

## **El tractament televisiu de la diversitat cultural segons els telespectadors joves**

Enric Prats (Universitat de Barcelona)

Marina de Régil (Universitat de Girona)

Sílvia Lombarte (Universitat de Barcelona)

Elisabeth Higuera (Universitat de Barcelona)

Vicens Santamaria (Universitat d'Andorra)

*Aquest projecte ha rebut un ajut del Consell de l'Audiovisual de Catalunya*

*El grup de recerca està adscrit a l'Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat de Barcelona.*

Barcelona, setembre de 2005



UNIVERSITAT DE BARCELONA





## Sumari

|                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------|----|
| Resum executiu .....                                                           | 7  |
| Plantejament general de la recerca.....                                        | 9  |
| I. Característiques principals de la mostra .....                              | 11 |
| 1. Perfil personal i sociocultural de la mostra.....                           | 11 |
| 2. Opinió sobre diversitat cultural i grau de tolerància.....                  | 14 |
| 2.1. Estereotips amb les persones estrangeres i immigrants.....                | 14 |
| 2.1.1 Percepció del nombre de persones estrangeres .....                       | 14 |
| 2.1.2 Estereotips sobre els immigrants en el món laboral.....                  | 17 |
| 2.1.3 Aspectes positius i negatius relacionats amb la immigració.....          | 18 |
| 2.2. Acceptació de la diversitat cultural .....                                | 19 |
| 2.2.1 Grau de simpatia cap a diversos col·lectius .....                        | 19 |
| 2.2.2 Valoració del col·lectiu d'estrangers.....                               | 20 |
| 2.3. Grau de tolerància general .....                                          | 22 |
| 3. Consum televisiu.....                                                       | 23 |
| 3.1. Satisfacció general per la televisió .....                                | 23 |
| 3.2. Consum quantitatiu i qualitatiu.....                                      | 25 |
| 3.2.1 Nombre d'hores davant de la televisió .....                              | 25 |
| 3.2.2 Canals preferits .....                                                   | 30 |
| 3.2.3 Tipus de programes preferits .....                                       | 36 |
| 3.3. Hàbits televisius i control familiar .....                                | 40 |
| 3.3.1. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió.....                        | 40 |
| 3.3.2. Nombre d'aparells a casa.....                                           | 45 |
| 3.3.3. Control familiar del consum televisiu .....                             | 50 |
| 3.3.4. Hàbits de consum: coneixement de la programació i zàping .....          | 55 |
| II. Percepcions sobre el tractament televisiu de la diversitat.....            | 57 |
| 4. Presència quantitativa de la diversitat i la immigració a la televisió..... | 57 |
| 4.1. Temps que la televisió dedica a la immigració .....                       | 57 |

|                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals .....                   | 58  |
| 4.1.2. Anàlisi per variables personals i socioculturals .....                   | 60  |
| 4.1.3. Anàlisi segons el consum televisiu .....                                 | 64  |
| 4.2. Presència de la diversitat cultural segons els tipus de programes .....    | 67  |
| 4.2.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals .....                   | 68  |
| 4.2.2. Anàlisi segons les opinions personals sobre la diversitat cultural ..... | 72  |
| 4.2.3. Anàlisi segons el consum televisiu .....                                 | 74  |
| 5. Contingut televisiu relacionat amb la diversitat cultural .....              | 77  |
| 5.1. Temes relacionats amb la immigració .....                                  | 77  |
| 5.1.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals .....                   | 77  |
| 5.1.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural .....           | 80  |
| 5.1.3. Anàlisi segons el consum televisiu .....                                 | 83  |
| 5.2. Imatges relacionades amb la diversitat cultural .....                      | 85  |
| 5.2.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals .....                   | 85  |
| 5.2.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural .....           | 89  |
| 5.2.3. Anàlisi segons el consum televisiu .....                                 | 93  |
| 5.3. Feines o ocupacions de les persones immigrants .....                       | 95  |
| 5.3.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals .....                   | 96  |
| 5.3.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural .....           | 99  |
| 5.3.3. Anàlisi segons el consum televisiu .....                                 | 102 |
| 6. Orientació del tractament televisiu a la diversitat cultural .....           | 104 |
| 6.1. Tendència de la gent que opina a TV sobre les persones estrangeres.....    | 104 |
| 6.1.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals .....                   | 105 |
| 6.1.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural .....           | 108 |
| 6.1.3. Anàlisi segons el consum televisiu .....                                 | 110 |
| 6.2. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures .....               | 112 |
| 6.2.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals .....                   | 113 |

|                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 6.2.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural .....          | 115 |
| 6.2.3. Anàlisi segons el consum televisiu .....                                | 117 |
| 6.3. Orientació racista de la televisió .....                                  | 119 |
| 6.3.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals .....                  | 119 |
| 6.3.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural .....          | 121 |
| 6.3.3. Anàlisi segons el consum televisiu .....                                | 122 |
| Conclusions .....                                                              | 125 |
| Índex de gràfics.....                                                          | 127 |
| 1. Perfil personal i sociocultural de la mostra.....                           | 127 |
| 2. Opinions sobre diversitat cultural i grau de tolerància.....                | 127 |
| 3. Consum televisiu.....                                                       | 127 |
| 4. Presència quantitativa de la diversitat i la immigració a la televisió..... | 130 |
| 5. Contingut televisiu relacionat amb la diversitat cultural .....             | 131 |
| 6. Orientació del tractament televisiu a la diversitat cultural .....          | 133 |



## Resum executiu

Aquest projecte té la finalitat de conèixer les opinions i percepcions que tenen els joves entre 12 i 16 anys sobre el tractament que fa la televisió de la immigració i la diversitat cultural.

- Els joves que diuen que hi ha molts o massa estrangers a la nostra societat també perceben a la televisió més imatges de policia, de pateres i de gent resant. Els joves que valoren de manera positiva la presència de persones estrangeres a casa nostra perceben que la televisió mostra més ocupacions de persones immigrants relacionades amb la construcció i el camp. En canvi, els que en tenen una valoració negativa perceben més activitats relacionades amb les drogues i la prostitució. El consum diari de televisió per sota de la mitjana augmenta la percepció de feines de la construcció i del camp i redueix la de les activitats relacionades amb les drogues i la prostitució.
- Un de cada tres joves percep que la gent que apareix a televisió opinant sobre els estrangers ho fa de manera radical (o molt a favor o molt en contra), i un de cada cinc creu que ni a favor ni en contra. Els joves nascuts a l'estranger consideren que poca gent que opina dels estrangers per televisió ho fa de manera favorable. Els joves intolerants perceben més gent que en parla per televisió a favor.
- En termes generals, un de cada dos joves opina que la televisió és bastant, molt o massa tolerant amb les persones d'altres cultures, mentre que un de cada tres creu que no, que la televisió és més aviat poc tolerant o fins i tot intolerant. Els nois i noies que perceben que hi ha poques persones estrangeres perceben que la televisió és intolerant o poc tolerant. Els joves satisfets amb la televisió expressen també que el tractament que en fa de les persones d'altres cultures és més aviat tolerant. Més consum televisiu els dies feiners coincideix amb una percepció més alta que la televisió és més aviat tolerant amb la gent d'altres cultures.
- Els joves que tenen una percepció negativa de les persones estrangeres a casa nostra miren més sovint la televisió sols que els que en tenen una percepció positiva. Els joves que tenen una percepció més alta d'estrangers a casa nostra també són els que tenen una proporció més alta de televisió a la seva habitació.

- Una lleu majoria del joves (53%) creuen que la televisió no fomenta el racisme. Els que perceben que hi ha molts o massa estrangers a la nostra societat també afirmen més que els altres que la televisió fomenta el racisme. El qui creuen que la televisió és dolenta també afirmen majoritàriament que és racista; la percepció de racisme baixa quan augmenta el grau de satisfacció amb la televisió.

Sobre el perfil de la mostra, s'han obtingut els resultats següents:

- Dos de cada tres joves perceben que hi ha molts o massa immigrants a Catalunya; un bon nombre d'aquests, un 80%, se situen en un nivell econòmic mitjà alt o alt. Quant a l'impacte de la immigració a la nostra societat, els joves tenen més clares les repercussions negatives que les positives. L'impacte en el món laboral està ben recollit a l'enquesta, tot i que els joves semblen reproduir esquemes de la població adulta: és cert o parcialment cert que els immigrants fan feines que els d'aquí no volen fer (77%), i que treuen llocs de feina als d'aquí (51%), però no tenen clar si rebentin els sous (37% diuen que és cert però hi ha un 20% d'indecisos).
- En termes generals, a vuit de cada deu joves els agrada la televisió, tot i que prop de dos terços de la mostra considera que la televisió «està bé, però és millorable». Tres de cada cinc joves de la mostra veuen més de dues hores de televisió diàries, tant en dies feiners com en caps de setmana. Quant als programes que veuen més, hi destaquen les pel·lícules i els programes d'humor; hi ha diferències interessants per sexes: 4 de cada 5 nois miren molt o sovint programes esportius, contra 1 de cada 3 noies; mentre 2 de cada 3 noies miren sèries, només ho fa un noi també de cada 3.
- Els joves i sobretot els fills únics declaren majoritàriament que miren la televisió de manera habitual amb el pare o la mare més que no pas sols. Prop del 27% té almenys tres aparells a casa: menjador, habitació dels pares i habitació pròpia. Gairebé un de cada dos joves (45%) té televisió a la seva habitació i un de cada tres en té a la cuina. Més de la meitat dels joves declaren que a casa mai no els controlen o bé el temps o bé el contingut de la programació televisiva; un de cada quatre sí que sent un control de temps o de contingut.

## Plantejament general de la recerca

L'increment de la visibilització de la diversitat, en tots els ordres de la vida social, també s'ha produït en el mitjà televisiu; així, ja és habitual observar com els diversos formats del mitjà han integrat d'una manera més o menys forçada, com a reclam o com a simple reflex de la realitat, la presència de persones d'altres procedències. No obstant això, podem aventurar que al marge d'aquesta presència planificada i artificiosa, el missatge televisiu pot estar impregnat de prejudicis i estereotips al mateix nivell que ho està en la societat. En la detecció i reproducció d'aquests estereotips, entenem que la població més jove esdevé també més vulnerable i, per això, podem intuir que seran susceptibles de repetir amb més facilitat esquemes apresos de la població adulta, quant a opinions i grau de tolerància envers la diversitat, com ara l'impacte de la immigració en el món laboral, la relació de la immigració amb fenòmens com la prostitució, la delinqüència o les drogues, etc.

Segurament és inconcebible una societat sense televisió, amb una omnipresència per alguns sufocant, que conforma o contribueix a conformar actituds, valors i tota mena d'opinions d'ordre moral. En aquest sentit, el consum que en fa la població jove, tant en quantitat d'hores davant de l'aparell com en qualitat dels programes vistos, passa desapercebut fins i tot per a les mateixes famílies i per als educadors, desconixedors sovint de la programació habitual però sobretot de les repercussions que genera en els televidents. No es pot afirmar de manera contundent que la televisió incrementi o redueixi el grau de tolerància, ni de la població adulta ni dels joves, però sí que els missatges textuais i audiovisuals emprats confirmen o reforcen els esquemes previs dels telespectadors, segons la sensibilitat o predisposició de cada moment, en un procés que segurament es realitza de manera natural o espontània, sense reflexió conscient.

En aquest context, entenem que ha de ser de força utilitat pedagògica conèixer les percepcions de la gent jove sobre el tractament televisiu de la diversitat cultural, en concret, de les nocions d'estrangeria i immigració. Per tant, l'objectiu de la recerca ha estat conèixer la percepció que tenen els telespectadors joves, de 12 a 16 anys, sobre el tractament de la diversitat cultural i la immigració que fan els operadors de televisió públics i privats.

En aquest sentit, s'han recollit dades sobre la percepció que tenen els joves sobre el grau de presència o quantitat de temps que dedica la televisió a la immigració; els temes, les imatges i les feines o ocupacions més habituals que apareixen a la televisió relacionades amb la immigració; els tipus de programes (informatius, magazins, etc.) on apareixen més sovint "persones d'altres cultures"; sobre la tendència (positiva, negativa o neutra) de l'opinió de gent del carrer sobre la immigració quan surt per televisió; sobre el tractament general de la televisió envers "altres cultures", i sobre si la televisió fomenta el racisme.

Simultàniament, la recerca ha permès obtenir dades sobre el consum televisiu de la mostra, i opinions sobre la diversitat cultural i la immigració. En concret, sobre el consum televisiu, s'han recollit dades sobre els operadors televisius preferits i més mirats; sobre els tipus de programes més seguits (informatius, magazins, etc.); sobre el context familiar i les persones que els acompanye en el moment de mirar la televisió; sobre el lloc on s'ubiquen els aparells de televisió a casa, i sobre els hàbits de consum, el control exercit pels progenitors, el coneixement de la programació i el costum de zàping.

Quant a les opinions sobre la diversitat cultural i la immigració per part de les persones enquestades, s'han recollit dades de la percepció que tenen sobre el nombre d'estrangers a Catalunya; sobre la relació entre immigració i temes diversos (llocs de feina, reducció de salaris, delinqüència, rejueniment de la societat, etc.); sobre el grau de simpatia envers diversos col·lectius (a més de les persones immigrants, també persones gitanes, homosexuals, discapacitats i estrangeres), i sobre l'autopercepció del grau de tolerància.

La recerca s'ha realitzat durant els mesos de març i maig de 2005, per mitjà d'un qüestionari de preguntes tancades a través de pàgina web, ubicat a l'Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat de Barcelona. L'univers de la mostra era l'alumnat d'Educació Secundària Obligatòria de tots els centres públics i privats de Catalunya. La mostra s'ha seleccionat a partir de l'interès expressat per responsables educatius dels centres de tot Catalunya després d'una convocatòria oberta de participació.

El projecte forma part d'un programa de recerca de més llarg abast que té l'objectiu d'investigar els processos de conformació dels valors i les actituds en relació amb la diversitat cultural. Aquest projecte es desenvolupa en diverses fases. Els resultats que es presenten en aquest informe tanquen la primera fase de treball, que ha rebut un ajut del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

## I. Característiques principals de la mostra

El nombre dels alumnes d'Educació Secundària Obligatòria que han participat a la recerca ha estat de 1.631, corresponents a 22 centres educatius: 15 de públics i 7 de privats; 11 en zones semiurbanes o rurals, i altres 11 en zones metropolitanes o urbanes.

### 1. PERFIL PERSONAL I SOCIOCULTURAL DE LA MOSTRA

Aquest apartat explica les característiques personals i socioculturals dels joves que han participat a la recerca: sexe, nombre de germans, curs o cicle educatiu, lloc de naixement, nivell econòmic de l'entorn familiar, grup cultural a què s'adscriu i religió que practica.

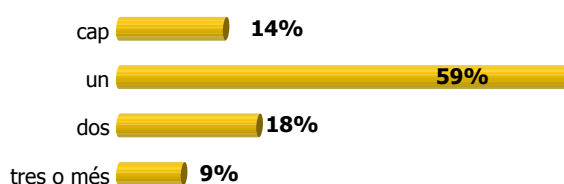
- La distribució per sexes es presenta lleugerament decantada cap a les noies, amb un 53% contra un 47%.

Gràfic I-1. **Distribució per sexe.** Valors relatius



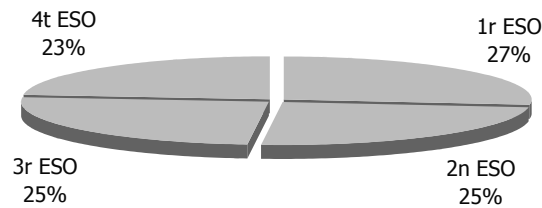
- Tres de cada cinc joves tenen un germà, i menys del 15% són fills únics. Els fills o filles de famílies nombroses representen el 27% de la mostra (el 18% tenen dos germans i el 9%, més de dos).

Gràfic I-2. **Nombre de germans.** Valors relatius



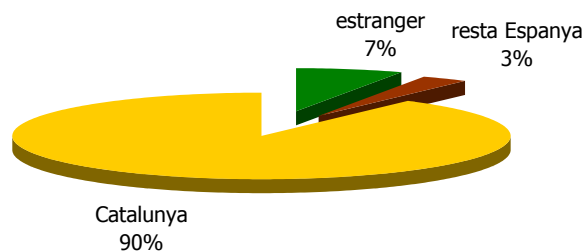
- La mostra és representativa dels quatre cursos de l'Educació Secundària Obligatòria, amb un repartiment força equitatiu.

Gràfic I-3. **Distribució per curs escolar.** Valors relatius



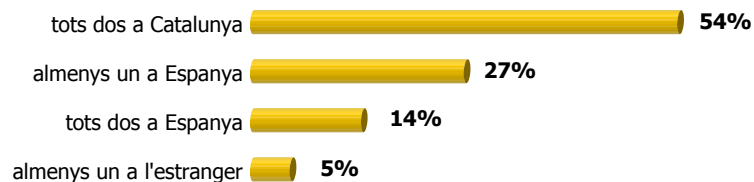
- La gran majoria dels joves enquestats han nascut a Catalunya (9 de cada 10); el percentatge de nascuts a l'estranger és del 7%. Les dades s'aproximen als valors de presència de persones estrangeres en el nostre context.

Gràfic I-4. **Lloc de naixement dels joves.** Valors relatius



- Dels nascuts a Catalunya, el 54% tenen el pare i la mare nascuts també a Catalunya; el 27%, el pare o la mare nascuts a la resta d'Espanya; el 14%, tots dos progenitors nascuts a la resta d'Espanya, i el 5%, un dels progenitors nascuts a l'estranger.

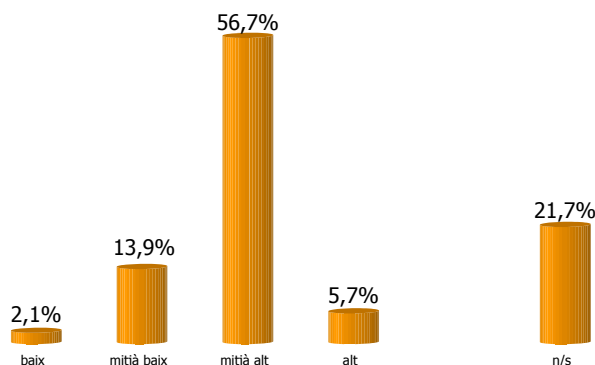
Gràfic I-5. **Lloc de naixement del pare i de la mare dels joves nascuts a Catalunya**  
Valors relatius



- La percepció del nivell econòmic familiar per part dels joves es decanta cap a la banda alta: prop del 60% es declara de nivell mitjà alt i només el 2% se situa en el nivell

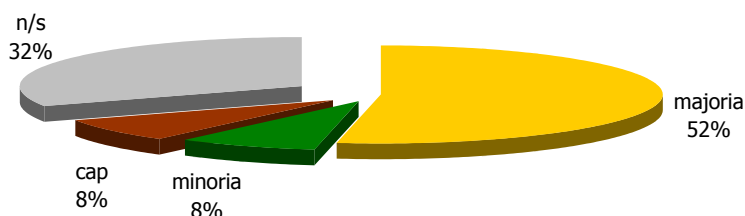
baix. Cal destacar que 2 de cada 5 expressen que no saben en quin nivell econòmic situarien l'entorn familiar.

Gràfic I-6. **Distribució per grup econòmic.** Valors relatius



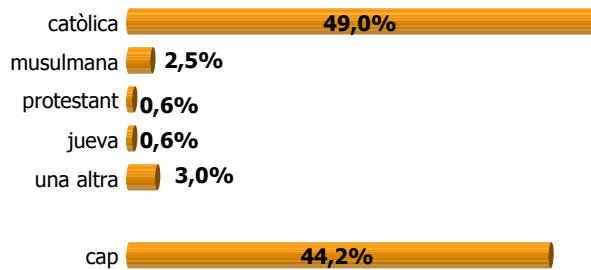
- Se'ls ha demanat que s'adscriguin amb el grup cultural on se senten més identificats: majoria o minoria. La meitat de la mostra es decanta per la majoria cultural, mentre que un 8% se situa en la minoria; el 8% no n'opta per cap. Destaca també l'alta proporció que es mostra indecís (32%).

Gràfic I-7. **Grup cultural.** Valors relatius



- La meitat de la mostra es declara practicant de la religió catòlica (49%), i un 7% en practica una altra. El 44% afirma que no en practica cap. Els que practiquen la religió musulmana representen un 2,5% del total de la mostra.

Gràfic I-8. **Religió.** Valors relatius



## 2. OPINIONS SOBRE DIVERSITAT CULTURAL I GRAU DE TOLERÀNCIA

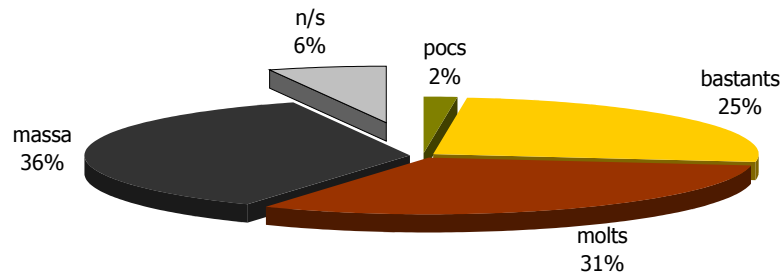
En segon lloc, se'ls ha demanat un conjunt d'opinions sobre la presència de persones estrangeres aquí; la valoració que fan d'aquesta presència; un seguit de consideracions sobre l'impacte en la societat i en el món laboral, i per acabar se'ls ha demanat quin grau de tolerància tenen ells mateixos.

### 2.1. Estereotips amb les persones estrangeres i immigrants

#### 2.1.1 Percepció del nombre de persones estrangeres

- Dos de cada tres joves que han participat en la nostra recerca consideren que hi ha moltes o massa persones estrangeres al nostre país. En concret, el 36% de la mostra valora que n'hi ha massa; el 31%, que n'hi ha molt. En canvi, el 25% de la mostra percep que n'hi ha bastants i només un 2% pensa que en són pocs. El 6% no en té una opinió formada.

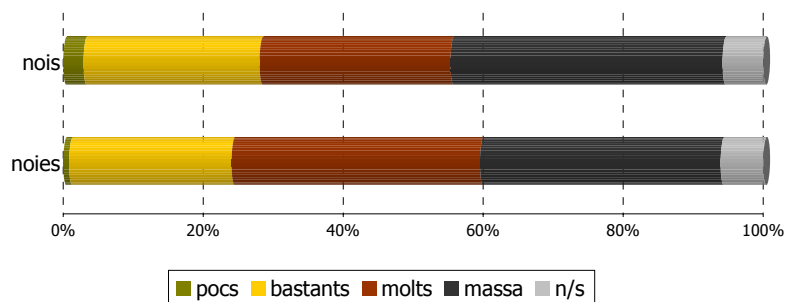
Gràfic I-9. **Percepció sobre el nombre de persones estrangeres.** Valors relatius



- Per sexe, no s'observen diferències significatives en la percepció del nombre de persones estrangeres, però un percentatge més alt de nois declaren que n'hi ha massa.

Gràfic I-10. Percepció sobre el nombre de persones estrangeres.

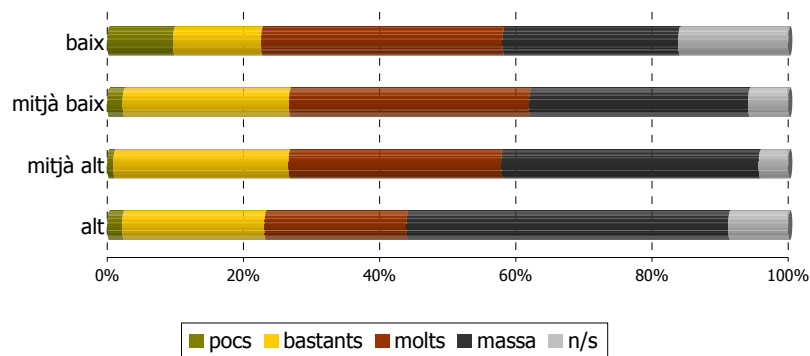
**Distribució per sexe.** Valors relatius



- La percepció que hi ha molts o massa estrangers augmenta amb el nivell econòmic: prop del 70% dels que diuen pertànyer a un nivell econòmic mitjà alt o alt opinen això. El grup que se situa en la banda econòmica més baixa és el que mostra més indecisos (prop d'un 20%).

Gràfic I-11. Percepció sobre el nombre de persones estrangeres.

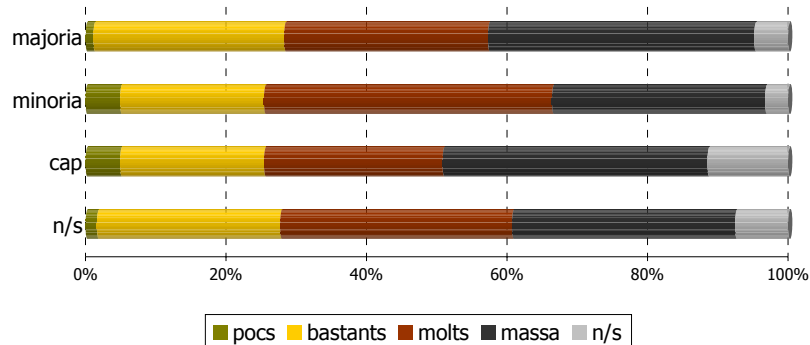
**Distribució per nivell econòmic familiar.** Valors relatius



- Els joves que es consideren del grup cultural majoritari perceben que hi ha més estrangers que els que se situen en el grup minoritari. Els que no es decanten per cap grup cultural també mostren una taxa més alta d'indecisos i una percepció més alta d'estrangers.

Gràfic I-12. Percepció sobre el nombre de persones estrangeres.

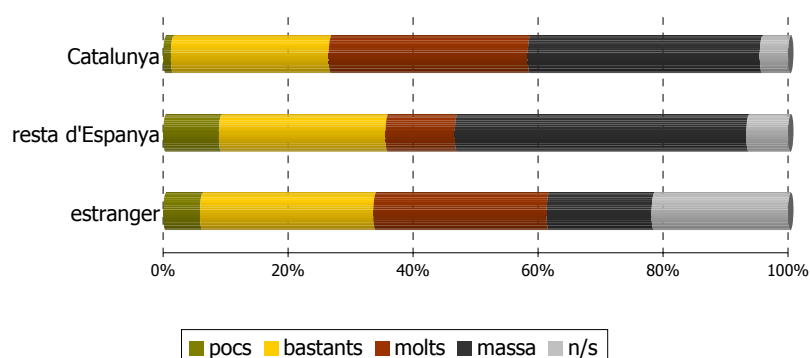
**Distribució per grup cultural.** Valors relatius



- Els joves nascuts a Catalunya perceben que hi ha molts o massa estrangers, més que els nascuts a la resta d'Espanya o a l'estranger; aquests darrers, presenten una taxa d'indecisió més alta que els altres.

Gràfic I-13. Percepció sobre el nombre de persones estrangeres.

**Distribució per lloc de naixement.** Valors relatius

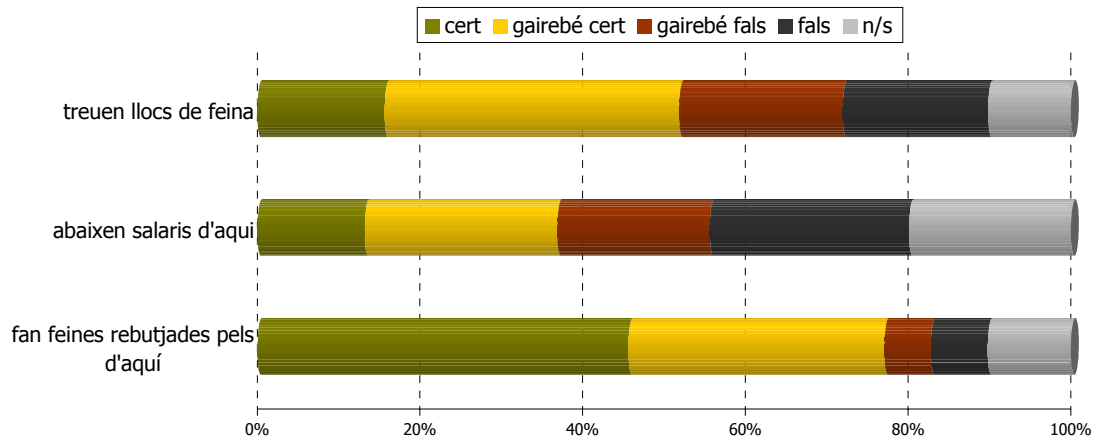


### 2.1.2 Estereotips sobre els immigrants en el món laboral

En aquest apartat, els joves opinen si són certes o falses determinades afirmacions sobre l'impacte de treballadors immigrants en el món laboral: 1) Els immigrants treuen llocs de feina als treballadors d'aquí. 2) Els immigrants provoquen que s'abaixen els salaris. 3) Els immigrants ocupen feines que els d'aquí no volen. En els tres casos, la lectura negativa ("és cert") situa els immigrants com a usurpadors, disposats a qualsevol cosa per qualsevol preu, i en l'escala inferior del mercat laboral.

Més de 40% de la mostra opina que és totalment cert que els immigrants fan feines rebutjades per la gent d'aquí, mentre que menys del 10% opina que això és fals. Són molts menys els que consideren cert que els immigrants abaixen el salaris, mentre que un 34% opina que és fals. La meitat del estudiants consideren que els immigrants treuen llocs de feina a la gent d'aquí, en front d'un 38% que ho considera fals.

Gràfic I-14. **Opinions sobre l'impacte de la immigració en el món laboral.** Valors relatius



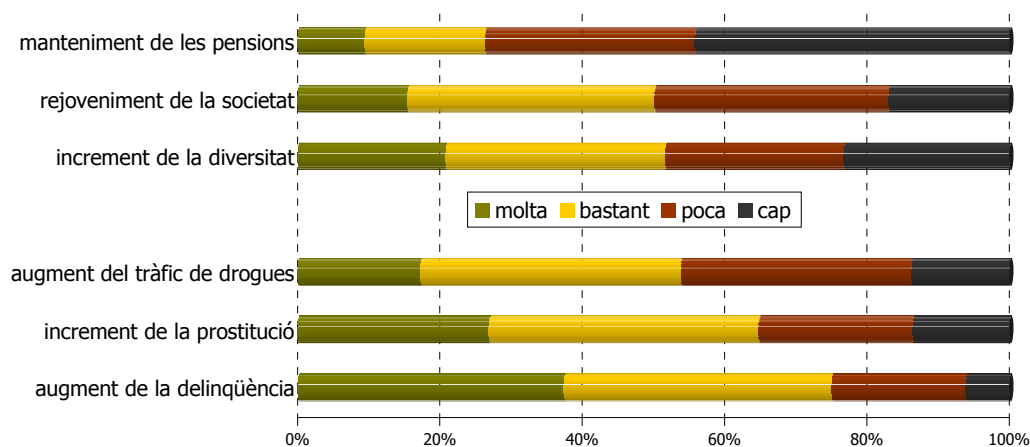
- No hi ha diferències per sexe ni nivell educatiu en les seves opinions sobre la immigració en el món laboral.

### 2.1.3 Aspectes positius i negatius relacionats amb la immigració

- Tres de cada quatre joves relaciona la immigració amb la delinqüència, dos de cada tres la relaciona amb la prostitució, i més de la meitat la relaciona amb les drogues. Sembla que tenen més clar els aspectes negatius de la immigració que els positius. La meitat considera que hi ha bastant o molta relació entre immigració i rejueniment de la societat i amb la presència de més diversitat de menjar, música i festes a la nostra societat; només el 27% percep molta o bastant relació entre la immigració i el manteniment de les pensions de la gent més gran.

Gràfic I-15. **Aspectes positius i negatius de la immigració.** Valors relatius

**Grau de relació de la immigració amb...**



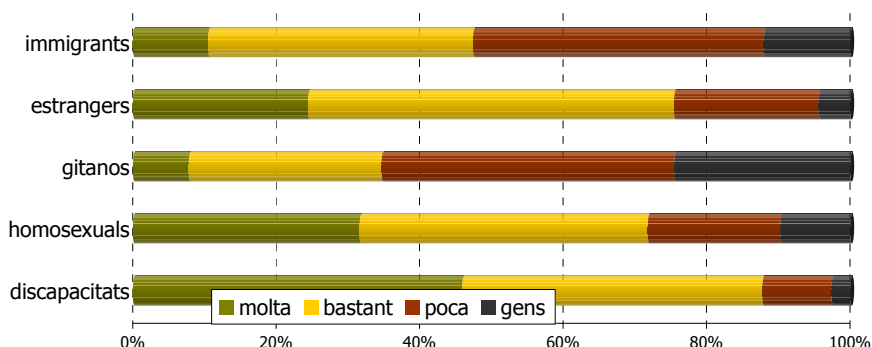
- No hi ha diferències destacades en cap dels ítems per sexe, ni per cicle educatiu.

## 2.2. Acceptació de la diversitat cultural

### 2.2.1 Grau de simpatia cap a diversos col·lectius

- El col·lectiu millor valorat és el de discapacitats, seguit del d'estrangers i el d'homosexuals: prop d'un 90% sent molta o bastant simpatia pels discapacitats; un 75% per als estrangers i un 72% per als homosexuals. Els pitjors valorats són les persones del poble gitano i les immigrants: 65% tenen poca o gens simpatia cap als gitanos i el 52% per als immigrants. Un de cada quatre estudiants no sent cap simpatia pels gitanos.

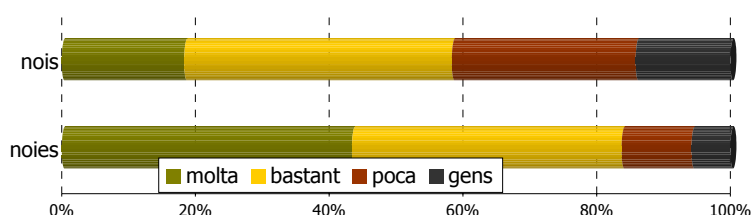
Gràfic I-16. **Grau de simpatia envers diversos col·lectius.** Valors relatius



- L'anàlisi per sexes només revela que la diferència més important es produeix en la valoració del col·lectiu d'homosexuals: les noies tenen més simpatia per aquest col·lectiu que els seus companys.

Gràfic I-17. Acceptació envers els homosexuals.

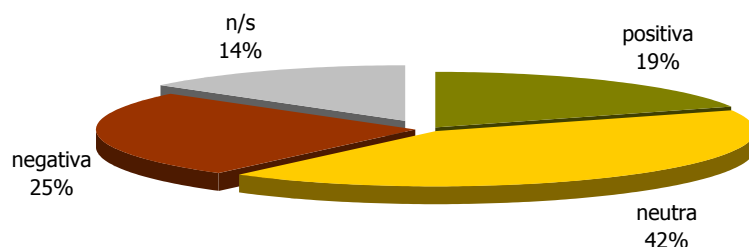
**Distribució per sexe.** Valors relatius



### 2.2.2 Valoració del col·lectiu d'estrangers

- Com s'ha vist, els estudiants mostren més simpatia cap al col·lectiu etiquetat com a estrangers que al d'immigrants. Com es pot apreciar en el gràfic, el 42% valora la presència de persones d'altres països a Catalunya de forma neutra (ni positiva ni negativa), un de cada quatre la valoren de forma negativa i només el 19% la valora positiva. Cal destacar el 14% que no en té una opinió formada.

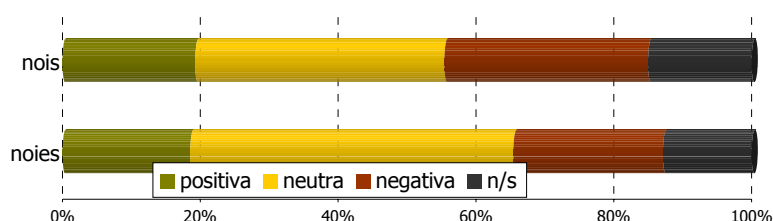
Gràfic I-18. **Valoració sobre la presència de persones estrangeres.** Valors relatius



- Els nois valoren de manera més negativa la presència de persones d'altres països.

Gràfic I-19. Valoració sobre la presència de persones estrangeres.

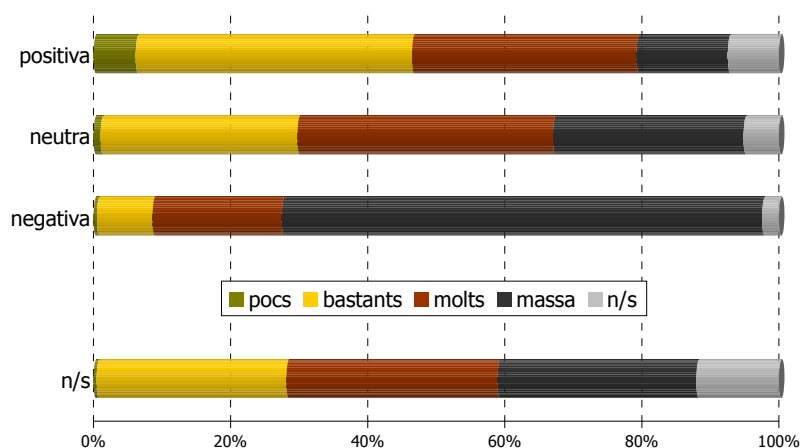
**Distribució per sexe.** Valors relatius



- Els joves que tenen una valoració negativa de les persones estrangeres tenen una percepció d'invasió molt més alta que la resta: el 70% considera que n'hi ha massa. Ben al contrari, quan la valoració sobre la presència de persones estrangeres és positiva, el percentatge es redueix a un 13%, tot i que aquest grup també presenta l'índex d'indecisió més alt a l'hora de percebre el nombre de persones estrangeres. De tota manera, cal observar que dos de cada tres joves que tenen una opinió neutra sobre la presència de persones estrangeres a Catalunya (el 42% de la mostra), consideren que n'hi molts o bastants. Els joves que no tenen una opinió formada sobre com valorar la presència de persones estrangeres a Catalunya tenen un comportament semblant al conjunt de la mostra, tot i mostrar també una taxa més alta d'indecisió quant a la percepció d'invasió.

Gràfic I-20. Valoració sobre la presència de persones estrangeres.

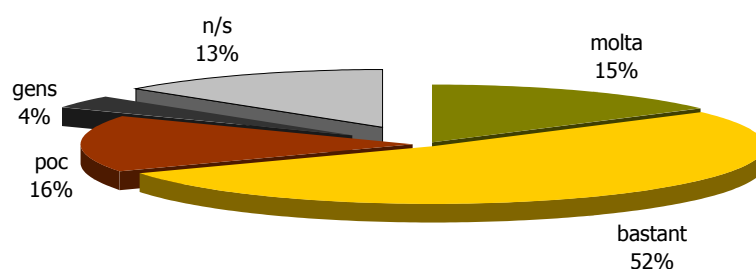
**Distribució segons la percepció de persones immigrants.** Valors relatius



## 2.3. Grau de tolerància general

- Per acabar aquest capítol se'ls demana que indiquin el seu grau de tolerància global cap a les "persones diferents" a ells i elles. El següent gràfic en recull els resultats: més de la meitat es consideren bastant tolerants i el 15% molt tolerants; només el 4% es considera gens tolerant i el 16% poc tolerant. Es repeteix el 13% que no sap o no respon.

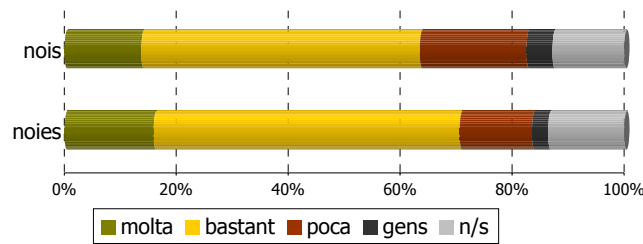
Gràfic I-21. **Grau de tolerància general.** Valors relatius



- Per sexes es produeix una diferència a favor de les noies: proporcionalment, més noies es consideren més tolerants que els seus companys.

Gràfic I-22. Grau de tolerància general.

**Distribució per sexe.** Valors relatius



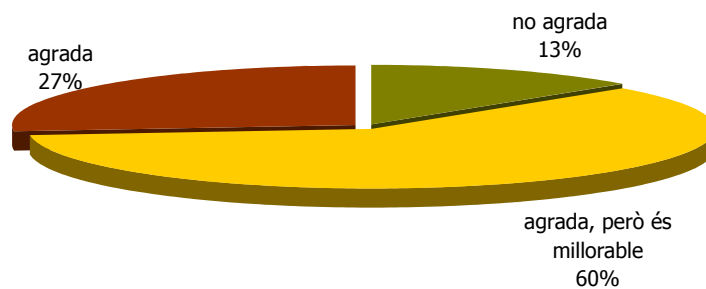
### 3. CONSUM TELEVISIU

La descripció de la mostra es tanca amb el grau de satisfacció per la televisió, el consum quantitatiu de televisió, els canals preferits, els costums a l'hora de mirar la televisió, i el control familiar sobre el consum televisiu.

#### 3.1. Satisfacció general per la televisió

- En termes generals, a nou de cada deu joves els agrada la televisió, tot i que prop de dos terços considera que és millorable.

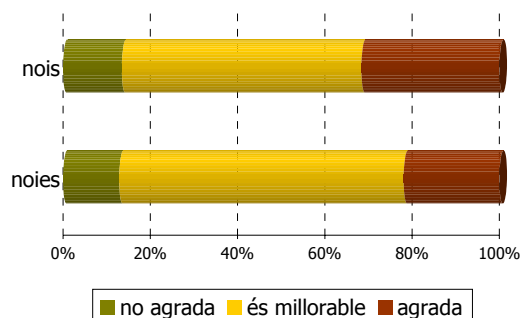
Gràfic I-23. **Satisfacció global per la televisió.** Valors relatius



- En general, als nois els agrada més la televisió que a les noies, que s'hi mostren més crítiques, tot i que la proporció d'indecises és més alta que la d'indecisos en una proporció de 2 a 1.

Gràfic I-24. Satisfacció global per la televisió.

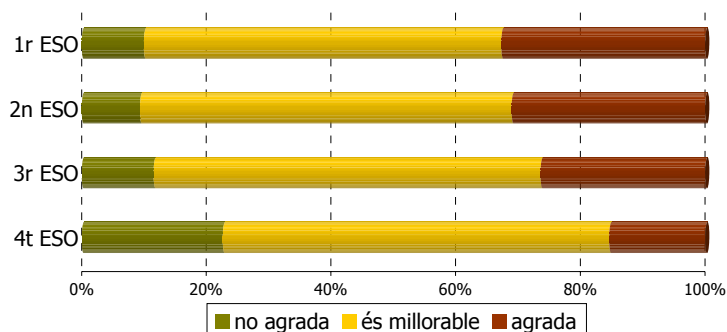
**Distribució per sexe.** Valors relatius



- Els alumnes dels nivells educatius més alts tenen una valoració més negativa de la televisió: mentre que només el 6% dels alumnes de 1r a 3r d'ESO diuen directament que la televisió «és molt penosa», aquesta afirmació la subscriuen el 18% dels de 4t; en consonància amb això, mentre que prop del 30% dels alumnes dels tres primers cursos diuen que la televisió «és molt bona», el percentatge baixa al 15% en els de 4t.

Gràfic I-25. Satisfacció global per la televisió.

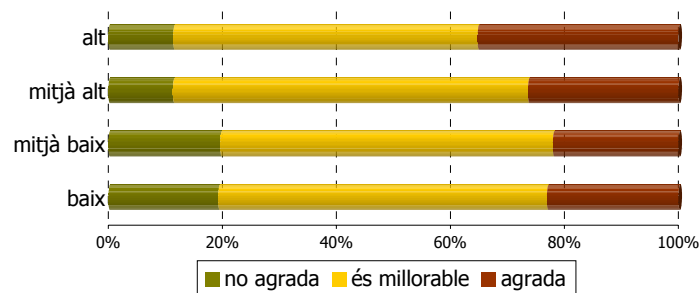
**Distribució per nivell educatiu.** Valors relatius



- Els joves que declaren un nivell econòmic baix o mitjà baix, mostren uns índexs més negatius amb la televisió. El grup que més considera que la televisió està bé però és millorable és el mitjà alt.

Gràfic I-26. Satisfacció global per la televisió.

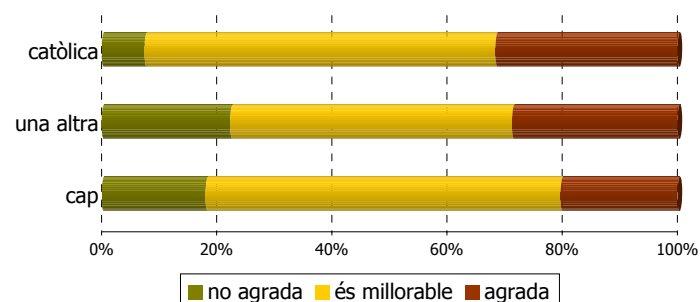
**Distribució per grup econòmic.** Valors relatius



- Els joves de religió catòlica tenen una acceptació més alta de la televisió, mentre que els que practiquen altres religions o no en practiquen cap els agrada menys. Els que practiquen una altra diferent de la catòlica són els que menys opinen que la televisió sigui millorable.

Gràfic I-27. Satisfacció global per la televisió.

**Distribució per religió.** Valors relatius

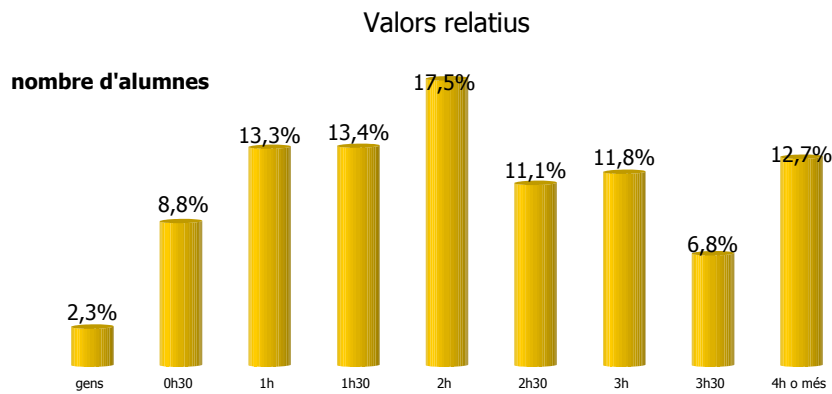


## 3.2. Consum quantitatiu i qualitatiu

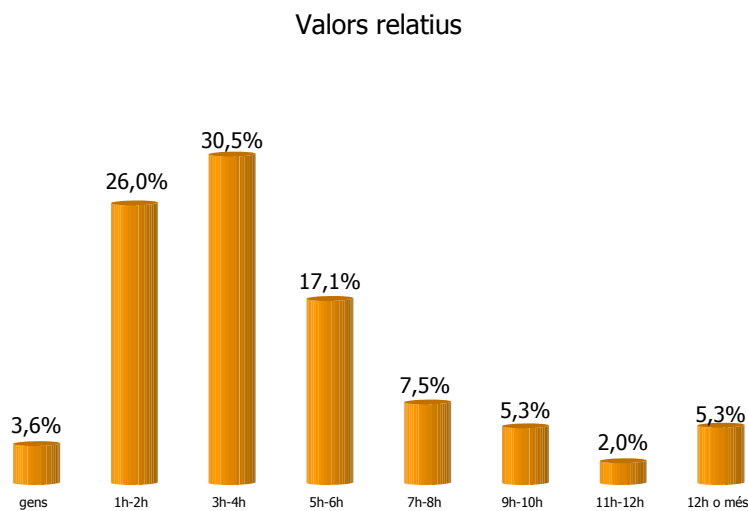
### 3.2.1 Nombre d'hores davant de la televisió

- Tres de cada cinc joves veuen més de dues hores de televisió diàries, tant en dies feiners com en caps de setmana. La mitjana absoluta diària, tant en dies feiners com en dissabte i diumenge, se situa sobre les dues hores i deu minuts.

Gràfic I-28. **Nombre d'hores davant de la televisió (dies feiners).**



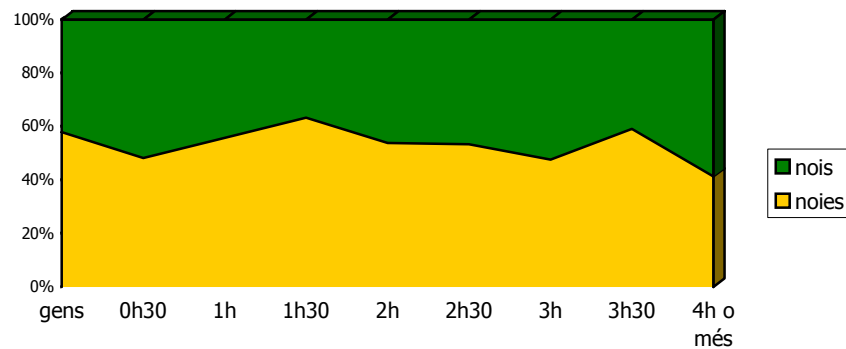
Gràfic I-29. **Nombre d'hores davant de la televisió (tot el cap de setmana).**



- Les noies veuen una mica menys de televisió que els nois: els dies feiners veuen 2h 5m, mentre que els nois, una mica més, 2h 14m. Durant el cap de setmana, els nois augmenten força més el consum de televisió (4h 51m, tot el cap de setmana) que les noies (4h 9m).

Gràfic I-30. Consum televisiu en dies feiners (nombre d'hores).

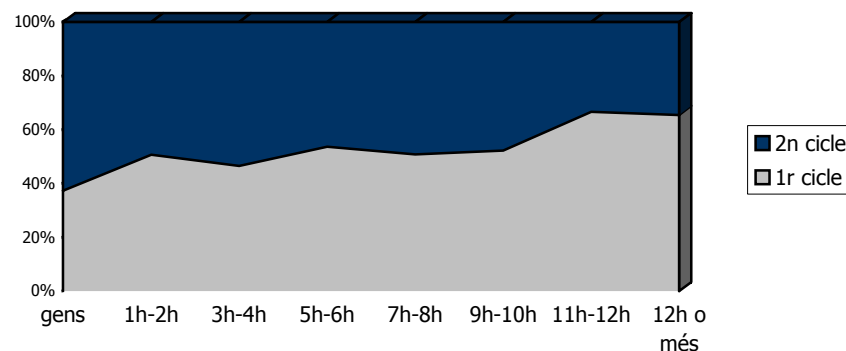
**Distribució per sexe.** Valors relatius



- Els alumnes dels nivells educatius inferiors mostren un consum més elevat de televisió durant els caps de setmana, però no gaire més els dies feiners.

Gràfic I-31. Consum televisiu en caps de setmana (nombre d'hores).

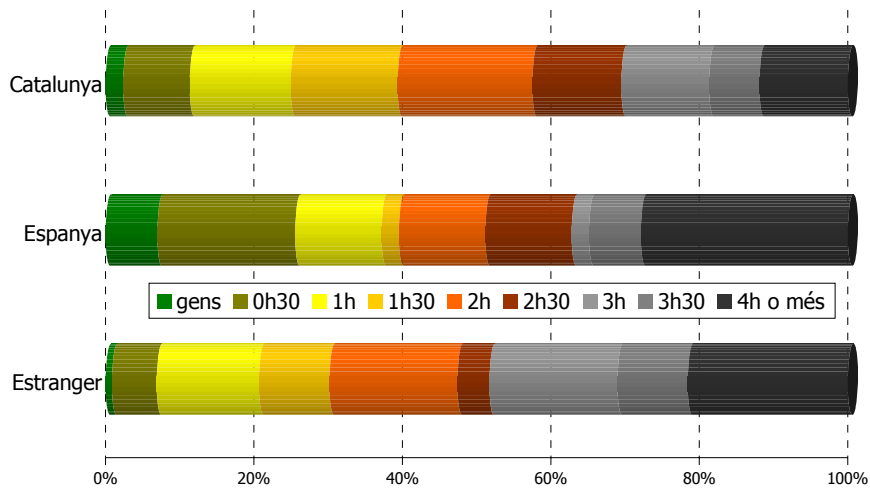
**Distribució per cicle educatiu.** Valors relatius



- Els joves nascuts a l'estranger tenen un consum televisiu força superior que la resta de la mostra, amb valors mitjans de 2h 28m; els nascuts a la resta d'Espanya tenen una mitjana diària de 2h 11m, i els nascuts a Catalunya, de 2h 7m.

Gràfic I-32. Consum televisiu en dies feiners.

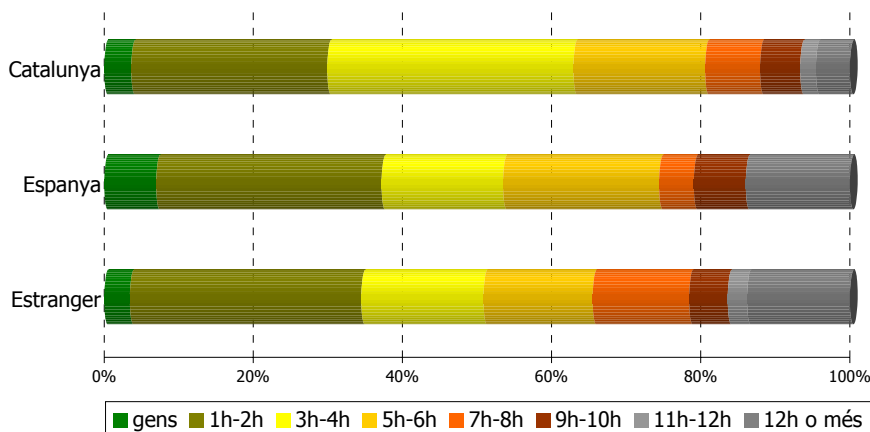
**Distribució per lloc de naixement. Valors relatius**



- El consum televisiu durant el cap de setmana no modifica la tendència del consum diari, però s'incrementen notablement els valors mitjans: els joves nascuts a l'estranger tenen un consum televisiu de 5h 19m durant tot el cap de setmana; els nascuts a la resta d'Espanya, 4h 55m, i els nascuts a Catalunya, 4h 23m.

Gràfic I-33. Consum televisiu en caps de setmana.

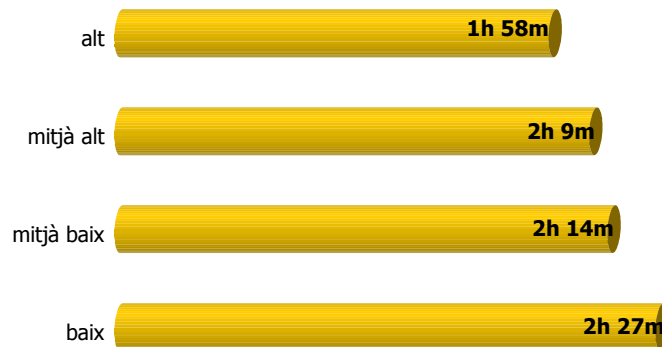
**Distribució per lloc de naixement. Valors relatius**



- El consum diari de televisiu augmenta a mesura que baixa el nivell econòmic. Les mitjanes absolutes de consum diari oscil·len entre 2h 27m per al grup baix; 2h 14m, el mitjà baix; 2h 9m, el mitjà alt, i 1h 58m, el grup alt.

Gràfic I-34. Consum televisiu en dies feiners.

**Distribució per grup econòmic.** Mitjanes absolutes en hores i minuts



- En cap de setmana, les mitjanes absolutes canvien la tendència anterior en el grup econòmic alt, que augmenta considerablement el seu consum, com podem observar en el gràfic.

Gràfic I-35. Consum televisiu en el caps de setmana.

**Distribució per grup econòmic.** Mitjanes absolutes en hores i minuts



- Per grups culturals, els alumnes que no saben en quin grup ubicar-se presenten un consum diari mitjà més elevat que la resta (2h 13m), seguits dels que se situen en el grup majoritari (2h 10m), els que no opten per cap grup (2h 7m) i els del grup minoritari (1h 59m). En cap de setmana, les mitjanes absolutes s'estabilitzen en tots els grups al voltant de les 4h 30m

Gràfic I-36. Consum televisiu en dies feiners.

**Distribució per grup cultural.** Mitjanes absolutes en hores i minuts

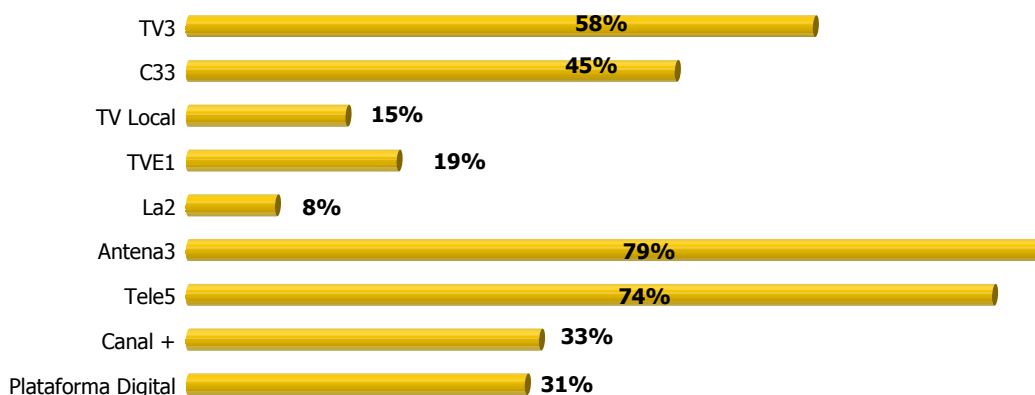


### 3.2.2 Canals preferits

- Les preferències dels joves quant als canals de televisió es presenten de dues maneres: els canals més mirats (comptant que potser els joves no tenen una elecció absoluta sobre la selecció del canal) i els canals que més els agraden. Les dades presenten força diferències en els seus valors absoluts, però les tendències es mantenen. Antena 3 i Tele 5 són, per aquest ordre, les cadenes més mirades i també les preferides, segons declaren al voltant de tres quartes parts dels joves. En segon lloc se situen les dues cadenes generalistes de la Corporació Catalana de Radio i Televisió (TV3 i C33), amb valors que ronden el 50% (joves que les miren sovint i sempre). Canal Plus i les plataformes digitals ocupen una tercera franja, i més enllà es troben les freqüències de Televisió Espanyola (TVE1 i La2); la televisió local ocupa el penúltim lloc.

Gràfic I-37. Canals de televisió més mirats.

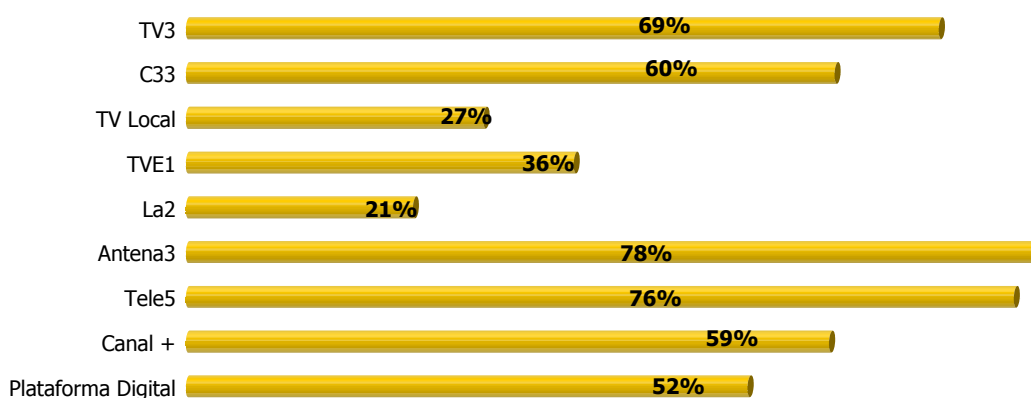
**Dades generals.** Valors relatius



- Quan se'ls demana si els agrada cada un dels canals la resposta manté la tendència anterior, però en tots els casos, llevat de les dues més mirades, augmenten els resultats considerablement. TV3 se situa prop del 70%; Canal 33 i Canal +, arriben al 60%; les plataformes digitals agraden a més de la meitat; TVE1 obté més d'un terç, i les locals i La2, se situen per sobre del 20%.

Gràfic I-38. Satisfacció amb canals de televisió.

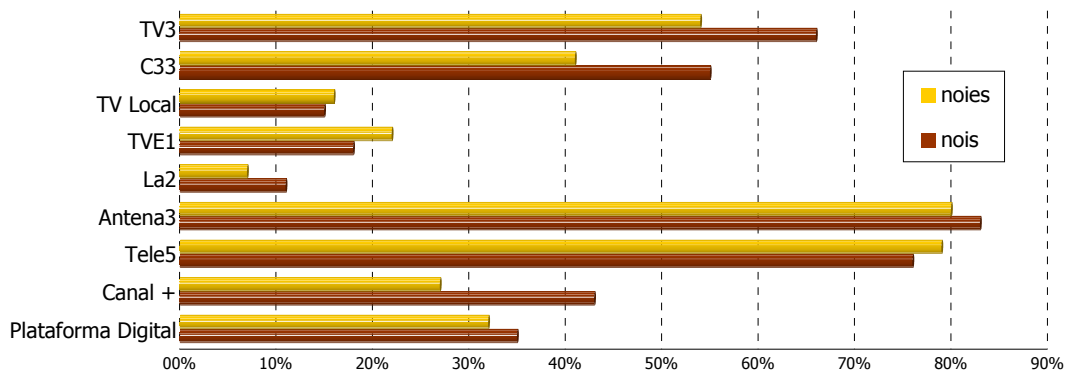
**Dades generals.** Valors relatius



- En les televisions més mirades pels joves, la distribució per sexes mostra algunes diferències interessants: els nois diuen que miren molt o sovint, més que les noies, TV3, C33, La2 i Canal +, i una mica més a Antena 3 i Tele 5.

Gràfic I-39. Canals de televisió més mirats.

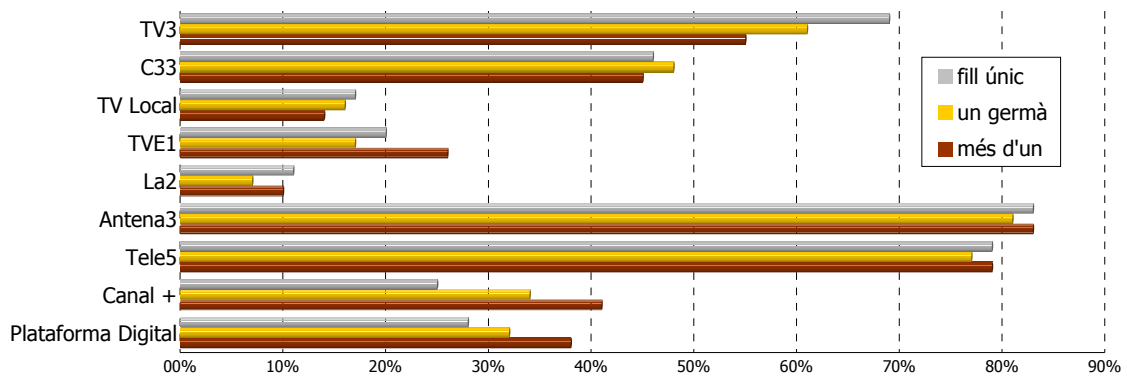
**Distribució per sexes.** Valors relatius



- La variable de nombre de germans presenta algunes dades interessants: els fills únics tenen un consum més alt de TV3 que els que tenen germans; els de família nombrosa consumeixen més TVE1, Canal + i plataforma digital que els altres.

Gràfic I-40. Canals de televisió més mirats.

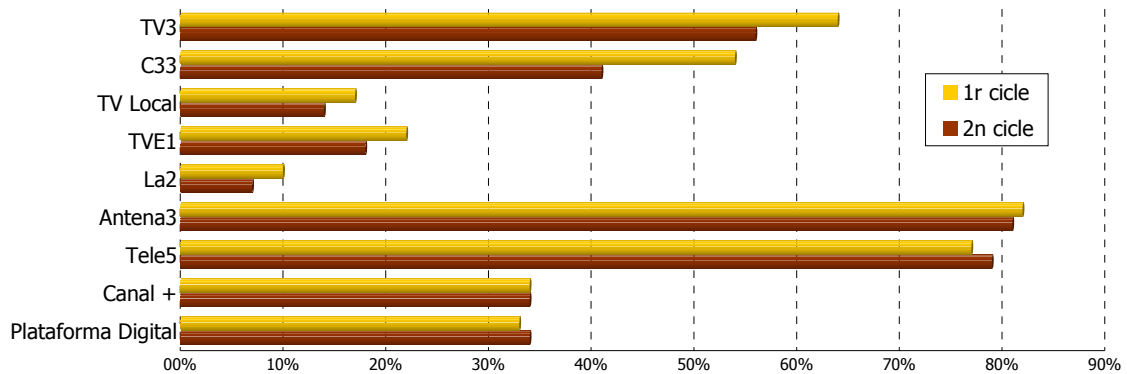
**Distribució per nombre de germans.** Valors relatius



- Els alumnes dels primers cursos mostren més consum de TV3, C33 (aquí de manera significativa), televisió local i TVE1.

Gràfic I-41. Canals de televisió més mirats.

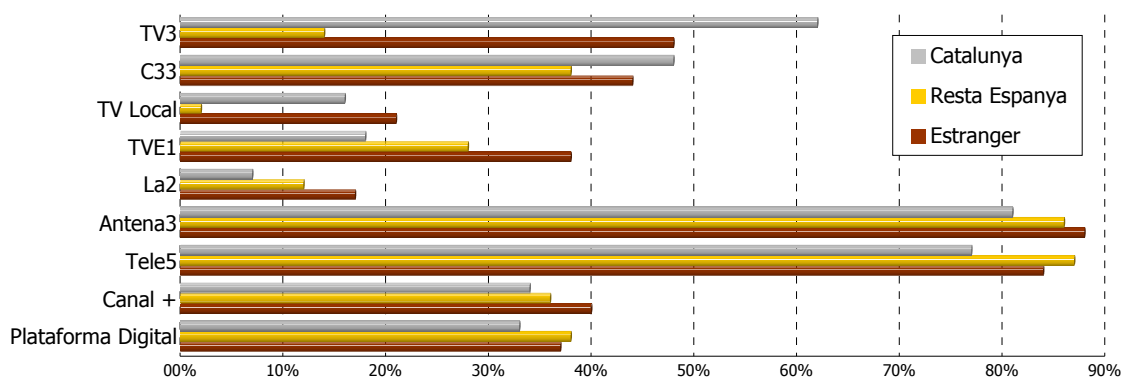
**Distribució per cicle educatiu.** Valors relatius



- Quant al lloc de naixement, es produeix un fort decantament segons la llengua d'ús. Els joves nascuts a Catalunya tenen un consum extremament més alt que els altres de TV3, també però no tant del Canal 33, però força menys a la resta, sobretot Antena 3 i Tele 5. Els alumnes nascuts a l'estranger presenten unes dades força elevades de consum a TVE1, La2 i la televisió local, i de manera important a Canal + i plataforma digital.

Gràfic I-42. Canals de televisió més mirats.

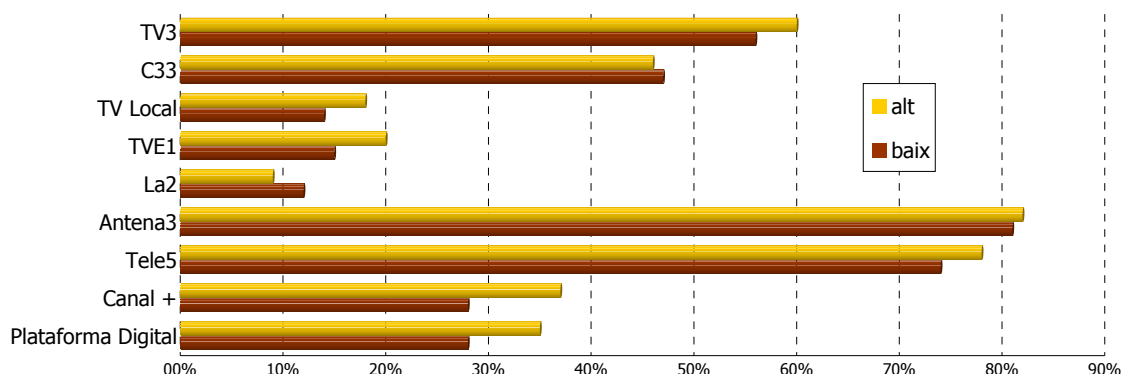
**Distribució per lloc de naixement.** Valors relatius



- El consum per canals segons el nivell econòmic presenta algunes diferències importants: els de nivell alt tenen un consum més elevat de TV3, televisió local, TVE1, Tele 5, Canal + i plataforma digital; els de nivell baix, sobretot de La2 i una mica més del Canal 33.

Gràfic I-43. Canals de televisió més mirats.

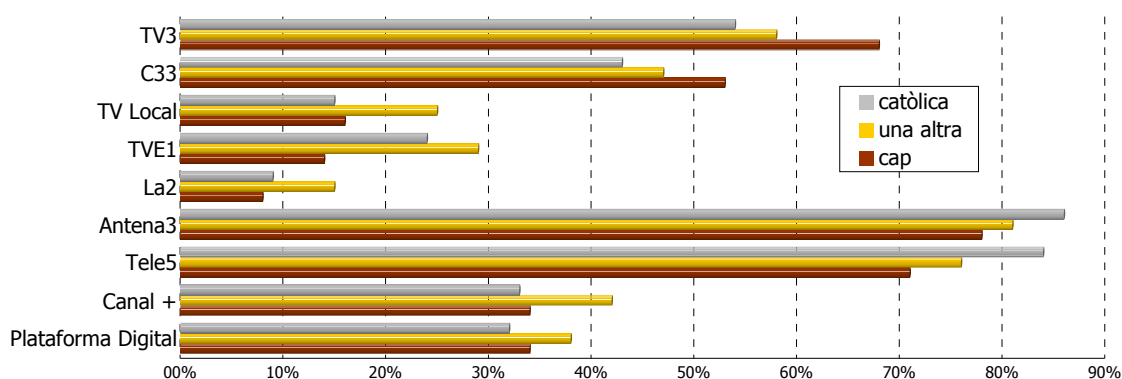
**Distribució per nivell econòmic.** Valors relatius



- Els joves que se situen en el grup cultural majoritari consumeixen, força més que els altres, Antena 3, Tele 5 i plataforma digital, i una mica més TVE1. Els del grup minoritari miren més TV3 i Canal 33. Els que no se situen en cap grup tenen un lleuger avantatge a La2. D'altra banda, Els nois i noies que no practiquen cap religió miren més TV3 i Canal 33 que els altres, i els joves de religió catòlica destaquen força a Antena 3 i Tele 5. Els que practiquen una altra religió opten més que els altres per la televisió local, TVE1, La2, Canal + i plataforma digital.

Gràfic I-44. Canals de televisió més mirats.

**Distribució per religió.** Valors relatius

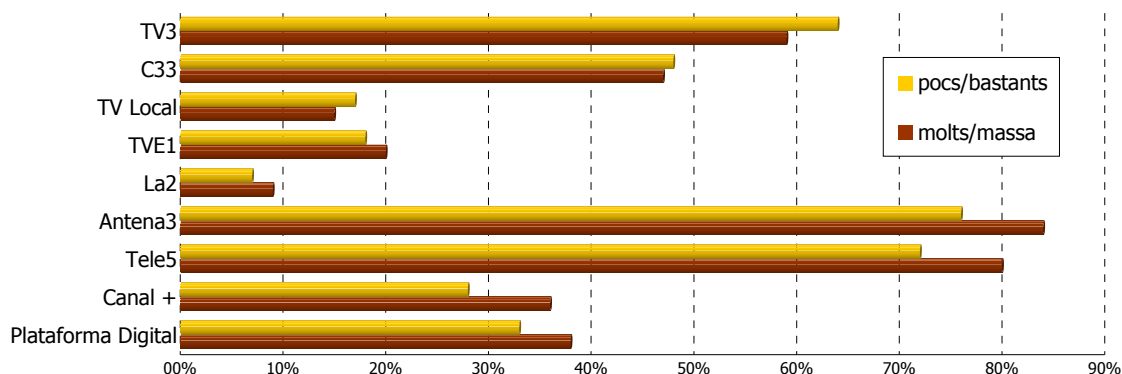


- Segons la percepció sobre la presència de persones estrangeres a la nostra societat, si n'hi ha pocs/bastants o molts/massa, es produeix alguna diferència interessant. Els que pensen que més aviat n'hi ha menys miren més TV3 que els altres; els que creuen que

n'hi ha més, opten clarament més que els altres per Antena 3, Tele 5, Canal + i plataforma digital.

Gràfic I-45. Canals de televisió més mirats.

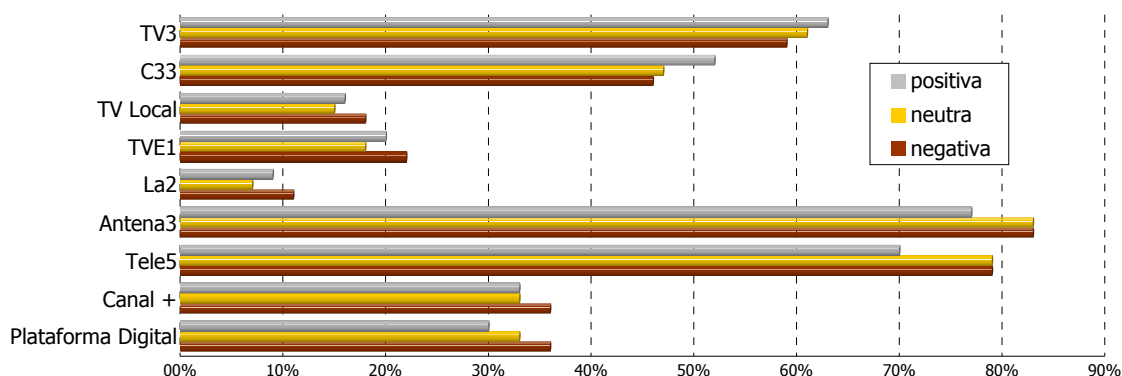
**Distribució segons percepció sobre la presència d'estrangers.** Valors relatius



- Els que valoren de manera neutra o negativa la presència de persones estrangeres a casa nostra, en comparació amb els que pensen que és positiva, tenen un consum més alt d'Antena 3, Tele 5, Canal +, plataforma digital i La2. A TV3 i Canal 33 destaquen més els que tenen una visió positiva que els que la tenen neutra o negativa.

Gràfic I-46. Canals de televisió més mirats.

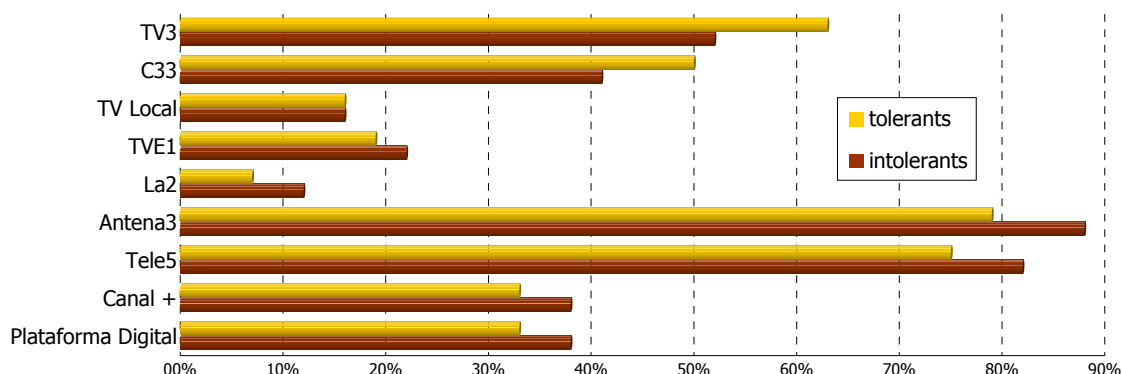
**Distribució segons valoració sobre la presència d'estrangers.** Valors relatius



- Finalment, els joves tolerants miren més TV3 i Canal 33 que els joves intolerants; aquests consumeixen més, de manera destacada, Antena 3 i Tele 5, i de manera menys important, TVE1, La2, Canal + i plataforma digital.

Gràfic I-47. Canals de televisió més mirats.

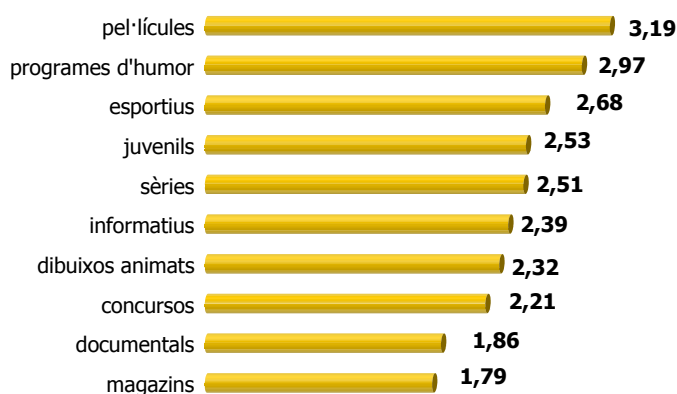
Distribució per grau de tolerància. Valors relatius



### 3.2.3 Tipus de programes preferits

- En una escala d'1 a 4 (de menys a més consum), els joves mostren preferència per les pel·lícules i els programes d'humor (prop d'una mitjana de 3); en segon terme, pels programes esportius, juvenils i sèries (per sobre del valor mitjà absolut: 2,5); en un tercer nivell, pels informatius, els dibuixos animats i els concursos (per sobre de 2), i en darrer lloc pels documentals i els magazins (per sota de 2).

Gràfic I-48. Tipus de programes més vistos. Valors mitjans en escala d'1 a 4

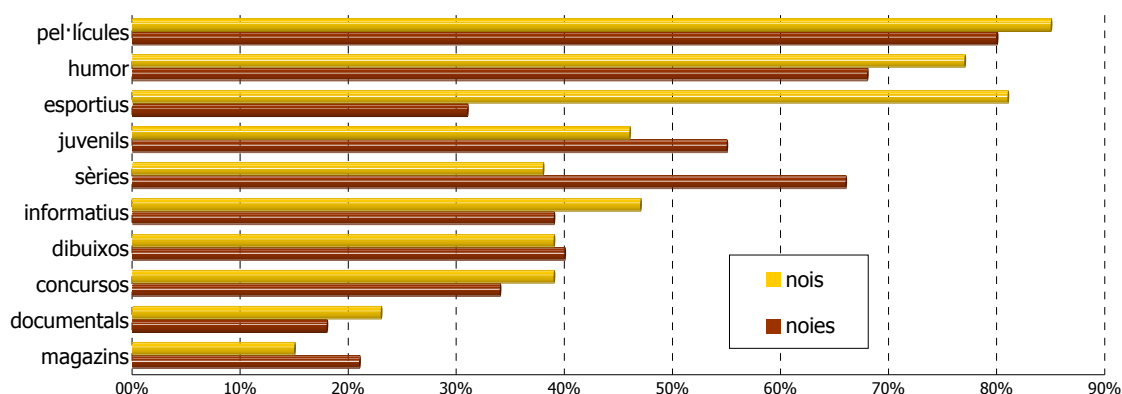


- En la distribució per sexes, es mostren diferències importants, sobretot en els programes esportius i les sèries. Mentre que 4 de cada 5 nois miren molt o sovint programes esportius, només 1 de cada 3 noies ho fan; mentre 2 de cada 3 noies miren sèries, només ho fa un noi també de cada 3. Amb la resta de programes, els nois

opten més per les pel·lícules, els programes d'humor, els informatius, els concursos i els documentals, mentre que les noies ho fan pels programes juvenils, els magazins, i lleugerament els dibuixos animats.

Gràfic I-49. Programes que es miren sovint o molt.

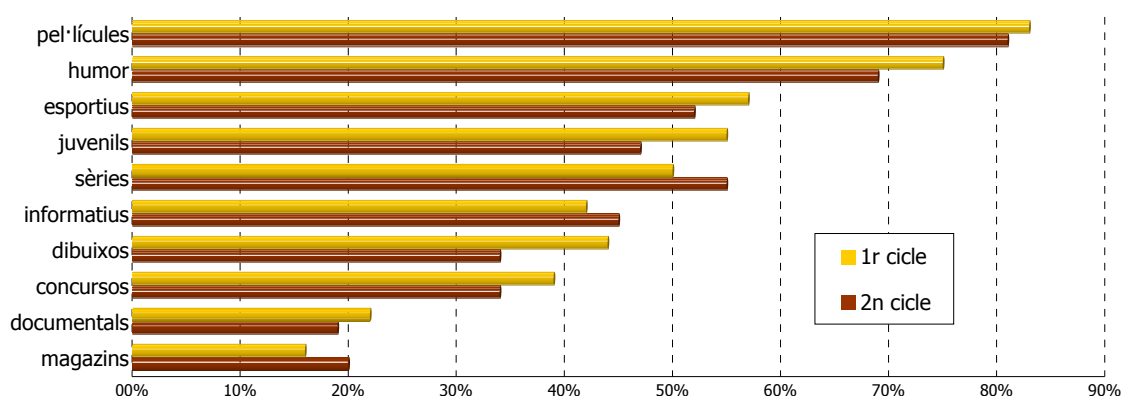
**Distribució per sexes.** Valors relatius



- Les diferències més apreciables segons el cicle educatiu es donen en els programes juvenils i els dibuixos animats (més vistos pels de 1r cicle que els de 2n), i també en els d'humor, els esportius i els concursos. Els més grans veuen més sèries, informatius i magazins.

Gràfic I-50. Programes que es miren sovint o molt.

**Distribució per cicle educatiu.** Valors relatius

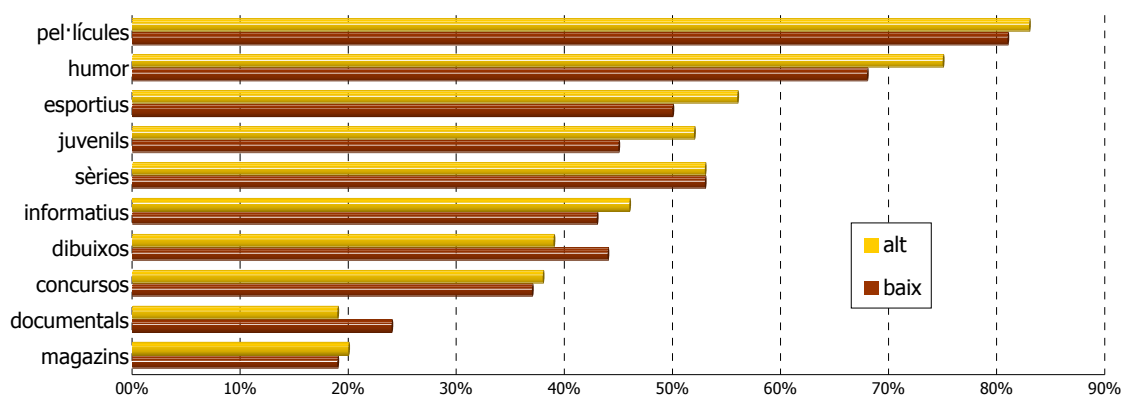


- Els joves de nivell econòmic alt opten més que els de nivell baix pels programes d'humor, els esportius i els juvenils, mentre que els de nivell baix s'inclinen més que els

de nivell alt pels dibuixos animats i els documentals; a la resta de programes no hi ha diferències importants per nivell econòmic.

Gràfic I-51. Programes que es miren sovint o molt.

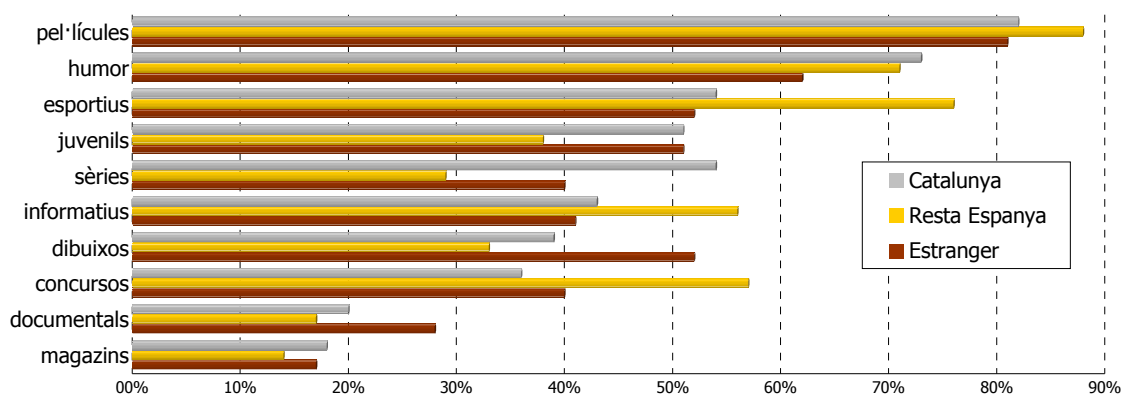
**Distribució per nivell econòmic.** Valors relatius



- Els joves nascuts a Catalunya miren més telesèries que els nascuts a la resta d'Espanya o a l'estranger; els nascuts a la resta d'Espanya miren, més que els altres, les pel·lícules, els esportius, els informatius i els concursos; els nascuts a l'estranger miren més dibuixos animats i documentals.

Gràfic I-52. Programes que es miren sovint o molt.

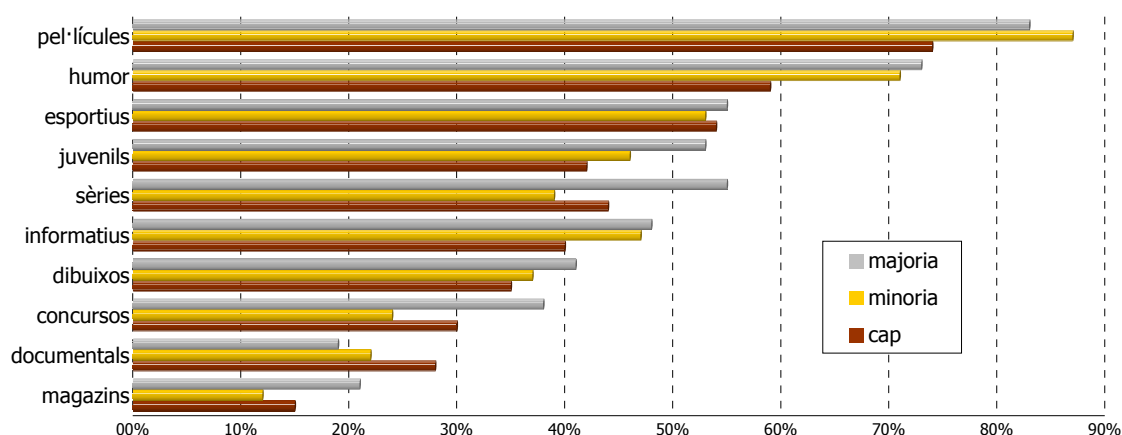
**Distribució per lloc de naixement.** Valors relatius



- Quant a l'adscripció de grup cultural, es donen diferències importants en sèries, concursos i magazins i, en menor intensitat, en programes juvenils i dibuixos animats a favor del grup majoritari; les pel·lícules són més vistes pels del grup minoritari, i els documentals, pels que no s'adscriuen a cap grup cultural.

Gràfic I-53. Programes que es miren sovint o molt.

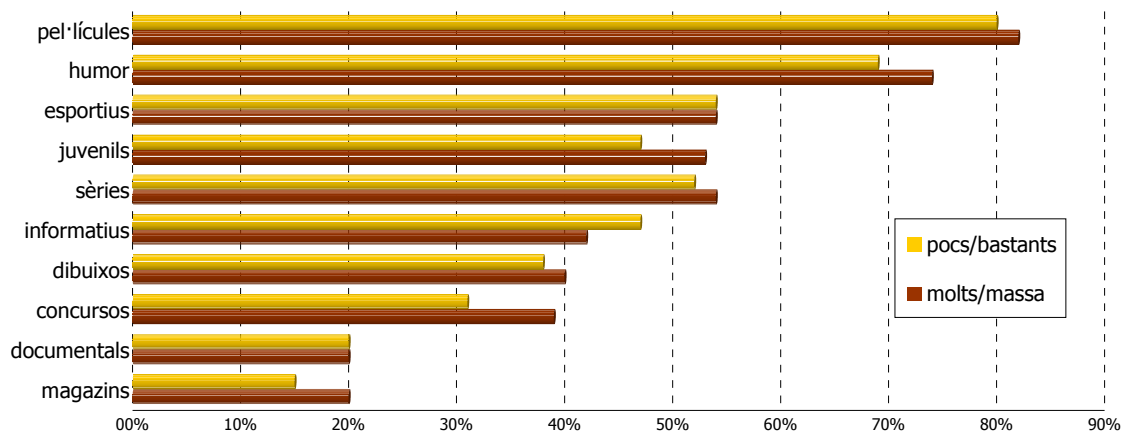
**Distribució per grup cultural.** Valors relatius



- Els joves que perceben molts o massa estrangers a casa nostra miren més programes d'humor, juvenils, concursos i magazins que els que en perceben menys; aquest últims veuen més sovint informatius que els altres.

Gràfic I-54. Programes que es miren sovint o molt.

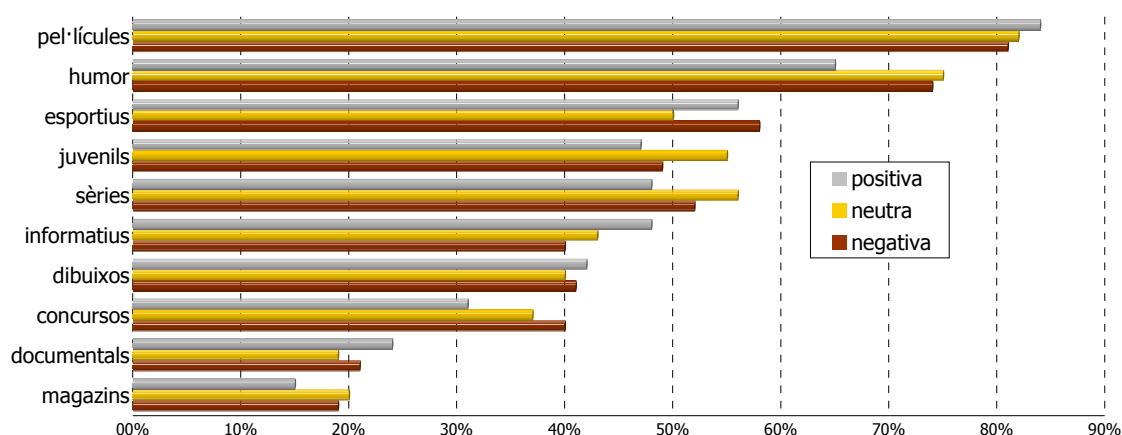
**Distribució segons percepció del nombre d'estrangers.** Valors relatius



- Els joves que tenen una percepció positiva per la presència de persones estrangeres a la nostra societat veuen menys programes d'humor, sèries, concursos i magazins que la resta, i força més informatius i una mica més de documentals. Els que tenen una percepció negativa, en canvi, veuen més concursos que els altres.

Gràfic I-55. Programes que es miren sovint o molt.

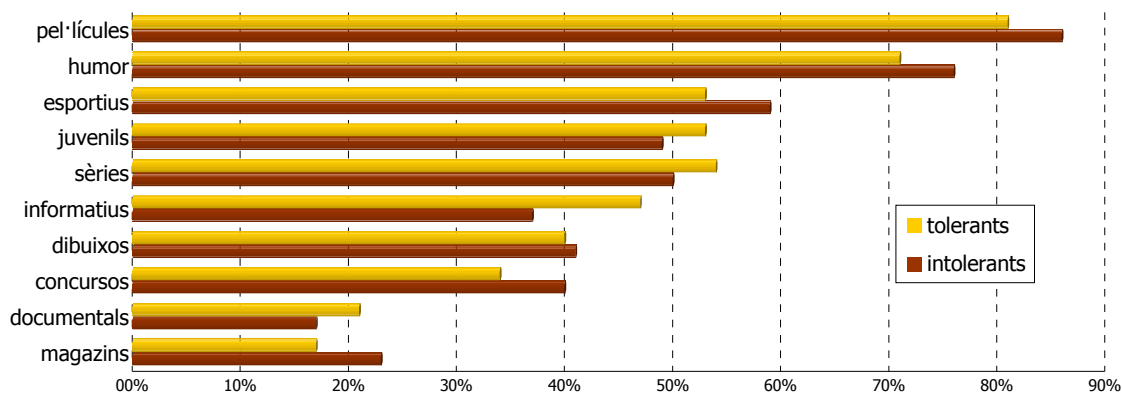
**Distribució segons valoració per la presència d'estrangers.** Valors relatius



- Els joves amb un grau de tolerància alt miren més programes juvenils, sèries i documentals, i sobretot informatius. Els joves que es declaren intolerants opten més per les pel·lícules, els programes d'humor, els esportius, els concursos i els magazins.

Gràfic I-56. Programes que es miren sovint o molt.

**Distribució segons grau de tolerància.** Valors relatius



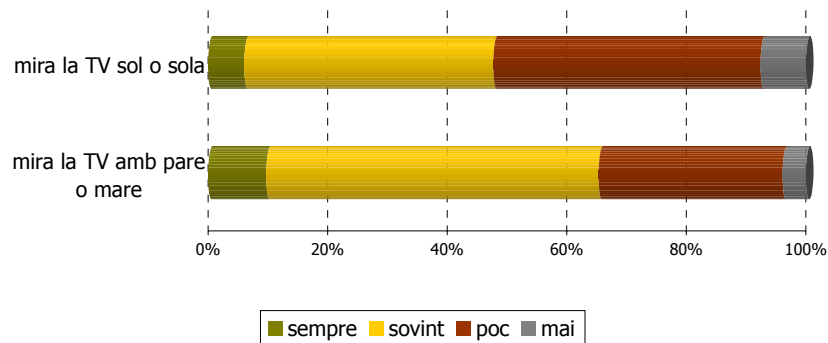
### 3.3. Hàbits televisius i control familiar

#### 3.3.1. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió

- Els joves declaren majoritàriament que miren la televisió de manera habitual amb el pare o la mare més que no pas sols. Els que declaren que sempre la miren sols són 6 de cada 100; els que declaren que mai la miren amb el pare o la mare són 4 sobre 100. Les dades són força coincidents.

Gràfic I-57. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió.

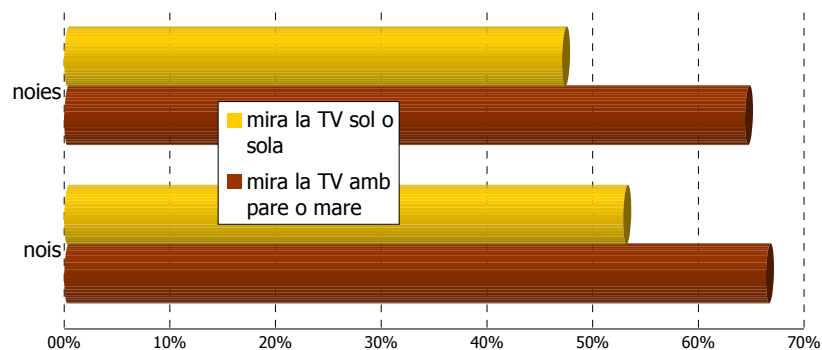
**Dades generals.** Valors absoluts



- Un percentatge més alt de nois miren la televisió més sovint sols que les noies; els valors sobre mirar la televisió amb els pares mostren un lleuger avantatge a favor dels nois.

Gràfic I-58. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió.

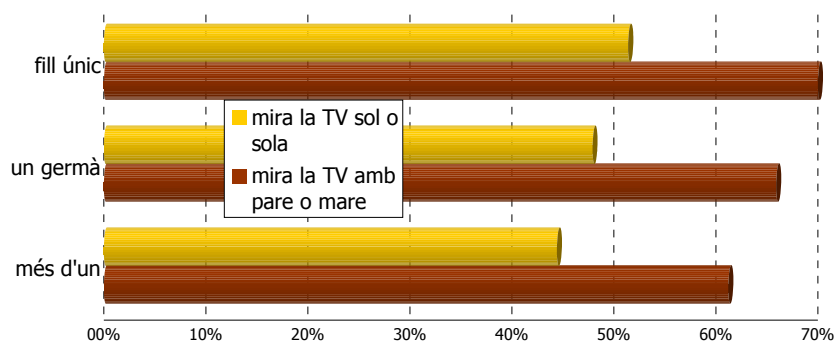
**Distribució per sexe.** Valors relatius



- Els fills únics miren més sovint la televisió amb els pares que els que tenen germans; els de família nombrosa són els que ho fan menys. També la miren més sovint sols o soles els fills únics que els altres.

Gràfic I-59. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió.

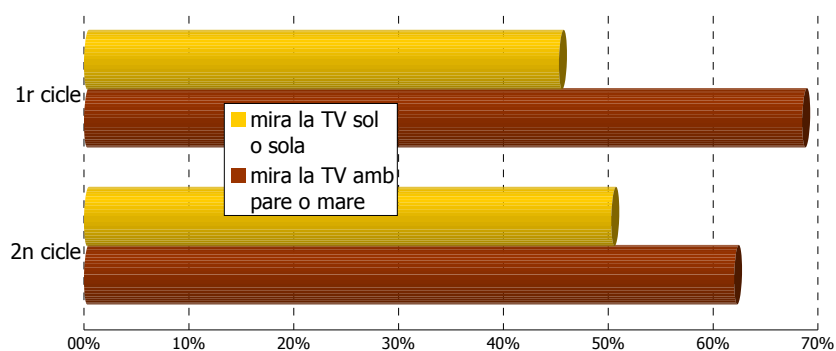
**Distribució per nombre de germans.** Valors relatius



- Els alumnes de nivells inferiors miren la televisió més amb els pares que els de nivell alt i la miren menys sovint sols.

Gràfic I-60. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió.

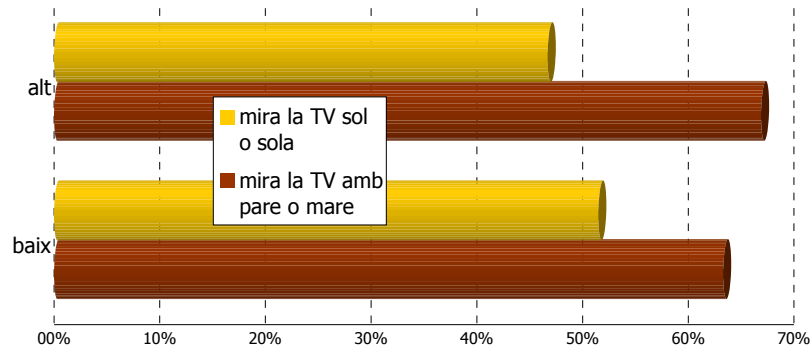
**Distribució per cicle educatiu.** Valors relatius



- Els de nivell econòmic alt la miren més acompanyats dels pares que els de nivell econòmic baix.

Gràfic I-61. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió.

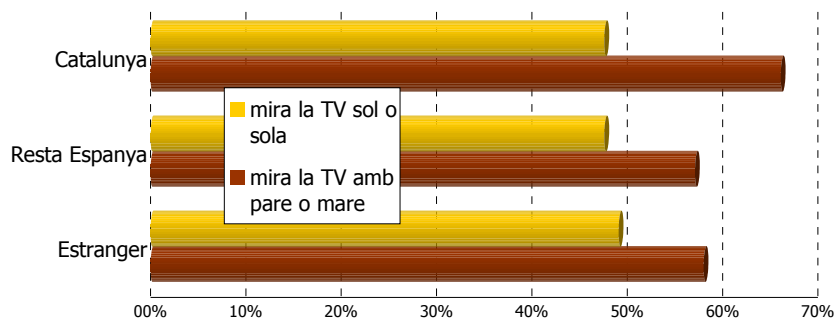
**Distribució per nivell econòmic.** Valors relatius



- Els joves nascuts a Catalunya miren més la televisió amb els pares i una mica menys sols que els joves nascuts a la resta d'Espanya i a l'estranger.

Gràfic I-62. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió.

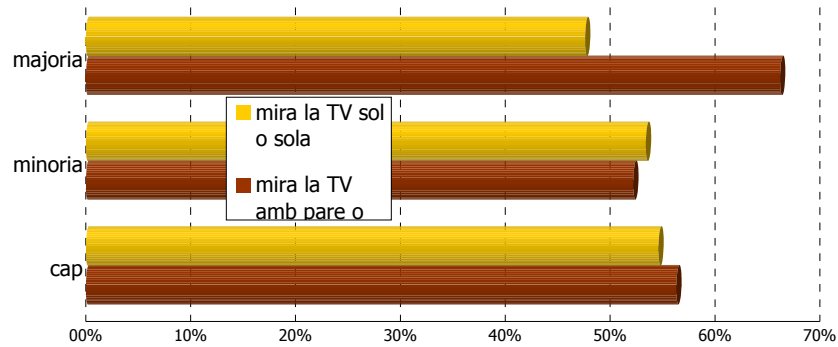
**Distribució per lloc de naixement.** Valors relatius



- També els del grup majoritari culturalment mostren uns valors més alts a l'hora de mirar la televisió amb els pares i inferior quan la miren sols o soles.

Gràfic I-63. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió.

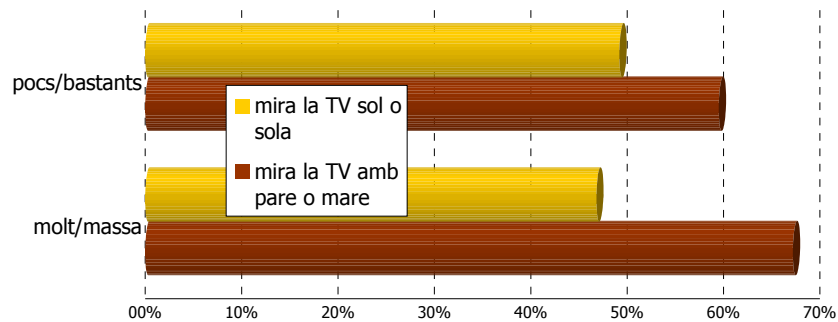
**Distribució per grup cultural. Valors relatius**



- Els joves que perceben molts o massa estrangers a la nostra societat miren més sovint la televisió amb els pares que els que declaren que n'hi ha menys.

Gràfic I-64. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió.

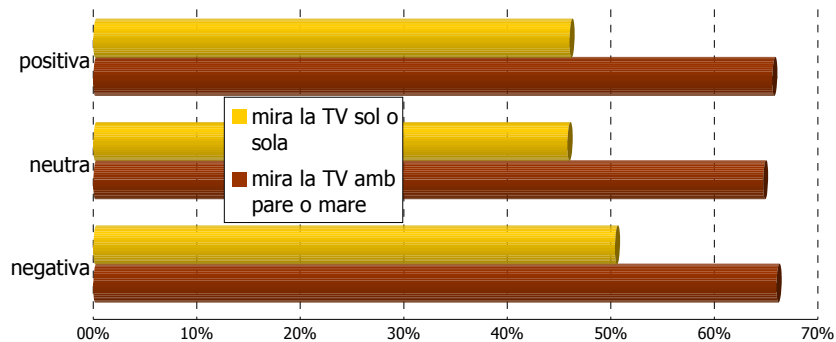
**Distribució per percepció del nombre d'estrangers. Valors relatius**



- Els joves que tenen una percepció negativa de les persones estrangeres a casa nostra miren més sovint la televisió sols que els que en tenen una percepció positiva.

Gràfic I-65. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió.

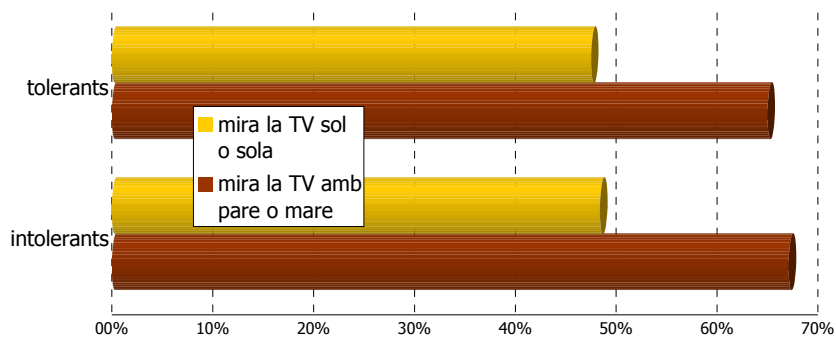
**Distribució per valoració del nombre d'estrangers.** Valors relatius



- No es perceben diferències importants segons el grau de tolerància i només un lleuger avantatge dels joves intolerants a l'hora de mirar la televisió amb els pares.

Gràfic I-66. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió.

**Distribució per grau de tolerància.** Valors relatius

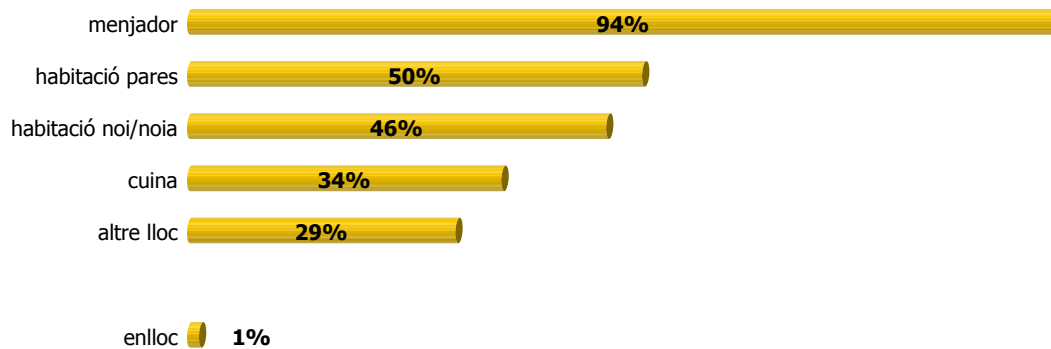


### 3.3.2. Nombre d'aparells a casa

- Gairebé un de cada dos joves (45%) té televisió a la seva habitació i un de cada tres en té a la cuina. El 94% de la mostra té un aparell de televisió al menjador. Prop del 27% té almenys tres aparells a casa: menjador, habitació dels pares i habitació pròpia.

Gràfic I-67. Espais de la casa on s'ubica l'aparell de televisió.

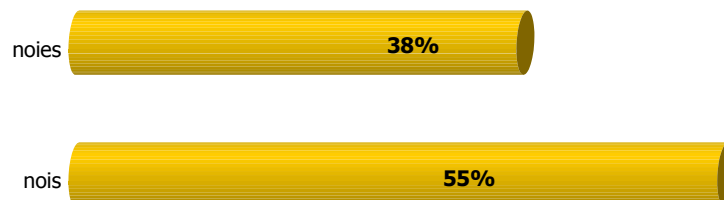
**Dades generals.** Valors relatius



- Els nois disposen de televisió a la seva habitació en una proporció força més alta que les noies: 55% de nois, contra el 38% de les noies.

Gràfic I-68. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia.

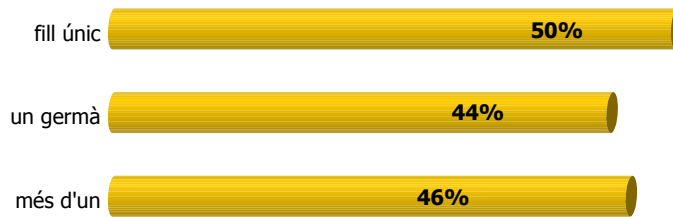
**Distribució per sexe.** Valors relatius



- Els fills únics tenen habitació a la seva habitació en un nombre relatiu més alt que els que tenen germans.

Gràfic I-69. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia.

**Distribució per nombre de germans.** Valors relatius



- Els joves de nivells educatius alts diuen que tenen televisió a la seva habitació més que els dels nivells inferiors.

Gràfic I-70. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia.

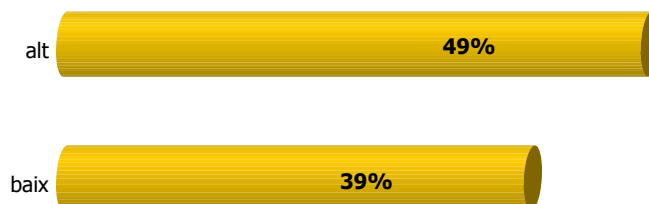
**Distribució per cicle educatiu.** Valors relatius



- La proporció de nois i noies de nivell econòmic alt que diuen disposar de televisió a la seva habitació és força més alta que els de nivell baix, en prop de deu punts.

Gràfic I-71. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia.

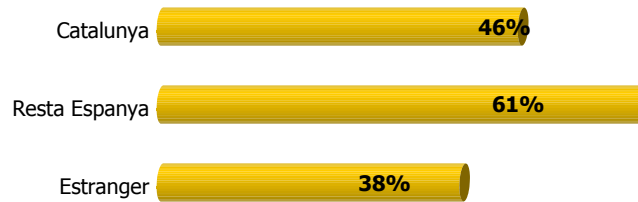
**Distribució per nivell econòmic.** Valors relatius



- Els nois i noies nascuts a la resta d'Espanya disposen més de televisió a la seva habitació que la resta; els valors més baixos es donen en els joves nascuts a l'estranger.

Gràfic I-72. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia.

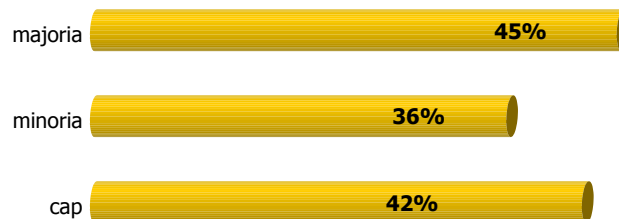
**Distribució per lloc de naixement.** Valors relatius



- Els del grup cultural minoritari presenten els valors més baixos de presència de televisió a la seva habitació.

Gràfic I-73. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia.

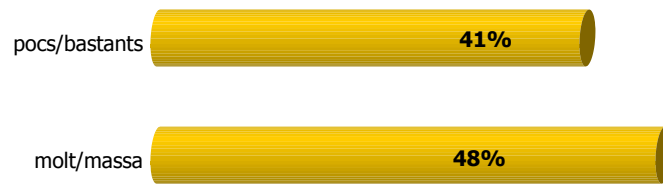
**Distribució per grup cultural.** Valors relatius



- Els joves que tenen una percepció més alta d'estrangers a casa nostra també són els que tenen una proporció més alta de televisió a la seva habitació.

Gràfic I-74. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia.

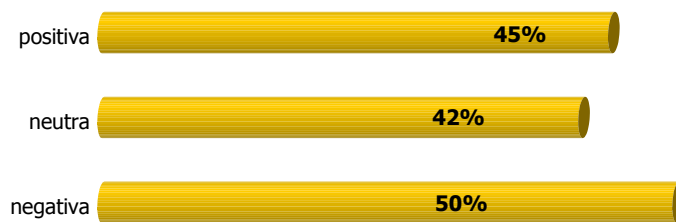
**Distribució per percepció del nombre d'estrangers.** Valors relatius



- En el mateix sentit, els joves més contraris a la presència de persones estrangeres a la nostra societat també tenen una proporció més alta de televisió a la seva habitació.

Gràfic I-75. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia.

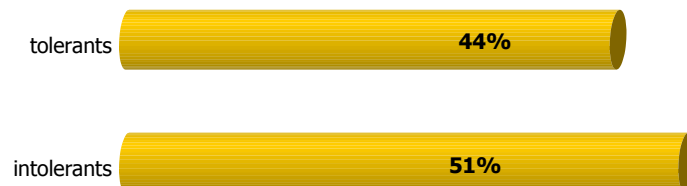
**Distribució per valoració de la presència d'estrangers.** Valors relatius



- En coherència amb les variables anteriors, els joves més intolerants també tenen un valor més alt d'aparells de televisió a la seva habitació que els joves més tolerants.

Gràfic I-76. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia.

**Distribució per grau de tolerància.** Valors relatius

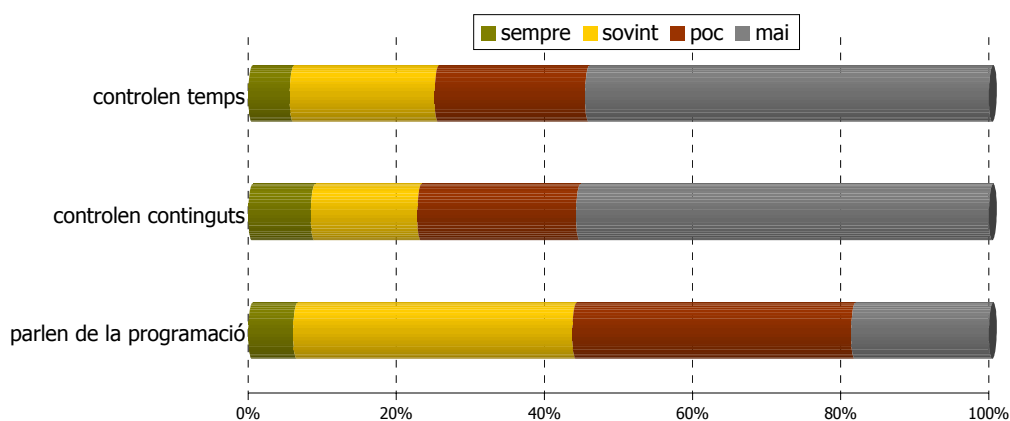


### 3.3.3. Control familiar del consum televisiu

- Més de la meitat dels joves declaren que a casa mai no els controlen o bé el temps o bé el contingut de la programació televisiva; un de cada quatre sí que sent un control de temps o de contingut. Només el 13% dels joves declaren que sempre o sovint els controlen totes dues coses, el temps i el contingut; però a l'altre extrem, el 41% declaren que mai no els controlen cap de les dues coses, ni el temps ni el contingut. Més de la meitat també declara que a casa parlen poc o mai de la programació televisiva. Els que ho fan sempre són el 6% de la mostra.

Gràfic I-77. Control familiar.

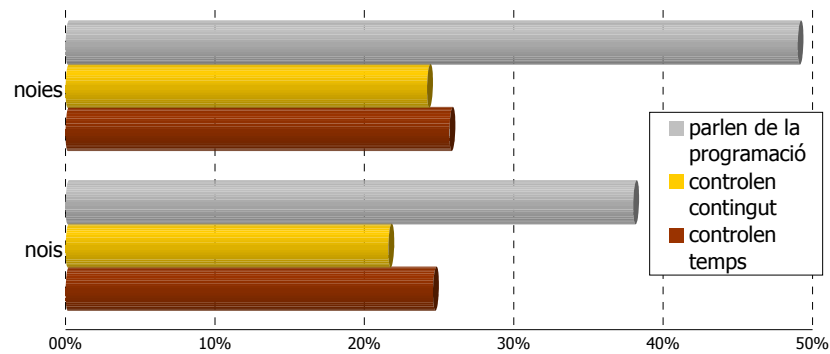
**Dades generals.** Valors relatius



- Les noies declaren que a casa hi ha un seguiment o control més alt que els nois en totes tres categories analitzades; especialment, les noies diuen que a casa parlen més de la programació que els nois, amb més de deu punts de diferència.

Gràfic I-78. Control familiar.

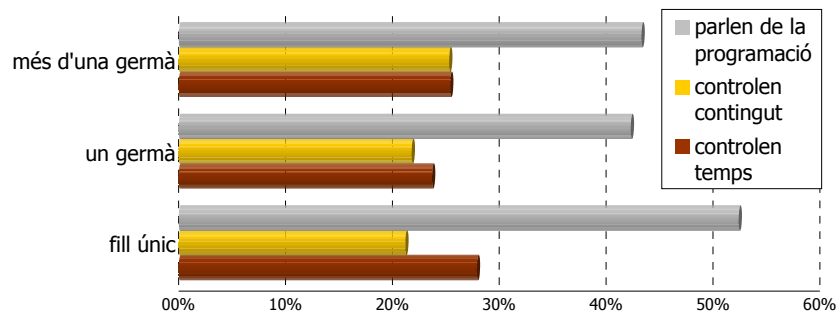
**Distribució per sexe.** Valors relatius



- Els fills únics parlen de la programació a casa més que els que tenen germans, com també manifesten més control del temps que els altres. Els de família nombrosa, en canvi, diuen que els controlen més els continguts que els altres.

Gràfic I-79. Control familiar.

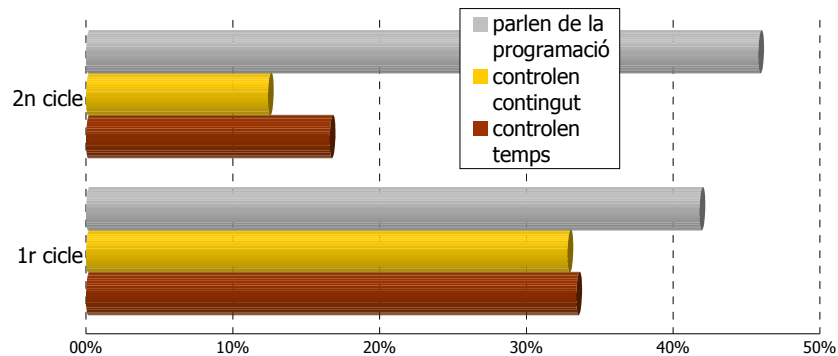
**Distribució per nombre de germans.** Valors relatius



- Els joves que cursen nivells inferiors manifesten més control televisiu a casa que els de nivells superiors, amb valors gairebé doblats, però en canvi diuen que a casa parlen de la programació menys que els més grans.

Gràfic I-80. Control familiar.

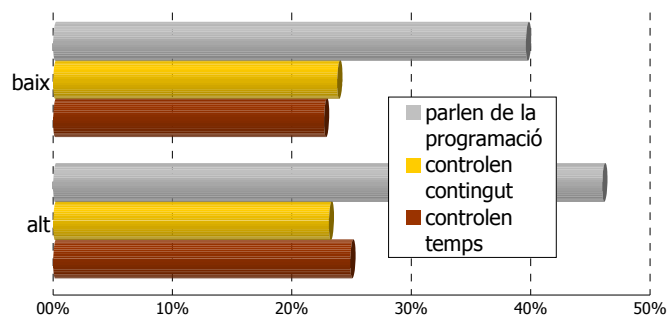
**Distribució per cicle educatiu. Valors relatius**



- El control de temps i de contingut no presenta diferències importants segons els nivell econòmic, però els joves de la banda alta declaren que a casa parlen de la programació més que els de la banda baixa.

Gràfic I-81. Control familiar.

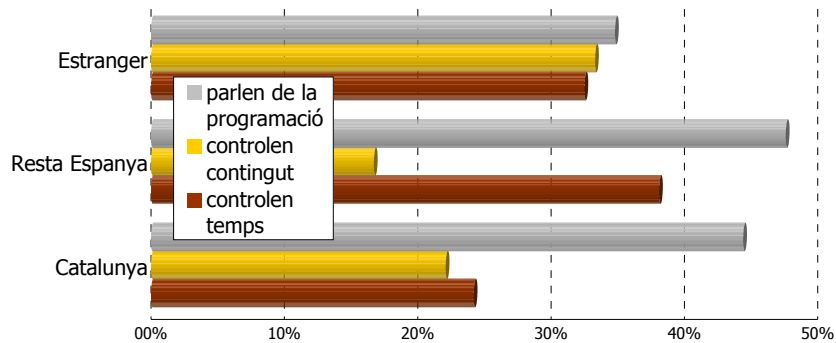
**Distribució per nivell econòmic. Valors relatius**



- El lloc de naixement presenta diferències importants en el control i seguiment del consum televisiu dels joves. Els nascuts a Catalunya i, sobretot, els de la resta d'Espanya diuen que a casa en parlen més que els nascuts a l'estranger. A més, els nascuts a Catalunya tenen un control de temps força inferior que els altres, i els de la resta d'Espanya un més control molt més elevat. En el control de contingut, els nascuts a l'estranger diuen que en tenen més.

Gràfic I-82. Control familiar.

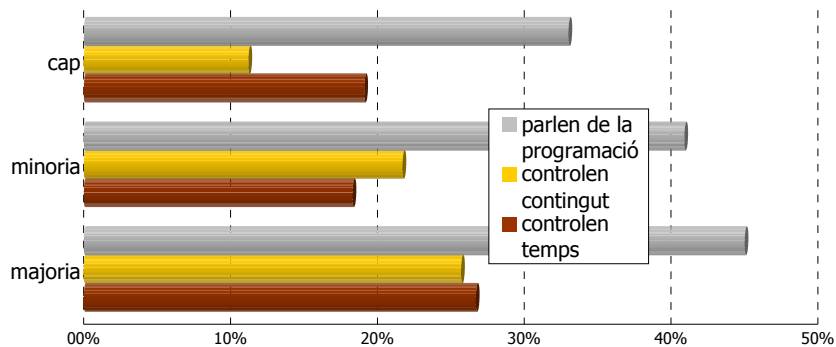
**Distribució per lloc de naixement. Valors relatius**



- Els joves adscrits a la majoria cultural declaren més control i seguiment del consum televisiu a casa en les tres categories estudiades. En canvi, els que no s'adscriuen a cap grup cultural són els que presenten els valors més baixos en el control de contingut televisiu.

Gràfic I-83. Control familiar.

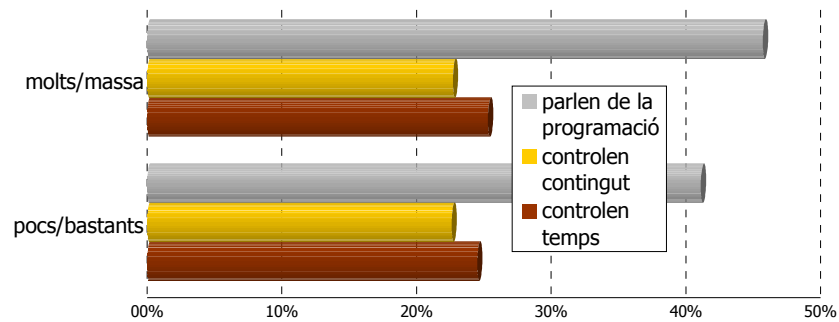
**Distribució per grup cultural. Valors relatius**



- No es presenten diferències en el control de temps o de contingut segons la percepció del nombre d'estrangers a casa nostra; en canvi, els joves que en perceben molts o massa diuen que a casa parlen més de la programació que els que veuen menys estrangers a la nostra societat.

Gràfic I-84. Control familiar.

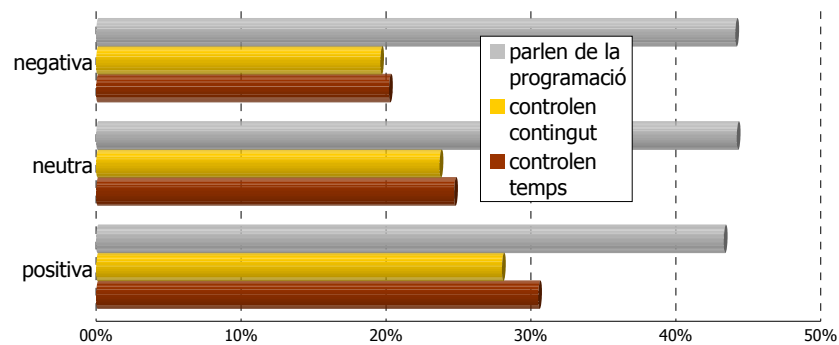
**Distribució per percepció del nombre d'estrangers.** Valors relatius



- Els joves que tenen una valoració positiva de la presència de persones estrangeres a casa nostra tenen un control de temps i de contingut més alts que la resta.

Gràfic I-85. Control familiar.

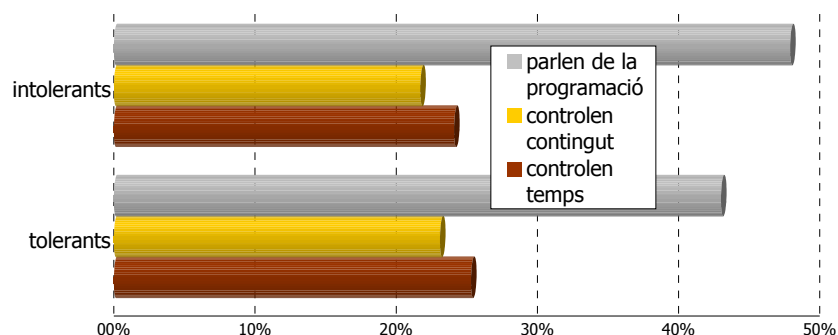
**Distribució per valoració de la presència d'estrangers.** Valors relatius



- Els joves més tolerants parlen menys de la programació a casa però tenen uns nivells una mica més alts de control de temps i de contingut.

Gràfic I-86. Control familiar.

**Distribució per grau de tolerància.** Valors relatius

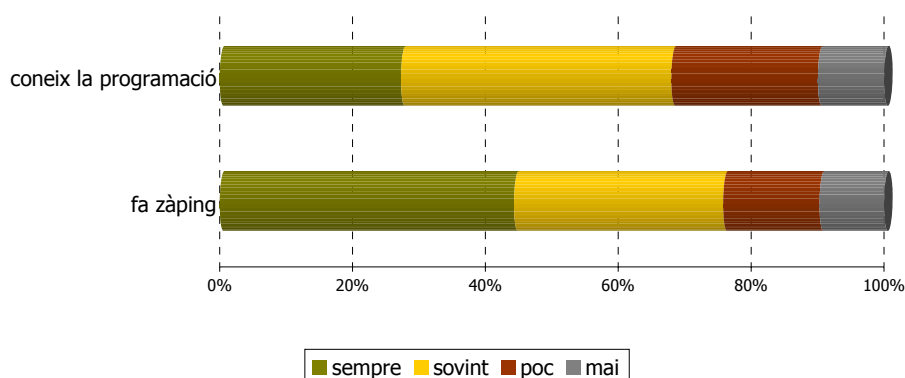


### 3.3.4. Hàbits de consum: coneixement de la programació i zàping

- Prop de dos terços dels joves coneixen sempre o sovint la programació televisiva i només un de cada deu declara que mai no la coneix. Gairebé tres quartes parts té el costum de fer zàping i també prop del 10% declara no fer-ho mai. No se'ls ha demanat qui acostuma a tenir el comandament a casa. La meitat dels joves (51%) diuen que coneixen la programació sempre o sovint i, a més, també sempre o sovint fan zàping.

Gràfic I-87. Hàbits de consum.

**Dades generals.** Valors absoluts



- Aquests hàbits no mostren diferències importants en les variables personals i socioculturals analitzades.



## II. Percepcions sobre el tractament televisiu de la diversitat

El nucli central de la recerca i darrer bloc de l'enquesta són un conjunt de qüestions sobre la percepció que tenen els joves del tractament de la televisió sobre la diversitat cultural, restringida a les persones estrangeres i a la immigració. Hem preparat els resultats en tres grups:

- presència quantitativa de la diversitat i la immigració a la televisió;
- contingut televisiu relacionat amb la diversitat cultural;
- orientació del tractament televisiu a la diversitat cultural.

En els tres casos presentem les dades segons les anàlisis bivariades següents:

- anàlisi per variables personals i socioculturals;
- anàlisi per variables personals i socioculturals;
- anàlisi segons el consum televisiu.

### 4. PRESÈNCIA QUANTITATIVA DE LA DIVERSITAT I LA IMMIGRACIÓ A LA TELEVISIÓ

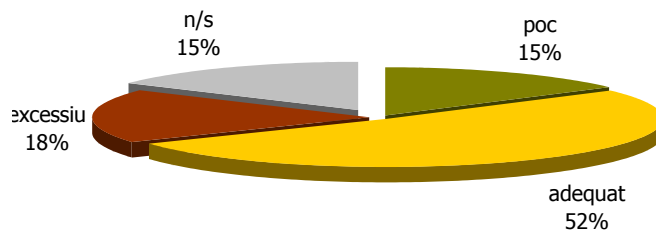
En el primer bloc d'aquest darrer apartat se'ls ha demanat als joves que opinin sobre el temps que creuen que la televisió dedica a la immigració i els tipus de programes on consideren que apareix més el fenomen.

#### 4.1. Temps que la televisió dedica a la immigració

- En termes generals, més de la meitat dels joves (52%) considera que el temps que dedica la TV a la immigració és adequat. Cal destacar un 18%, que considera que el temps que dedica la TV a la immigració és excessiu, i un 15%, que consideren que s'hi dedica poc temps. El darrer 15% es mostra indecís.

Gràfic II-1. Temps que dedica la televisió a la immigració.

**Dades generals.** Valors relatius

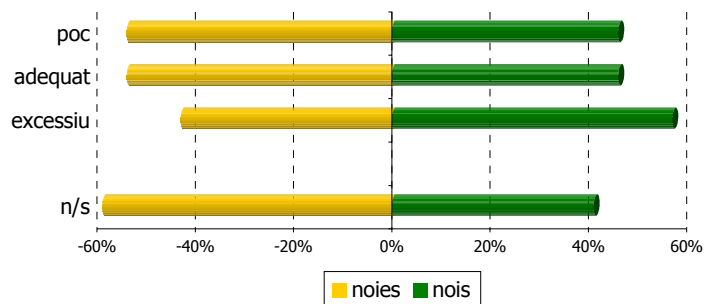


#### 4.1.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals

- Les noies perceben com a més adequat que els nois el temps que dedica la TV a la immigració. Ells, en canvi, perceben més que les noies que el temps és excessiu i, a més, mostren menys indecisió.

Gràfic II-2. Temps que dedica la televisió a la immigració.

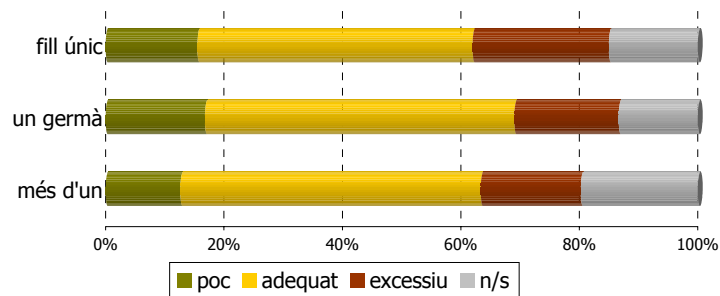
**Distribució per sexe.** Valors relatius



- Els que són fills únics tenen una percepció més alta que els que tenen germans sobre el temps excessiu dedicat a la immigració. El grau d'indecisió, però, és més alt entre els que tenen dos o més germans.

Gràfic II-3. Temps que dedica la televisió a la immigració.

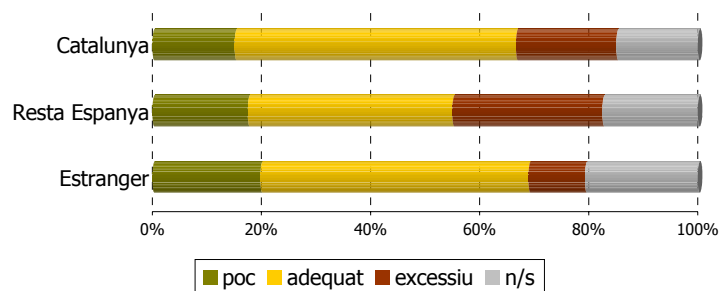
**Distribució per nombre de germans.** Valors relatius



- La percepció que la televisió dedica un temps excessiu a la diversitat cultural és més acusada en els joves nascuts a la resta d'Espanya; com es podia esperar, els alumnes nascuts a l'estranger mostren un valor més baix que els altres en aquest aspecte, tot i que també és el grup que expressa una taxa d'indecisió més alta.

Gràfic II-4. Temps que dedica la televisió a la immigració.

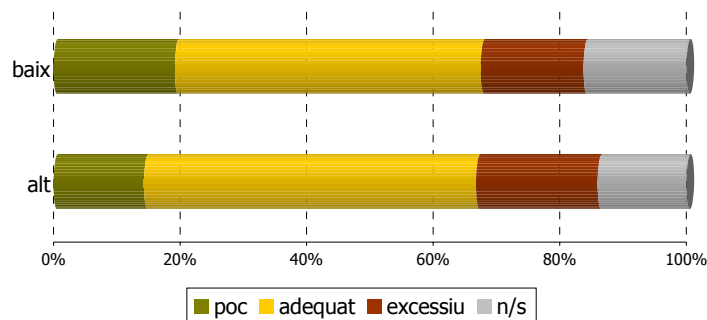
**Distribució per lloc de naixement del jove.** Valors relatius



- Els joves que se situen en la banda alta quant a nivell econòmic familiar expressen amb més claredat que el temps que hi dedica la televisió és excessiu. Els que se situen en la banda baixa també mostren uns valors d'indecisió més alts.

Gràfic II-5. Temps que dedica la televisió a la immigració.

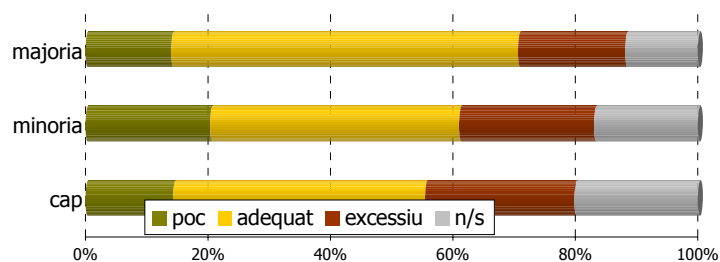
**Distribució per grup econòmic. Valors relatius**



- L'anàlisi per grup d'adscripció cultural mostra que els joves situats en el grup majoritari creuen que el temps dedicat a la immigració és l'adequat. En canvi, els del grup minoritari reparteixen la seva opinió en les quatre opcions de manera més equitativa. En tots dos casos, la valoració que el temps és adequat duplica les altres opcions.

Gràfic II-6. Temps que dedica la televisió a la immigració.

**Distribució per grup cultural. Valors relatius**

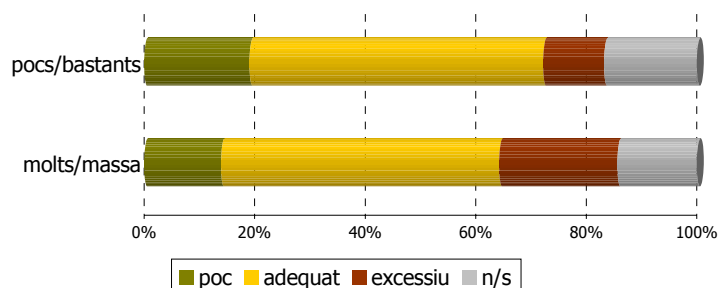


#### 4.1.2. Anàlisi per variables personals i socioculturals

- Hi ha una relació directa entre la percepció de la presència d'immigrants a casa nostra i la prominència que hi dóna la televisió: els que declaren que hi ha pocs o bastants immigrants entre nosaltres també consideren que el temps que hi dedica la televisió és poc; i a l'inrevés, els que declaren que n'hi ha molts o massa també consideren excessiu el temps dedicat per la televisió.

Gràfic II-7. Temps que dedica la televisió a la immigració.

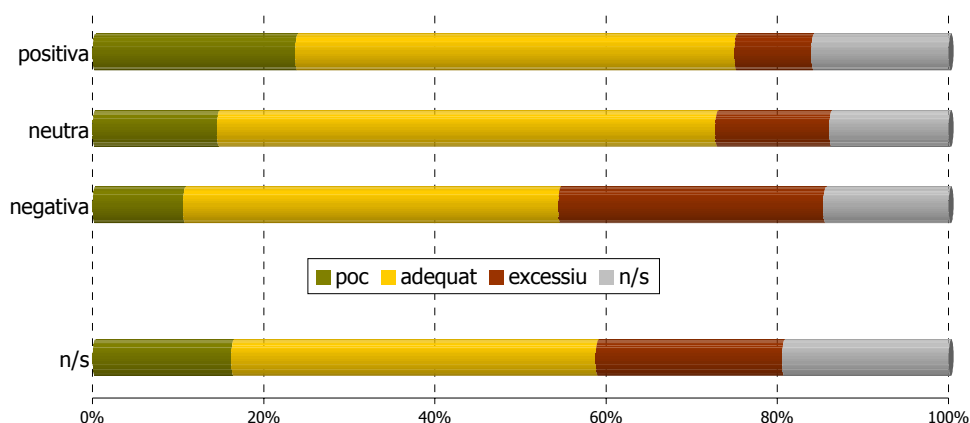
**Distribució segons percepció del nombre d'estrangers.** Valors relatius



- Igualment, la valoració que en fan de la presència de persones immigrants aquí explica la percepció de la presència quantitativa a la televisió: quan la valoració de la immigració és positiva es percep que la televisió hi dedica més aviat poc temps; quan la valoració és negativa, el temps que hi dedica la televisió és excessiu. Els que no saben què opinar sobre la immigració també mostren uns valors més alts d'indecisió sobre el tractament que en fa la televisió.

Gràfic II-8. Temps que dedica la televisió a la immigració.

**Distribució segons valoració de la presència d'estrangers..** Valors relatius

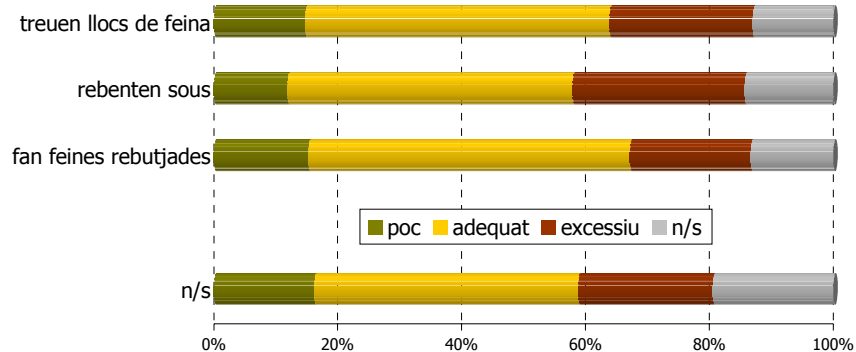


- Els joves que defensen l'impacte negatiu de la immigració en el món laboral també afirmen que el temps que hi dedica la televisió a la immigració és excessiu.

Gràfic II-9. Temps que dedica la televisió a la immigració.

**Distribució segons l'impacte en el món laboral.** Valors relatius

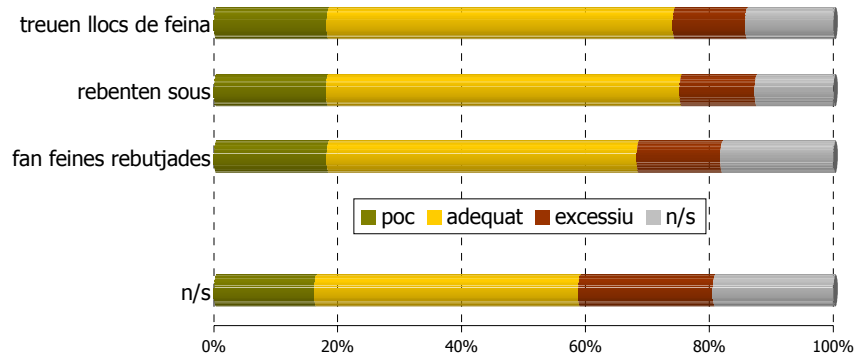
**és CERT que els immigrants...**



Gràfic II-10. Temps que dedica la televisió a la immigració.

**Distribució segons l'impacte en el món laboral.** Valors relatius

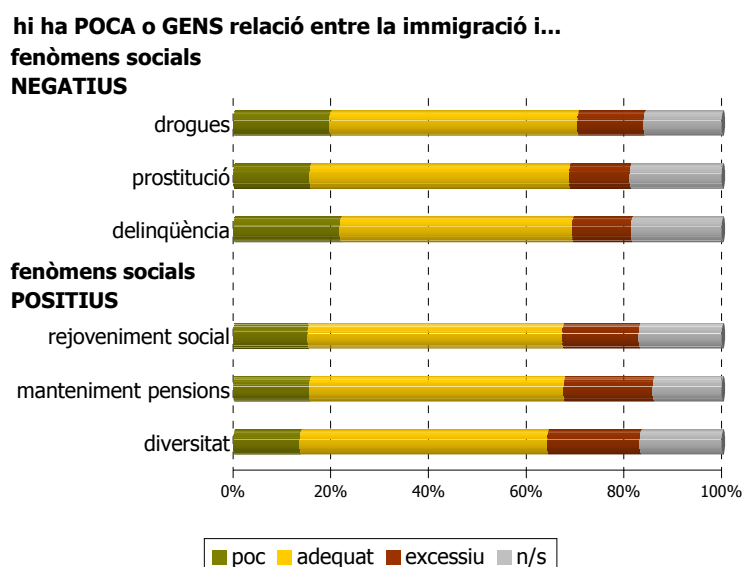
**és FALS que els immigrants...**



- La relació entre l'impacte de la immigració en la societat i el temps que hi dedica la televisió es pot observar en els gràfics següents: l'opinió segons la qual la immigració té poca o gens relació amb fenòmens socials considerats negatius (drogues, prostitució, delinqüència) es correspon amb una percepció baixa del tractament que presta la televisió al fet migratori.

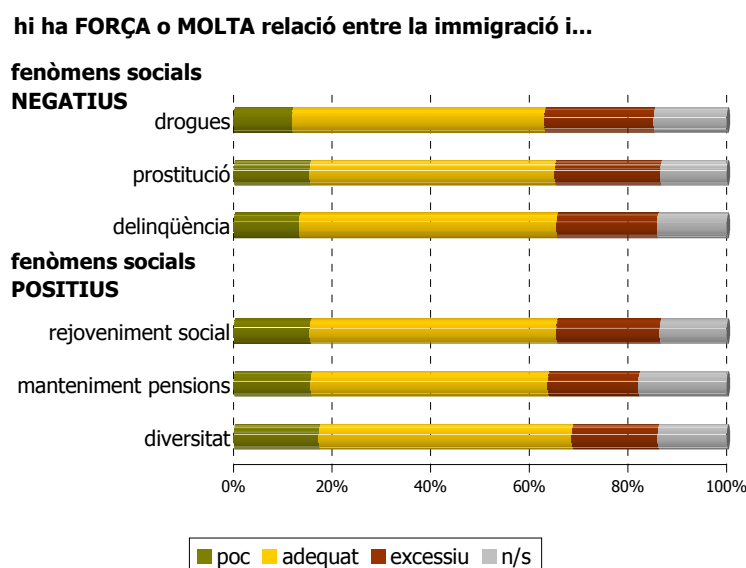
Gràfic II-11. Temps que dedica la televisió a la immigració.

**Distribució segons l'impacte baix en la societat.** Valors relatius



Gràfic II-12. Temps que dedica la televisió a la immigració.

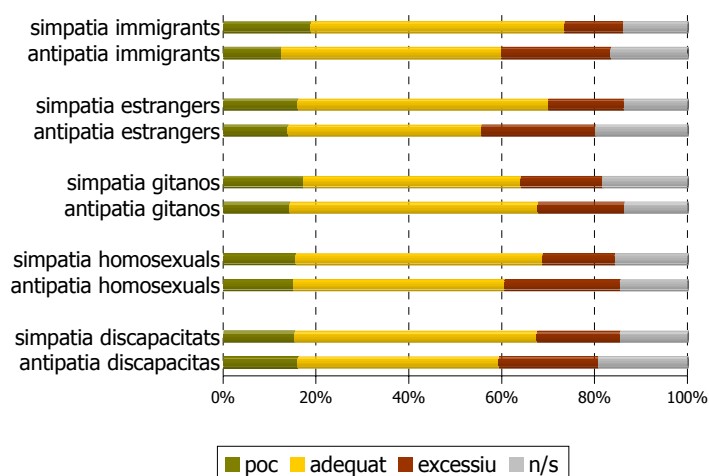
**Distribució segons l'impacte alt en la societat.** Valors relatius



- Els joves que es manifesten més intolerants davant dels col·lectius d'immigrants, d'estrangers, d'homosexuals i de discapacitats, perceben més que els altres que el tractament que dona la televisió als immigrants és excessiu. Envers el col·lectiu de persones del poble gitano, les opinions expressades demostren un racisme estructural i latent, ja que no hi ha diferències significatives entre els grups més i menys tolerants.

Gràfic II-13. Temps que dedica la televisió a la immigració.

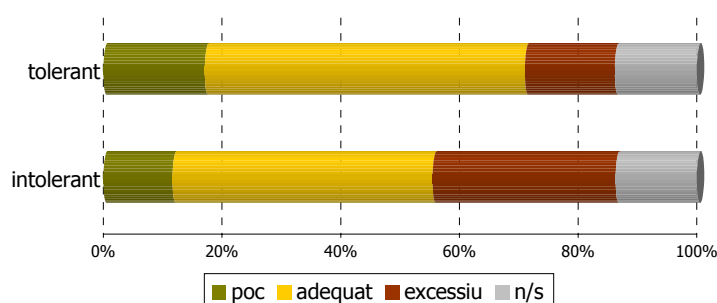
**Distribució segons el grau de simpatia envers diversos col·lectius.** Valors relatius



- La percepció del grau de tolerància general, envers persones "diferents", és una dada concloent en la relació entre intolerància i percepció d'aparició excessiva de la immigració a la televisió. Un terç dels que es declaren intolerants consideren que el temps és excessiu, el doble dels que es declaren tolerants. Les taxes d'indecisos són semblants.

Gràfic II-14. Temps que dedica la televisió a la immigració.

**Distribució segons el grau de tolerància general.** Valors relatius



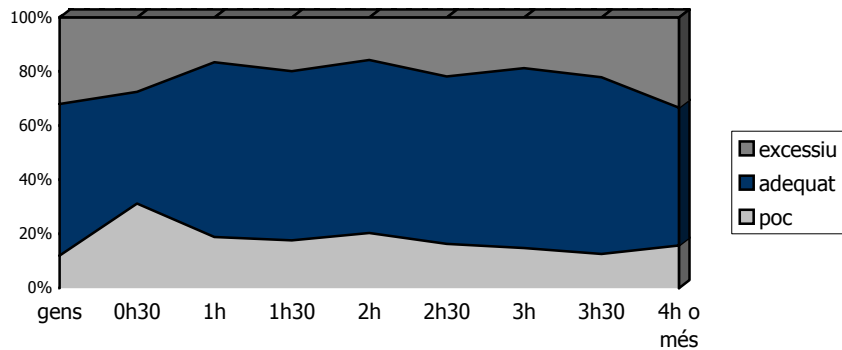
#### 4.1.3. Anàlisi segons el consum televisiu

- En valors mitjans, l'opinió segons la qual la televisió dona un tractament excessiu a la immigració augmenta lleugerament amb el consum d'hores diàries de televisió: de 2h de consum mitjà dels que consideren que el tractament és poc, a les 2h 17m de consum mitjà, dels que consideren que el tractament és excessiu, passant per 2h 12m,

dels que consideren que el tractament és adequat. El gràfic mostra les puntes extremes, però s'observa un descens progressiu dels que consideren que és poc temps a mesura que augmenta el consum televisiu diari.

Gràfic II-15. Temps que dedica la televisió a la immigració.

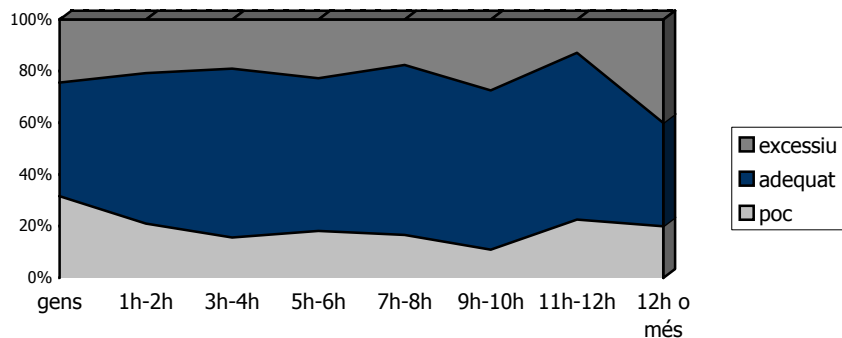
**Distribució segons el consum televisiu en dies feiners.** Valors relatius



- Quant al consum televisiu durant el cap de setmana i la relació amb la percepció del tractament que dóna la televisió a la immigració, la tendència no canvia excessivament comparats amb el consum diari, però s'incrementen notablement els valors mitjans segons la percepció: 4h 14m (tot el cap de setmana), per als qui consideren que el tractament és poc; 4h 26m, per als qui creuen que és adequat; 4h 49m, per als qui perceben que el tractament és excessiu.

Gràfic II-16. Temps que dedica la televisió a la immigració.

**Distribució segons el consum televisiu en caps de setmana.** Valors relatius

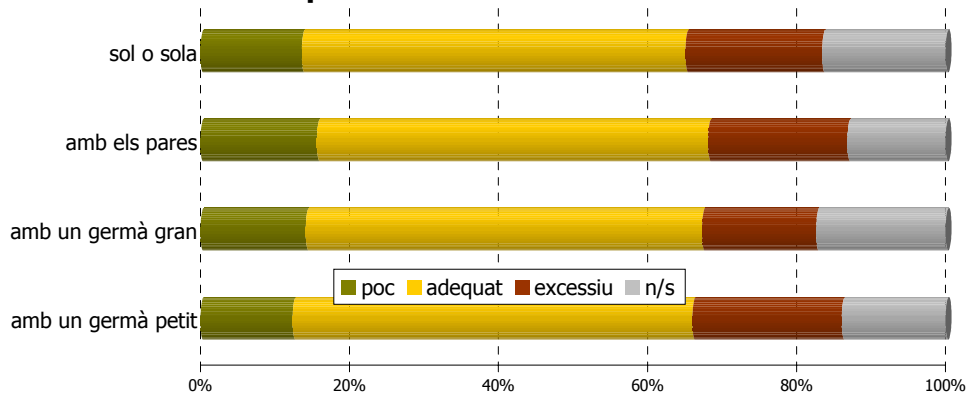


- Els joves que veuen habitualment la televisió sols no mostren uns valors més alts que la resta sobre percepció de presència excessiva de la immigració a la televisió. Els que afirmen que sovint o sempre miren la televisió amb el pare o la mare tenen una taxa d'indecisió més baixa.

Gràfic II-17. Temps que dedica la televisió a la immigració.

**Distribució segons acompanyants a l'hora de mirar la televisió.** Valors relatius

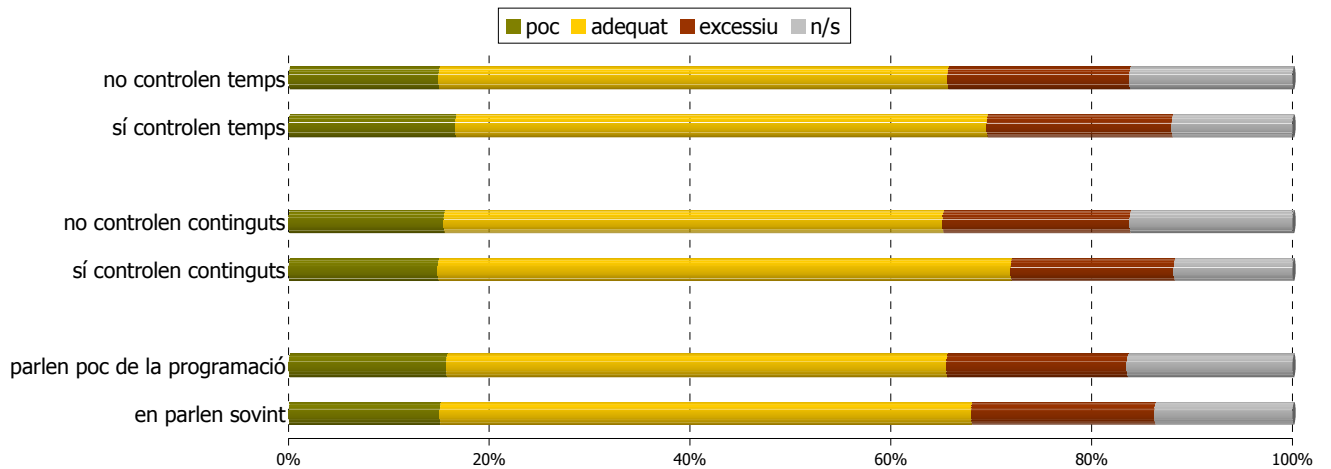
**mira la televisió sempre o sovint...**



- Els joves que afirmen que hi ha un control a casa, tant en temps com en continguts, i a més parlen sovint a casa de la programació televisiva, tenen una percepció més alta que el temps que dedica a la televisió a la immigració és l'adequat. En tots aquests casos, les taxes d'indecisió són més baixes. No varien gaire, però, els valors dels que consideren que el temps és excessiu.

Gràfic II-18. Temps que dedica la televisió a la immigració.

**Distribució segons control familiar** Valors relatius

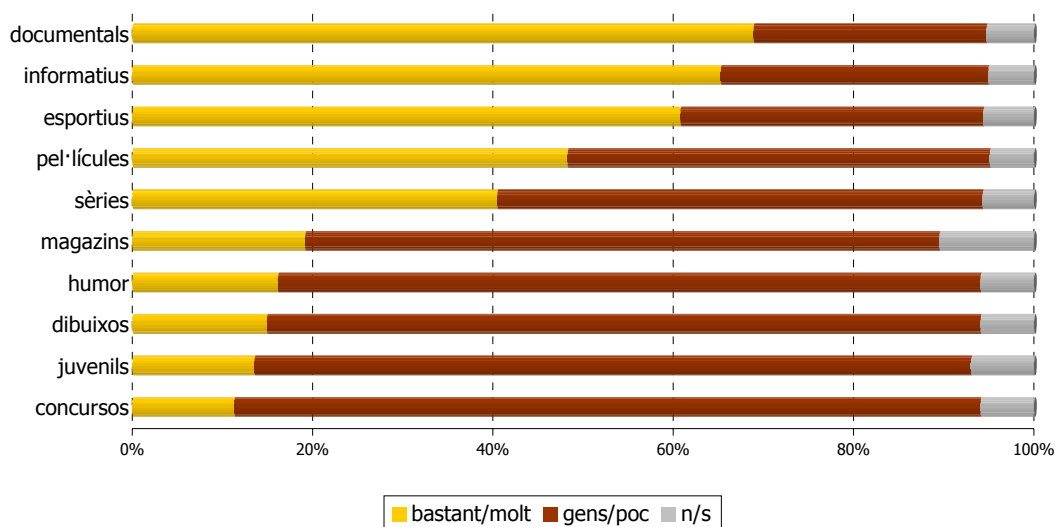


## 4.2. Presència de la diversitat cultural segons els tipus de programes

- Prop de dos terços dels joves detecten una presència sovintejada de persones d'altres cultures als documentals, informatius i programes esportius. Les pel·lícules i les sèries ocupen una banda intermèdia, amb valors per sota de la meitat, i a força distància, entre el 10% i el 20%, se situen magazins, programes d'humor, dibuixos animats, programes juvenils i, en darrer lloc, els concursos. Els valors d'indecisió es produeixen de manera destacada en els magazins.

Gràfic II-19. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

**Dades generals.** Valors relatius

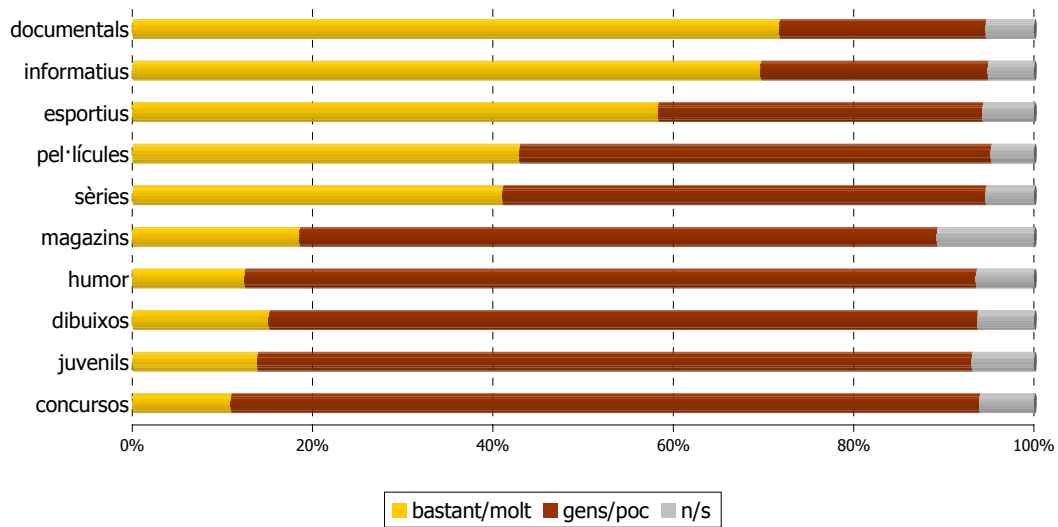


#### 4.2.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals

- Les noies presenten uns valors força semblants a les mitjanes globals, amb un lleuger increment a documentals i informatius, i perceben una menor presència de la diversitat cultural a les pel·lícules i als programes d'humor, en comparació sempre amb la mitjana. Els nois, en canvi, redueixen la importància de documentals i informatius, com també de les sèries, i augmenten les dels esportius i les pel·lícules. Com mostren els gràfics, els valors d'indecisió es mantenen.

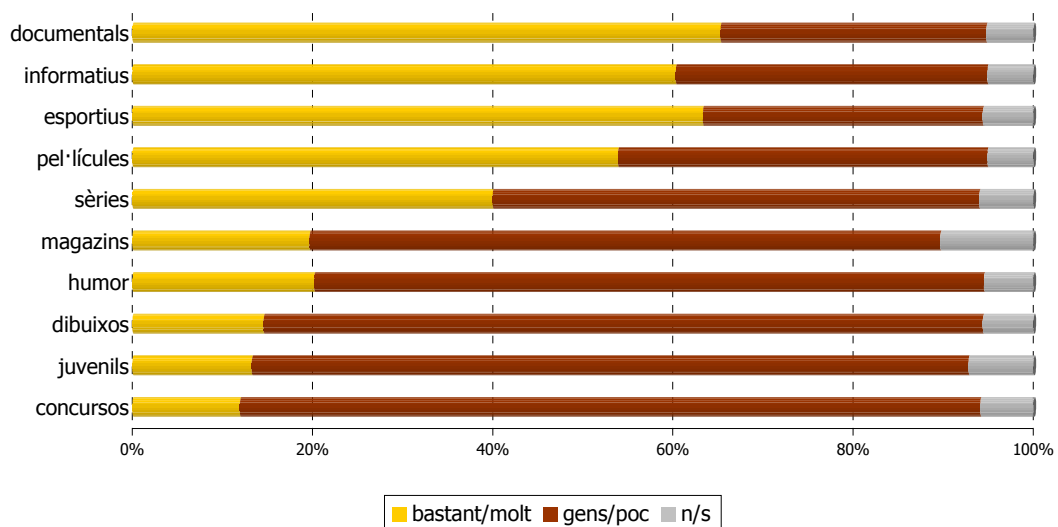
Gràfic II-20. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

**Opinió de les noies.** Valors relatius



Gràfic II-21. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

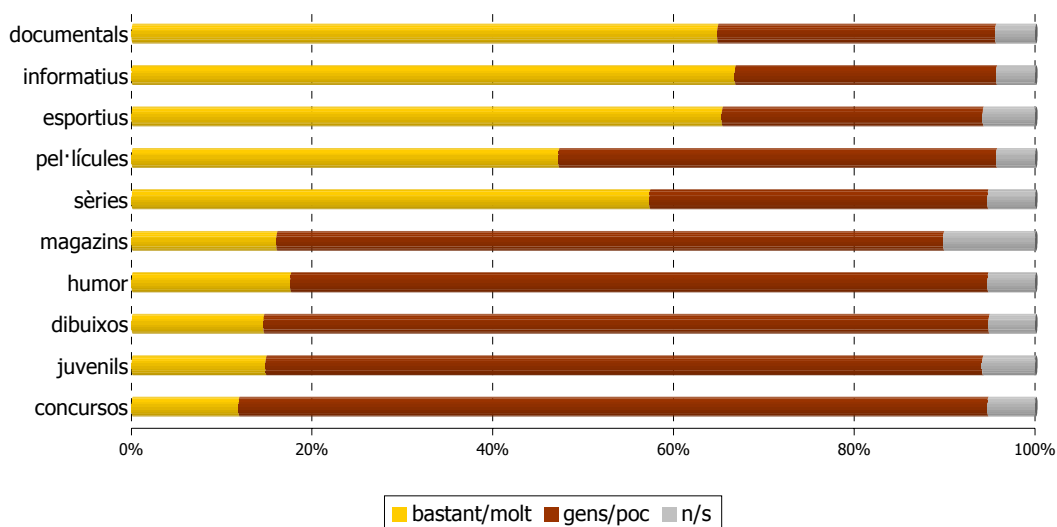
**Opinió dels nois.** Valors relatius



- Els alumnes dels nivells inferiors, tot i seguir la tendència principal, donen més presència de la diversitat cultural en els informatius que en els documentals, com també més en les sèries que en les pel·lícules. Els de nivells superiors segueixen la pauta general, però mostren taxes d'indecisió lleugerament més altes que els seus companys del primer cicle.

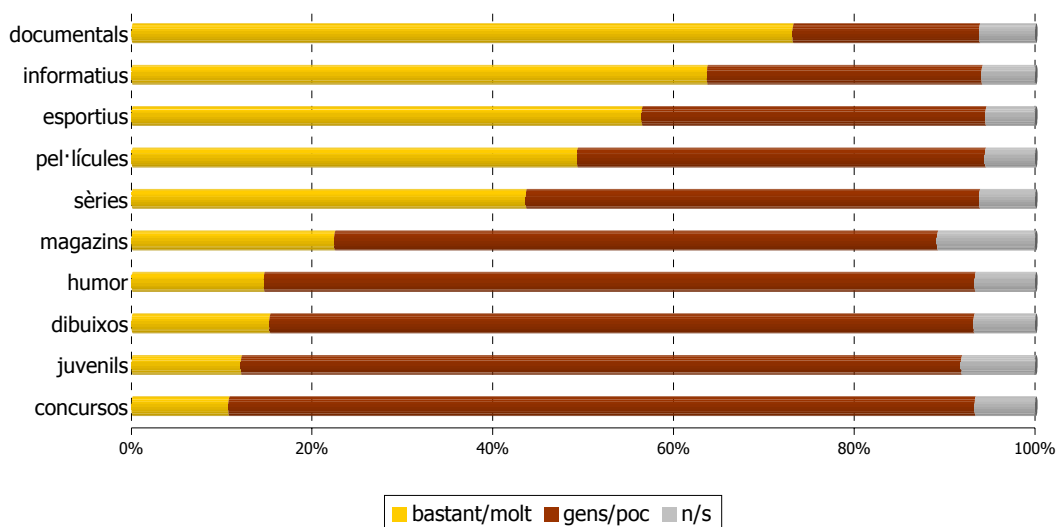
Gràfic II-22. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

**Opinió de l'alumnat de 1r cycle. Valors relatius**



Gràfic II-23. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

**Opinió de l'alumnat de 2n cycle. Valors relatius**

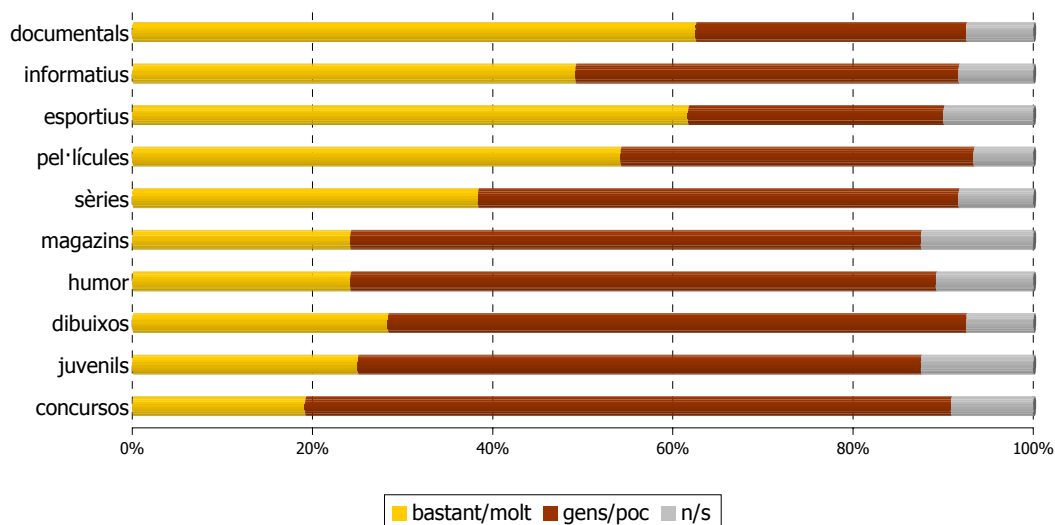


- Els joves nascuts a l'estranger (7% de la mostra) expressen unes percepcions força diferents que els seus companys i companyes. Als documentals i els programes esportius encara sovintaja la presència de diversitat cultural però baixa, en comparació amb el conjunt de la mostra, als informatius i a les sèries, i augmenta considerablement a la resta: pel·lícules (prop del 60%), dibuixos animats (prop del 30%), juvenils, magazins i humor (per sobre del 20%), i concursos (prop del 20% i

gairebé el doble que la mostra). Així mateix, els valors d'indecisió són força elevats, en comparació amb les mitjanes globals, en què cal destacar, a més dels magazins, els de juvenils, humor, esportius, concursos i sèries, i especialment els de documentals i informatius.

Gràfic II-24. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

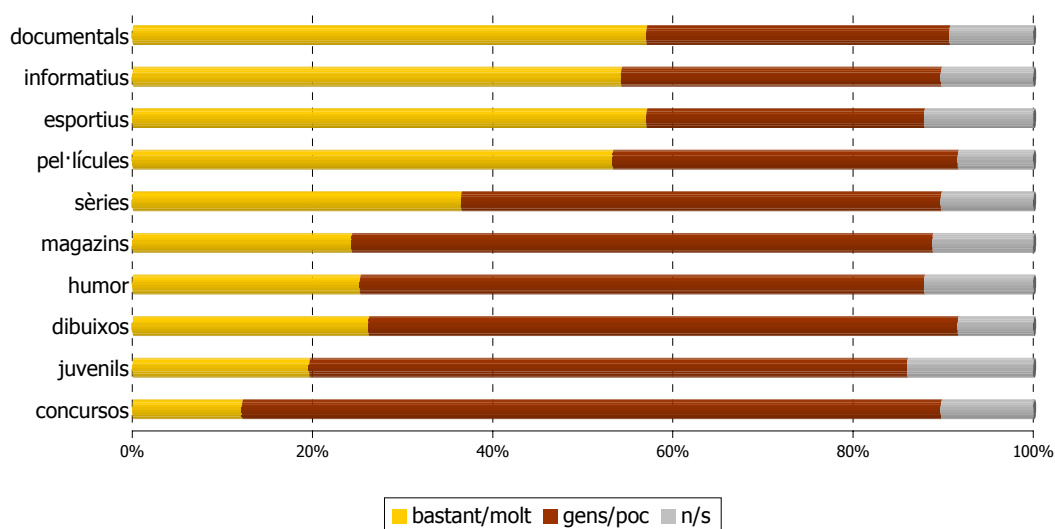
**Opinió de l'alumnat nascut a l'estranger.** Valors relatius



- Coincidint amb els resultats anteriors, la variable *religió*, els confirma i amplia. S'igualen els valors dels quatre tipus de programes que tenen més presència de la diversitat cultural (documentals, esportius, informatius i pel·lícules) i, en comparació amb la mitjana global, baixa el valor de les sèries, i augmenta el de magazins, humor, dibuixos i juvenils; el de concursos es manté com la mitjana. En canvi, les taxes d'indecisió augmenten en tots els tipus de programes, on destaca el de juvenils, els d'humor i els esportius.

Gràfic II-25. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

**Opinió de l'alumnat que practica una religió diferent de la catòlica. Valors relatius**



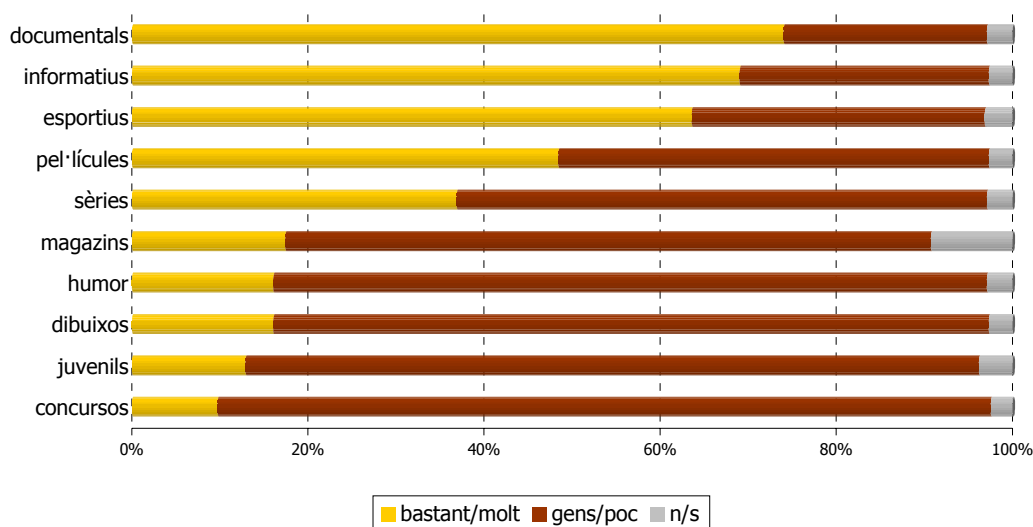
■ La resta de variables personals no mostren variabilitats significatives.

#### 4.2.2. Anàlisi segons les opinions personals sobre la diversitat cultural

■ En comparació amb els que perceben que hi ha molts o massa estrangers a casa nostra, els joves que opinen que més aviat n'hi ha pocs expressen uns valors més alts en la seva percepció de la diversitat cultural als documentals, informatius, esportius, i dibuixos animats; no hi ha diferències a pel·lícules, i programes juvenils, i perceben menys presència a sèries, programes d'humor, magazins i concursos. En termes generals, les taxes d'indecisió són més elevades en els alumnes que perceben que hi ha molts o massa estrangers.

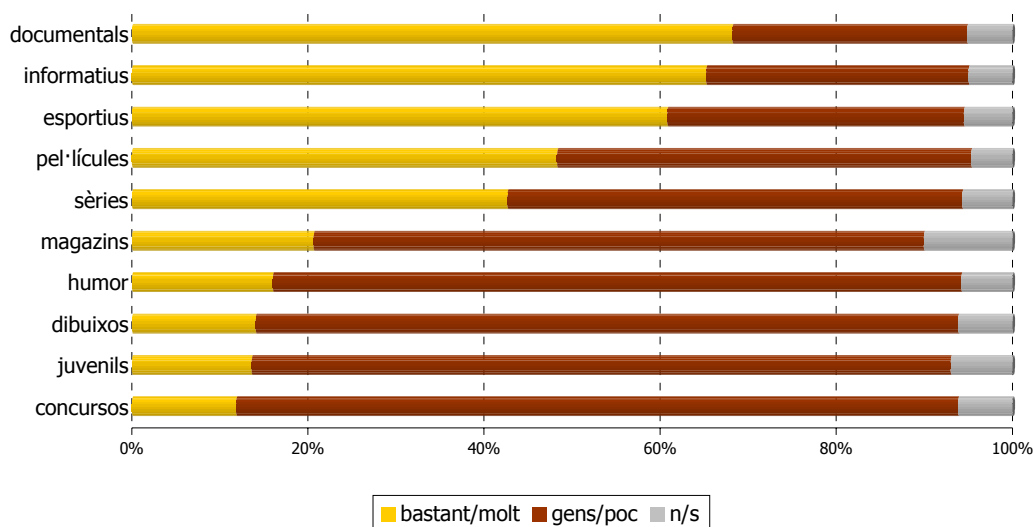
Gràfic II-26. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

**Opinió dels que afirmen que hi ha pocs o bastants estrangers a la societat.** Valors relatius



Gràfic II-27. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

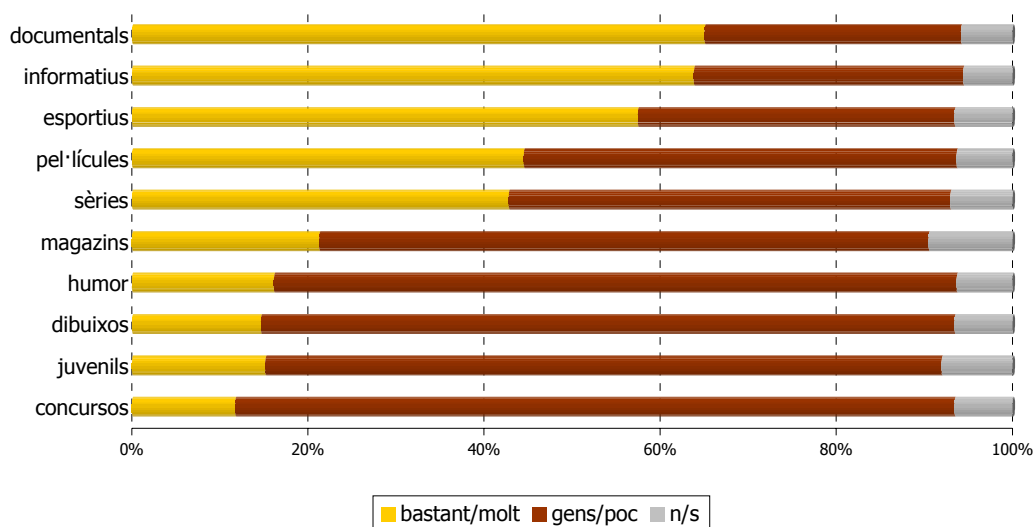
**Opinió dels que afirmen que hi ha molts o massa estrangers a la societat.** Valors relatius



- No es produeixen diferències significatives en l'anàlisi de la resta de variables d'aquest bloc. De tota manera, els gràfics següents reforcen les idees exposades al gràfic anterior, amb el qual no es perceben diferències importants, i dóna consistència a l'afirmació segons la qual les taxes d'indecisió són més elevades que les mitjanes globals en els grups que mostren actituds negatives a la presència de persones immigrants o estrangeres.

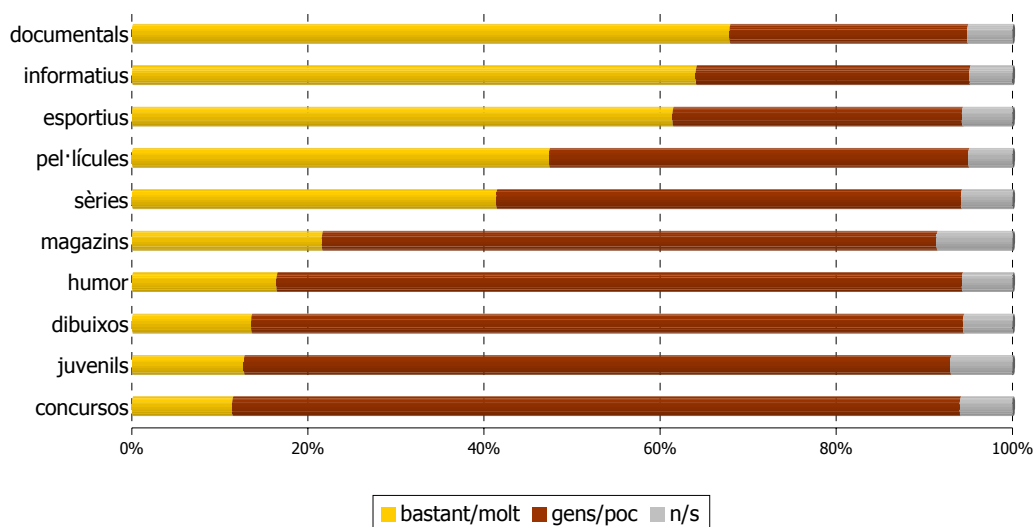
Gràfic II-28. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

**Opinió dels que afirmen que és negativa la presència d'estrangers.** Valors relatius



Gràfic II-29. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

**Opinió dels que afirmen que és cert que els immigrants treuen llocs de feina.** Valors relatius

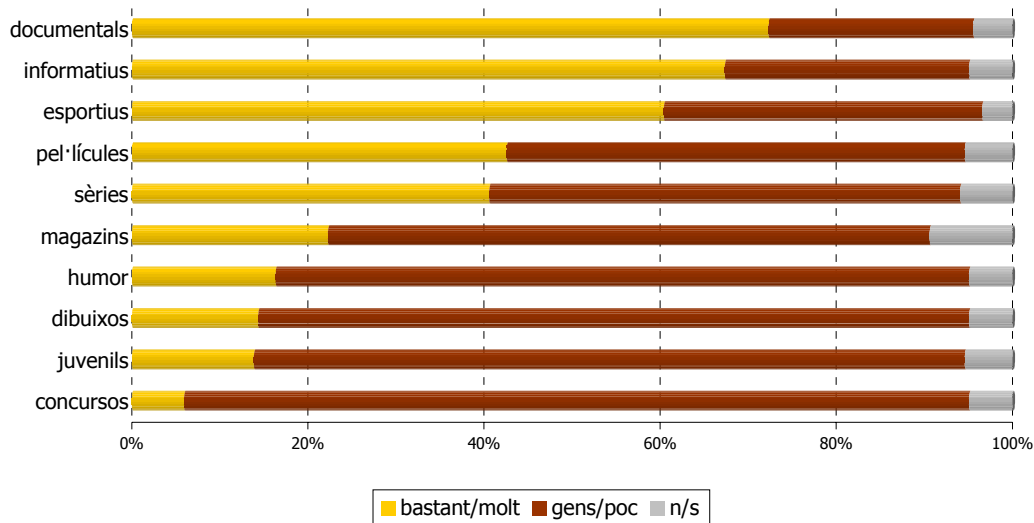


#### 4.2.3. Anàlisi segons el consum televisiu

- L'anàlisi dels joves segons si els agrada o no la televisió ofereix uns resultats semblants als presentats en l'apartat anterior: les respostes dels joves a qui no els agrada la televisió tenen un perfil molt aproximat a les respostes dels que tenen actituds més tolerants amb la diferència cultural i la immigració, tot i que mostren uns índexs d'indecisió més elevats.

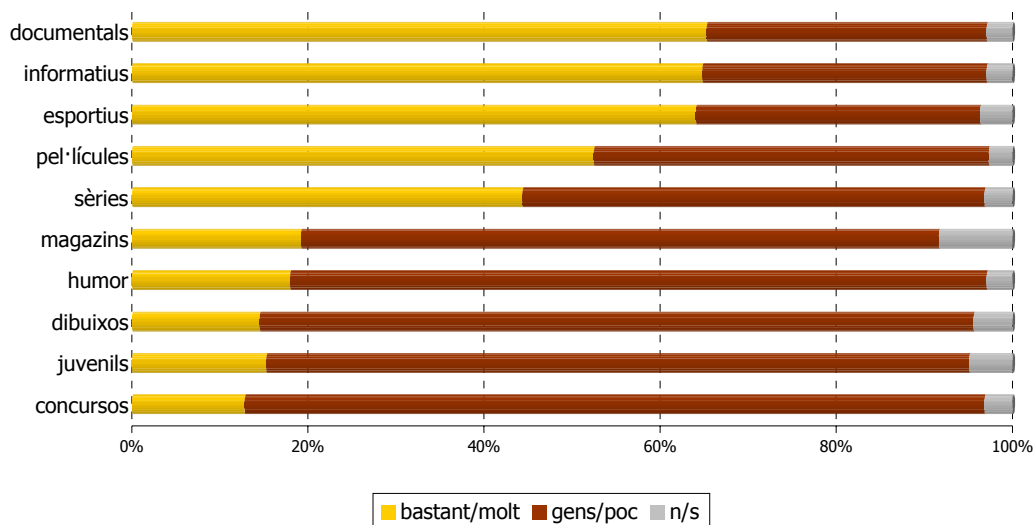
Gràfic II-30. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

**Opinió dels qui no els agrada la televisió.** Valors relatius



Gràfic II-31. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes.

**Opinió dels qui sí els agrada la televisió.** Valors relatius

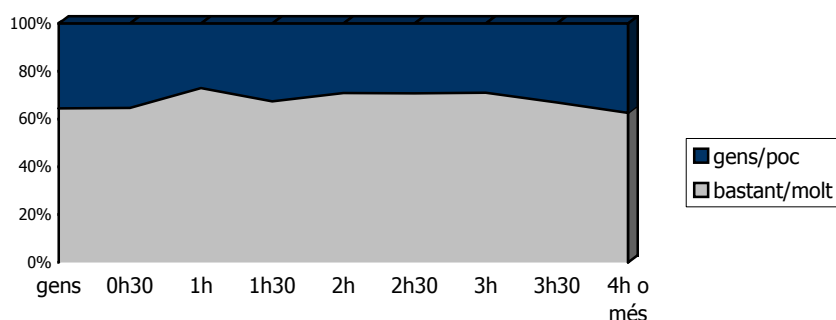


- Es produeix un lleuger descens en la percepció de la diversitat cultural en els informatius a mesura que augmenta el consum televisiu, tant en dies feiners com en els cap de setmana. S'aprecia, també, més presència de la diversitat cultural en els informatius per part dels joves que els caps de setmana no veuen la televisió, en comparació amb els que no la veuen durant els dies feiners. El que sí s'ha pogut obtenir és que, així com no hi ha gaire diferència en les mitjanes de consum diari entre

els que opinen que és bastant/molt (2h 9m) i els que opinen que poc/gens (2h 12m), durant el cap de setmana les mitjanes són de 4h 25m i 4h 41m, respectivament. A més televisió, per tant, menys percepció de la diversitat cultural a la televisió. En la resta de programes televisius es donen resultats semblants als dels informatius.

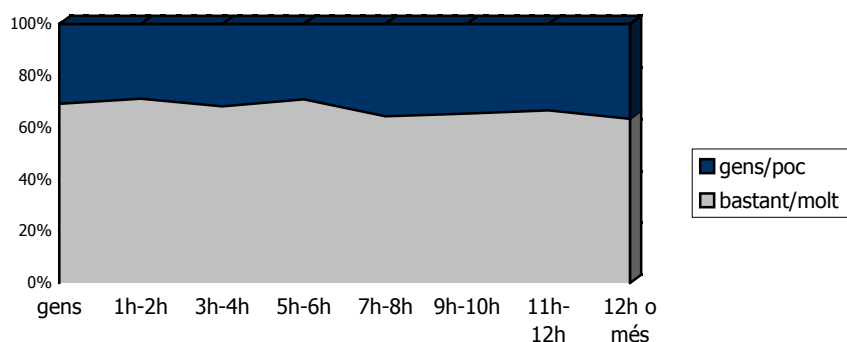
Gràfic II-32. Temps que dediquen els informatius a la diversitat cultural.

**Opinió segons el nombre d'hores davant de la televisió en dies feiners.** Valors relatius



Gràfic II-33. Temps que dedica els informatius a la diversitat cultural

**Opinió segons el nombre d'hores davant de la televisió durant el cap de setmana.** Valors relatius



- No s'han donat relacions significatives segons els hàbits televisius (mirar la televisió sol, o amb el pare o la mare, o amb algun germà). Així mateix, tampoc es detecten en relació amb el grau de control percebut (controlen el temps a casa; controlen els programes; es parla de la programació a casa)

## 5. CONTINGUT TELEVISIU RELACIONAT AMB LA DIVERSITAT CULTURAL

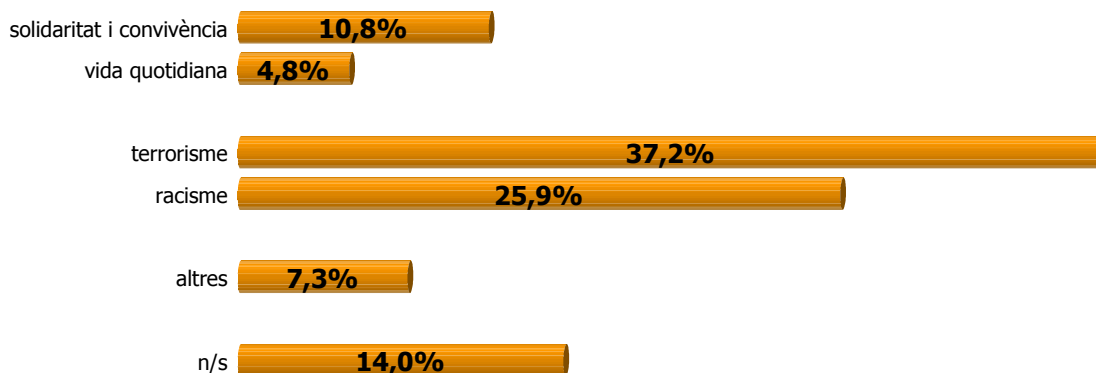
En un segon nivell d'anàlisi ens hem interessat per conèixer el contingut televisiu relacionat amb la diversitat cultural, sempre segons els joves; en concret, els hem demanat quins són els temes que segons ells estan relacionats amb la immigració quan apareix a la televisió; quines imatges acompanyen aquests temes, i quines feines o ocupacions fan les persones immigrants quan surten a la televisió.

### 5.1. Temes relacionats amb la immigració

- Segons els joves, els temes que més apareixen a televisió relacionats amb la immigració són de caràcter negatiu: el 63% diu que es relaciona amb temes de terrorisme o de racisme. Cal destacar l'11% que declara temes relacionats amb la solidaritat i campanyes en favor de la convivència. El 14% no en té una opinió formada.

Gràfic II-34. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

**Dades generals.** Valors relatius

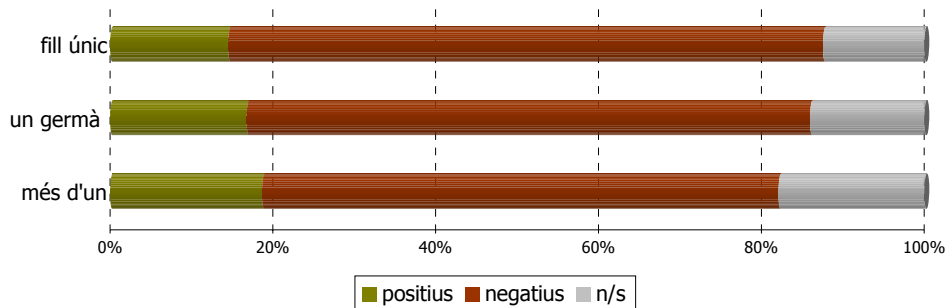


#### 5.1.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals

- La variable sexe no mostra diferències significatives. En canvi, els fills únics perceben més temes negatius que els seus companys i companyes que tenen germans, en els temes relacionats amb la immigració; els fills de famílies nombroses tendeixen a detectar més temes positius que la resta, però també mostren la taxa d'indecisió més alta.

Gràfic II-35. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

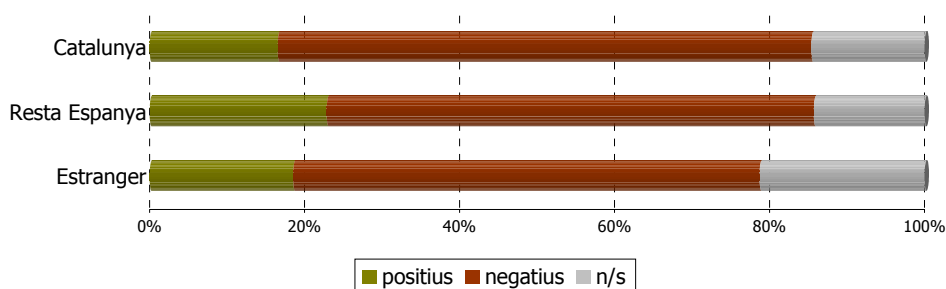
**Distribució per nombre de germans. Valors relatius**



- Els alumnes nascuts a Catalunya perceben menys temes positius que la resta, especialment que els nascuts a la resta d'Espanya; els alumnes estrangers mostren el valor d'indecisió més elevat que els altres.

Gràfic II-36. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

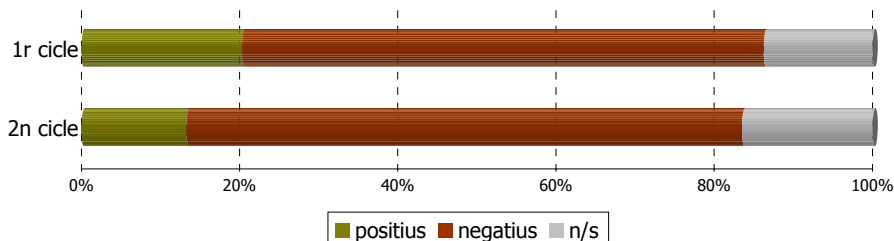
**Distribució per lloc de naixement. Valors relatius**



- Els alumnes de primer cicle tendeixen a observar més temes positius que els seus companys i companyes de 2n cicle i, a més, sembla que ho tinguin més clar que els grans.

Gràfic II-37. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

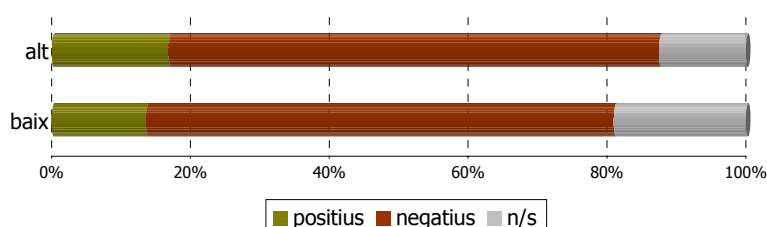
**Distribució per cicle educatiu. Valors relatius**



- La relació amb el grup econòmic no és gaire significativa, però el gràfic mostra que els joves autoassignats a la banda baixa perceben més temes negatius que els seus companys, a més de tenir uns valors d'indecisió més alts.

Gràfic II-38. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

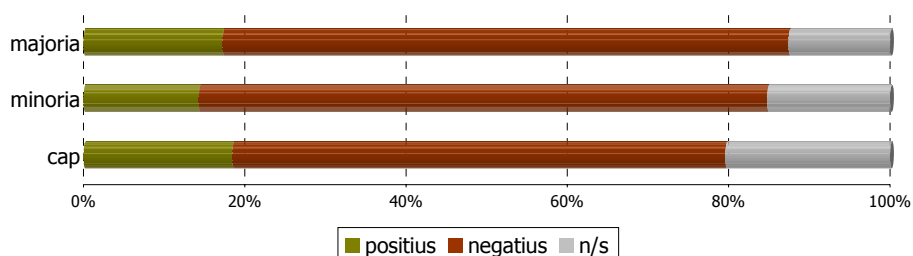
**Distribució per grup econòmic. Valors relatius**



- Els joves que no s'adscriuen a cap grup i els de la majoria perceben més temes positius que els de la minoria; els primers, a més, tenen uns índexs força elevats d'indecisió.

Gràfic II-39. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

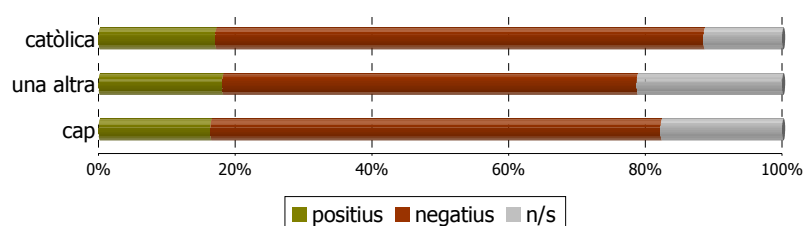
**Distribució per grup cultural. Valors relatius**



- No es percep una diferència significativa amb la variable religió, tot i que és força interessant que els alumnes d'una religió diferent de la catòlica mostren una taxa alta d'indecisió.

Gràfic II-40. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

**Distribució per religió. Valors relatius**

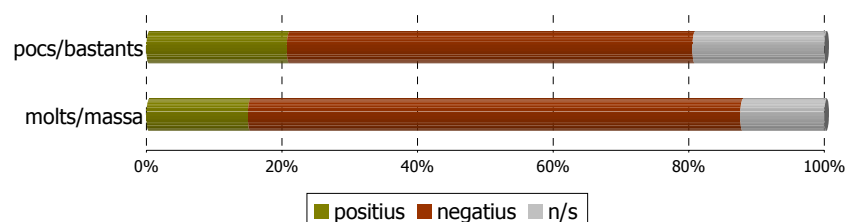


### 5.1.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural

- Els joves que perceben menys immigrants a casa nostra també perceben més temes positius a la televisió quan es tracta la immigració, però mostren unes taxes d'indecisió més altes que els seus companys i companyes.

Gràfic II-41. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

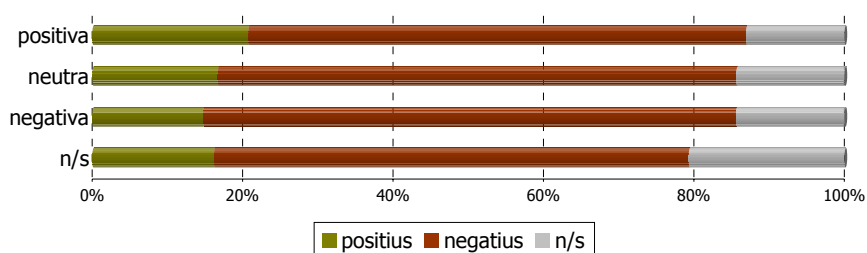
**Distribució segons percepció del nombre d'estrangers.** Valors relatius



- En el mateix sentit que en el punt anterior, els joves que valoren de manera positiva la presència de persones immigrants a casa nostra tendeixen a observar més temes positius a la televisió quan es parla del tema. Els valors disminueixen en els alumnes que tenen una valoració neutra o negativa; els que no en tenen una opinió també són els que no tenen una idea precisa de quines imatges apareixen a la televisió relacionades amb la immigració.

Gràfic II-42. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

**Distribució segons valoració de la presència d'estrangers.** Valors relatius

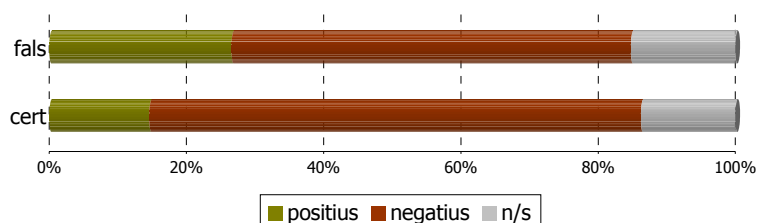


- Quant a l'impacte de la immigració en el món laboral, només s'ha detectat una relació important amb els que pensen que les persones immigrants ocupen feines que no volen els autòctons. En concret, els que diuen que aquesta afirmació és falsa o gairebé falsa, també detecten més temes positius a la televisió quan es parla d'immigració.

Gràfic II-43. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

**Distribució segons l'opinió de si els immigrants fan feines que rebutgen els d'aquí.**

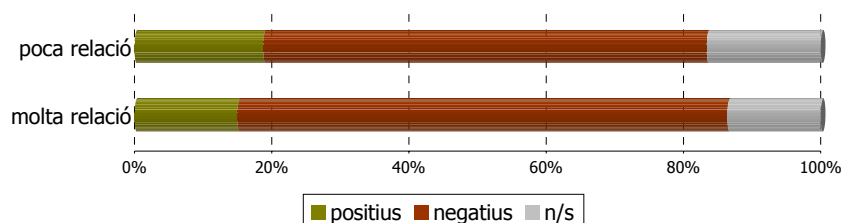
Valors relatius



- L'opinió sobre l'impacte de la immigració sobre fenòmens socials, especialment la relació amb el tràfic de drogues i amb l'augment de la delinqüència, té un lleuger reflex en la percepció dels tipus de temes relacionats amb la immigració quan apareix a la televisió. Els que consideren que té poca relació, tant el tràfic de drogues com l'augment de la delinqüència, amb la immigració perceben més temes positius a la televisió que els altres.

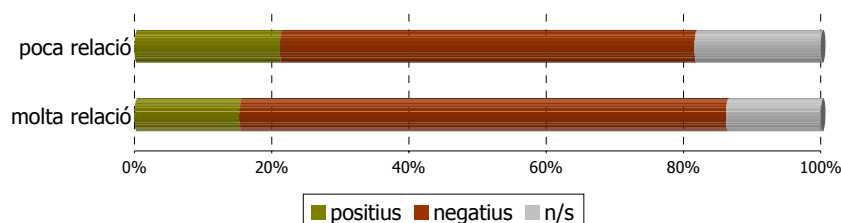
Gràfic II-44. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

**Opinió dels que troben relació entre immigració i tràfic de drogues.** Valors relatius



Gràfic II-45. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

**Distribució segons si hi ha relació entre immigració i augment de la delinqüència.** Valors relatius

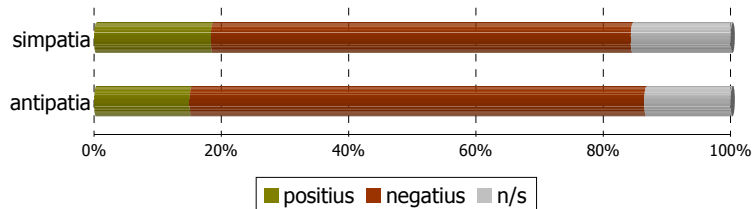


- El fet de sentir simpatia o antipatia envers els immigrants o els estrangers no mostra una especial relació amb la percepció de temes més o menys positius. En canvi, els

que senten més simpatia envers els homosexuals també detecten més temes negatius a la televisió quan es parla de la immigració.

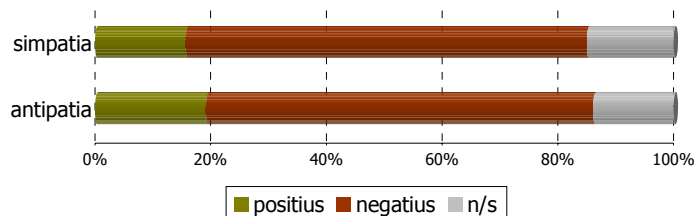
Gràfic II-46. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

**Distribució segons el grau de simpatia envers els immigrants.** Valors relatius



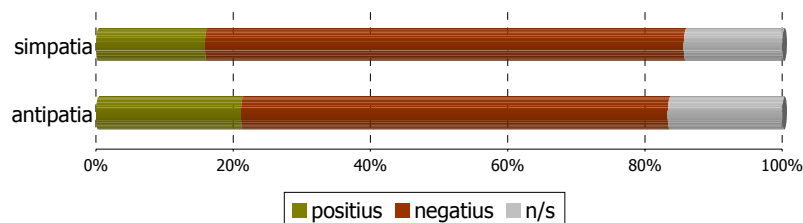
Gràfic II-47. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

**Distribució segons el grau de simpatia envers els homosexuals.** Valors relatius



Gràfic II-48. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

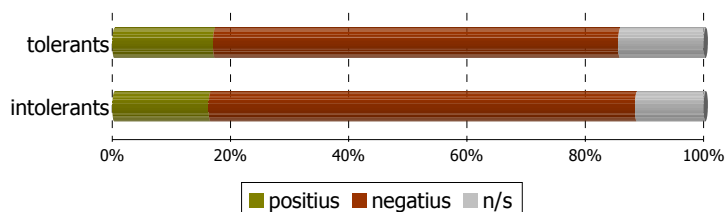
**Distribució segons el grau de simpatia envers els discapacitats.** Valors relatius



- En el grau de tolerància declarada pels joves no es detecten diferències significatives quant a la percepció de si els temes relacionats amb la immigració per la televisió són més o menys positius. L'únic aspecte que es detecta, sense ser significatiu, és que els que es declaren tolerants tenen una taxa d'indecisió més alta que els altres.

Gràfic II-49. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

**Distribució segons el grau de tolerància declarada.** Valors relatius

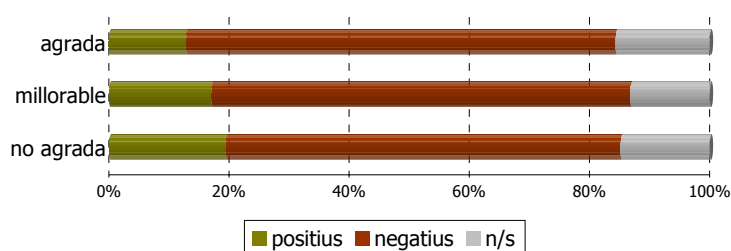


### 5.1.3. Anàlisi segons el consum televisiu

- Els joves a qui no agrada la televisió veuen més temes positius a la televisió que els altres joves.

Gràfic II-50. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

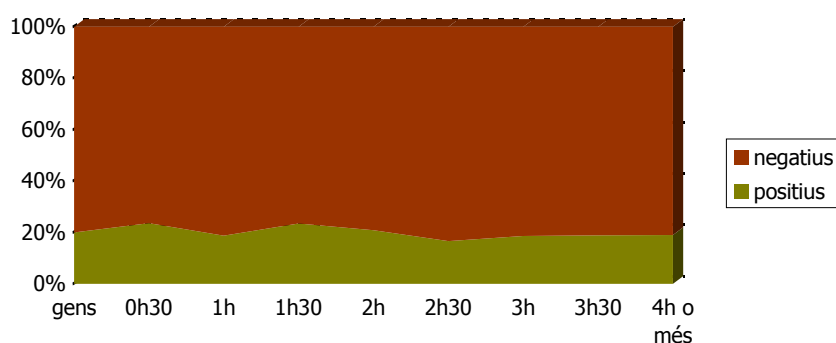
**Distribució segons el grau de satisfacció per la televisió.** Valors relatius



- En la percepció dels tipus d'imatges relacionades amb la immigració, no hi ha una especial relació amb el consum d'hores diàries de televisió, tot i que en els caps de setmana sembla que més consum està relacionat, però de manera molt poc rellevant, amb la percepció de menys temes negatius. En canvi,

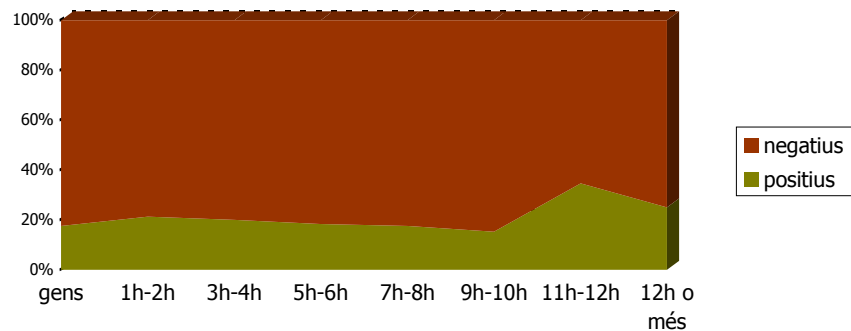
Gràfic II-51. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

**Distribució segons consum televisiu en dies feiners.** Valors relatius



Gràfic II-52. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

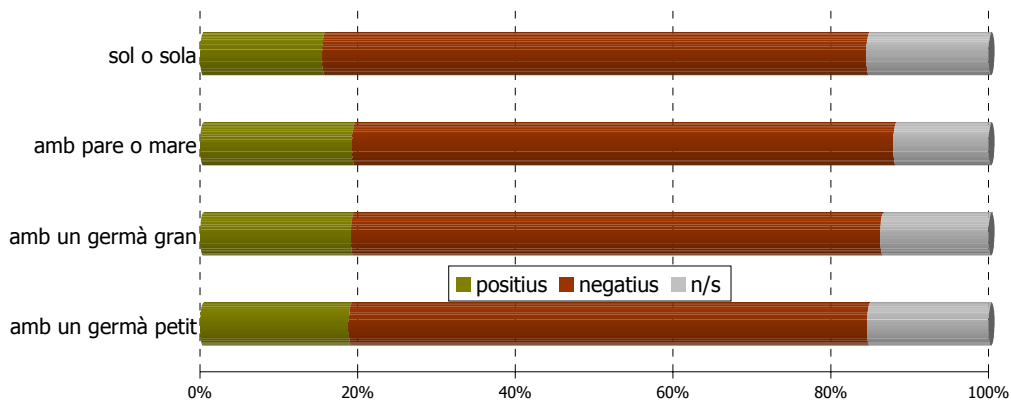
**Distribució segons consum televisiu el cap de setmana.** Valors relatius



- Els joves que miren la televisió tot sols, a més de tenir més taxes d'indecisió en l'aspecte que estem analitzant, perceben menys temes positius que els que la miren acompanyats (amb el pare o la mare, amb un germà gran o amb un germà petit).

Gràfic II-53. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

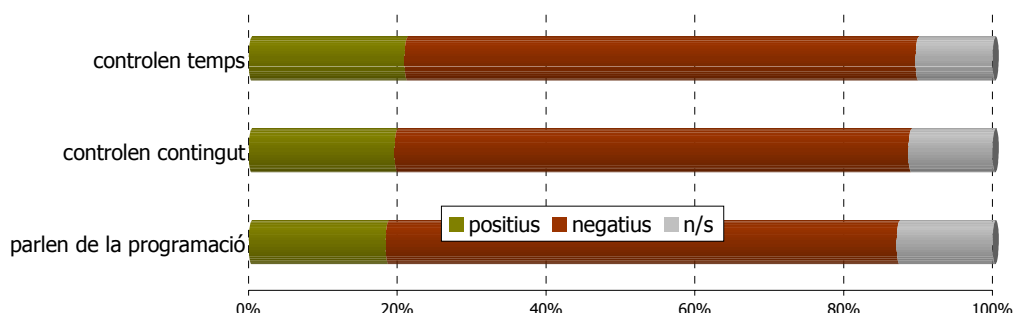
**Distribució segons acompanyants a l'hora de mirar la televisió.** Valors relatius



- No hi ha diferències importants en els joves que declaren que a casa sovint o sempre els controlen el temps i el contingut de la televisió; els que diuen que a casa parlen de la programació, perceben menys temes positius que els altres, però de manera poc significativa.

Gràfic II-54. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió.

**Distribució segons control familiar.** Valors relatius

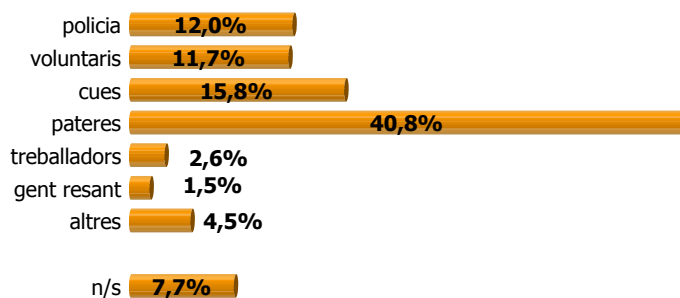


## 5.2. Imatges relacionades amb la diversitat cultural

- Com era d'esperar, i recull el gràfic següent, les imatges vinculades amb la immigració més retingudes pels alumnes són les pateres (41%), seguides de gent fent cues per arreglar papers, controls de policia i voluntaris ajudant-los, i més enllà gent treballant i gent resant; la taxa d'indecisos és del 8%.

Gràfic II-55. Imatges relacionades amb la immigració que apareixen a televisió.

**Dades generals.** Valors relatius

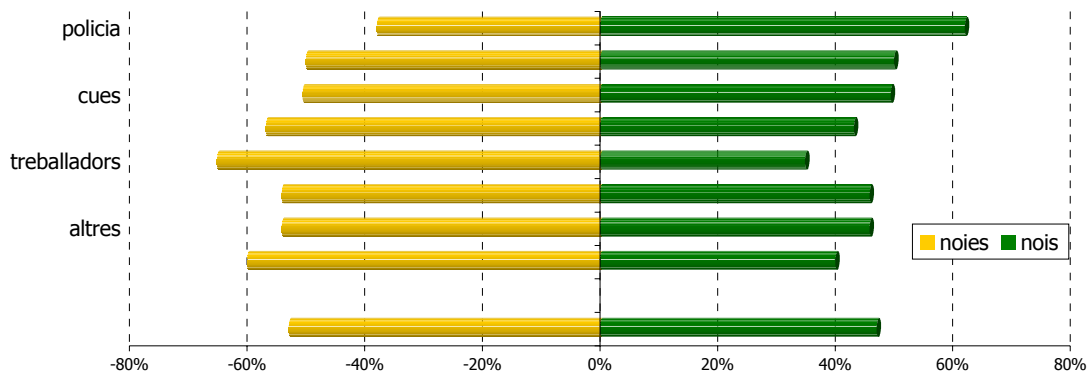


### 5.2.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals

- La distribució per sexes mostra una variabilitat important en determinades imatges: les noies perceben menys policia que els nois i força més treballadors. La resta de valors estan més equilibrats.

Gràfic II-56. Imatges relacionades amb la immigració.

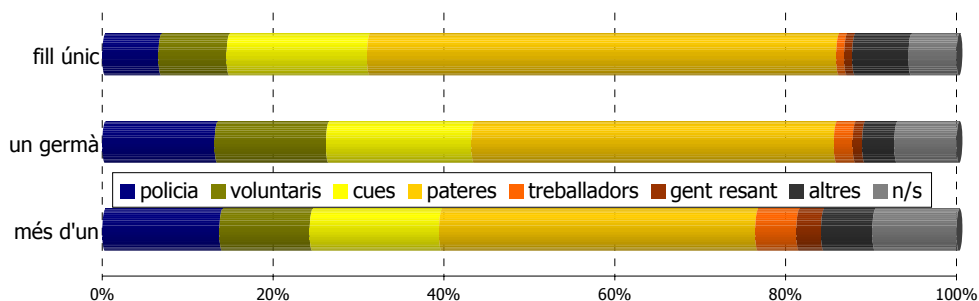
**Distribució per sexe.** Valors relatius



- En la distribució per nombre de germans s'observen algunes diferències significatives. Les imatges de controls de policia són menys percebudes, proporcionalment, pels fills únics, com també les de gent treballant, gent resant i, en menor mesura, voluntaris ajudant els immigrants. Les imatges de pateres i de cues estan més o menys repartides equitativament.

Gràfic II-57. Imatges relacionades amb la immigració.

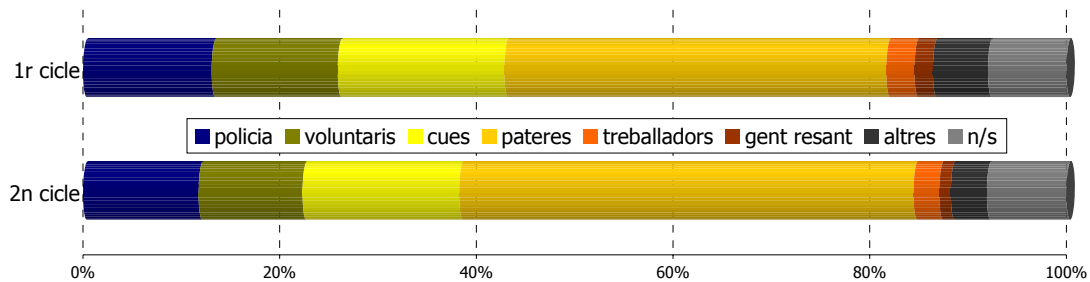
**Distribució per nombre de germans.** Valors relatius



- Els alumnes de primer cycle tenen una percepció més alta de gent resant i d'altres imatges que els seus companys i companyes de segon cycle, i lleugerament inferior de pateres.

Gràfic II-58. Imatges relacionades amb la immigració.

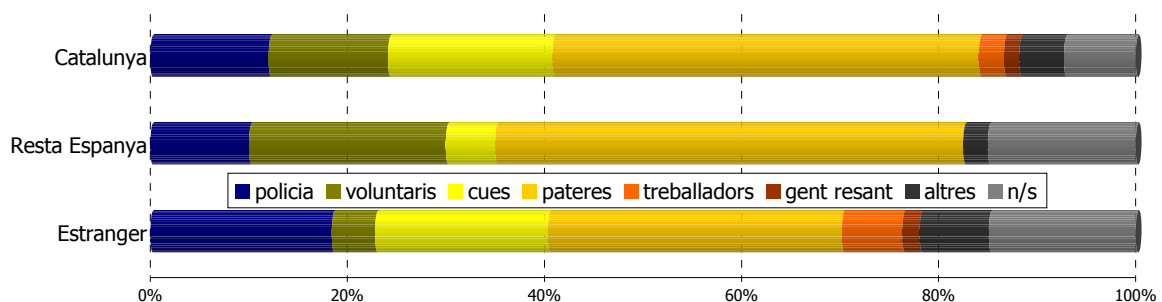
**Distribució per cicle educatiu. Valors relatius**



- Els alumnes nascuts a l'estranger tenen una percepció força més alta que la resta de la presència d'imatges de controls policials relacionats amb la immigració i de gent treballant, i força menys de voluntaris ajudant els immigrants, i de pateres. Tant els nascuts a l'estranger com a la resta d'Espanya mostren uns valors d'indecisió força elevats.

Gràfic II-59. Imatges relacionades amb la immigració.

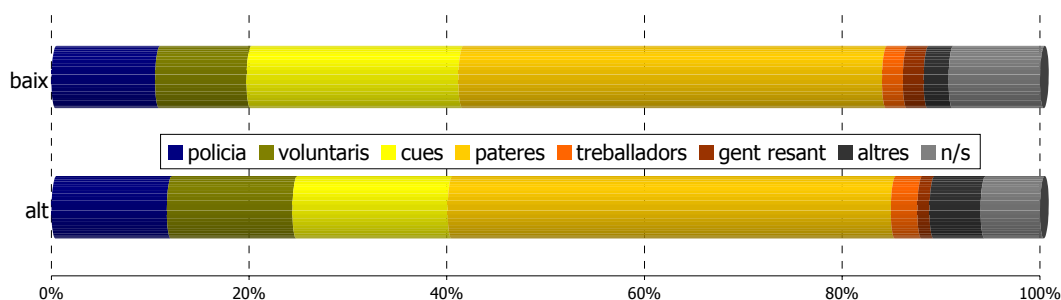
**Distribució per lloc de naixement. Valors relatius**



- Els joves que situen la seva família en la banda alta dels grups econòmics mostren uns valors més alts d'imatges de voluntaris i de gent treballant, i menys de gent fent cues. Els del grup baix mostren taxes més altes d'indecisió.

Gràfic II-60. Imatges relacionades amb la immigració.

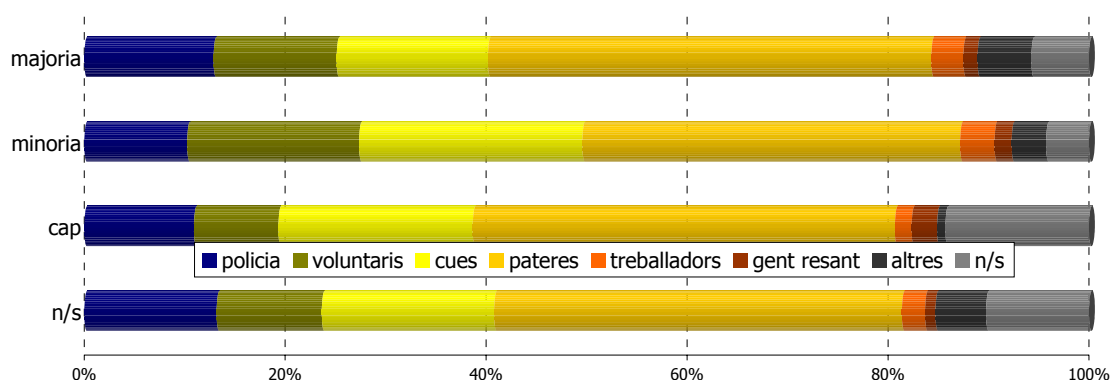
**Distribució per grup econòmic. Valors relatius**



- Els alumnes del grup cultural majoritari perceben més policia i pateres, i menys voluntaris i gent fent cues que els del grup minoritari. Els que no s'adscriuen a cap grup cultural mostren uns valors força baixos en imatges de voluntaris i de gent treballant, alhora que mostren una taxa alta d'indecisió.

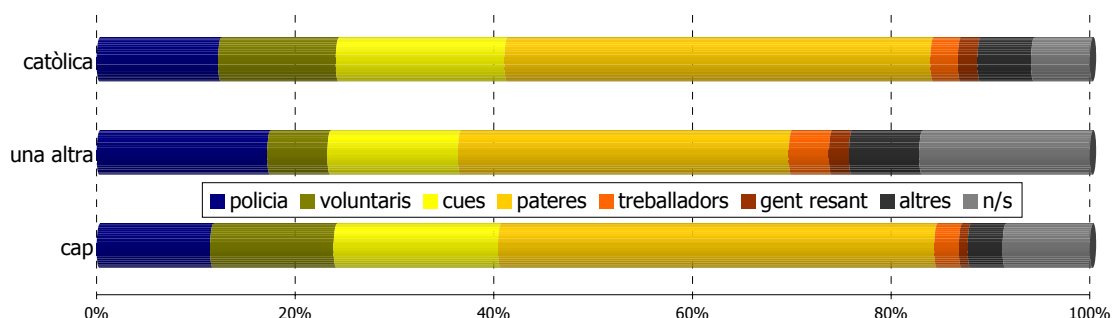
Gràfic II-61. Imatges relacionades amb la immigració.

**Distribució per grup cultural. Valors relatius**



- Els joves de religió catòlica i els que no en practiquen presenten uns valors força semblants, llevat de les imatges de gent resant, que els darrers veuen força menys. Els que practiquen una altra religió, en canvi, perceben més imatges de controls policials i de gent treballant, com també d'altres tipus d'imatges, i perceben menys les de voluntaris i les de pateres. Els valors d'indecisió són força alts entre aquests últims.

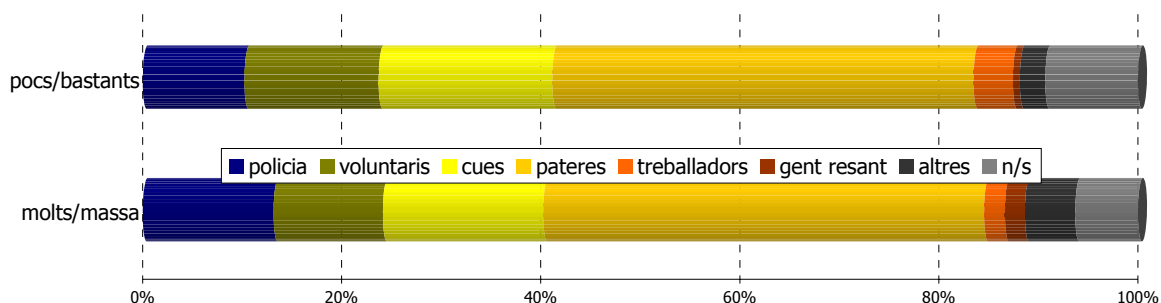
Gràfic II-62. Imatges relacionades amb la immigració.

**Distribució per religió.** Valors relatius

### 5.2.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural

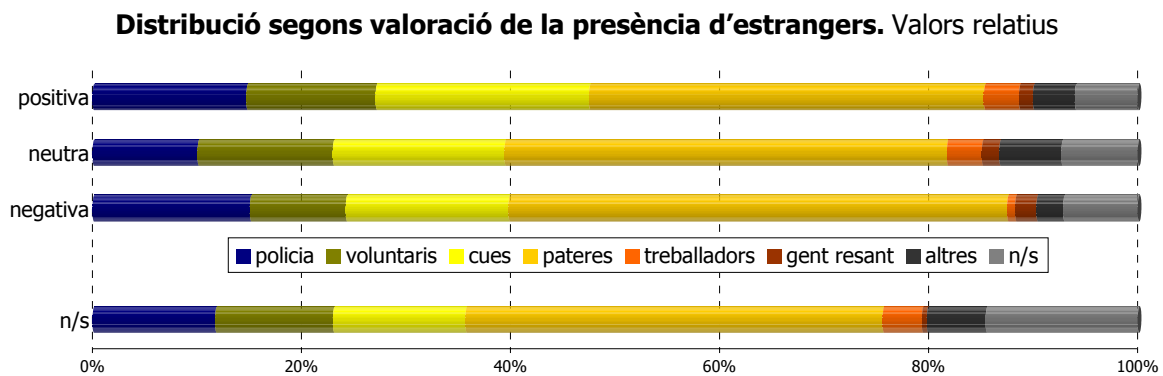
- Els joves que perceben que hi ha molts o massa estrangers a la nostra societat també perceben a la televisió més imatges de policia, de pateres i de gent resant, i força menys de voluntaris i gent treballant; així mateix, aquest grup té la taxa d'indecisió més baixa que els seus company i companyes que perceben pocs o bastants estrangers a la nostra societat.

Gràfic II-63. Imatges relacionades amb la immigració.

**Distribució segons percepció del nombre d'estrangers.** Valors relatius

- Les imatges de pateres a la televisió són més acusades en els joves que valoren de manera negativa la presència de persones estrangeres a casa nostra; aquest grup també percep menys que els altres les imatges de gent treballant quan la televisió tracta el tema de la immigració. En canvi, les imatges de gent fent cues són més habituals entre els joves que en tenen una visió positiva. Els que valoren de manera neutra (ni positiva ni negativa) la presència de persones estrangeres també perceben imatges diferents de les esmentades que els altres joves. Els que no fan cap valoració sobre la presència de les persones estrangeres també tenen una taxa d'indecisió força elevada a l'hora de triar les imatges més habituals a televisió.

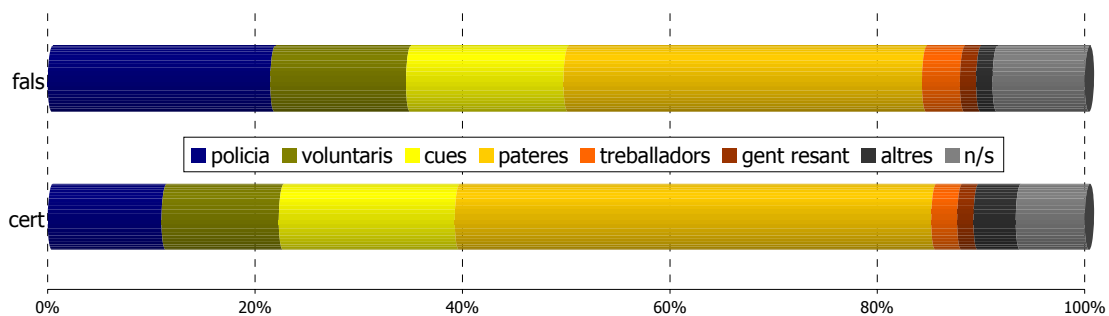
Gràfic II-64. Imatges relacionades amb la immigració.



- Els joves que creuen que és fals que els estrangers fan feines que els treballadors d'aquí rebutgen també veuen més imatges de controls policials i gent treballant. En canvi, tenen una percepció força menor de pateres i una taxa d'indecisió més alta.

Gràfic II-65. Imatges relacionades amb la immigració.

**Distribució segons l'opinió de si els immigrants fan feines que rebutgen els d'aquí. Valors relatius**

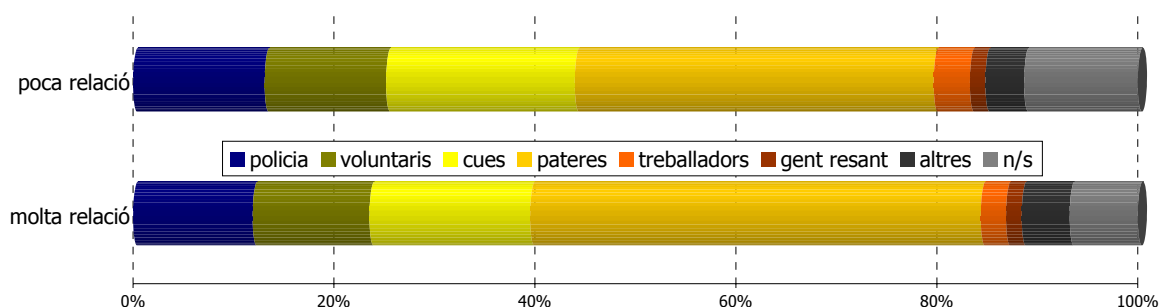


- Els alumnes que troben força o molta relació entre immigració i augment de la delinqüència tenen una sensació més acusada que els altres sobre les imatges de gent que arriba en pateres i força menys de gent fent cues; també tenen una taxa d'indecisió molt més elevada.

Gràfic II-66. Imatges relacionades amb la immigració.

**Distribució segons si hi ha relació entre immigració i augment de la delinqüència.**

Valors relatius

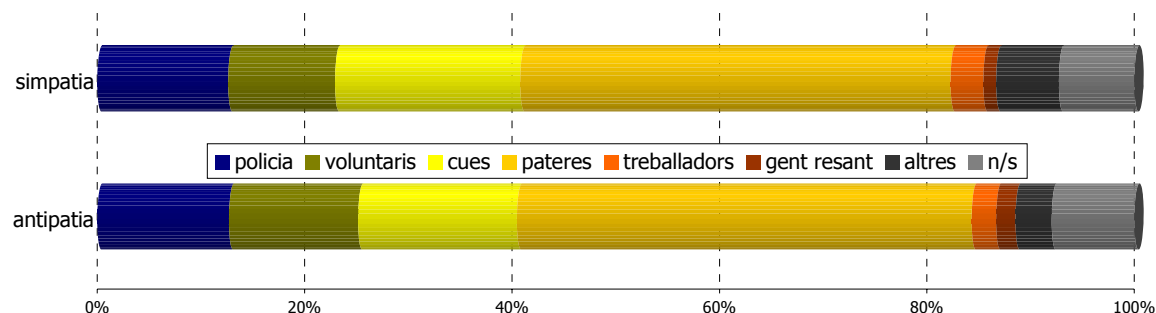


- Les imatges de voluntaris ajudant a persones immigrants és més alta entre els que senten més aviat antipatia envers el col·lectiu d'immigrants. En canvi, les imatges de gent treballant són més habituals segons els que hi senten simpatia.

Gràfic II-67. Imatges relacionades amb la immigració.

**Distribució segons grau de simpatia envers els immigrants.**

Valors relatius

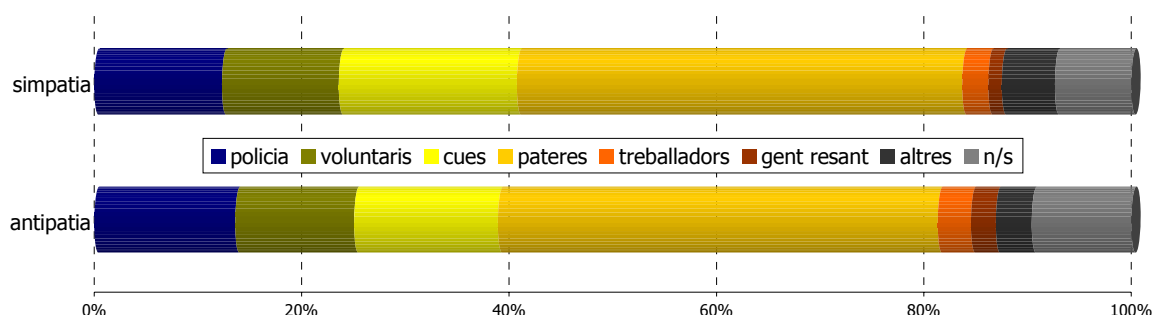


- Les imatges per televisió de gent fent cues i de gent en pateres són més acusades entre els que senten simpatia envers el col·lectiu d'immigrants. En canvi, els que en tenen antipatia veuen més gent treballant i gent resant; també tenen una taxa d'indecisió lleugerament més alta.

Gràfic II-68. Imatges relacionades amb la immigració.

**Distribució segons grau de simpatia envers els estrangers.**

Valors relatius

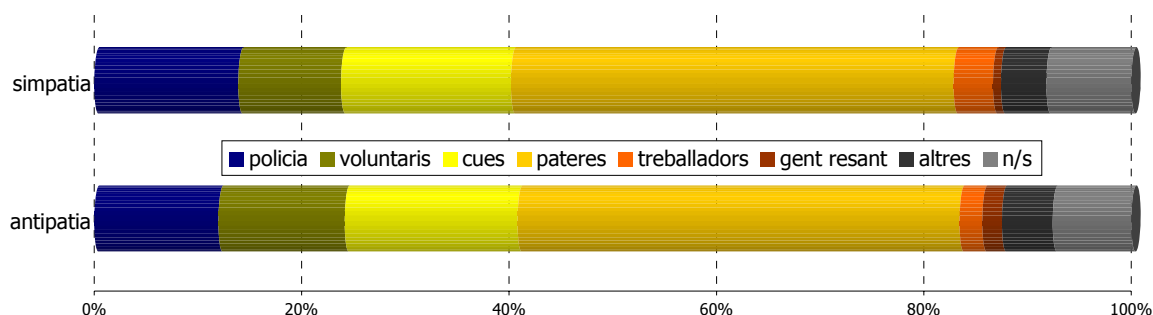


- Els que senten simpatia per les persones del poble gitano també veuen més imatges per televisió de controls de policia i de gent treballant quan es parla d'immigració. Els que els tenen antipatia, en canvi, perceben més imatges de gent resant que els altres.

Gràfic II-69. Imatges relacionades amb la immigració.

**Distribució segons grau de simpatia envers els gitanos.**

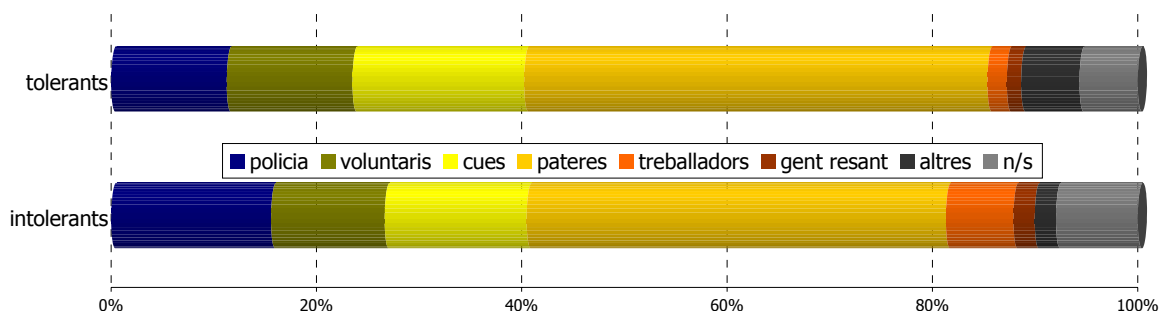
Valors relatius



- Els joves que es declaren poc o gens tolerants perceben més imatges de controls policials, de gent treballant i de gent resant que la resta. També tenen una taxa d'indecisió més alta.

Gràfic II-70. Imatges relacionades amb la immigració.

**Distribució segons grau de tolerància general.** Valors relatius

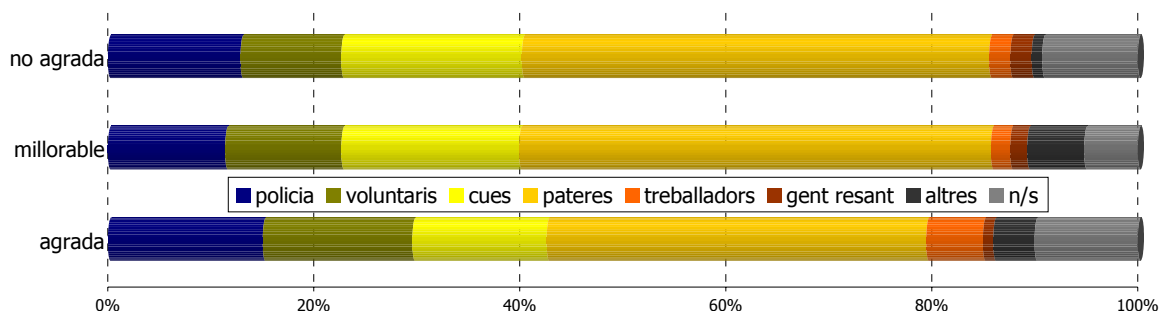


### 5.2.3. Anàlisi segons el consum televisiu

- Les imatges de controls policials i de gent treballant són més habituals en els joves als qui agrada la televisió; a més, aquest col·lectiu detecta menys imatges de pateres i de gent resant que els seus companys i companyes. Els que consideren que la televisió està bé però que és millorable són els que tenen una opinió més formada sobre les imatges que apareixen a la televisió relacionades amb la immigració (la taxa d'indecisió és la meitat que la dels altres).

Gràfic II-71. Imatges relacionades amb la immigració.

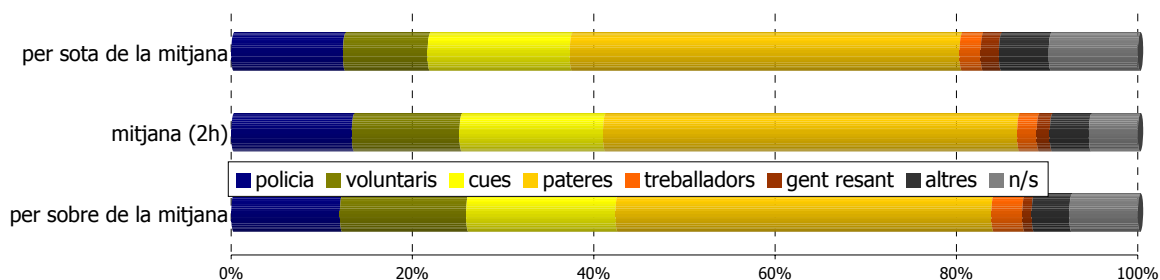
**Distribució segons satisfacció per la televisió.** Valors relatius



- Més consum diari de televisiu, en nombre d'hores, no modifica les percepcions sobre les imatges relacionades amb la immigració. Només es detecta un cert increment d'imatges de voluntaris i de gent treballant i un descens, poc significatiu, de gent resant. Les taxes d'indecisió es troben a banda i banda dels valors mitjans.

Gràfic II-72. Imatges relacionades amb la immigració.

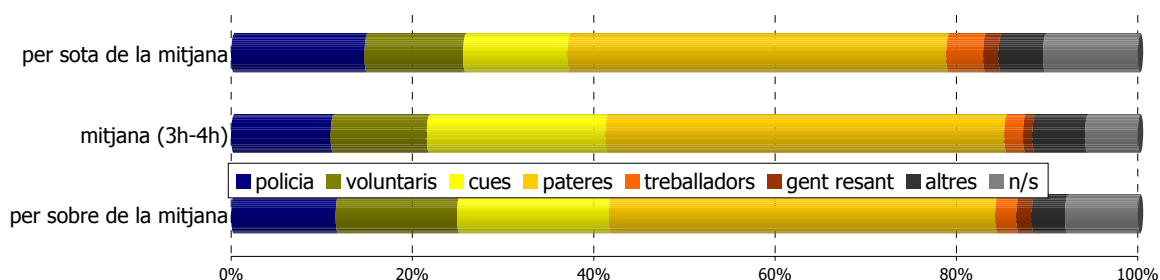
**Distribució segons consum televisiu els dies feiners. Valors relatius**



- En el consum televisiu durant el cap de setmana s'aprecien algunes diferències en comparació amb el consum diari. Els que tenen un consum per sota de la mitjana (3h-4h, tot el cap de setmana), perceben més imatges de controls policials i de gent treballant, i menys de gent fent cues; a més, tenen una taxa d'indecisió més alta. Els que tenen un consum més alt que la mitjana, perceben més imatges de voluntaris.

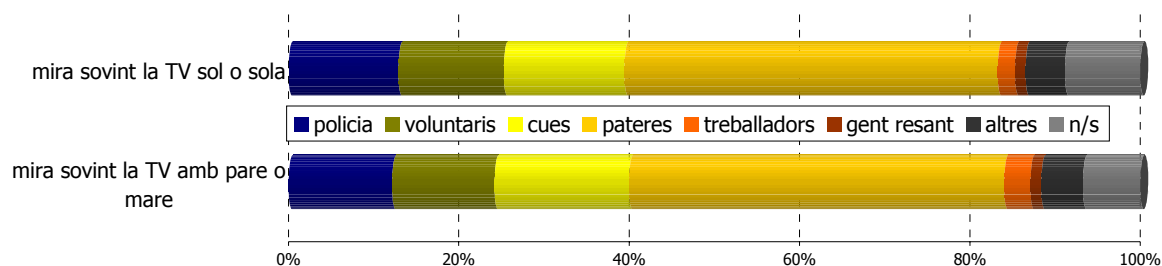
Gràfic II-73. Imatges relacionades amb la immigració.

**Distribució segons consum televisiu durant el cap de setmana. Valors relatius**



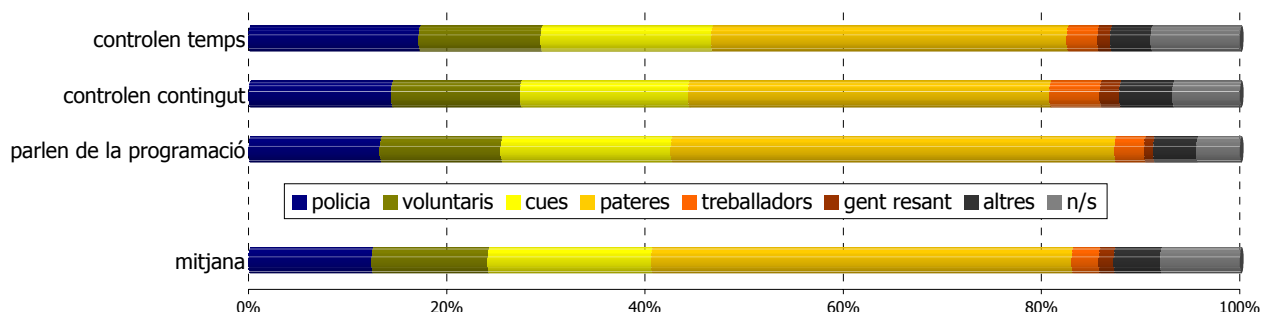
- L'anàlisi sobre el fet de mirar la televisió sol/sola o acompanyats permet detectar que els que la miren sovint o sempre amb el pare o la mare tenen una taxa d'indecisió més baixa. Els que ho fan més aviat sols mostren uns valors inferiors en imatges de gent fent cues o de gent treballant.

Gràfic II-74. Imatges relacionades amb la immigració.

**Distribució segons acompanyants a l'hora de mirar la televisió.** Valors relatius

- Els joves que afirmen que sovint o sempre els controlen a casa (el temps o el contingut) perceben més imatges de controls policials que la mitjana global i força menys de pateres. Els que només tenen control del contingut veuen molt més la presència de gent treballant, i els que parlen de la programació a casa tenen uns valors més alts d'imatges de voluntaris i de gent en pateres, a més de mostrar una taxa d'indecisió força més baixa que la mitjana.

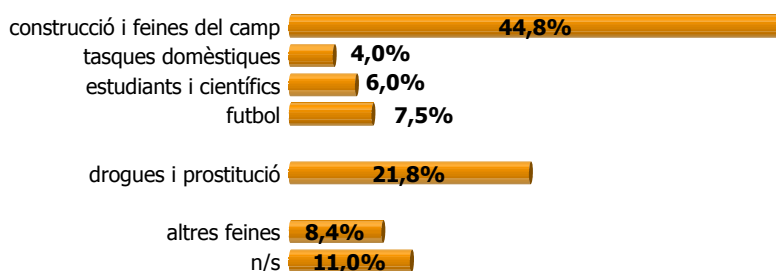
Gràfic II-75. Temes relacionats amb la immigració.

**Distribució segons control familiar.** Valors relatius

### 5.3. Feines o ocupacions de les persones immigrants

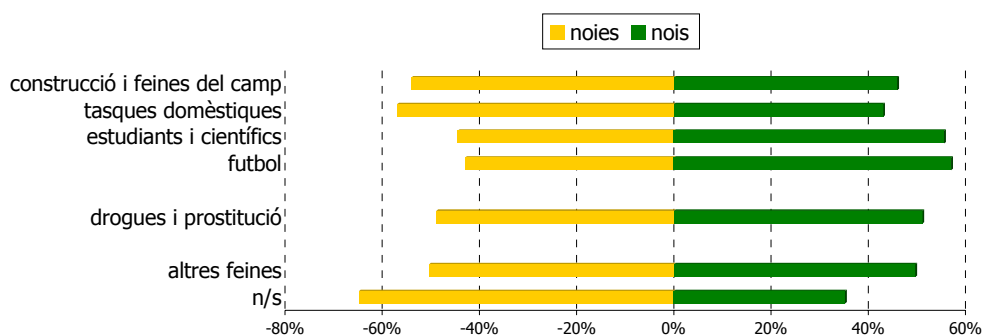
- En general, hi ha una percepció positiva de les ocupacions fetes per persones immigrants que apareixen a la televisió, tot i que un de cada cinc veu en primer lloc gent relacionada amb les drogues i la prostitució. Les feines relacionades amb la construcció i el camp ocupen un lloc destacat, seguides a molta distància pels esportistes i les treballadores domèstiques; la categoria d'altres feines té un 8% i hem de destacar el nombre d'indecisos, per sobre de l'11%.

Gràfic II-76. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

**Dades generals.** Valors relatius**5.3.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals**

- La percepció de les feines i ocupacions de les persones immigrants que apareixen a televisió és diferent segons el sexe. Mentre que les noies aposten per més feines relacionades amb la construcció i el camp, i tasques domèstiques, els nois s'inclinen més que les noies per estudiants i científics, i futbolistes. Les ocupacions relacionades amb el tràfic de drogues i la prostitució té un repartiment força equilibrat però decantat cap als nois. La taxa d'indecisió és força més alta entre les noies que els nois en una proporció de 2 a 1.

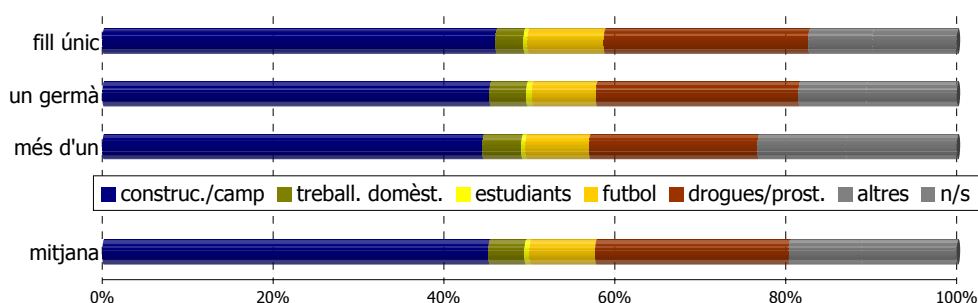
Gràfic II-77. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

**Distribució per sexe.** Valors relatius

- Els fills de família nombrosa perceben una presència més alta d'ocupacions relacionades amb el tràfic de drogues i la prostitució, i tenen una taxa d'indecisió més alta. Els fills únics detecten una presència inferior de treballadores domèstiques, més alta de futbolistes, i els valors d'indecisió més baixos.

Gràfic II-78. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

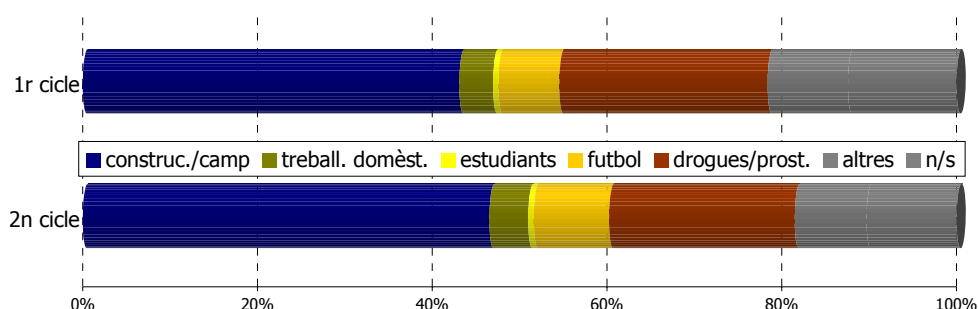
**Distribució per nombre de germans. Valors relatius**



- Per cycle educatiu, els dels nivells alts perceben més feines relacionades amb la construcció i el camp, i força menys d'ocupacions relacionades amb les drogues i la prostitució; a més tenen una taxa d'indecisió inferior.

Gràfic II-79. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

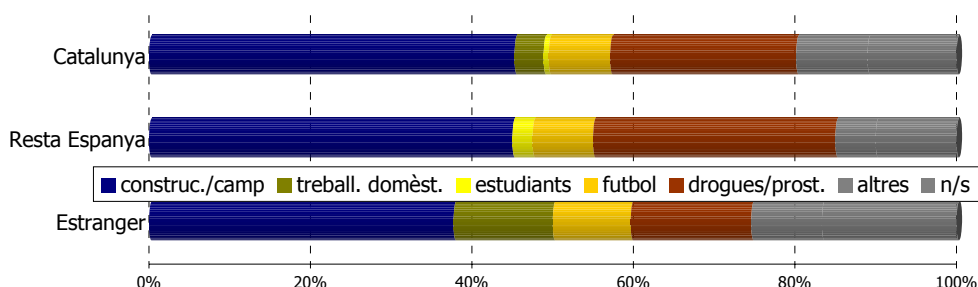
**Distribució per cycle educatiu. Valors relatius**



- Els joves nascuts a l'estranger tenen una percepció més baixa de treballadors de la construcció i del camp, i més alta de treballadores domèstiques que la resta; cal remarcar que perceben molt menys que els altres (prop de la meitat) ocupacions relacionades amb les drogues i la prostitució, però que també mostren la taxa d'indecisió més alta.

Gràfic II-80. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

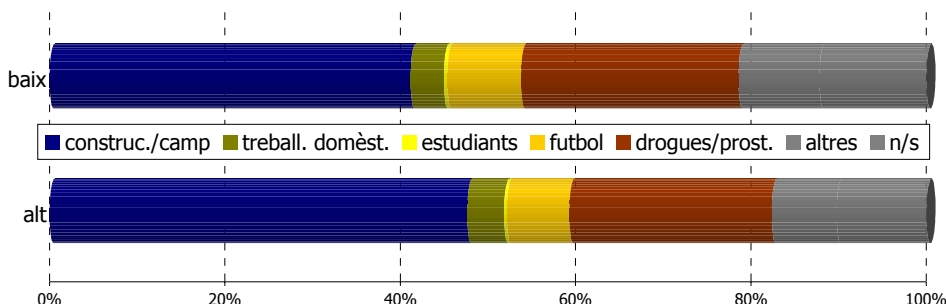
**Distribució per lloc de naixement. Valors relatius**



- L'única diferència segons la distribució per grup econòmic és la percepció de les tasques relacionades amb la construcció i el camp, que és més alta (48%) en els de nivell alt que en els que se situen a la banda baixa (41%).

Gràfic II-81. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

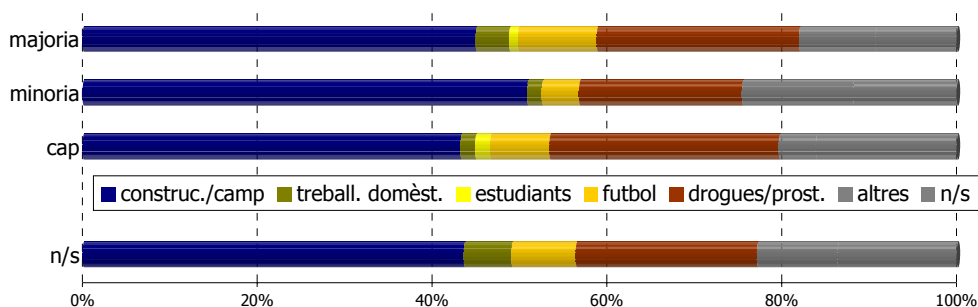
**Distribució per grup econòmic. Valors relatius**



- Els joves que diuen pertànyer al grup cultural minoritari perceben més feines relacionades amb la construcció i el camp i també força menys de les relacionades amb les drogues i la prostitució. En canvi, els que no s'adscriuen a cap grup cultural mostren uns valors més alts en aquest darrer aspecte, com també una taxa d'indecisió més alta.

Gràfic II-82. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

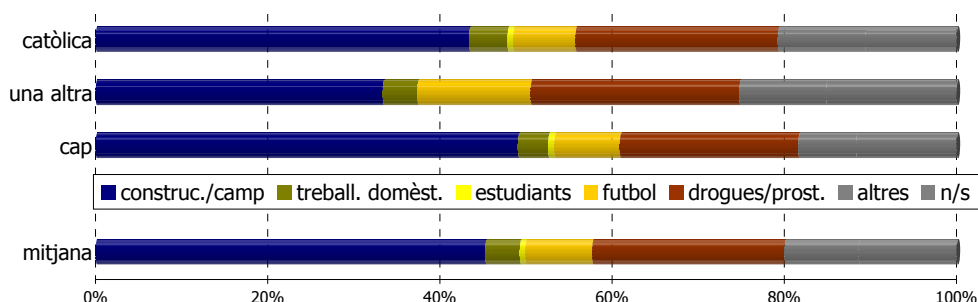
**Distribució per grup cultural. Valors relatius**



- Els joves d'una altra religió diferent a la catòlica mostren uns valors semblants als que s'han observat per als nois i noies nascuts a l'estranger en relació a més presència de treballadores domèstiques, però detecten una presència igual de tasques relacionades amb les drogues i la prostitució. Els que no practiquen cap religió detecten majoritàriament (49%) més feines relacionades amb la construcció i el camp.

Gràfic II-83. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

**Distribució per religió. Valors relatius**

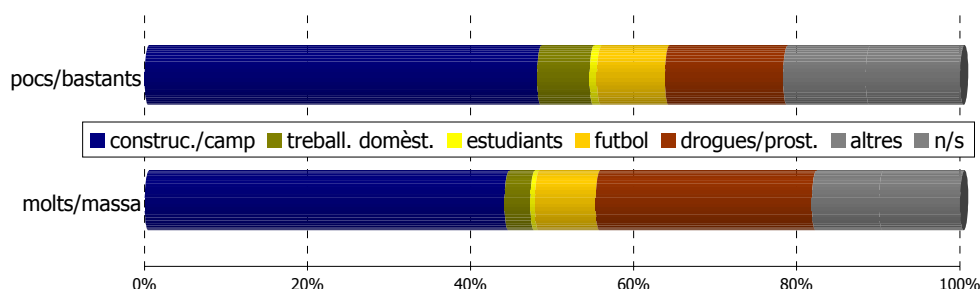


### 5.3.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural

- Hi ha diferències notables segons la percepció que tenen els joves sobre la presència del nombre de persones estrangeres a la nostra societat. Els que consideren que n'hi ha molts o massa perceben que hi ha més ocupacions relacionades amb les drogues i la prostitució, i força menys de treballadores domèstiques.

Gràfic II-84. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

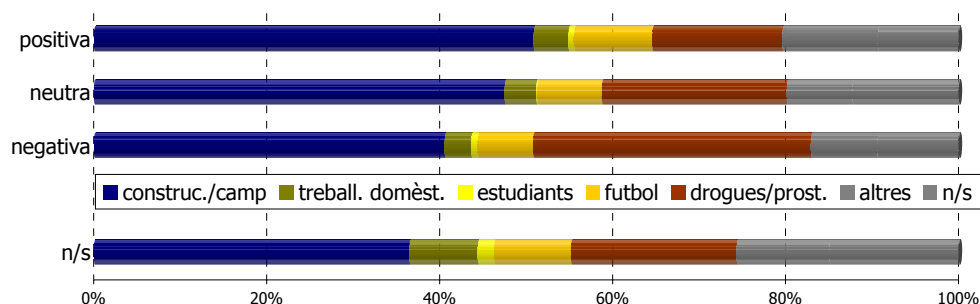
**Distribució segons percepció del nombre d'estrangers.** Valors relatius



- Els joves que valoren de manera positiva la presència de persones estrangeres a casa nostra perceben més ocupacions relacionades amb la construcció i el camp que la resta. En canvi, els que en tenen una valoració negativa perceben més activitats relacionades amb les drogues i la prostitució.

Gràfic II-85. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

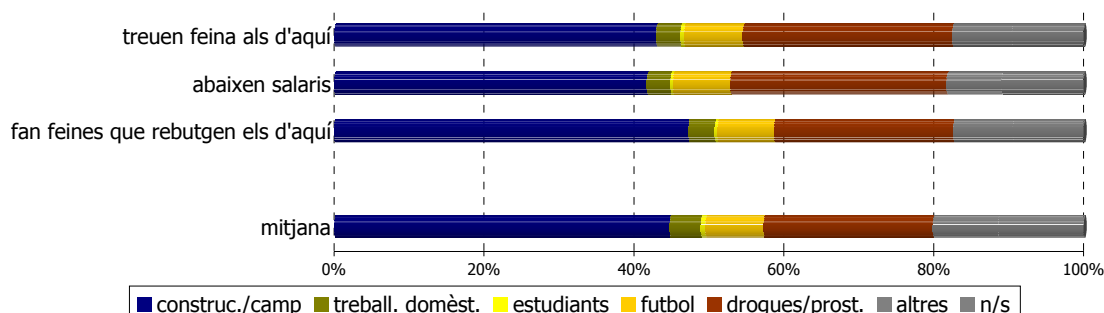
**Distribució segons valoració de la presència d'estrangers.** Valors relatius



- Els joves que afirmen que els immigrants treuen feina als treballadors d'aquí perceben més activitats relacionades amb les drogues i la prostitució i força menys en les feines de la construcció i el camp. El mateix comportament es dona en els que pensen que les persones immigrants provoquen una baixada de salaris, però aquests tenen una taxa d'indecisió més alta que els altres.

Gràfic II-86. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

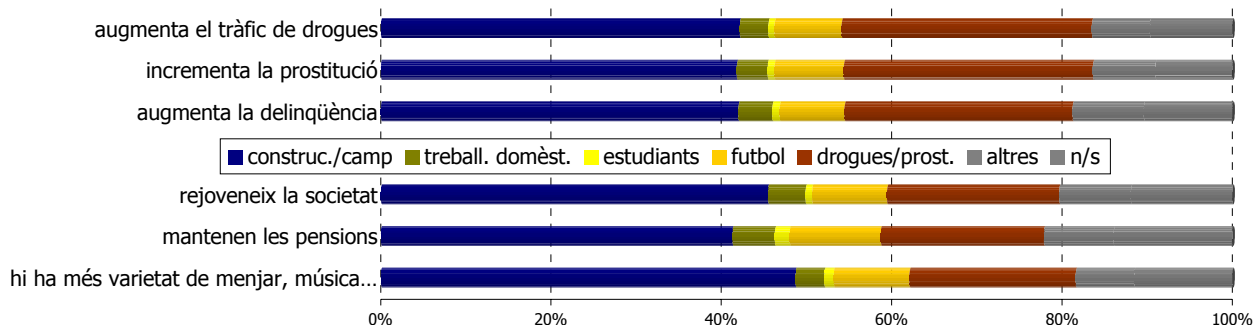
**Distribució segons l'opinió de l'impacte de la immigració en el món laboral.** Valors relatius



- Els joves que tenen una visió negativa de l'impacte de la immigració a la societat tenen una percepció més alta de feines i ocupacions relacionades amb les drogues i la prostitució quan la televisió parla de la immigració. Els que en tenen una visió negativa tenen una taxa d'indecisió més alta que els altres.

Gràfic II-87. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

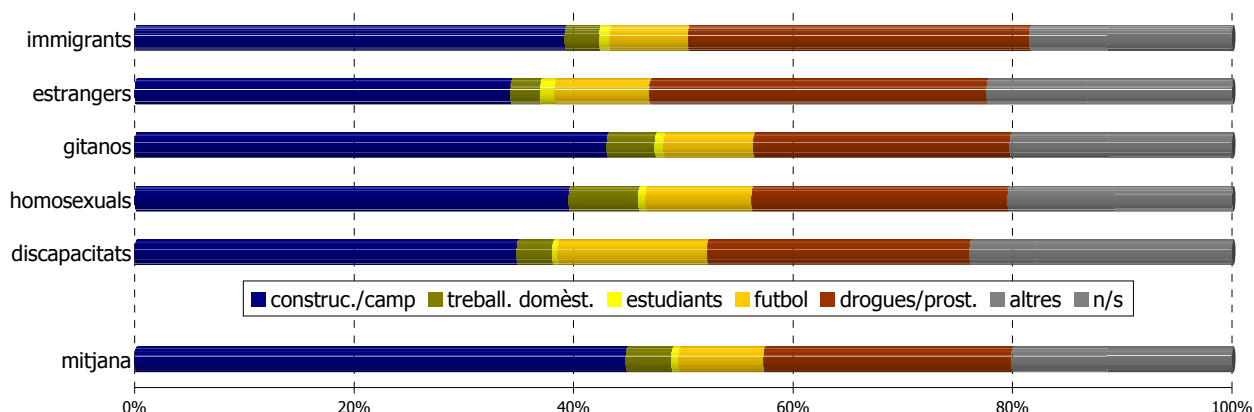
**Distribució segons l'opinió sobre l'impacte de la immigració a la societat.** Valors relatius



- Els joves amb una visió poc tolerant envers els col·lectius d'immigrants i estrangers tenen un comportament variat en la percepció de les ocupacions de les persones immigrants: la majoria se situen per sota de la mitjana en la percepció de feines de la construcció i el camp. Només els que tenen antipatia envers les persones homosexuals perceben uns valors més alts que la resta en les feines domèstiques. La majoria, però, tenen unes taxes d'indecisió per sobre de la mitjana.

Gràfic II-88. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

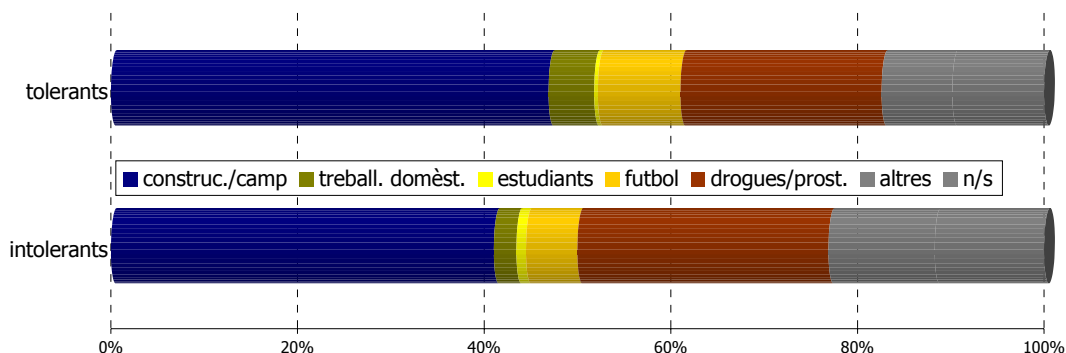
**Distribució segons antipatia envers diversos col·lectius.** Valors relatius



- Per tancar aquest apartat, els joves amb una tolerància general més alta perceben a la televisió més feines de la construcció i el camp, i també valors més baixos en les activitats relacionades amb les drogues i la prostitució.

Gràfic II-89. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

**Distribució segons simpatia envers diversos col·lectius.** Valors relatius

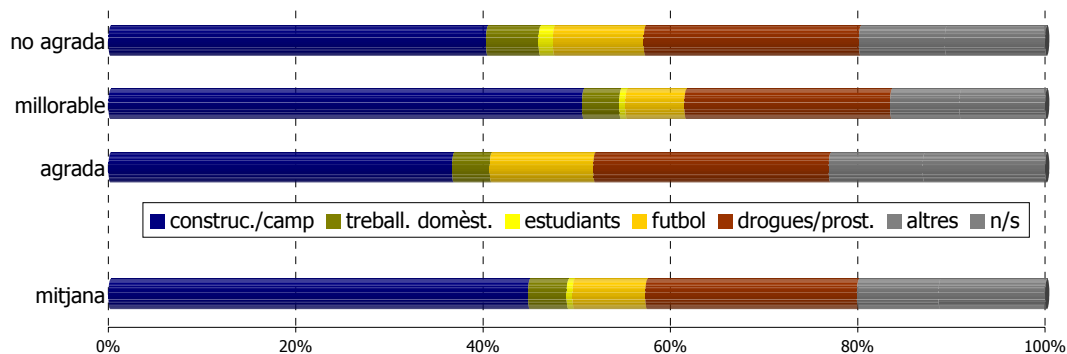


### 5.3.3. Anàlisi segons el consum televisiu

- Els alumnes que afirmen que la televisió està bé però és millorable perceben més feines de la construcció i el camp que la resta. Els qui els agrada el mitjà tenen una taxa d'indecisió més alta.

Gràfic II-90. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

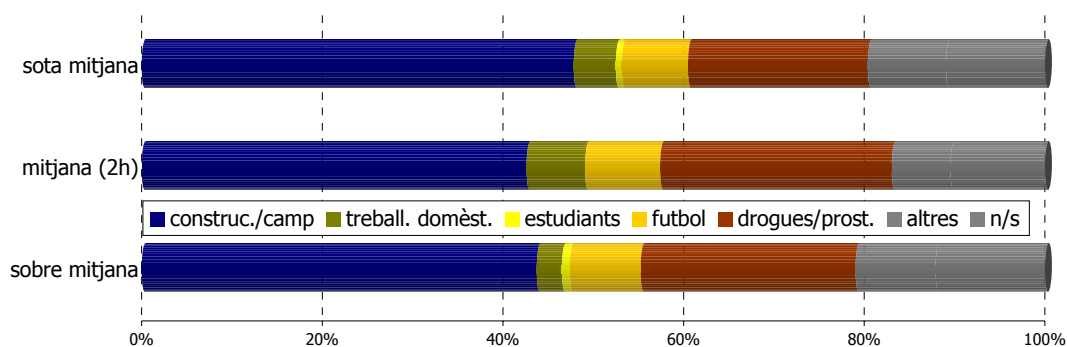
**Distribució segons satisfacció per la televisió.** Valors relatius



- El consum diari de televisió per sota de la mitjana augmenta la percepció de feines de la construcció i del camp i redueix la de les activitats relacionades amb les drogues i la prostitució; a més, les taxes d'indecisió són més baixes.

Gràfic II-91. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

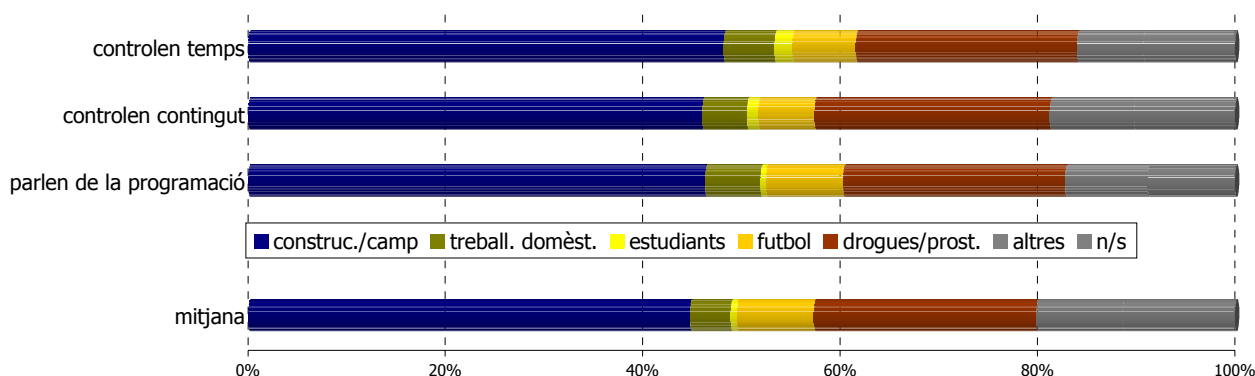
**Distribució segons consum de televisió en dies feiners.** Valors relatius



- Els alumnes que afirmen tenir un control de temps o de contingut televisiu a casa tenen uns valors de percepció de feines de la construcció i el camp per sobre de la mitjana.

Gràfic II-92. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió.

**Distribució segons control familiar.** Valors relatius



- La resta de variables d'aquest apartat no presenten variacions significatives.

## 6. ORIENTACIÓ DEL TRACTAMENT TELEVISIU A LA DIVERSITAT CULTURAL

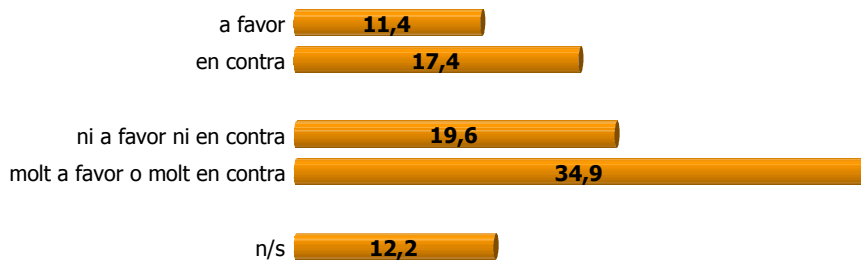
Per tancar l'estudi hem preguntat als joves la percepció sobre l'orientació que té el tractament televisiu de la diversitat cultural. En concret, se'ls ha demanat quina és la tendència que perceben en la gent que surt a la televisió opinant sobre les persones estrangeres; també hem estudiat quina opinió tenen sobre el tractament en si que en fa la televisió, i finalment se'ls ha demanat l'opinió sobre si la televisió fomenta el racisme.

### 6.1. Tendència de la gent que opina a TV sobre les persones estrangeres

- Un de cada tres joves percep que la gent que apareix a televisió opinant sobre els estrangers ho fa de manera radical (o molt a favor o molt en contra), i un de cada cinc creu el contrari, que ni a favor ni en contra. Els que creuen que només a favor o només en contra signifiquen un 11% i 17%, respectivament. La taxa d'indecisos és del 12%.

Gràfic II-93. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

**Dades generals.** Valors relatius

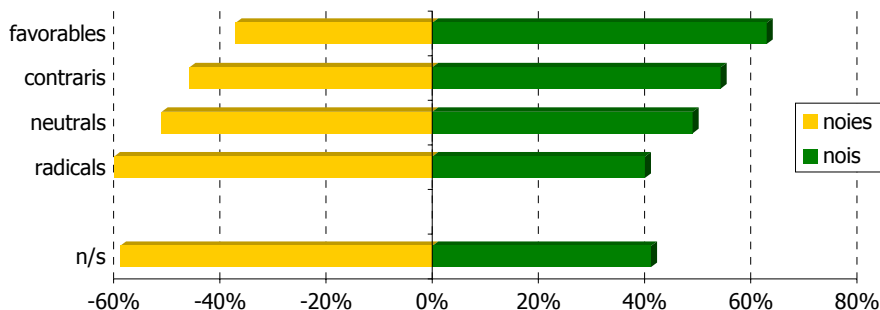


### 6.1.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals

- Les noies perceben més que els nois gent que parla de manera radical per televisió sobre les persones estrangeres; els nois s'inclinen per veure gent més favorable o més contrària.

Gràfic II-94. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

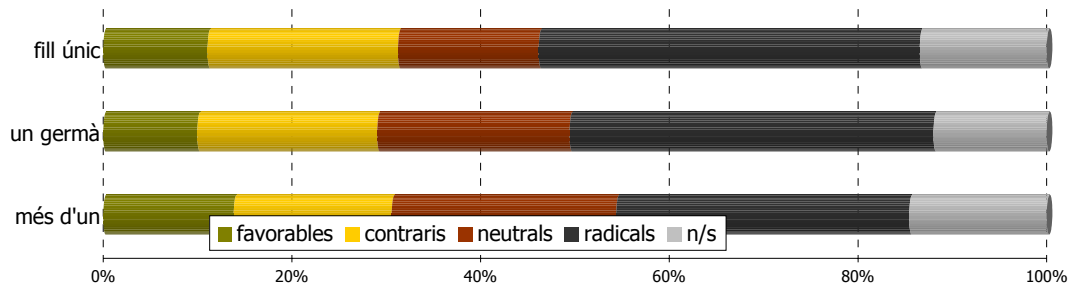
**Distribució per sexe.** Valors relatius



- Els fills únics perceben més opinions radicals que la resta en les aparicions de gent per televisió, mentre que els joves de família nombrosa perceben més gent favorable que els altres.

Gràfic II-95. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

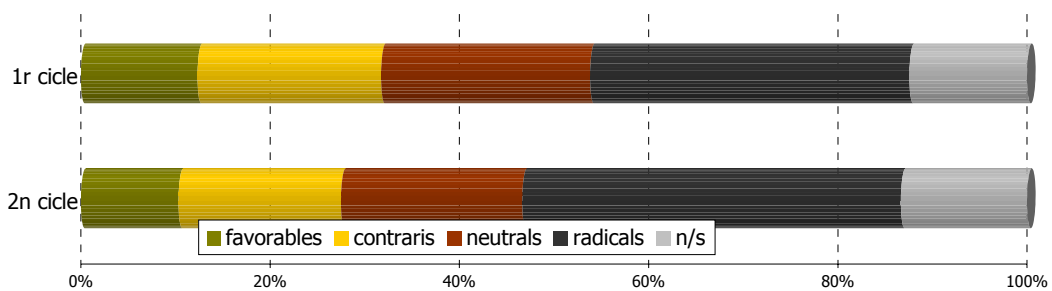
**Distribució per nombre de germans.** Valors relatius



- Els alumnes de segon cycle perceben més gent radical que els de primer cycle, mentre que aquests perceben més gent favorable i més gent neutral.

Gràfic II-96. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

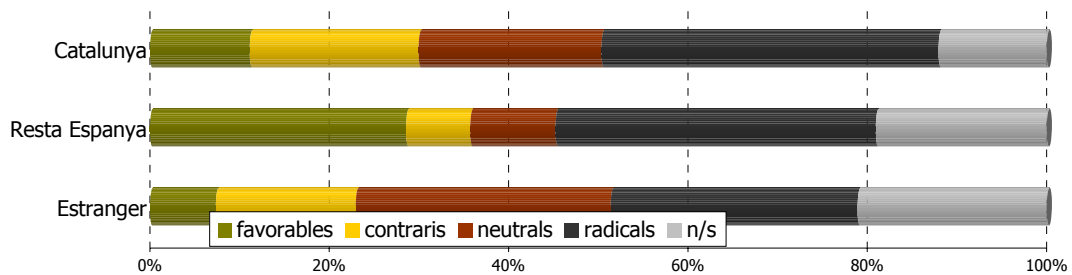
**Distribució per cycle educatiu.** Valors relatius



- Els joves nascuts a l'estranger consideren que poca gent que opina dels estrangers per televisió ho fa de manera favorable (7%); en canvi, els nascuts a Catalunya perceben gent més radical per televisió.

Gràfic II-97. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

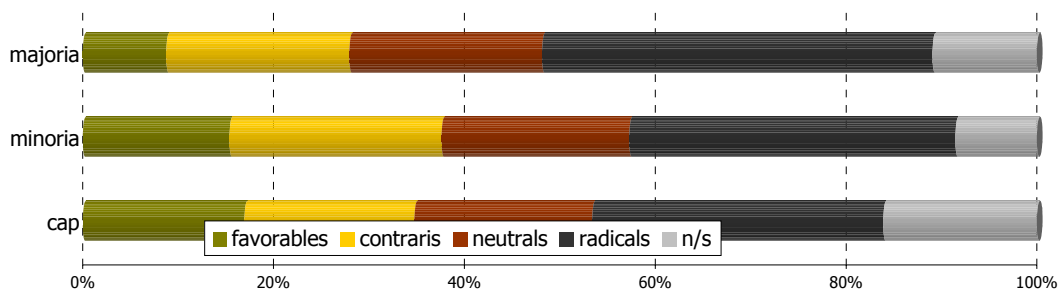
**Distribució per lloc de naixement. Valors relatius**



- Mentre que els joves del grup majoritari creuen que per televisió surt més gent radical que opina sobre les persones estrangeres, els de la minoria reparteixen els valors entre els favorables i els contraris. Els que no s'adscriuen a cap grup perceben més gent favorable que la resta.

Gràfic II-98. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

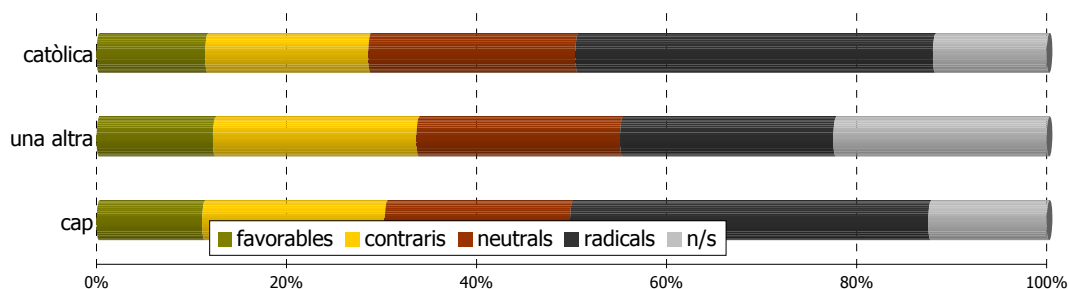
**Distribució per grup cultural. Valors relatius**



- L'anàlisi per religió mostra que els que tenen una altra diferent de la catòlica perceben posicions menys radicals en la gent que apareix per televisió opinant sobre les persones estrangeres, i també tenen una taxa més alta d'indecisió.

Gràfic II-99. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

**Distribució per religió. Valors relatius**

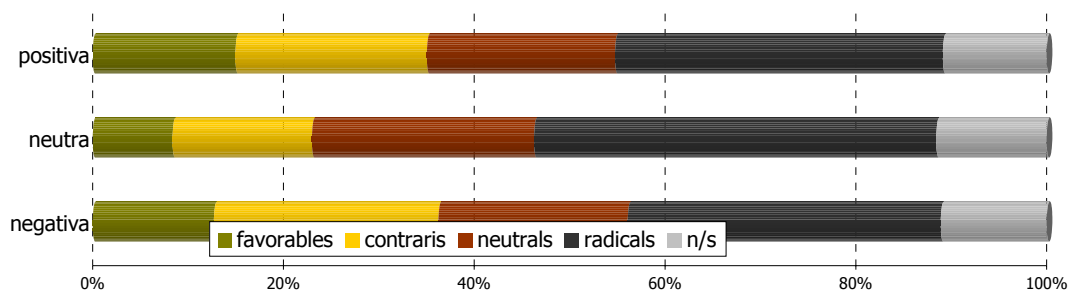


### 6.1.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural

- No es mostren diferències importants segons la percepció del nombre de persones estrangeres a la nostra societat. En canvi, segons la valoració que fan d'aquesta presència, els resultats són diferents: els joves que es consideren neutrals perceben gent més radical per televisió que la resta, i força menys persones favorables als estrangers. Els grups que valoren en positiu o en negatiu la presència d'estrangers no tenen diferències en les percepcions de la gent que opina per televisió i presenten uns valors propers a la mitjana.

Gràfic II-100. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

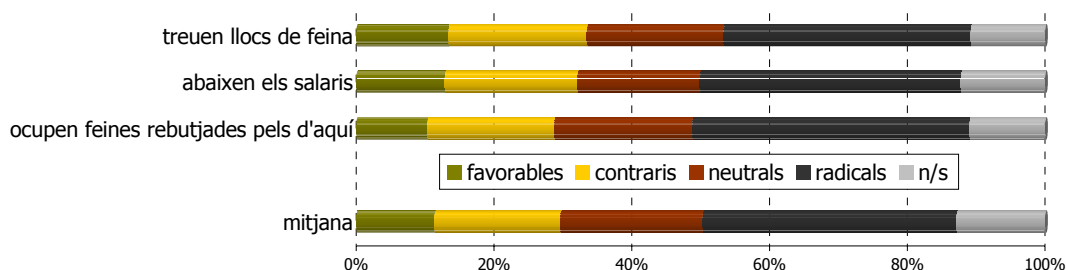
**Distribució segons valoració de la presència d'estrangers. Valors relatius**



- Quan s'afirma que els immigrants treuen llocs de feina als d'aquí també es defensa que la gent que surt per televisió ho fa d'una manera més favorable per les persones estrangeres que la resta.

Gràfic II-101. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

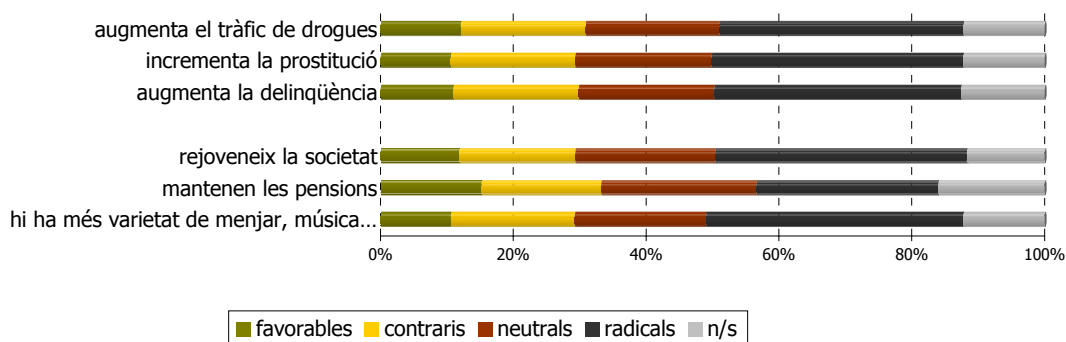
**Distribució segons l'opinió de l'impacte de la immigració en el món laboral.** Valors relatius



- No hi ha diferències importants entre els joves que entenen que la immigració té un impacte negatiu i els que consideren un cert efecte positiu de la immigració a la societat. Només es percep una diferència entre els joves que afirmen que la immigració permet rejuvenir la societat, en el sentit que veuen menys gent que opina de manera radical, però també són els que tenen una taxa més alta d'indecisió.

Gràfic II-102. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

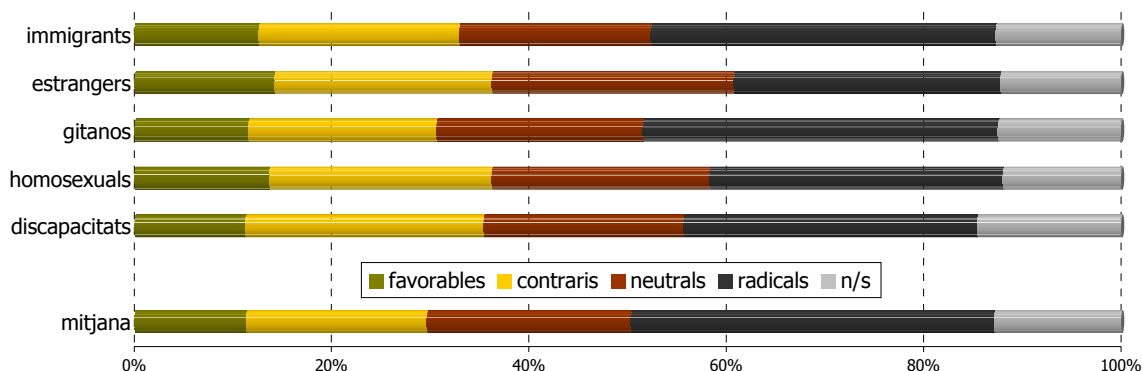
**Distribució segons l'opinió sobre l'impacte de la immigració a la societat.** Valors relatius



- Els alumnes menys tolerants amb els estrangers i els homosexuals perceben més gent favorable a les persones estrangeres per televisió i també més gent neutral. Els que es declaren intolerants amb els immigrants i els gitanos també creuen que per televisió apareix gent més radical parlant dels estrangers.

Gràfic II-103. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

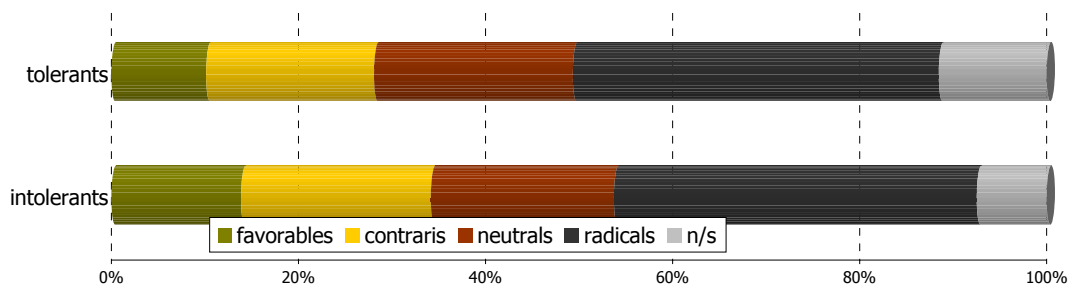
**Distribució segons antipatia envers diversos col·lectius.** Valors relatius



- Els joves intolerants perceben més gent que parla per televisió a favor de les persones estrangeres que els joves tolerants; aquests últims mostren una taxa d'indecisió més alta.

Gràfic II-104. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

**Distribució segons grau de tolerància.** Valors relatius

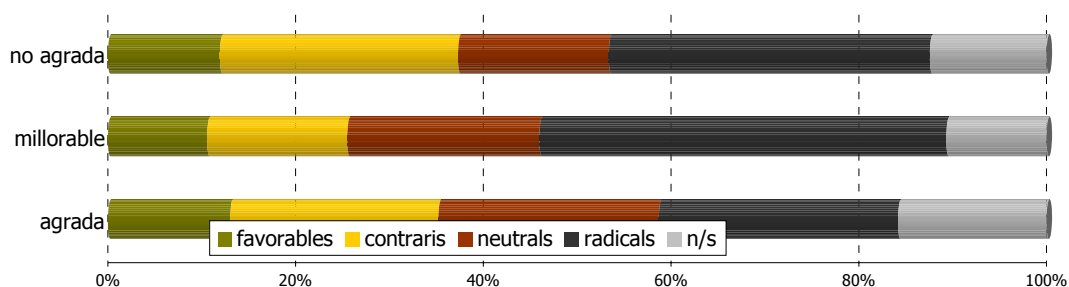


### 6.1.3. Anàlisi segons el consum televisiu

- Els joves que consideren que la televisió és millorable afirmen majoritàriament (43%) que les persones que apareixen a la televisió parlant dels estrangers ho fan de manera radical (molt a favor o molt en contra); a més, consideren que són pocs els que es manifesten contraris. En canvi, els qui els agrada la televisió tenen una resposta molt més repartida entre els que pensen que són contraris, els neutrals i els radicals; també tenen una taxa més alta d'indecisió.

Gràfic II-105. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

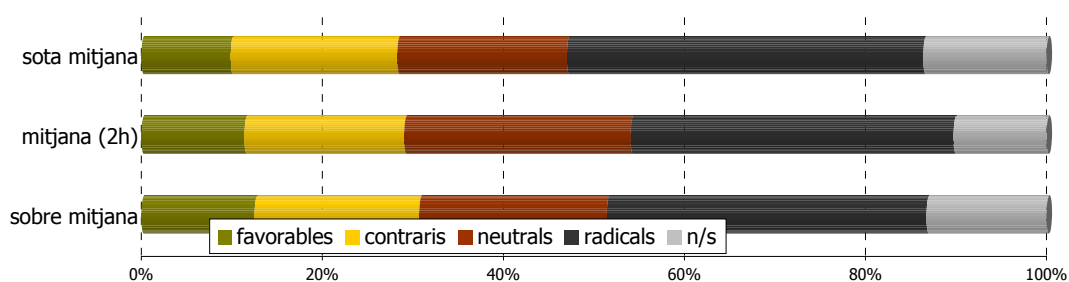
**Distribució segons satisfacció per la televisió.** Valors relatius



- Els que tenen un consum televisiu diari al voltant de la mitjana perceben més persones neutrals a la televisió que la resta, tot i que els valors més alts són sempre per als que perceben opinions més radicals per televisió.

Gràfic II-106. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

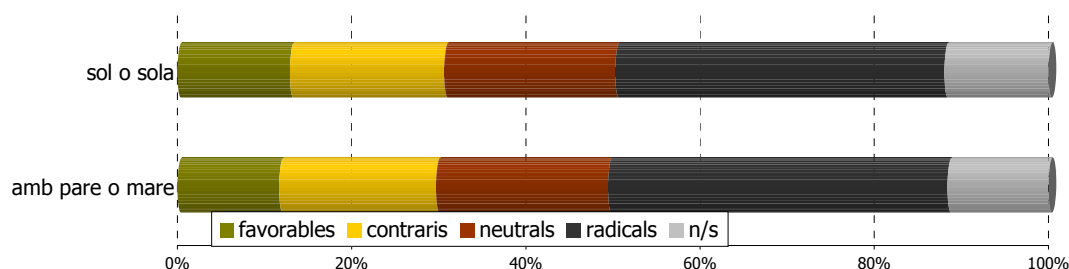
**Distribució segons consum de televisió en dies feiners.** Valors relatius



- En aquest apartat, no hi ha diferències significatives entre els que miren la televisió sols i els que la miren amb el pare o la mare.

Gràfic II-107. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

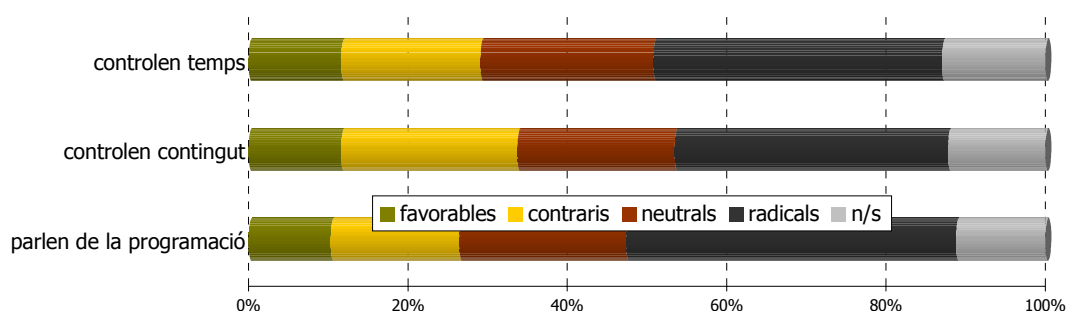
**Distribució segons acompanyants a l'hora de mirar la televisió.** Valors relatius



- Els alumnes que afirmen que a casa els controlen el contingut televisiu perceben més persones contràries dels estrangers per televisió. Gairebé la meitat dels joves que parlen de la programació a casa perceben que la gent que opina per televisió dels estrangers ho fa de manera radical.

Gràfic II-108. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers.

**Distribució segons control familiar.** Valors relatius

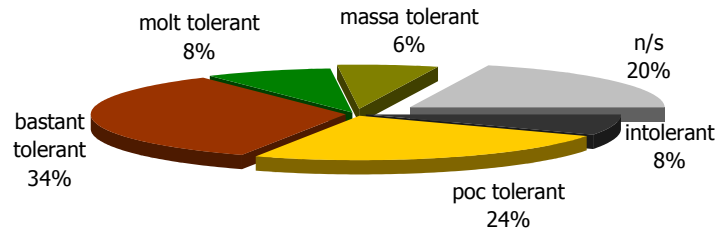


## 6.2. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures

- En termes generals, un de cada dos joves opina que la televisió és bastant, molt o massa tolerant amb les persones d'altres cultures, mentre que un de cada tres creu que no, que la televisió és més aviat poc tolerant o fins i tot intolerant. Un de cada cinc no en té una opinió formada.

Gràfic II-109. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures.

**Dades generals.** Valors relatius

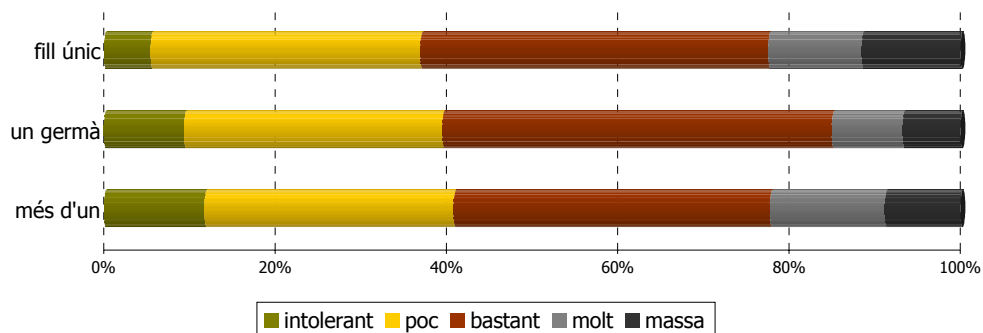


### 6.2.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals

- No es dóna cap diferència a la variable sexe. En la variable de nombre de germans, s'observa que els que tenen més d'un germà perceben més que la televisió és intolerant. Els que tenen un sol germà presenten una taxa baixa de percepció que la televisió és molt o massa tolerant amb les persones d'altres cultures.

Gràfic II-110. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures.

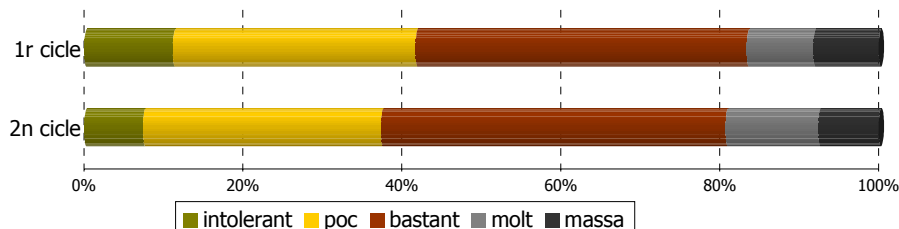
**Distribució per nombre de germans. Valors relatius**



- Els alumnes de primer cicle perceben que la televisió és menys tolerant.

Gràfic II-111. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures.

**Distribució per cicle educatiu. Valors relatius**

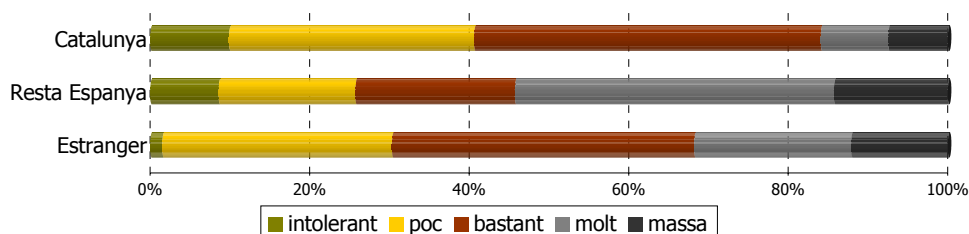


- Els joves nascuts a la resta d'Espanya entenen que la televisió és més aviat tolerant amb les persones estrangeres; els nascuts a l'estranger perceben que la televisió és

també molt tolerant, però també creuen que és poc tolerant. Els nascuts a Catalunya són els que més opinen que la televisió és intolerant.

Gràfic II-112. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures.

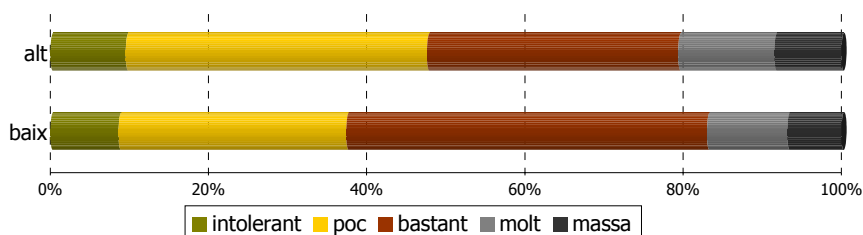
**Distribució per lloc de naixement. Valors relatius**



- A la banda alta dels grups econòmics se situen els que pensen que la televisió és més aviat intolerant amb les persones estrangeres.

Gràfic II-113. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures.

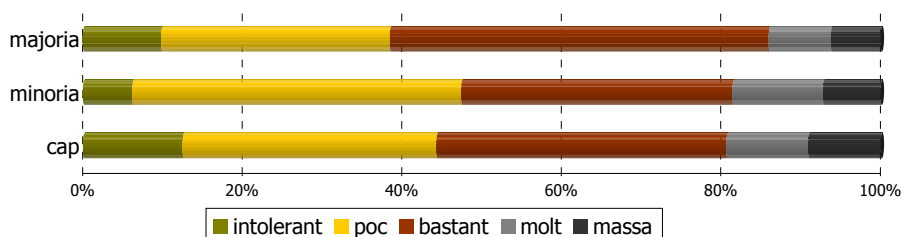
**Distribució per grup econòmic. Valors relatius**



- Els joves del grup minoritari pensen que la televisió és intolerant en el tractament de la gent d'altres cultures. Els de la majoria perceben, en canvi, que la televisió és més aviat tolerant. Els que no s'adscriuen a cap grup cultural presenten els resultats més alts segons la qual la televisió és molt i massa tolerant.

Gràfic II-114. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures.

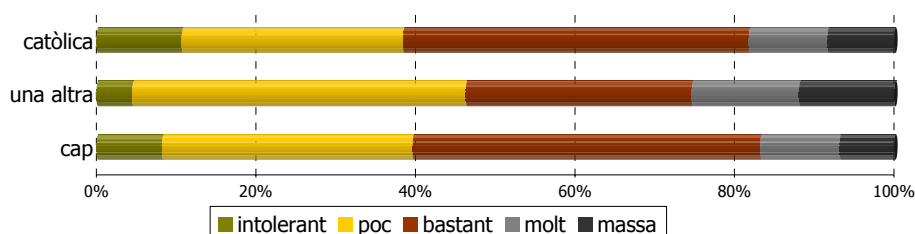
**Distribució per grup cultural. Valors relatius**



- Els que practiquen una religió diferent de la catòlica perceben menys que la televisió sigui tolerant amb la gent d'altres cultures, però tenen també un valor extrem de massa més elevat que la resta.

Gràfic II-115. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures.

**Distribució per religió. Valors relatius**

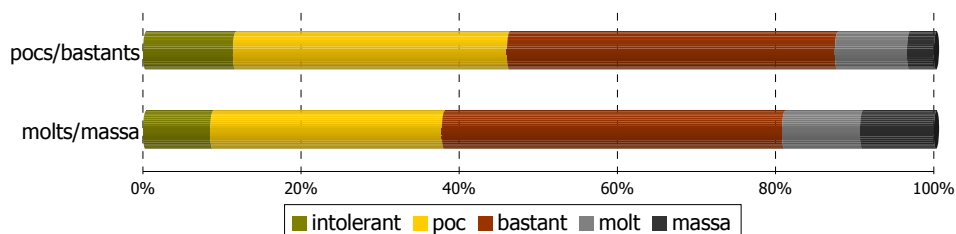


### 6.2.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural

- La percepció que hi ha molts o massa estrangers a la nostra societat coincideix amb la percepció que la televisió és més aviat tolerant; en canvi, els nois i noies que perceben que hi ha poques estrangeres perceben que la televisió és intolerant o poc tolerant.

Gràfic II-116. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures

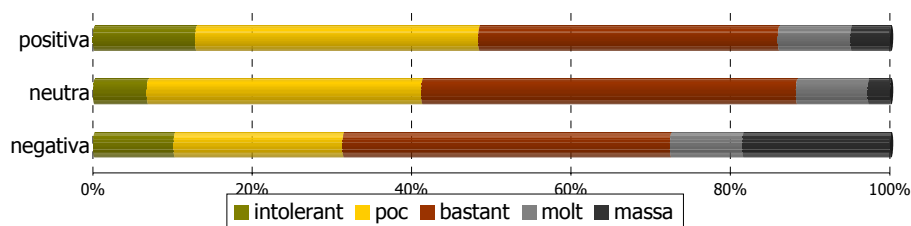
**Distribució segons percepció del nombre d'estrangers. Valors relatius**



- De la mateixa manera, quan es valora de manera negativa la presència de persones estrangeres a casa nostra augmenta la percepció que la televisió és més aviat tolerant, fins al punt que els que declaren que és massa tolerant presenten uns valors extremament alts.

Gràfic II-117. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures

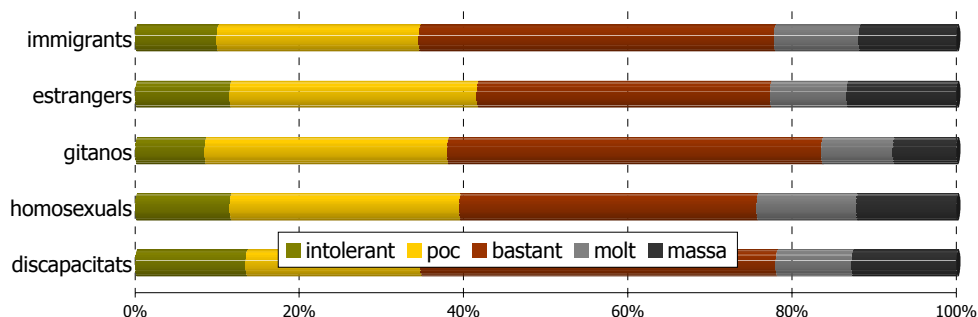
**Distribució segons valoració de la presència d'estrangers.** Valors relatius



- No es detecten diferències significatives segons l'opinió sobre l'impacte de la immigració al món laboral ni a la societat. En canvi, segons el grau de simpatia envers determinats col·lectius, es percep que els que tenen certa antipatia pels immigrants i pels discapacitats afirmen que la televisió és més aviat tolerant.

Gràfic II-118. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures

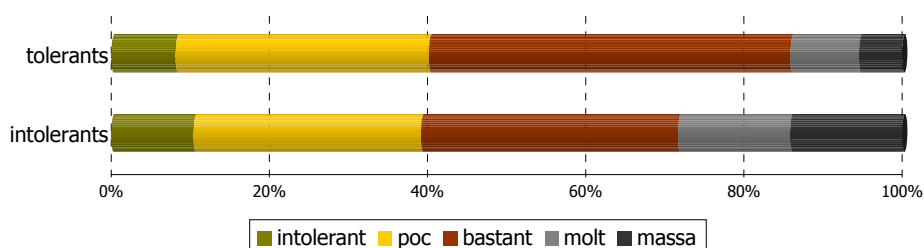
**Distribució segons antipatia envers diversos col·lectius.** Valors relatius



- D'una manera poc significativa, els que es declaren intolerants perceben que la televisió és més aviat tolerant amb la gent d'altres cultures, però els intolerants que diuen que la televisió és molt o massa tolerant dupliquen els tolerants.

Gràfic II-119. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures

**Distribució segons grau de tolerància.** Valors relatius

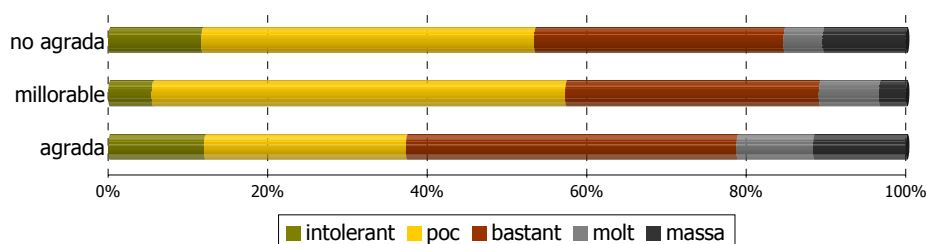


### 6.2.3. Anàlisi segons el consum televisiu

- Els joves satisfets amb la televisió expressen també que el tractament que en fa de les persones d'altres cultures és més aviat tolerant. Els que afirmen que la televisió està bé però que és millorable són els que més afirmen que la televisió és poc tolerant.

Gràfic II-120. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures

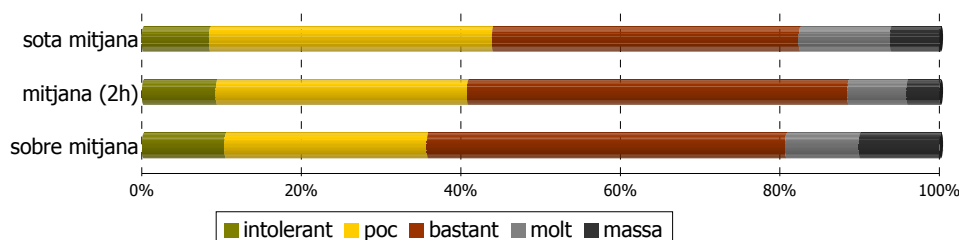
**Distribució segons satisfacció per la televisió. Valors relatius**



- Més consum televisiu els dies feiners coincideix amb una percepció més alta que la televisió és més aviat tolerant amb la gent d'altres cultures.

Gràfic II-121. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures

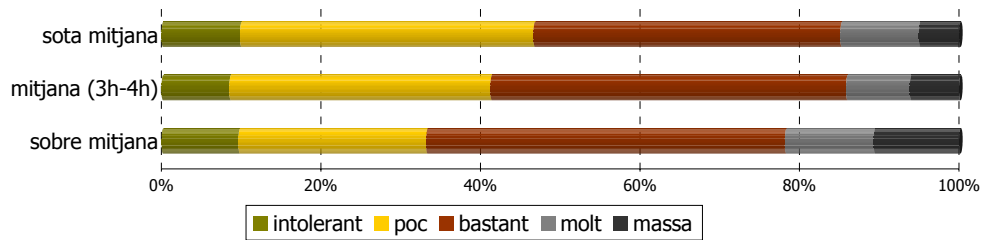
**Distribució segons consum televisiu en dies feiners. Valors relatius**



- De la mateixa manera, un consum elevat de televisió durant el cap de setmana es relaciona amb una percepció de tolerància alta per part de la televisió envers la gent d'altres cultures.

Gràfic II-122. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures

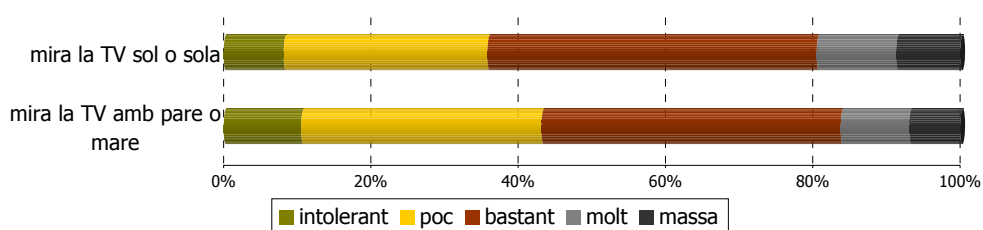
**Distribució segons consum televisiu el cap de setmana. Valors relatius**



- Els que acostumen a mirar la televisió sols o soles tenen la percepció que el tractament televisiu de les gents d'altres cultures és més aviat tolerant.

Gràfic II-123. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures

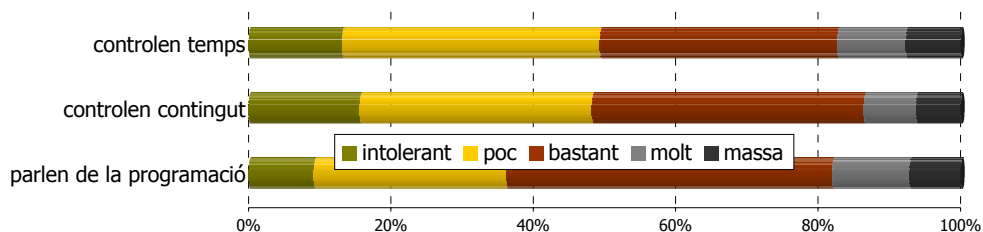
**Distribució segons acompanyants a l'hora de mirar la televisió. Valors relatius**



- El control del temps i del contingut no explica cap diferència significativa quant a la percepció del tractament tolerant o intolerant de la televisió. En canvi, els que afirmen que a casa es parla de la programació presenten una sensació de més tolerància per part de la televisió.

Gràfic II-124. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures

**Distribució segons control familiar. Valors relatius**



### 6.3. Orientació racista de la televisió

- La mostra treballada presenta una clara divisió entre els que opinen que la televisió fomenta el racisme i el que no ho creuen, lleugerament inclinada a favor del no. Una lleu majoria del joves (53%) creuen que la televisió no fomenta el racisme.

Gràfic II-125. La televisió fomenta el racisme.

**Dades generals.** Valors relatius

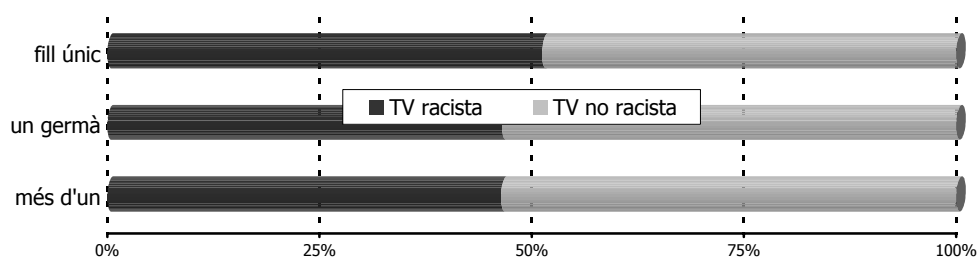


#### 6.3.1. Anàlisi per variables personals i socioculturals

- La variable sexe no explica cap diferència significativa en aquest apartat. En canvi, a mesura que augmenta el nombre de germans es redueix l'opinió que la televisió sigui racista.

Gràfic II-126. La televisió fomenta el racisme.

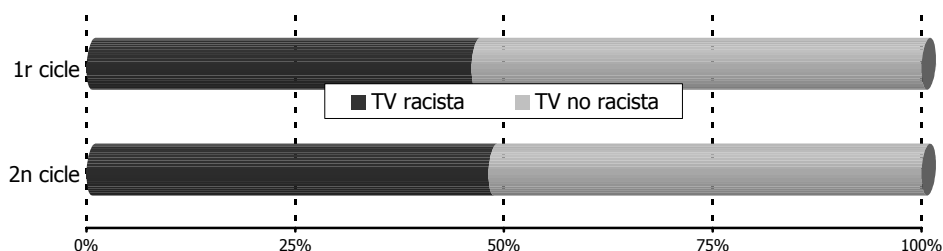
**Distribució segons nombre de germans.** Valors relatius



- Els alumnes de primer cicle opinen que la televisió és menys racista que els alumnes més grans.

Gràfic II-127. La televisió fomenta el racisme.

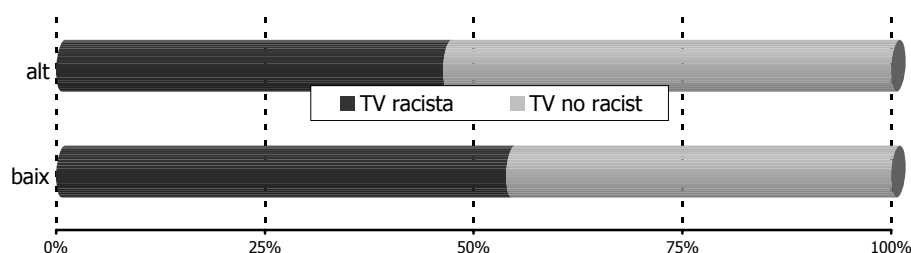
**Distribució segons cicle educatiu.** Valors relatius



- Els joves situats en la banda baixa dels grups econòmics tenen la sensació que la televisió és més racista que els joves de la banda econòmica alta.

Gràfic II-128. La televisió fomenta el racisme.

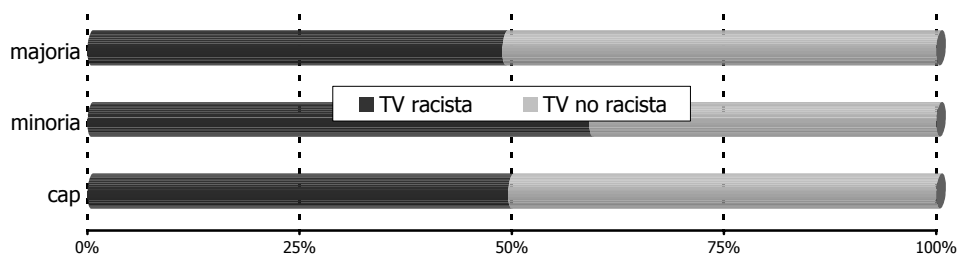
**Distribució segons grup econòmic.** Valors relatius



- El lloc de naixement no determina cap posició especial en l'opinió que analitzem; en canvi, l'adscripció al grup cultural minoritari augmenta la sensació que la televisió és racista.

Gràfic II-129. La televisió fomenta el racisme.

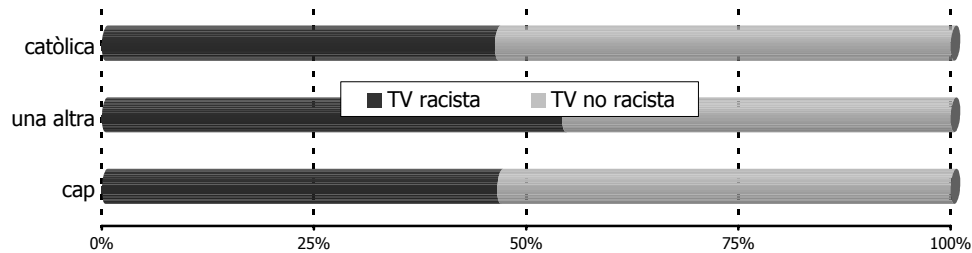
**Distribució per grup cultural.** Valors relatius



- Els membre de la comunitat musulmana (religió diferent de la catòlica majoritària a la mostra) consideren que la televisió és racista més que els seus companys catòlics o que no practiquen cap religió.

Gràfic II-130. La televisió fomenta el racisme.

**Distribució per religió. Valors relatius**

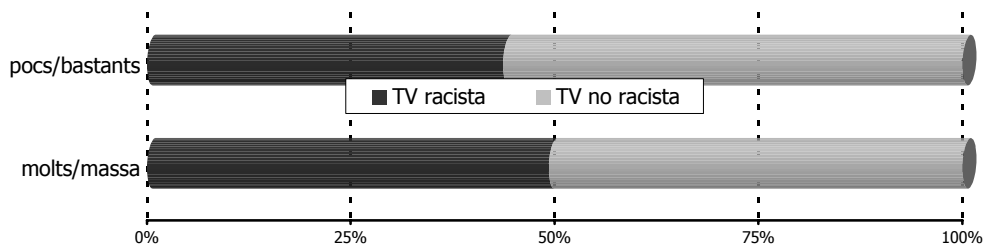


### 6.3.2. Anàlisi segons les opinions sobre la diversitat cultural

- Els que perceben que hi ha molts o massa estrangers a la nostra societat també afirmen més que els altres que la televisió fomenta el racisme.

Gràfic II-131. La televisió fomenta el racisme.

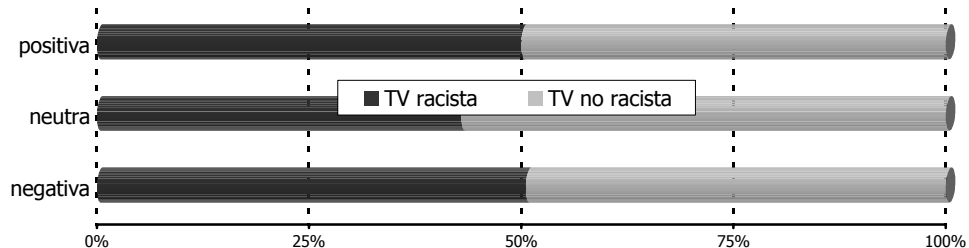
**Distribució segons percepció del nombre d'estrangers. Valors relatius**



- Els que valoren de manera neutra la presència de persones estrangeres consideren menys racista la televisió que els altres.

Gràfic II-132. La televisió fomenta el racisme.

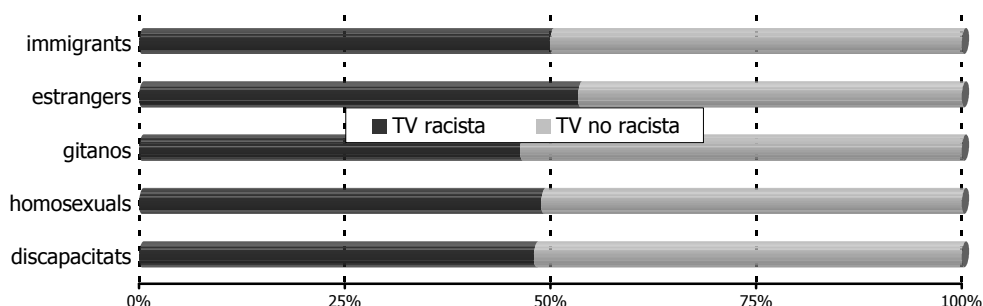
**Distribució segons valoració de la presència d'estrangers. Valors relatius**



- Les opinions sobre l'impacte laboral i social de la immigració no presenten variacions significatives en aquest apartat. En la valoració d'antipatia envers diversos col·lectius, la percepció que la televisió és racista augmenta en els que mostren poca simpatia pels estrangers.

Gràfic II-133. La televisió fomenta el racisme.

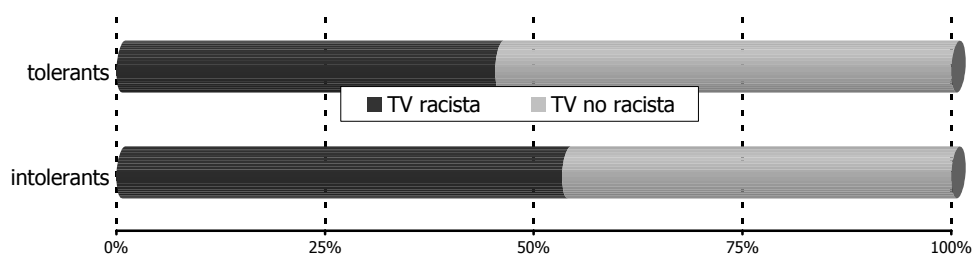
**Distribució segons antipatia envers diversos col·lectius.** Valors relatius



- En la distribució segons el grau global de tolerància, els més intolerants afirmen també que la televisió és més racista que no pas els tolerants.

Gràfic II-134. La televisió fomenta el racisme.

**Distribució segons grau de tolerància.** Valors relatius

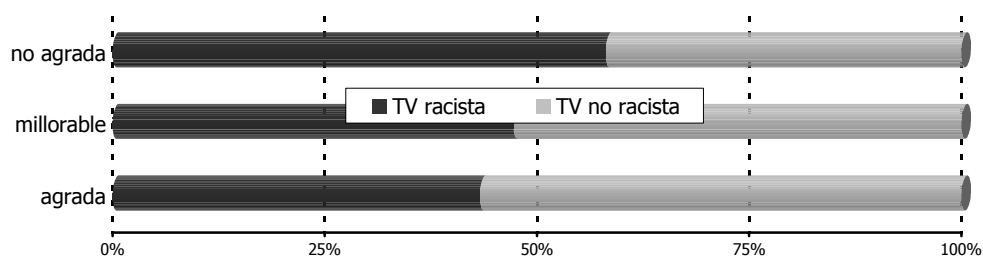


### 6.3.3. Anàlisi segons el consum televisiu

- El qui són més negatius amb la televisió afirmen majoritàriament que la televisió és racista; la percepció de racisme baixa amb el grau de satisfacció per la televisió.

Gràfic II-135. La televisió fomenta el racisme.

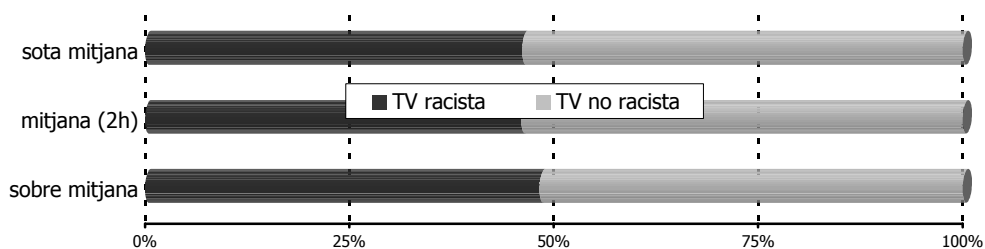
**Distribució segons satisfacció per la televisió.** Valors relatius



- L'increment en el consum de televisió en dies feiners augmenta molt poc l'opinió que la televisió és racista.

Gràfic II-136. La televisió fomenta el racisme.

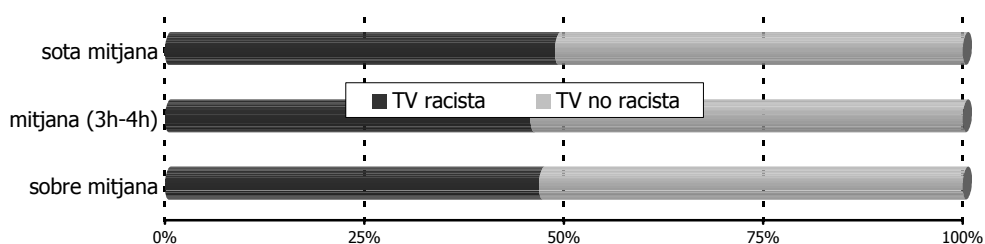
**Distribució segons consum televisiu en dies feiners.** Valors relatius



- Tampoc no es percep una diferència en el consum televisiu durant el cap de setmana en la variable que estem analitzant, però es pot apuntar una certa tendència a la baixa en la percepció que la televisió és racista, de cap manera significativa.

Gràfic II-137. La televisió fomenta el racisme.

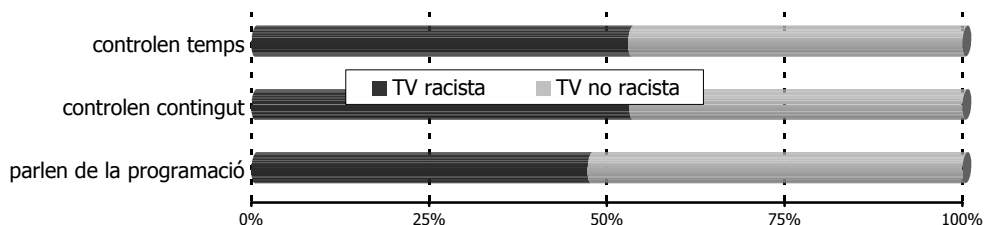
**Distribució segons consum televisiu en cap de setmana.** Valors relatius



- No s'observen diferències clares en l'hàbit de mirar la televisió sol o acompanyat. En canvi, els que tenen un control de temps i contingut opinen més aviat que la televisió és racista.

Gràfic II-138. La televisió fomenta el racisme.

**Distribució segons control familiar.** Valors relatius





## Conclusions

En el resum executiu s'han presentat els resultats més destacats corresponents de la recerca; proposem en aquest apartat final unes consideracions a tall de reflexió.

- Els resultats obtinguts *només* són el reflex estàtic en temps i espai (març-maig de 2005) i realitzat en un entorn molt obert com és la resposta a través de qüestionari electrònic. Això significa dues coses: en primer lloc, que no es poden definir perfils absoluts de joves amb comportaments precisos i consistents en el temps; en segon lloc, que caldria un estudi qualitatiu, amb grups de discussió de joves seleccionats de la mostra, per poder arribar a conclusions més contundents. Amb tot, sí que es pot concloure que els resultats mostren tendències o corrents en el pensament dels joves; aquestes tendències podrien ser corroborades amb estudis longitudinals en anys posteriors.
- Com que no hi ha coincidència en el tipus d'imatges ni de temes que segons els joves la televisió associa a la immigració, ens pot induir a pensar que els telespectadors joves veuen allò que volen veure: els esquemes previs poden tenir una repercussió neta en l'orientació, imatges i temes associats a la immigració. Només amb un estudi objectiu d'anàlisi del mitjà es pot contrastat aquesta hipòtesi.
- La divisió nítida, meitat i meitat, entre els que opinen que la televisió fomenta el racisme i els que consideren que no, permet concloure dues coses: en primer lloc, que el tema del racisme i la discriminació és força present en l'imaginari dels joves; en segon lloc, que no es pot afirmar que la televisió tingui una repercussió directa en els telespectadors. L'anàlisi per variables no demostra tendències importants, llevat dels fills únics, que també són els que miren més la televisió acompanyats del pare o la mare, els del nivell econòmic baix o els del grup cultural minoritari.
- La consideració segons la qual a televisió surt gent parlant de la immigració d'una manera radical (o molt a favor o molt en contra) pot donar la sensació d'una certa crispació en el tema i, per extrapolació, en tots els temes socialment controvertits. Aquesta observació corrobora el resultat anterior de divisió en la percepció de si la televisió fomenta el racisme.

- El seguiment mitjà dels informatius per part dels joves, suposem que no voluntari perquè a casa està encès l'aparell en aquells moments, permet reforçar l'opinió que cal ser més curosos precisament en aquells espais que poden ser considerats transmissors "oficials" de temes i imatges. Els consells i recomanacions als periodistes han de tenir una funció clau en aquest aspecte.
- El seguiment o control de les famílies sobre el consum televisiu té una importància relativa en la construcció de l'imaginari del jove sobre la televisió i el racisme. Convé incidir en la necessitat de crear hàbits saludables de mirar la televisió des de l'entorn familiar, que passen necessàriament per un coneixement al màxim d'exhaustiu, per part del pare o tutors, dels continguts televisius que miren els nois i noies i també per un coneixement del temps que hi passen, que no vol pas dir sempre tancar la televisió o censurar determinats continguts, sinó despertar ajudar a crear nous interrogants i noves inquietuds en els joves.
- En aquest sentit, entenem que la funció de l'educació escolar és fonamental en l'àmbit de la comunicació audiovisual en dos sentits: en primer lloc, amb la creació de tallers audiovisuals on els joves aprenguin a decodificar el missatge i entendre les claus que permeten interpretar els discursos audiovisuals; en segon lloc, amb la incorporació progressiva del mitjà televisiu com a contingut i no només com a recurs didàctic en el conjunt de les matèries curriculars.
- Per tancar, entenem que un dels objectius del mitjà televisiu ha de ser promoure unes condicions favorables per tal que tots els espectadors, però especialment els més vulnerables, se sentin còmodes i gens agredits per les imatges, temes i orientació dels textos audiovisuals. Això no vol dir en absolut que la televisió ha d'anestesià l'audiència amb allò que desitja o li és més fàcil de pair, sinó precisament que ha de proporcionar les eines necessàries per crear un esperit més obert i crític. Aquesta és la finalitat d'una educació en la pluralitat i el pluralisme cultural.

# Índex de gràfics

## 1. PERFIL PERSONAL I SOCIOCULTURAL DE LA MOSTRA

|                                                                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gràfic I-1. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius.....                                             | 11 |
| Gràfic I-2. <b>Nombre de germans.</b> Valors relatius .....                                               | 11 |
| Gràfic I-3. <b>Distribució per curs escolar.</b> Valors relatius.....                                     | 12 |
| Gràfic I-4. <b>Lloc de naixement dels joves.</b> Valors relatius .....                                    | 12 |
| Gràfic I-5. <b>Lloc de naixement del pare i de la mare dels joves nascuts a Catalunya</b> Valors relatius | 12 |
| Gràfic I-6. <b>Distribució per grup econòmic.</b> Valors relatius .....                                   | 13 |
| Gràfic I-7. <b>Grup cultural.</b> Valors relatius.....                                                    | 13 |
| Gràfic I-8. <b>Religió.</b> Valors relatius .....                                                         | 14 |

## 2. OPINIONS SOBRE DIVERSITAT CULTURAL I GRAU DE TOLERÀNCIA

|                                                                                                                                                         |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gràfic I-9. <b>Percepció sobre el nombre de persones estrangeres.</b> Valors relatius.....                                                              | 15 |
| Gràfic I-10. Percepció sobre el nombre de persones estrangeres. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius ...                                        | 15 |
| Gràfic I-11. Percepció sobre el nombre de persones estrangeres. <b>Distribució per nivell econòmic familiar.</b> Valors relatius .....                  | 16 |
| Gràfic I-12. Percepció sobre el nombre de persones estrangeres. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius.....                              | 16 |
| Gràfic I-13. Percepció sobre el nombre de persones estrangeres. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors relatius.....                          | 17 |
| Gràfic I-14. <b>Opinions sobre l'impacte de la immigració en el món laboral.</b> Valors relatius.....                                                   | 18 |
| Gràfic I-15. <b>Aspectes positius i negatius de la immigració.</b> Valors relatius .....                                                                | 19 |
| Gràfic I-16. <b>Grau de simpatia envers diversos col·lectius.</b> Valors relatius.....                                                                  | 20 |
| Gràfic I-17. Acceptació envers els homosexuals. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius.....                                                       | 20 |
| Gràfic I-18. <b>Valoració sobre la presència de persones estrangeres.</b> Valors relatius .....                                                         | 21 |
| Gràfic I-19. Valoració sobre la presència de persones estrangeres. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius .                                       | 21 |
| Gràfic I-20. Valoració sobre la presència de persones estrangeres. <b>Distribució segons la percepció de persones immigrants.</b> Valors relatius ..... | 22 |
| Gràfic I-21. <b>Grau de tolerància general.</b> Valors relatius .....                                                                                   | 22 |
| Gràfic I-22. Grau de tolerància general. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius.....                                                              | 23 |

## 3. CONSUM TELEVISIU

|                                                                                                                |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gràfic I-23. <b>Satisfacció global per la televisió.</b> Valors relatius.....                                  | 23 |
| Gràfic I-24. Satisfacció global per la televisió. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius .....           | 24 |
| Gràfic I-25. Satisfacció global per la televisió. <b>Distribució per nivell educatiu.</b> Valors relatius..... | 24 |
| Gràfic I-26. Satisfacció global per la televisió. <b>Distribució per grup econòmic.</b> Valors relatius.....   | 25 |
| Gràfic I-27. Satisfacció global per la televisió. <b>Distribució per religió.</b> Valors relatius.....         | 25 |
| Gràfic I-28. <b>Nombre d'hores davant de la televisió (dies feiners).</b> Valors relatius.....                 | 26 |

|                                                                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gràfic I-29. <b>Nombre d'hores davant de la televisió (tot el cap de setmana).</b> Valors relatius .....                                        | 26 |
| Gràfic I-30. Consum televisiu en dies feiners (nombre d'hores). <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius.....                               | 27 |
| Gràfic I-33. Consum televisiu en caps de setmana (nombre d'hores). <b>Distribució per cicle educatiu.</b><br>Valors relatius.....               | 27 |
| Gràfic I-34. Consum televisiu en dies feiners. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors relatius .....                                  | 28 |
| Gràfic I-35. Consum televisiu en caps de setmana. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors relatius ..                                  | 28 |
| Gràfic I-36. Consum televisiu en dies feiners. <b>Distribució per grup econòmic.</b> Mitjanes absolutes en<br>hores i minuts.....               | 29 |
| Gràfic I-37. Consum televisiu en el caps de setmana. <b>Distribució per grup econòmic.</b> Mitjanes absolutes<br>en hores i minuts .....        | 29 |
| Gràfic I-38. Consum televisiu en dies feiners. <b>Distribució per grup cultural.</b> Mitjanes absolutes en hores<br>i minuts.....               | 30 |
| Gràfic I-39. Canals de televisió més mirats. <b>Dades generals.</b> Valors relatius .....                                                       | 31 |
| Gràfic I-40. Satisfacció amb canals de televisió. <b>Dades generals.</b> Valors relatius .....                                                  | 31 |
| Gràfic I-41. Canals de televisió més mirats. <b>Distribució per sexes.</b> Valors relatius.....                                                 | 32 |
| Gràfic I-42. Canals de televisió més mirats. <b>Distribució per nombre de germans.</b> Valors relatius .....                                    | 32 |
| Gràfic I-43. Canals de televisió més mirats. <b>Distribució per cicle educatiu.</b> Valors relatius .....                                       | 33 |
| Gràfic I-44. Canals de televisió més mirats. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors relatius .....                                    | 33 |
| Gràfic I-45. Canals de televisió més mirats. <b>Distribució per nivell econòmic.</b> Valors relatius.....                                       | 34 |
| Gràfic I-47. Canals de televisió més mirats. <b>Distribució per religió.</b> Valors relatius.....                                               | 34 |
| Gràfic I-48. Canals de televisió més mirats. <b>Distribució segons percepció sobre la presència<br/>d'estrangers.</b> Valors relatius .....     | 35 |
| Gràfic I-49. Canals de televisió més mirats. <b>Distribució segons valoració sobre la presència<br/>d'estrangers.</b> Valors relatius .....     | 35 |
| Gràfic I-50. Canals de televisió més mirats. <b>Distribució per grau de tolerància.</b> Valors relatius .....                                   | 36 |
| Gràfic I-51. <b>Tipus de programes més vistos.</b> Valors mitjans en escala d'1 a 4.....                                                        | 36 |
| Gràfic I-52. Programes que es miren sovint o molt. <b>Distribució per sexes.</b> Valors relatius .....                                          | 37 |
| Gràfic I-53. Programes que es miren sovint o molt. <b>Distribució per cicle educatiu.</b> Valors relatius .....                                 | 37 |
| Gràfic I-54. Programes que es miren sovint o molt. <b>Distribució per nivell econòmic.</b> Valors relatius .....                                | 38 |
| Gràfic I-55. Programes que es miren sovint o molt. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors relatius..                                  | 38 |
| Gràfic I-56. Programes que es miren sovint o molt. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius .....                                  | 39 |
| Gràfic I-57. Programes que es miren sovint o molt. <b>Distribució segons percepció del nombre<br/>d'estrangers.</b> Valors relatius .....       | 39 |
| Gràfic I-58. Programes que es miren sovint o molt. <b>Distribució segons valoració per la presència<br/>d'estrangers.</b> Valors relatius ..... | 40 |
| Gràfic I-59. Programes que es miren sovint o molt. <b>Distribució segons grau de tolerància.</b> Valors<br>relatius.....                        | 40 |
| Gràfic I-60. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió. <b>Dades generals.</b> Valors absoluts .....                                          | 41 |
| Gràfic I-61. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius .....                                    | 41 |
| Gràfic I-62. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió. <b>Distribució per nombre de germans.</b> Valors<br>relatius.....                     | 42 |
| Gràfic I-63. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió. <b>Distribució per cicle educatiu.</b> Valors relatius.                               | 42 |

|                                                                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gràfic I-64. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió. <b>Distribució per nivell econòmic.</b> Valors relatius .....                             | 43 |
| Gràfic I-65. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors relatius.....                            | 43 |
| Gràfic I-66. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius ..                                  | 44 |
| Gràfic I-67. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió. <b>Distribució per percepció del nombre d'estrangers.</b> Valors relatius .....           | 44 |
| Gràfic I-68. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió. <b>Distribució per valoració del nombre d'estrangers.</b> Valors relatius .....           | 45 |
| Gràfic I-69. Acompanyants a l'hora de mirar la televisió. <b>Distribució per grau de tolerància.</b> Valors relatius.....                           | 45 |
| Gràfic I-70. Espais de la casa on s'ubica l'aparell de televisió. <b>Dades generals.</b> Valors relatius .....                                      | 46 |
| Gràfic I-71. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius .....                                   | 46 |
| Gràfic I-72. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia. <b>Distribució per nombre de germans.</b> Valors relatius.....                       | 47 |
| Gràfic I-73. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia. <b>Distribució per cicle educatiu.</b> Valors relatius .....                         | 47 |
| Gràfic I-74. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia. <b>Distribució per nivell econòmic.</b> Valors relatius.....                         | 47 |
| Gràfic I-75. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors relatius.....                       | 48 |
| Gràfic I-76. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius                                | 48 |
| Gràfic I-77. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia. <b>Distribució per percepció del nombre d'estrangers.</b> Valors relatius .....      | 49 |
| Gràfic I-78. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia. <b>Distribució per valoració de la presència d'estrangers.</b> Valors relatius ..... | 49 |
| Gràfic I-79. Aparells de televisió a l'habitació del noi/noia. <b>Distribució per grau de tolerància.</b> Valors relatius.....                      | 49 |
| Gràfic I-80. Control familiar. <b>Dades generals.</b> Valors relatius.....                                                                          | 50 |
| Gràfic I-81. Control familiar. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius .....                                                                   | 51 |
| Gràfic I-82. Control familiar. <b>Distribució per nombre de germans.</b> Valors relatius.....                                                       | 51 |
| Gràfic I-83. Control familiar. <b>Distribució per cicle educatiu.</b> Valors relatius .....                                                         | 52 |
| Gràfic I-84. Control familiar. <b>Distribució per nivell econòmic.</b> Valors relatius .....                                                        | 52 |
| Gràfic I-85. Control familiar. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors relatius .....                                                      | 53 |
| Gràfic I-86. Control familiar. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius .....                                                          | 53 |
| Gràfic I-87. Control familiar. <b>Distribució per percepció del nombre d'estrangers.</b> Valors relatius.....                                       | 54 |
| Gràfic I-88. Control familiar. <b>Distribució per valoració de la presència d'estrangers.</b> Valors relatius..                                     | 54 |
| Gràfic I-89. Control familiar. <b>Distribució per grau de tolerància.</b> Valors relatius.....                                                      | 55 |
| Gràfic I-90. Hàbits de consum. <b>Dades generals.</b> Valors absoluts .....                                                                         | 55 |

#### 4. PRESENCIA QUANTITATIVA DE LA DIVERSITAT I LA IMMIGRACIÓ A LA TELEVISIÓ

|                                                                                                                                                              |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gràfic II-1. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Dades generals.</b> Valors relatius .....                                                     | 58 |
| Gràfic II-2. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius.....                                                | 58 |
| Gràfic II-3. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució per nombre de germans.</b> Valors relatius.....                                   | 59 |
| Gràfic II-4. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució per lloc de naixement del jove.</b> Valors relatius.....                          | 59 |
| Gràfic II-5. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució per grup econòmic.</b> Valors relatius .....                                      | 60 |
| Gràfic II-6. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius                                            | 60 |
| Gràfic II-7. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons percepció del nombre d'estrangers.</b> Valors relatius .....               | 61 |
| Gràfic II-8. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons valoració de la presència d'estrangers..</b> Valors relatius .....         | 61 |
| Gràfic II-9. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons l'impacte en el món laboral.</b> Valors relatius .....                     | 62 |
| Gràfic II-10. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons l'impacte en el món laboral.</b> Valors relatius .....                    | 62 |
| Gràfic II-11. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons l'impacte baix en la societat.</b> Valors relatius.....                   | 63 |
| Gràfic II-12. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons l'impacte alt en la societat.</b> Valors relatius.....                    | 63 |
| Gràfic II-13. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons el grau de simpatia envers diversos col·lectius.</b> Valors relatius..... | 64 |
| Gràfic II-14. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons el grau de tolerància general.</b> Valors relatius .....                  | 64 |
| Gràfic II-15. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons el consum televisiu en dies feiners.</b> Valors relatius.....             | 65 |
| Gràfic II-16. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons el consum televisiu en caps de setmana.</b> Valors relatius .....         | 66 |
| Gràfic II-17. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons acompanyants a l'hora de mirar la televisió.</b> Valors relatius .....    | 66 |
| Gràfic II-18. Temps que dedica la televisió a la immigració. <b>Distribució segons control familiar</b> Valors relatius.....                                 | 67 |
| Gràfic II-19. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Dades generals.</b> Valors relatius.....                         | 68 |
| Gràfic II-20. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió de les noies.</b> Valors relatius.....                    | 69 |
| Gràfic II-21. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió dels nois.</b> Valors relatius.....                       | 69 |
| Gràfic II-22. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió de l'alumnat de 1r cicle.</b> Valors relatius .....       | 70 |
| Gràfic II-23. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió de l'alumnat de 2n cicle.</b> Valors relatius .....       | 70 |

|                                                                                                                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gràfic II-24. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió de l'alumnat nascut a l'estranger.</b> Valors relatius .....                                     | 71 |
| Gràfic II-25. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió de l'alumnat que practica una religió diferent de la catòlica.</b> Valors relatius.....          | 72 |
| Gràfic II-26. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió dels que afirmen que hi ha pocs o bastants estrangers a la societat.</b> Valors relatius .....   | 73 |
| Gràfic II-27. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió dels que afirmen que hi ha molts o massa estrangers a la societat.</b> Valors relatius .....     | 73 |
| Gràfic II-28. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió dels que afirmen que és negativa la presència d'estrangers.</b> Valors relatius .....            | 74 |
| Gràfic II-29. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió dels que afirmen que és cert que els immigrants treuen llocs de feina.</b> Valors relatius ..... | 74 |
| Gràfic II-30. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió dels qui no els agrada la televisió.</b> Valors relatius .....                                   | 75 |
| Gràfic II-31. Grau de presència de la diversitat cultural, segons el tipus de programes. <b>Opinió dels qui sí els agrada la televisió.</b> Valors relatius .....                                   | 75 |
| Gràfic II-32. Temps que dediquen els informatius a la diversitat cultural. <b>Opinió segons el nombre d'hores davant de la televisió en dies feiners.</b> Valors relatius.....                      | 76 |
| Gràfic II-33. Temps que dedica els informatius a la diversitat cultural <b>Opinió segons el nombre d'hores davant de la televisió durant el cap de setmana.</b> Valors relatius .....               | 76 |

## 5. CONTINGUT TELEVISIU RELACIONAT AMB LA DIVERSITAT CULTURAL

|                                                                                                                                                                                                |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gràfic II-34. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Dades generals.</b> Valors relatius.....                                                                       | 77 |
| Gràfic II-35. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució per nombre de germans.</b> Valors relatius.....                                                    | 78 |
| Gràfic II-36. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors relatius .....                                                   | 78 |
| Gràfic II-37. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució per cicle educatiu.</b> Valors relatius.....                                                       | 78 |
| Gràfic II-38. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució per grup econòmic.</b> Valors relatius .....                                                       | 79 |
| Gràfic II-39. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius .....                                                       | 79 |
| Gràfic II-40. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució per religió.</b> Valors relatius.....                                                              | 79 |
| Gràfic II-41. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons percepció del nombre d'estrangers.</b> Valors relatius.....                                 | 80 |
| Gràfic II-42. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons valoració de la presència d'estrangers.</b> Valors relatius.....                            | 80 |
| Gràfic II-43. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons l'opinió de si els immigrants fan feines que rebutgen els d'aquí.</b> Valors relatius ..... | 81 |
| Gràfic II-44. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Opinió dels que troben relació entre immigració i tràfic de drogues.</b> Valors relatius.....                  | 81 |
| Gràfic II-45. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons si hi ha relació entre immigració i augment de la delinqüència.</b> Valors relatius.....    | 81 |

|                                                                                                                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gràfic II-46. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons el grau de simpatia envers els immigrants.</b> Valors relatius.....    | 82 |
| Gràfic II-47. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons el grau de simpatia envers els homosexuals.</b> Valors relatius.....   | 82 |
| Gràfic II-48. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons el grau de simpatia envers els discapacitats.</b> Valors relatius..... | 82 |
| Gràfic II-49. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons el grau de tolerància declarada.</b> Valors relatius .....             | 83 |
| Gràfic II-50. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons el grau de satisfacció per la televisió.</b> Valors relatius.....      | 83 |
| Gràfic II-51. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons consum televisiu en dies feiners.</b> Valors relatius .....            | 83 |
| Gràfic II-52. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons consum televisiu el cap de setmana.</b> Valors relatius .....          | 84 |
| Gràfic II-53. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons acompanyants a l'hora de mirar la televisió.</b> Valors relatius ..... | 84 |
| Gràfic II-54. Temes relacionats amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Distribució segons control familiar.</b> Valors relatius .....                            | 85 |
| Gràfic II-55. Imatges relacionades amb la immigració que apareixen a televisió. <b>Dades generals.</b> Valors relatius.....                                               | 85 |
| Gràfic II-56. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius .....                                                                  | 86 |
| Gràfic II-57. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució per nombre de germans.</b> Valors relatius.....                                                      | 86 |
| Gràfic II-58. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució per cicle educatiu.</b> Valors relatius ....                                                         | 87 |
| Gràfic II-59. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors relatius .....                                                     | 87 |
| Gràfic II-60. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució per grup econòmic.</b> Valors relatius...                                                            | 88 |
| Gràfic II-61. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius.....                                                          | 88 |
| Gràfic II-62. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució per religió.</b> Valors relatius .....                                                               | 89 |
| Gràfic II-63. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons percepció del nombre d'estrangers.</b> Valors relatius .....                                  | 89 |
| Gràfic II-64. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons valoració de la presència d'estrangers.</b> Valors relatius .....                             | 90 |
| Gràfic II-65. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons l'opinió de si els immigrants fan feines que rebutgen els d'aquí.</b> Valors relatius .....   | 90 |
| Gràfic II-66. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons si hi ha relació entre immigració i augment de la delinqüència.</b> Valors relatius .....     | 91 |
| Gràfic II-67. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons grau de simpatia envers els immigrants.</b> Valors relatius .....                             | 91 |
| Gràfic II-68. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons grau de simpatia envers els estrangers.</b> Valors relatius .....                             | 92 |
| Gràfic II-69. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons grau de simpatia envers els gitanos.</b> Valors relatius.....                                 | 92 |
| Gràfic II-70. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons grau de tolerància general.</b> Valors relatius.....                                          | 93 |

|                                                                                                                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gràfic II-71. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons satisfacció per la televisió.</b><br>Valors relatius.....                                        | 93  |
| Gràfic II-72. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons consum televisiu els dies<br/>feiners.</b> Valors relatius .....                                 | 94  |
| Gràfic II-73. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons consum televisiu durant el<br/>cap de setmana.</b> Valors relatius .....                         | 94  |
| Gràfic II-74. Imatges relacionades amb la immigració. <b>Distribució segons acompanyants a l'hora de<br/>mirar la televisió.</b> Valors relatius .....                       | 95  |
| Gràfic II-75. Temes relacionats amb la immigració. <b>Distribució segons control familiar.</b> Valors relatius.....                                                          | 95  |
| Gràfic II-76. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Dades generals.</b> Valors relatius .....                                                                  | 96  |
| Gràfic II-77. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució per sexe.</b> Valors relatius .....                                                            | 96  |
| Gràfic II-78. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució per nombre de germans.</b> Valors<br>relatius.....                                             | 97  |
| Gràfic II-79. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució per cicle educatiu.</b> Valors<br>relatius.....                                                | 97  |
| Gràfic II-80. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors<br>relatius.....                                             | 98  |
| Gràfic II-81. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució per grup econòmic.</b> Valors<br>relatius.....                                                 | 98  |
| Gràfic II-82. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius<br>.....                                                | 99  |
| Gràfic II-83. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució per religió.</b> Valors relatius .....                                                         | 99  |
| Gràfic II-84. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució segons percepció del nombre<br/>d'estrangers.</b> Valors relatius .....                        | 100 |
| Gràfic II-85. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució segons valoració de la<br/>presència d'estrangers.</b> Valors relatius.....                    | 100 |
| Gràfic II-86. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució segons l'opinió de l'impacte de<br/>la immigració en el món laboral.</b> Valors relatius ..... | 101 |
| Gràfic II-87. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució segons l'opinió sobre l'impacte<br/>de la immigració a la societat.</b> Valors relatius.....   | 101 |
| Gràfic II-88. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució segons antipatia envers<br/>diversos col·lectius.</b> Valors relatius .....                    | 102 |
| Gràfic II-89. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució segons simpatia envers<br/>diversos col·lectius.</b> Valors relatius .....                     | 102 |
| Gràfic II-90. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució segons satisfacció per la<br/>televisió.</b> Valors relatius .....                             | 103 |
| Gràfic II-91. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució segons consum de televisió en<br/>dies feiners.</b> Valors relatius.....                       | 103 |
| Gràfic II-92. Feines i ocupacions dels immigrants a televisió. <b>Distribució segons control familiar.</b> Valors<br>relatius.....                                           | 104 |

## 6. ORIENTACIÓ DEL TRACTAMENT TELEVISIU A LA DIVERSITAT CULTURAL

|                                                                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gràfic II-93. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Dades generals.</b> Valors<br>relatius..... | 105 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|

|                                                                                                                                                                                                |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gràfic II-94. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució per sexe.</b><br>Valors relatius.....                                                       | 105 |
| Gràfic II-95. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució per nombre de germans.</b> Valors relatius.....                                             | 106 |
| Gràfic II-96. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució per cicle educatiu.</b> Valors relatius.....                                                | 106 |
| Gràfic II-97. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució per lloc de naixement.</b> Valors relatius .....                                            | 107 |
| Gràfic II-98. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius .....                                                | 107 |
| Gràfic II-99. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució per religió.</b><br>Valors relatius.....                                                    | 108 |
| Gràfic II-100. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució segons valoració de la presència d'estrangers.</b> Valors relatius.....                    | 108 |
| Gràfic II-101. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució segons l'opinió de l'impacte de la immigració en el món laboral.</b> Valors relatius ..... | 109 |
| Gràfic II-102. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució segons l'opinió sobre l'impacte de la immigració a la societat.</b> Valors relatius.....   | 109 |
| Gràfic II-103. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució segons antipatia envers diversos col·lectius.</b> Valors relatius.....                     | 110 |
| Gràfic II-104. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució segons grau de tolerància.</b> Valors relatius.....                                        | 110 |
| Gràfic II-105. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució segons satisfacció per la televisió.</b> Valors relatius .....                             | 111 |
| Gràfic II-106. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució segons consum de televisió en dies feiners.</b> Valors relatius.....                       | 111 |
| Gràfic II-107. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució segons acompanyants a l'hora de mirar la televisió.</b> Valors relatius .....              | 112 |
| Gràfic II-108. Tendència de la gent que apareix a televisió parlant dels estrangers. <b>Distribució segons control familiar.</b> Valors relatius.....                                          | 112 |
| Gràfic II-109. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures. <b>Dades generals.</b> Valors relatius.....                                                                             | 112 |
| Gràfic II-110. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures. <b>Distribució per nombre de germans.</b> Valors relatius.....                                                          | 113 |
| Gràfic II-111. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures. <b>Distribució per cicle educatiu.</b> Valors relatius.....                                                             | 113 |
| Gràfic II-112. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures. <b>Distribució per lloc de naixement.</b><br>Valors relatius.....                                                       | 114 |
| Gràfic II-113. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures. <b>Distribució per grup econòmic.</b><br>Valors relatius.....                                                           | 114 |
| Gràfic II-114. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius.....                                                              | 114 |
| Gràfic II-115. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures. <b>Distribució per religió.</b> Valors relatius .....                                                                   | 115 |
| Gràfic II-116. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures <b>Distribució segons percepció del nombre d'estrangers.</b> Valors relatius.....                                        | 115 |

|                                                                                                                                                                    |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gràfic II-117. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures <b>Distribució segons valoració de la presència d'estrangers.</b> Valors relatius.....       | 116 |
| Gràfic II-118. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures <b>Distribució segons antipatia envers diversos col·lectius.</b> Valors relatius .....       | 116 |
| Gràfic II-119. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures <b>Distribució segons grau de tolerància.</b> Valors relatius .....                          | 116 |
| Gràfic II-120. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures <b>Distribució segons satisfacció per la televisió.</b> Valors relatius .....                | 117 |
| Gràfic II-121. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures <b>Distribució segons consum televisiu en dies feiners.</b> Valors relatius.....             | 117 |
| Gràfic II-122. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures <b>Distribució segons consum televisiu el cap de setmana.</b> Valors relatius .....          | 118 |
| Gràfic II-123. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures <b>Distribució segons acompanyants a l'hora de mirar la televisió.</b> Valors relatius ..... | 118 |
| Gràfic II-124. Tractament televisiu de les persones d'altres cultures <b>Distribució segons control familiar.</b> Valors relatius.....                             | 118 |
| Gràfic II-125. La televisió fomenta el racisme. <b>Dades generals.</b> Valors relatius.....                                                                        | 119 |
| Gràfic II-126. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució segons nombre de germans.</b> Valors relatius .....                                                 | 119 |
| Gràfic II-127. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució segons cicle educatiu.</b> Valors relatius .....                                                    | 120 |
| Gràfic II-128. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució segons grup econòmic.</b> Valors relatius .....                                                     | 120 |
| Gràfic II-129. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució per grup cultural.</b> Valors relatius .....                                                        | 120 |
| Gràfic II-130. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució per religió.</b> Valors relatius .....                                                              | 121 |
| Gràfic II-131. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució segons percepció del nombre d'estrangers.</b> Valors relatius.....                                  | 121 |
| Gràfic II-132. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució segons valoració de la presència d'estrangers.</b> Valors relatius .....                            | 121 |
| Gràfic II-133. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució segons antipatia envers diversos col·lectius.</b> Valors relatius .....                             | 122 |
| Gràfic II-134. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució segons grau de tolerància.</b> Valors relatius.....                                                 | 122 |
| Gràfic II-135. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució segons satisfacció per la televisió.</b> Valors relatius.....                                       | 122 |
| Gràfic II-136. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució segons consum televisiu en dies feiners.</b> Valors relatius.....                                   | 123 |
| Gràfic II-137. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució segons consum televisiu en cap de setmana.</b> Valors relatius.....                                 | 123 |
| Gràfic II-138. La televisió fomenta el racisme. <b>Distribució segons control familiar.</b> Valors relatius .....                                                  | 123 |