 14 i 17 anys, però als 13 anys hi ha una certa desconfiança envers els fills, i pràcticament no n'hi ha envers les filles.

El factor gènere s'ha demostrat escassament rellevant en la majoria dels escenaris estudiats. Malgrat això, sí esdevé un factor significatiu en la prevalença de la limitació del temps d'ús i consum tant de la televisió com d'Internet. Els límits al consum televisiu es donen en prop d'un terç de les llars on hi ha fills, i en canvi en menys d'una cinquena part de les llars on hi ha filles; al seu torn, els límits al consum d'Internet encara són més diferents entre un i altre gènere, ja que els trobem en dues de cada cinc llars on hi ha fills, i només en una de cada quatre llars on hi ha noies. En aquest darrer cas, la segmentació per edats ens indica que hi ha un decalatge d'un segment d'edat entre nois i noies, de manera que la prevalença dels límits que s'apliquen per a nois de 15 a 17 anys, per exemple, són similars als que s'apliquen a les noies de 13 a 14 anys. És a dir, que les llars amb nois d'entre 13 i 14 anys limiten molt més, i en canvi a les noies les limiten com si fossin nois de 15-17

anys (o sigui, força menys), de la mateixa manera que fins i tot hi ha més proporció de llars que limitin el temps de connexió als fills de 18 anys, que llars que limitin el temps de connexió a les filles d'entre 15 i 17 anys.

Lògicament, aquest diferencial en el tractament dels límits de temps ens permet detectar un símptoma derivat, com és el fet de que els nois tenen més tendència a abusar del temps que hi dediquen, tant a la televisió com a Internet. Segurament, un cop això ha estat detectat per pares i mares, és el que els impulsa a marcar límits de temps de visionat o de connexió a uns més que a les altres. Pel que sembla, la dedicació natural de les noies a la televisió i a Internet seria menor, i per tant no esdevindria un motiu d'alerta dels pares i mares.

L'escenari que prefigura aquesta circumstància és que sembla que les noies tinguin unes pautes d'oci més diverses, mentre que alguns nois semblen tenir un oci (o unes relacions) més focalitzats, cosa que els porta a centrar més la seva atenció en els mitjans, fent-los més captius d'aquests. Tampoc no s'ha de descartar que aquest element prefiguri un diferencial de responsabilitat, ja que és de suposar que l'excés de temps de consum televisiu o d'Internet preocupi també els pares i mares en la mesura que interfereixi en les obligacions escolars, i es pot mantenir fàcilment la hipòtesi de que en aquest sentit l'actitud d'estudi de les noies és menys dispersa que la dels nois, contemplats ambdós gèneres en el seu conjunt.

Una altra de les conclusions és que les famílies comparteixen el consum televisiu sobretot per la nit i els caps de setmana, a més de l'hora dels àpats. En la mesura en que l'hora dels àpats es converteix en una reunió familiar obligada, la compartició voluntària del consum televisiu semblaria derivar-se a caps de setmana i alguns vespres o nits. Ara bé, els períodes de cap de setmana són més propicis a compartir-los amb les filles que amb els fills, mentre que les nits són més propícies per a ser compartides amb els fills que no amb les filles, a l'igual que passa amb els moments de l'esmorzar (tot i que aquest moment compartit abasta molt poques llars). És, doncs, un altre aspecte en que el factor gènere esdevé rellevant.

El contingut que més es comparteix és el visionat de pel·lícules emeses per televisió (ho han fet o ho fan set de cada deu llars), tot i que a escassa distància venen les notícies i els programes d'entreteniment (compartits en prop de dos terços de les llars). Cal distingir, però, en que previsiblement les pel·lícules i els programes d'entreteniment es compartiran en períodes voluntaris (caps de setmana i nits), mentre que les notícies es comparteixen perquè el seu horari d'emissió en gairebé tots els canals televisius acostuma a coincidir amb l'horari dels àpats a les llars.

Altres continguts de certa importància són els esports (en poc més de la meitat de les llars és un contingut compartit), per bé que cal suposar que això abastarà els esports més mediàtics, com pot ser el futbol, el bàsquetbol o la fórmula 1, per exemple. Una mica per darrera, però compartits –segons es declara– en dues de cada cinc llars trobem els documentals.

En darrer lloc, les pel·lícules de lloguer es compartien en tres de cada deu llars, mentre que els continguts descarregats d'Internet no passen de ser compartits per una de cada deu llars, tant en el cas de que se'ls descarregui el fill/a com en el cas de que siguin descarregats pels pares o mares.

Per edats, els programes esportius, de notícies i els continguts descarregats pel propi fill/a es comparteixen amb més freqüència a mesura que l'adolescent té més edat. Igualment, hi ha força més compartició amb els fills/es de 18 anys de documentals, pel·lícules emeses per televisió i programes d'entreteniment. En canvi, les pel·lícules de lloguer es comparteixen molt menys amb els fills/es majors d'edat.

Per gènere, també trobem relacions significatives, però menys. En tot cas, les dades mostren com sobretot els programes esportius són compartits amb els fills molt més que amb les filles (de fet, quasi el doble), mentre que els programes d'entreteniment són més compartits amb les filles que no pas amb els fills. En la resta de continguts, però, el grau de compartició és similar. Òbviament, el cas dels esports –també cal tenir en compte quin tipus d'esport és el que esdevé mediàtic– té molt a veure amb els diferents rols en què nois i noies són socialitzats per part dels entorns socials en què s'insereixen.

Un darrer punt a tenir en compte, en les conclusions que es deriven d'aquesta anàlisi, és que entre una cinquena i una quarta part de les llars estableixen límits conjunts per a la televisió i per a Internet. Pel que fa als límits de contingut (que ja sabem que pel que sembla preocupen més), són prop de la quarta part; pel que fa als límits de temps, són una mica menys de la cinquena part. Després hi ha una de cada sis llars que posa límits al temps de connexió a Internet, però no al consum televisiu. El cas invers és realment estrany. En canvi, pel que fa als continguts, una de cada set llars estableix límits a Internet i no a la televisió, mentre que la mateixa proporció duu a terme l'estratègia contrària: posar límits als continguts televisius, però no als continguts d'Internet.

Així doncs, queda clar que els continguts preocupen més que el temps d'ús i consum, però al seu torn els continguts semblen preocupar per igual en la televisió i a Internet, mentre que el temps de connexió a Internet preocupa força més els pares i mares que no el temps de visionat de la televisió, per part dels fills/es adolescents.

Finalment, en les llars que decideixin limitar l'ús i consum de la televisió i/o d'Internet, la pauta més habitual és reduir la limitació a un o dos aspectes, que per lògica seran els que produeixen més preocupació en pares i mares. Com hem pogut veure, aquests aspectes seran previsiblement la qüestió dels continguts (a partir del límit de continguts específics o de franges horàries) i una mica menys la qüestió del temps en la televisió, mentre que es tractarà també dels continguts a Internet, tot i que també dels temps de connexió, i amb més grau de limitació que no en el supòsit del mitjà televisiu.

Tanmateix, és difícil trobar llars que estableixin límits en tres o més factors dels que han estat objecte de l'enquesta, i aquesta normativització forta esdevé minoritària tant en el cas del mitjà televisiu com en el cas d'Internet. En canvi, no és tan atípica la situació diametralment oposada, de deixar llibertat absoluta tant en un mitjà com en l'altre, ja que una quarta part de les llars enquestades declara no posar cap mena de límit en cap aspecte, ni per a la televisió, ni per a Internet.

Annex:

Qüestionari destinat a pares i mares

1. Quants fills tens amb edats compreses entre 13 i 18 anys?
2. Quins límits al consum televisiu poses? (pots marcar més d'una resposta)
 - Les franges horàries en què pot mirar la tele
 - Límit de temps total dedicat a mirar la tele (màxim d'hores al dia, setmana...)
 - Els continguts que pot mirar
 - El lloc on es pot mirar la tele (saló, dormitori, despatx...)
 - No tenim normes explícites
3. Creus que els teus fills busquen i consumeixen per Internet els continguts que no els permets mirar?
 - SI
 - NO
 - NO m'ho havia plantejat fins ara
4. Quan mireu la tele amb els vostres fills? (pots marcar més d'una resposta)
 - Al matí mentre esmorzem
 - Mentre dinem o sopem
 - Després de dinar i fins l'hora de tornar a l'institut
 - Entre el sopar i l'hora d'anar a dormir
 - Els caps de setmana i sense pauta fixa
 - Mai
5. Quins continguts mireu a la tele amb els vostres fills? (pots marcar més d'una resposta)
 - Pel·lícules (emeses per televisió)
 - Pel·lícules de lloguer (DVD...)
 - Documentals
 - Notícies
 - Entreteniment (concursos, series de televisió, telenovel·les...)

- Esports
- Altres (dibuixos per a joves i/o adults...)
- Continguts descarregats d'Internet pel meu fill
- Continguts descarregats d'Internet per mi

6. A vegades us organitzeu tu i els teus fills per a mirar plegats un programa televisiu que després comenteu? Quin?

RESPOSTA OBERTA de 150 caràcters

7. Quins tipus de contingut audiovisual creus que miren els teus fills per Internet?

RESPOSTA OBERTA de max. 150 caràcters

8. Una darrera pregunta sobre el consum d'Internet per part dels teus fills. Quins límits al consum d'Internet estableixes? (pots marcar més d'una resposta)

- Les franges horàries en què s'hi pot connectar
- Límit de temps de connexió (màxim de d'hores al dia, setmana...)
- Els continguts als quals pot accedir
- El lloc de connexió a Internet (saló, dormitori, despatx...)
- He activat un filtre que veta l'accés a certes pàgines web
- No tenim normes explícites

III. Tercera part: Principals conclusions de la recerca

1. Consum televisiu per part dels joves

Les TIC ofereixen un seguit de possibilitats en relació al consum audiovisual que està desaprofitat en el conjunt de les llars analitzades. Majoritàriament les famílies únicament consumeixen la televisió en obert i en l'horari establert per la graella de les diferents cadenes, són molt poques les llars que connecten la televisió a Internet (videoconsola, ordinador...) així com les que disposen de programació "pay per view". En relació al consum televisiu en família, és una pràctica residual que es limita a petites estones que bàsicament coincideixen amb l'hora dels àpats. Els adolescents amb qui hem conversat no mostren interès per aquesta pràctica, veuen la televisió com un hàbit "del passat" i troben l'ordinador (i en algun cas els telèfons mòbils) un dispositiu molt més adequat a les seves necessitats d'oci i de consum audiovisual.

1.1. Televisió compartida en família

Si haguessin de triar entre la televisió o Internet, el 65% de joves espanyols escolliria la Xarxa, tal i com hem constatat anteriorment. Si a aquesta dada li sumem el fet que un 48% dels internautes espanyols consumeix continguts audiovisuals en *streaming* una mitjana de 6 hores i mitja a la setmana⁵, convindrem a assenyalar que a la televisió convencional li ha sortit un rival de pes.

Els estudis específics que se centren en joves i adolescents confirmen aquesta afinitat vers Internet. Així, segons l'Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO), organisme vinculat al Ministerio de Industria, Tecnología y Turismo, un 74,2% dels joves enquestats (amb edats compreses entre els 10 i 16 anys) mostren afinitat alta o molt alta vers Internet⁶. Només un 21,1% afirma que li agrada "una mica" i un escàs 1,6% manifesta que li agrada "poc o res" Internet. Pel que fa a les activitats que els joves i adolescents realitzen online, i tenint en compte la naturalesa d'aquest estudi, ens hem fixat

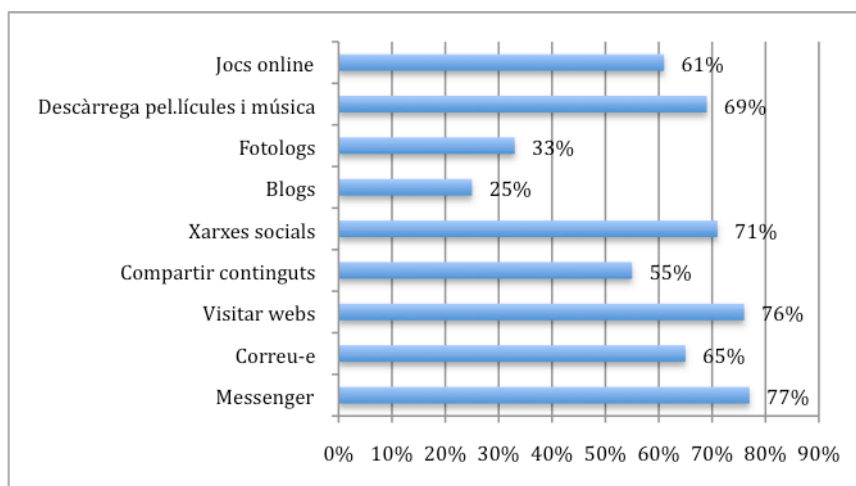
⁵ Mediascope Europe (2010). *Televidente 2.0*.

⁶ <http://www.inteco.es/indicadores/Security/Observatory/Indicators/Indicador_INT68> [Data consulta: 11 de juny de 2012]

particularment en les accions que estan vinculades d'una manera o altra al consum audiovisual en el sentit ampli del terme. Així, estudis com ara “Generación Interactiva”, de Fundación Telefónica, permeten fer un rànkings de les principals activitats, i les relacionades amb el consum àudiovisual ocupen les primeres posicions. Això és així gràcies, en part, a l'èxit de portals de vídeo com ara *YouTube*, *Flickr*, *SlideShare* o inclús els populars *Seriesyonkis*, *Filestube* o *Cuevana*, que permeten veure online i sense necessitat de descarregar, continguts com ara pel·lícules o series de televisió.

Gràfic 9: Usos d'Internet per part dels joves (10 a 18 anys) l'any 2009.

Font: Generación Interactiva, Fundación Telefónica.



Tot i que en el gràfic anterior no hi trobem informació específica sobre televisió digital, aquesta així com la ràdio, ocupen una posició molt marginal quan els joves són preguntats sobre els usos que fan d'Internet. La televisió representa un 15,17% mentre que la ràdio un 7,98%, segons el mateix informe de Fundación Telefónica en el qual ens hem basat per a elaborar el gràfic anterior. Una possible explicació la trobem en el fet que, segons es desprèn dels grups focalitzats que hem realitzat, els joves consumeixen televisió i ràdio però a través del portal YouTube. Pot semblar estrany o fins i tot contradictori, però segons les nostres dades quan els joves volen escoltar música o veure un programa de televisió, normalment van directament a aquesta pàgina web. Això podria explicar el fet que els percentatges específics de consum de televisió i ràdio digitals siguin tan baixos, inclús residuals si els comparem amb la resta d'activitats que es desenvolupen a la Xarxa.

El nostre estudi confirma una de les hipòtesis inicials: els moments en què les famílies

miren la televisió de manera conjunta acostumen a correspondre amb l'hora dels àpats, circumstància en què de manera espontània la família es reuneix de manera rutinària. En especial, el dinar i el sopar, i en menor mesura l'esmorzar. En això coincideixen tant els resultats de l'anàlisi quantitativa com els de l'anàlisi qualitativa.

La franja horària del vespre-nit es converteix pràcticament en l'únic moment en què algunes famílies resten juntes per veure la televisió, tot i que depèn molt de cada família i de cada cas en concret. A vegades el fet de compartir una estona de televisió ve donat pel fet que els diferents membres de la família es declaren seguidors d'un programa en concret o bé d'un esdeveniment esportiu com ara el futbol; altres vegades el que passa és que per "imposició familiar" pares i fills sopen junts i miren la televisió mentre dura l'àpat, i sovint l'acabament de l'àpat comporta la retirada del fill a la seva habitació, com es pot veure en aquest fragment del grup de discussió:

Noi 3, Tarragona, Batxillerat: *Jo pràcticament passo més hores, bastantes més, al ordinador que a la tele i sí, sempre la tele em fa companyia...*

Investigador: *Tots coincidiu que esteu més estona a l'ordinador que a la tele?*

Tot el grup de Tarragona, Batxillerat: *Sí, sí.*

Noi 1, Tarragona, Batxillerat: *Perquè la tele són les hores puntes que vas: a l'hora de dinar i a la nit. No hi ha lloc que a la tarda te'n vagis a mirar, és molt puntual si no estàs amb l'ordinador i parles o busques no sé... L'ordinador és més... dóna més.*

Aquesta dispersió familiar es veu incentivada ja sigui perquè el fill prefereix estar una estona navegant per Internet o a l'ordinador (o les videoconsoles), o bé perquè hi ha casos en què s'individualitza el consum televisiu. Així, els fills veuen altres programes del seu interès, potser mitjançant una televisió pròpia que tenen a l'habitació –tot i que això no sembla ser un cas excessivament generalitzat– o potser mitjançant el seguiment del contingut televisiu per Internet.

Taula 8: Moments de visionat de televisió compartits amb els fills/es.

Moment de televisió compartit	Percentatge de llars
Els caps de setmana i sense pauta fixa	61,5%
Entre el sopar i l'hora d'anar a dormir	59,9%
Mentre es dina i/o es sopa	47,5%
Al matí mentre s'esmorza	7,4%
Després de dinar fins el retorn a l'institut	7,4%
No hi ha moments de televisió compartits	3,9%

Com es pot veure en la taula anterior, les famílies coincideixen a l'hora de mirar la televisió en comú sobretot els caps de setmana (61,5%) i en la franja nocturna (59,9%), i una mica menys en els moments dels àpats (47,5%), tot i que bona part d'aquests deuen incloure el sopar, que quasi es podria vincular a l'horari nocturn, per relació de contigüitat.

Les tardes acostumen a ser explotades pels més petits, segurament per la correlació amb la franja horària de continguts més infantils o pensats per a adolescents en diverses cadenes. En canvi, els més grans sovint tenen deures o activitats extraescolars, i això fa que concentrin els seus temps de visionat en la franja horària de vespre-nit. També a mesura que són més grans, tendeixen més a fer ús d'Internet, i això fa també que aquest grup gaudeixi de menys estona per a estar amb la resta de la família veient junts la televisió.

Tot i que en l'enquesta sí que apareix el moment televisiu dels caps de setmana com a moment compartit en família, no es troba el correlat en l'anàlisi dels grups. Pot ser que sigui a causa de que és el moment més desestructurat i s'associa al temps lliure que es pugui compartir amb pares o mares, el qual al seu torn pot ser variable en funció de la setmana. És probable que aquest moment compartit quedi més interioritzat per pares o mares que pels propis fills, sabedors de que en moments idèntics poden compartir televisió amb la família o bé fer moltes altres coses, en funció del dia i dels plans que tinguin per al seu lleure.

No hi ha diferències significatives entre els moments en què es comparteix la televisió en família i les distintes edats contemplades. En canvi, sí hi ha una lleu distinció de gènere, en les pautes dels moments compartits. Els dos moments més compartits, els caps de setmana i l'horari nocturn, tenen una distribució de gènere inversa. En el cas dels caps de setmana, hi ha més filles (65,2%) compartint el visionat de la televisió amb els seus pares o mares

que no fills (58,6%); per contra, en l'horari nocturn, hi ha força més fills (65,5%) compartint la televisió amb els pares o mares que no filles (52,7%). Al seu torn, en l'horari dels esmorzars, també els fills que miren la televisió en família durant aquest moment (10,3%) són gairebé el triple que les filles que ho fan (3,6%). En la resta de moments, les diferències no són significatives.

Respecte al volum de famílies en les quals la televisió no es comparteix en cap moment del dia ni de la setmana, aquestes representen del 4% del total de llars que s'han enquestat per a aquest estudi. Una proporció molt baixa però que també hem detectat en el conjunt de focus groups:

Noia 3, Lleida, Batxillerat: *Doncs jo sopem tots junts i mentrestant doncs mirem la tele. De vegades sí que mirem el telenotícies, però d'altres simplement està de fons... i nosaltres anem parlant i després en acabar de sopar jo marxo i els meus pares es queden, depèn del dia mirant la tele junts o...*

Investigador: *No teniu un programa que mireu tots junts?*

Noia 3, Lleida, Batxillerat: *No, els meus pares en tot cas. Però jo en part no veuré tampoc amb ells la tele entre setmana.*

En relació a la tipologia dels continguts televisius que es consumeixen en família, trobem que corresponen amb la programació de més audiència dels diferents canals televisius (notícies, ficció i concursos). L'horari en què s'emeten aquests programes coincideix amb l'hora de sopar o de dinar (prime time) motiu pel qual els continguts de més audiència es veuen afectats per la contingència de la franja horària, com era d'esperar. Aquesta mena de continguts és compartit, segons ens declaren els enquestats, per gairebé dues tercers parts de les llars que conformen la mostra.

Taula 10: Tipus de continguts compartits en família a la televisió.

Tipus de continguts	Percentatge de les llars
Pel·lícules emeses per televisió	70%
Notícies	65%
Programes d'entreteniment	63,4%
Esports	52,9%
Documentals	42,4%
Pel·lícules de lloguer	30,4%
Contingut descarregat d'Internet pel fill/a	13,2%
Contingut descarregat d'Internet pel pare/mare	12,5%
Altres	31,9%

En canvi, el visionat conjunt de documentals, que té certa presència en l'enquesta (diuen fer-ho el 42% dels pares o mares), no es correspon amb el que diuen els adolescents als grups de discussió. En aquest cas, doncs, no seria descartable que hi hagi un cert biaix relatiu a que en l'enquesta es declarin opcions percebudes com a "políticament correctes" en major mesura que no es donen en la realitat.

Aquest biaix també pot ser que es produeixi en relació als continguts descarregats d'Internet, ja que les dades són bastant baixes en l'enquesta i la pràctica és aparentment minoritària entre els adolescents, com veurem més endavant. Probablement, en aquest cas les xifres no reflecteixin la totalitat de l'abast del fenomen, i potser contribueixen a inflar la prevalença de les pel·lícules de lloguer (el 30% dels pares o mares les cita), quan en canvi aquesta opció sembla ser ja totalment anacrònica, a jutjar per les respostes dels adolescents.

En qualsevol cas, el que sí es confirma a partir de les anàlisis quantitativa i qualitativa és que el tipus de programa compartit en família és molt variat. Depèn més no tant de l'èxit de crítica que obtingui el programa sinó del fet que sigui emès en la franja horària de "prime-time", com exemplifica aquest fragment:

Investigador: *Quins programes us interessen més dels que s'emeten actualment?*

Noi 2, Girona, ESO: *L'APM està molt bé.*

Noia 2, Girona, ESO: *El Barco i Walking Dead.*

Noi 1, Girona, ESO: *Però aquest no el fan fins d'aquí un més o així...*

Noia 2, Girona, ESO: *Sí, bueno, les temporades... perquè em vaig quedar en un capítol de la segona temporada i me'l vull baixar.*

Investigador: *Què més us agrada apart d'aquests programes?*

Noi 2, Girona, ESO: *La que se avecina.*

Noia 2, Girona, ESO: *Sí i Aquí no hay quién viva. Això per la nit.*

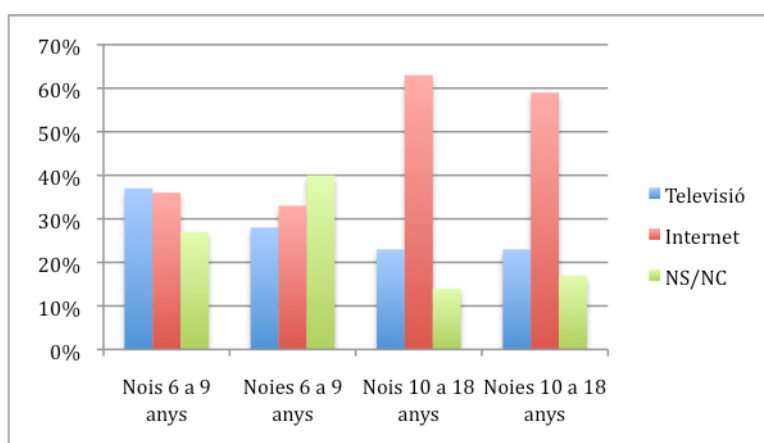
Noia 1, Girona, ESO: *No sé, APM també miro. No sé de vegades vaig fent zàping a la tele...*

1.2. La televisió, l'últim recurs d'oci domèstic per als joves

La televisió és el darrer recurs que els joves consideren a l'hora d'organitzar el seu temps d'oci. Preguntats per les preferències en els grups de discussió, per als joves la televisió sempre ocupa la darrera posició per darrere de "sortir amb amics" i "navegar per Internet". Aquestes dades són coherents amb les estadístiques consultades a d'altres fonts documentals i que estableixen que els joves i adolescents prefereixen Internet a la televisió (63% per a la franja d'edat dels 10 als 18 anys).

Gràfic 10: Preferències d'ús: televisió respecte d'Internet (2009)

Font: Generación Interactiva en España, Fundación Telefónica



Són diversos els motius que esgrimeixen i que ens han fet arribar a aquesta conclusió, però bàsicament en distingim dos: consideren que és un mitjà avorrit i els horaris en què

s'emeten els programes que podrien ser del seu interès no encaixen amb la seva rutina diària (institut, extraescolars etcètera.) Internet, en canvi, exerceix una funció equiparable al vídeo sota demanda perquè els permet consumir productes en l'horari que consideren més adient i en el lloc que els resulta més oportú (fonamentalment el dormitori). Aquesta dinàmica, que no només afecta a la població en un segment d'edat adolescent, és una mostra de la irremeiable fragmentació de les audiències; una fragmentació que ha portat als diferents sectors implicats en la indústria de l'entreteniment (aquí hi hauria la televisió, però també el cinema, la música...) a desenvolupar estratègies, sovint força imaginatives, per a poder afrontar aquesta nova situació d'incertesa. La multiplicació del nombre d'opcions d'oci i de proveïdors de continguts (tots els internautes són proveïdors i distribuïdors potencials) contribueix i alimenta aquesta dinàmica de la fragmentació, que pot produir-se tant en un context d'audiències, com de mitjans de comunicació o inclús personal.

Aquest escenari multiplataforma en què la televisió és una pantalla més que ha de competir amb *YouTube*, *l'iPhone*, *TiVo* o *Voddler*, per citar alguns exemples, ha propiciat que la indústria de la "petita pantalla" es plantegi mesures per a contrarestar aquesta pèrdua progressiva d'audiències; si més no, d'audiència jove. Els grups focalitzats que s'han dut a terme confirmen aquesta realitat:

Investigador: *Mireu la tele mentre esteu al ordinador?*

Noia 3, Barcelona, ESO: *Sí, amb el mòbil i escoltant música.*

Noi 3, Barcelona, ESO: *I estàs amb el mòbil i a vegades la meva àvia mira i em i diu: - Com pots fer tres coses a la vegada?. No té gaire complicació. A veure... mires la tele un moment, mires el missatge, contestes, tornes a mirar...*

Noia 1, Barcelona, ESO: *Jo no tinc hores per veure-la. Jo la veig poc perquè sempre estic a l'ordinador. Encenc la tele quan m'avorreixo al "Facebook"... o no sé que fer a l'ordinador? Doncs em poso la tele...*

A data d'avui, a finals del 2012, és una obvietat dir que Internet s'ha consolidat com a plataforma de difusió i de distribució de continguts. Ningú no en dubta ni ningú ho qüestiona. Així, les cadenes de televisió estan immerses en una lluita ferotge per a adaptar-se a aquest entorn digital caracteritzat per la fragmentació d'audiències a la qual ens

referíem anteriorment. Davant de l'amenaça constant d'una reducció dràstica dels ingressos en concepte de publicitat, els mitjans de comunicació estan experimentant amb diversos models de distribució multiplataforma de contingut; les televisions no en són cap excepció. Com que l'objecte d'estudi d'aquest projecte de recerca és el consum audiovisual en un context digital, ens referirem únicament al tipus de distribució de contingut fet per les cadenes de televisió a Internet. Així, distingim dos grans grups en funció de si es tracta de "programació regular" o bé "continguts de difusió online".

Entenem per "programació regular" els programes concebuts per a ser consumits mitjançant un televisor. Els "continguts de difusió online", en canvi, són productes pensats per a ser distribuïts per Internet. Són vídeos la temàtica dels quals normalment gira entorn a productes estrella de les diferents cadenes (sèries de producció pròpia amb alts índex d'audiència, concursos...), vídeos satèl·lit que tenen com a objectiu fidelitzar l'audiència. Sovint es tracta de preses falses, entrevistes o "making of" dels programes més populars. No és gaire habitual que siguin productes amb una trama argumental pròpia que siguin produïts exclusivament per a la seva difusió online, tot i que en podem trobar algun exemple. Als Estats Units, les cadenes ABC i NBC van ser les primeres a experimentar amb productes creats exclusivament per a ser difosos per Internet. Així, el febrer de 2008 ABC va presentar la webserie *Squeegee*s mentre que al novembre NBC va llançar *Gemini Division* i *Wake up Dead*. Deixant de banda els arguments d'aquestes webseries, convé remarcar que el format intenta adequar-se al model de vídeos que més èxit té a la Xarxa, és a dir, clips de curta durada que es penjen en portals on hi ha la possibilitat de crear fòrums de discussió i demés serveis que cedeixen la paraula al consumidor. En algunes ocasions, els propis internautes tenen la potestat de decidir el gir argumental de la sèrie mitjançant votacions o enviaments d'emails i missatges amb suggeriments. Quina mena de consum audiovisual online fan els joves i adolescents catalans? En aquest informe intentarem respondre aquesta i d'altres preguntes relacionades.

2. Consum audiovisual a Internet

Els joves que són la base d'aquest estudi afirmen preferir l'ordinador al televisor, però això no vol dir que no consumeixin televisió. És a dir, el que canvia i resulta significatiu en aquestes franges d'edat respecte de la població adulta, és el fet que l'ordinador és un aparell molt més utilitzat respecte del televisor. Tot i l'aparentment incomoditat de veure pel·lícules, series o concursos en una pantalla petita, l'ordinador també els proporciona intimitat ja que acostuma a estar situat al dormitori (si és de sobretaula). Preferentment consumeixen televisió als portals oficials de les diferents cadenes, tot i que YouTube també és una de les opcions preferides ja que, segons els propis adolescents, "s'hi pot trobar de tot". Les descàrregues són una pràctica poc habitual, segons els entrevistats, en favor del consum en streaming o bé en diferit però a temps real.

2.1. Mirar la televisió a Internet, una pràctica habitual

Diversos estudis posen de manifest que consumir televisió online no implica un descens del còmput total que cada persona dedica diàriament a veure la televisió. És a dir, aquelles persones que consumeixen televisió per Internet (ja sigui en streaming com en diferit, a l'ordinador o en un dispositiu mòbil) mantenen els nivells de consum de televisió convencional, de manera que el total de temps que hi dediquen és sensiblement més elevat respecte d'aquells que només consumeixen mitjançant el televisor. De fet, segons l'AIMC⁷, només en un 27,8% dels casos el consum de televisió online representa un descens del temps dedicat a veure la televisió tradicional. Així mateix, un 18% dels internautes afirma accedir el mateix dia a la televisió tradicional i a la televisió online; aquesta xifra s'eleva al 54% si parlem del darrer mes.

Internet i els dispositius gravadors com ara els DVR o descodificadors TDT han posat en crisi el model tradicional de programació. Els usuaris volen programació "a la carta" tot i que encara queden alguns esdeveniments capaços de congregar al sofà a pares, fills i inclús avis. Esdeveniments esportius de primer nivell (cerimònia inaugural dels Jocs Olímpics, final de la Champions League...) i gal·les d'entrega de premis com ara els Oscars, per exemple, encara són capaços de mantenir l'audiència enganxada davant del televisor. Són esdeveniments

⁷ AIMC (2012). *Televisión tradicional vs online*.

escassos i per tant es cotitzen a l'alça per part dels anunciants, de fet, els preus que els anunciants paguen per anunciar-se a les pauses publicitàries de la final de la *Superbowl* als Estats Units, per exemple, baten rècords any rere any i ja s'han consolidat com una estadística de referència per al sector⁸.

Bona part de l'ús que els i les adolescents fan d'Internet consisteix en connectar-se a xarxes socials. També l'empren com a eina de cerca de recursos, en especial musicals, tot i que també d'altres tipus (incloent els que tenen utilitat per als treballs acadèmics). Altre cop, de forma semblant al que passa amb algunes sèries de televisió, el fet d'intercanviar i compartir continguts per Internet esdevé una manera més de relacionar-se i integrar-se en els grups, fins i tot per obrir-se i fer noves amistats. També l'utilitzen per veure continguts – molts d'ells d'origen televisiu – transcendent tant les servituds dels horaris com un eventual control parental sobre els mateixos. D'alguna manera, sembla evident que la televisió va camí d'esdevenir obsoleta per a les noves generacions, si més no en el seu ús més tradicional. Les noves generacions integren la televisió dins l'oceà d'Internet, i en la mesura en què esdevenen generacions creixentment digitalitzades, més sembla que s'aboquen a Internet i més deixen de banda la televisió en el seu format tradicional.

Investigador: *Compartiu informació sobre pel·lícules, series o música a través d'Internet...?*

Noi 2, Girona, ESO: *Pel Facebook. Penjo això i dic: Mira aquesta cançó m'agrada molt. Però amb les cançons més perquè m'agrada més la música que no pas les sèries de la tele, perquè la tele la miro poc. Algunes vegades... no és allò que jo segueixi tots els dies Otra Movida o coses d'aquestes. No les segueixo, miro un programa o algo així, però no el segueixo.*

Noia 2, Girona, ESO: *Jo, per exemple si vull passar algo a una amiga doncs ho poso al Facebook, l'etiqueto i ja està. Sol ser música o, jo què sé, un vídeo que en faci riure.*

Un altre punt a favor que té Internet és que suposa un major alliberament del control parental, atès que molts pares i mares no tenen els coneixements suficients com per limitar el seu ús per part dels fills/es. Cal suposar que aquest fenomen anirà a menys, a mesura que les noves generacions ja tinguin prou competències en Internet com per poder posar

⁸ <<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/tag/super-bowl/>>[Data consulta: 5 de juny de 2012]

límits, però en molts adolescents que tenen pares i mares majors de 40 anys, això els suposa un avantatge per la ignorància parental del mitjà, incrementant-se a mesura que l'edat dels pares o mares és més elevada.

Una prolongació del fenomen d'Internet es produeix en la tecnologia dels telèfons mòbils. En aquest cas, s'empra el telèfon com una eina generadora de recursos gràfics (normalment fotografies) que s'integren a les xarxes socials per a ser compartides. Aquests usos, però, tot i que sembla que siguin habituals entre els i les adolescents, no agraden a tothom, i de vegades donen lloc a situacions frontereres amb el dret a la pròpia imatge, ja que envaeixen la intimitat de les persones.

Podem afirmar que les generacions més joves triangulen amb l'ordinador, el mòbil i la videoconsola. En aquest darrer cas, el fet d'anar creixent sembla que fa disminuir-ne l'ús, encara que això no vol dir que perdin l'orientació lúdica, ja que els jocs en línia per Internet són una alternativa força recurrent. En canvi, els usos que es fa de les sales de cinema i de la televisió fan pensar en una lenta però continuada decadència d'aquests mitjans. El mateix passa amb la vigència cada cop més discutible dels videoclubs i les pel·lícules de lloguer.

La venda directa de contingut, ja sigui mitjançant Internet o en botigues tradicionals, per a un consum posterior en dispositius fixes i mòbils s'ha popularitzat aquests darrers anys. Són l'alternativa "fiable" als portals de distribució de contingut il·legal, és a dir, que infringeix la normativa en matèria de drets de propietat intel·lectual. Preguntats per la possibilitat de comprar pel·lícules a venedors ambulants (top manta), els joves entrevistats han respost majoritàriament que és una pràctica que no duen a terme.

En termes generals, podem classificar la venda directa de contingut en tres grans blocs en funció de la plataforma que s'utilitzi: botigues online independents (iTunes, Amazon...), vendes de DVD i BlueRay (online y offline) i vendes gestionades mitjançant portals propis de les pròpies cadenes de televisió (principalment la web oficial tot i que també recollim aquí el conjunt de webs amb subdominis relacionats amb el portal mare). En aquest sentit les televisions han trobat en aquesta opció una alternativa complementària al seu model tradicional d'explotació dels continguts. Sèries de producció pròpia que es venen per a

col·leccionistes, coproduccions cinematogràfiques que es venen en edició especial amb continguts complementaris (entrevistes amb el director i actors...) I tot això sense deixar de banda l'allau de videoclubs online que permeten veure una pel·lícula o sèrie en *streaming* previ pagament i durant un temps finit. Quotes mensuals de consum il·limitat, quotes que es ceneixen a un producte en concret (*pay per view*)...

Val a dir que les distincions de gènere, en l'anàlisi qualitativa, només emergeixen en el cas dels videojocs, ja que les noies tendeixen a preferir videojocs que comportin una major expressió corporal, mentre que els nois prefereixen els videojocs més sedentaris. Això provoca una segmentació a l'hora de triar la videoconsola preferida, i cal suposar que també el tipus de continguts lúdics.

3. Control parental d'Internet i de la televisió

La percepció que els adolescents tenen respecte del control exercit pels pares en relació a l'ús de la televisió i d'Internet és que és una pràctica minoritària, laxa, i sovint lligada a un càstig. Els pares enquestats i els adolescents entrevistats apelen a la responsabilitat, això queda pal·lès en el fet que a major edat, menys control. En aquest sentit també hem estudiat les transgressions produïdes amb l'afany de cerca de continguts hipotèticament vetats pels pares, el resultat ha estat que els joves no busquen a Internet aquells programes que els pares no els deixen mirar perquè les prohibicions són escasses o inexistents.

3.1. Límits al consum televisiu i a l'accés a Internet

Les normes limitadores del visionat de la televisió es basen majoritàriament en l'establiment d'un límit horari per la nit, a partir del qual ja no es veu la televisió (sigui només l'adolescent, o tota la família), o bé casos molt concrets on es prohibeix la coincidència de l'àpat i el televisor, encara que ens fa l'efecte que aquests són casos minoritaris. De vegades també es prohibeixen continguts, però en realitat la impressió que donen els adolescents és que les prohibicions taxatives, pel que fa a la televisió, són escasses. Pel que fa a la connexió a Internet, el 37% dels pares enquestats afirma limitar les franges horàries de connexió dels seus fills, mentre que un 35% opta per limitar el temps de

connexió. Pot ser que en ambdós casos es refereixin a fixar una hora de finalització de la connexió, a l'igual que es fa amb la televisió. Ara bé, aquestes dades no concorden amb la laxitud normativa que manifesten els adolescents que han participat en els grups de discussió de l'estudi. De fet, el que es desprèn de l'anàlisi qualitativa és tot el contrari: que Internet està força menys controlat que no pas la televisió.

Noi 1, Lleida, ESO: *A mi a l'ordinador m'han ficat contrasenya perquè pugui entrar sols quan vulgui ma mare. Perquè estic molt viciat i doncs bé diu: -Pues com vull saber tota l'estona que estàs... doncs em fica la contrasenya i me l'ha de ficar ella cada cop que m'hi fico.*

Investigador: *I què et sembla això?*

Noi 1, Lleida, ESO: *Malament.*

Investigador: *I t'han dit si canviarà si treus bones notes o... no saps quan s'acabarà això?*

Noi 1, Lleida, ESO: *Clar que sé però... Els caps de setmana com a vegades no sé que fer doncs... És: arribo a casa i abans de dir hola em fico a l'ordinador i llavors doncs clar ma mare m'ha posat límit.*

Noia 2, Lleida, ESO: *A mi això m'ho fan com a càstig quan em porto malament, pues em posen contrasenya perquè, jo què sé, a vegades: -pare em vull posar a l'ordinador, pues no, pues ara no t'hi fiques. Però això dura dos dies, tres dies i llavors vaig allà i li dic que si us plau i llavors me la treu.*

Investigador: *És a dir, que utilitza l'ordinador com a càstig.*

Noia 2, Lleida, ESO: *És un bon càstig.*

Els focus groups també mostren reiteradament les estratègies dels adolescents per tal d'esquivar aquests límits (apagar els llums de l'habitació i esperar a que tothom dormi per després tornar-se a connectar...) Pot ser que en aquest cas, els pares tinguin la percepció d'exercir cert control efectiu, però que aquest control sigui menor del que ells pensen. D'altra banda, tampoc cal oblidar que el 30% de les llars no fixa cap mena de límit a l'ús d'Internet per part dels seus fills.

Taula 1: Límits parentals al visionat de la televisió pels fills/es.

Tipus de límit	% sobre el total de llars	% sobre llars amb límits
Cap límit	39,70%	-
Franges horàries	38,10%	63,23%
Continguts permesos	37,70%	62,58%
Lloc on mirar la tele	29,60%	49,03%
Límit de temps	25,30%	41,94%
Total llars amb límits	60,30%	-

Taula 13 - Límits parentals al consum d'Internet.

Tipus de límit	Sobre el total de llars	Sobre llars amb límits
Cap límit	29,6%	-
Franges horàries	37,4%	53%
Temps de connexió	34,6%	49,2%
Lloc de connexió	32,7%	46,4%
Continguts permesos	29,6%	42%
Filtre de webs	14,8%	21%
Total llars amb límits	70,4%	-

En el que sí coincideixen tant l'anàlisi quantitativa com la qualitativa és en el fet que els controls es dilueixen a mesura que els joves es fan grans. Així, quan es tracta de limitar els continguts la segmentació és clara: una major prevalença en el segment de 13-14 anys, on al voltant del 55% de les llars posen límits; i un segon segment, que va dels 15 als 18 anys inclosos, on les llars limitadores baixen gairebé a la meitat, i es mantenen al voltant del 25%. Pel que fa al sexe, només hem trobat diferències estadísticament significatives en el cas del "temps de connexió". A l'igual que ja havia passat en el cas del consum televisiu, les llars enquestades mostren més preocupació pel temps que els seus fills dediquen a Internet, més que no pas pel temps que hi dediquen les seves filles. En el cas d'Internet, a més, les diferències de gènere són encara més importants, ja que el 41,4% de les llars en les quals el fill és un noi institueixen un límit al temps de connexió, cosa que en canvi només fan el 25,9% de les llars on el fill és una noia.

La limitació de continguts és un tema molt poc recurrent en els grups de discussió i pot ser que sigui percebut com a mitjà de control efectiu per part dels pares més que no pas per part dels fills. Aquest límit pot afectar al consum de la televisió en una llar, però els

adolescents saben que poden fàcilment transgredir-lo veient online els continguts prohibits. De fet, els mateixos pares i mares, d'alguna manera, semblen adonar-se d'això, ja que el 24% dels pares enquestats sospita que els seus fills veuen per Internet continguts que ells han vetat prèviament. En els focus groups el tema de la transgressió, de l'ús d'Internet per a consumir productes audiovisuals que no estan permesos a la llar, és un tema que apareix de manera residual. Quan els adolescents són preguntats per l'entrevistador de manera explícita sobre aquesta pràctica, sempre responen de manera taxativa negant aquesta pràctica.

Investigador: *Hi ha programes que els vostres pares no us deixin veure i que vosaltres busqueu per Internet?*

Tot el grup de Girona, ESO: *No, no.*

No 1, Girona, ESO: *Bueno, a mi m'ho deixen veure tot.*

Investigador: *Us ho deixen veure tot?*

Tot el grup de Girona, ESO: *Sí...*

Noia 2, Girona, ESO: *Mentre no sigui cine verd...*

Quan es pregunta als pares enquestats si creuen que els seus fills cerquen a Internet els continguts que no se'ls permet mirar a la televisió a causa del control parental, prop d'una quarta part dels enquestats considera que sí (23,7%), mentre que un residual 5,4% afirma no haver-s'ho plantejat mai. Novament, l'edat esdevé un factor rellevant que modula aquesta creença. Així, si es parla dels fills/es de 13 anys, només poc més del 10% dels pares i mares creu que els fills/es proven de transgredir la norma imposada per mitjà d'Internet. En canvi, la proporció d'aquesta creença quasi es multiplica per tres a partir dels 14 anys (noti's que en aquest cas l'edat frontera no es troba en els 15, sinó en els 14 anys). Quan els fills/es tenen entre 14 i 17 anys, el percentatge de pares i mares que creuen que els seus fills/es burlen les seves pròpies normes per Internet s'eleva al 28,9%.

Taula 6: Transgressió dels límits parentals a Internet, per edat dels fills/es.

	13 anys	De 14 a 17 anys	18 anys	Total
Sí	10,8%	28,9%	21,1%	23,7%
No	78,5%	67,1%	78,9%	70,8%
No m'ho havia plantejat	10,8%	4%	0%	5,4%

Taula 7: Transgressió dels límits parentals a Internet, per edat i gènere dels fills/es.

	13 anys		De 14 a 17 anys		18 anys	
	Home	Dona	Home	Dona	Home	Dona
Sí	17,6%	3,2%	29,3%	28,4%	25%	14,3%
No	67,6%	90,3%	66,7%	67,6%	75%	85,7%
No m'ho havia plantejat	14,7%	6,5%	4%	4,1%	-	-

Altres possibles límits que surten a l'enquesta i no es constaten en els grups són el límit de temps (22% de les llars) i el lloc on mirar la televisió (31% de les llars). En el darrer cas pot tractar-se d'un límit no percebut perquè és estructural: el fet que pares o mares decideixin on són els televisors (sala d'estar, menjador, cuina...) ho poden veure com una manera d'exercir el control sobre aquest aspecte, mentre que pels fills/es adolescents que el televisor sigui on és i no en altres llocs pot ser vist simplement com un fet normalitzat, ja que han crescut sempre amb aquesta distribució dels televisors. Hi ha pocs casos que siguin conscients que el fet de no tenir el televisor a la pròpia habitació pot ser un límit estratègicament disposat per pares o mares. Quant al límit de temps, cal suposar que es deu donar en casos específics on el fill/a abuseja de l'ús del televisor, o quan té problemes de rendiment acadèmic, i no tant com una limitació per sistema. Altrament, segurament és un ús que es confon amb el límit de les franges horàries, ja que el fet que es posi una hora final per deixar de veure la televisió pot ser que s'hagi contestat com a limitació de la franja horària o bé com a límit de temps.

Finalment, i encara en relació als controls parentals sobre la televisió, tant l'enquesta com els grups coincideixen en constatar que els controls parentals són més freqüents (i en coherència, probablement més intensos) a mesura que l'adolescent té menys edat, mentre que a mesura que es fan grans, es van relaxant aquests controls.

Bibliografia

- ADRIAENS, F., VAN DAMME, E., COURTOIS, C. (2011). The spatial and social contexts of television-viewing adolescents. *Poetics*, 39(3), 205-227.
- ANDREWS, L. (2011). *I know who you are and I saw what you did: Social networks and the death of privacy*. New York: Free Press.
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2011). *Navegantes en la red* (14ª edición)
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2012). *Televisión: Tradicional vs online*
- BERNAL TRIVIÑO, A. I. (2009). *Los Nuevos medios de comunicación y los jóvenes : aproximación a un modelo ideal de medio*. Alcobendas, Madrid: Euroeditions.
- BRINGUÉ, X.; SÁDABA, C. (2009). *La generación interactiva en España. Niños y adolescentes ante las pantallas*. Barcelona: Ariel.
- Bringué, X., & Sádaba, C. (2010). Niños y adolescentes españoles ante las pantallas: rasgos configuradores de una generación interactiva. *Participación educativa*, 15, 86.
- BRINGUÉ, X.; SÁDABA, C. (2011). *Menores y redes sociales*. Madrid: Fundación Telefónica - Foro Generaciones Interactivas.
- CARBONELL, J. M. (2011). *El futur de la comunicació :Xarxes, mitjans i poder*. Barcelona: Editorial UOC.
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). (2010). Estudio nº 2.836. Barómetro de mayo
- CROSNOE, R.;TRINITAPOLI, J. (2008). Shared family activities and the transition from childhood into adolescence. *Journal of Research on Adolescence*, 18(1), 23-48.
- FERNÁNDEZ, C.; CASTELLS, M.; VILA, P. (2007). *Televisió i internet: Identitat, subcultura juvenil i globalització :Anàlisi de la comunitat virtual de joves adolescents formada entorn als continguts manga del programa 3XL.NET de televisió de catalunya*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- Fundación Telefónica (2011). *La sociedad de la información en españa 2010*. Barcelona: Ariel.
- GARCIA MATILLA, A.; MOLINA CANABATE, J. P. (2008). Television and young people in spain. *Comunicar*, (31), 83-90.

GARMENDIA, M.; GARITAONANDIA, C.; MARTÍNEZ, G.; CASADO, M. A. (2011). Riesgos y seguridad en internet: Los menores españoles en el contexto europeo. Bilbao: EU Kids Online.

GUERRERO PÉREZ, E. (2011). El ecosistema multiplataforma de los grupos televisivos españoles: los formatos de entretenimiento. *Comunicación y Hombre. Revista interdisciplinar de ciencias de la comunicación y humanidades*, (7), 85.

Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT). (2009). Estadística de l'audiovisual a Catalunya. Generalitat de Catalunya.

Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT). (2011). Estadística bàsica de catalunya. demografia i qualitat de vida. Generalitat de Catalunya.

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2011). INEbase (estadísticas: Cultura, sociedad y ocio, medios de comunicación)

Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación. (2009). Estudio sobre hábitos seguros en el uso de las TIC por niños y adolescentes y e-confianza de sus padres. INTECO.

ITOÌ, M. (2010). *Hanging out, messing around, and geeking out :kids living and learning with new media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

JACKSON, C.; BROWN, J. D.; PARDUN, C. J. (2008). A TV in the bedroom: Implications for viewing habits and risk behaviors during early adolescence. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(3), 349-367.

JAGODZINSKI, J. (2008). *Television and youth culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

KENNEDY, T. L. M.; SMITH, A.; WELLS, A. T.; WELLMAN, B. (2008). *Networked families*. Pew Internet & American Life Project.

LENHART, A. (2012). *Teens, smartphones & texting*. Pew Internet & American Life Project.

LIVINGSTONE, S. (2002). *Young people and new media :Childhood and the changing media environment*. London : Sage.

LIVINGSTONE, S.; HELSPER, E. J. (2008). Parental mediation of children's internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(4), 581-599.

LOADER, B. (2007). *Young citizens in the digital age :Political engagement, young people and new media*. London; New York: Routledge.

LÓPEZ, N.; GONZÁLEZ, P.; MEDINA, E. (2011). Jóvenes y televisión en 2010: un cambio de hábitos. *Zer: revista de estudios de comunicación.*, (30), 97.

MOYER-GUSÉ, E., ; RIDDLE, K. (2010). *El impacto de los medios de comunicación en la infancia : Guía para padres y educadores*. Barcelona: Editorial UOC.

NAPOLI, P. (2011). Audience evolution :New technologies and the transformation of media audiences. New York: Columbia University Press.

NIQUI, C. (2011). Cronologia dels primers 15 anys de l'audiovisual a internet. Barcelona: Editorial UOC.

Organització Mundial de la Salut (OMS). Social determinants of health and well-being among young people : Health behaviour in school-aged children (HBSC) study : International report from the 2009/2010 survey(2012). Copenhagen: Organització Mundial de la Salut / WHO Regional Office for Europe.

REINARES, P. (2010). Jóvenes y televisión generalista en España: ¿es internet responsable de una audiencia perdida? Revista De Estudios De Juventud, (88), 63.