

Estudio: “Uso del televisor y molestias visuales”



INFORME DE RESULTADOS
ENERO 2019

1 Uso del televisor y perfil de usuario

- 1.1. Horas de uso
- 1.2. Perfil usuario: datos destacables
- 1.3. Visionado del televisor: jóvenes versus adultos

2 Clasificación usuarios del televisor

- 2.1. Categorías usuarios
- 2.2. Tiempo medio de uso
- 2.3. Datos destacables de los “Heavy Users”

3 Molestias visuales causadas por el uso del televisor

4 Principales conclusiones

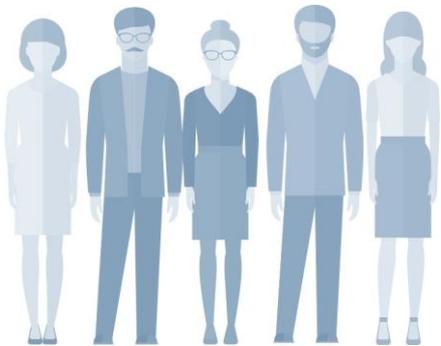
5 Recomendaciones

6 Metodología

El objetivo general de la investigación ha sido conocer los hábitos de uso del televisor y en qué medida su uso prolongado influye en la aparición de diferentes molestias visuales.

El estudio no se centra en los contenidos visualizados (televisión convencional, por cable o contenidos audiovisuales descargados de internet) sino en que la persona entrevistada utilice la pantalla del televisor para visionarlos.

No es un estudio oftalmológico sino un estudio sociológico basado en las respuestas de los entrevistados. Se ha trabajado con una muestra de 1.403 individuos representativa de la sociedad española.



Como podremos observar a partir de los resultados que veremos a continuación, el uso continuado del televisor es directamente proporcional a la aparición de problemas visuales en los usuarios, como es el cansancio visual, dolores de cabeza, sequedad ocular o visión borrosa.

También es bastante relevante el perfil del entrevistado: sexo, edad, situación laboral... en relación a sus hábitos de uso.

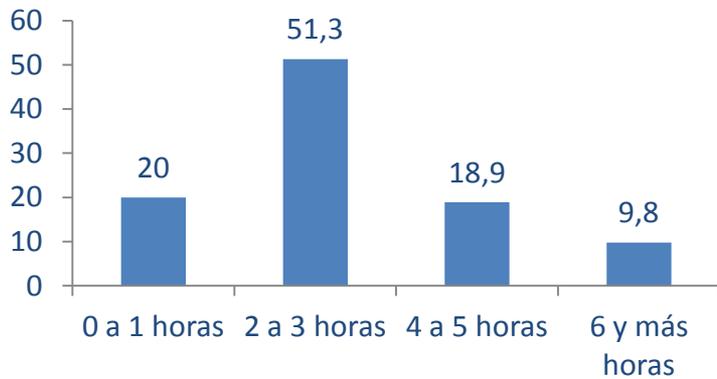
1

Uso de televisor y perfil de usuario

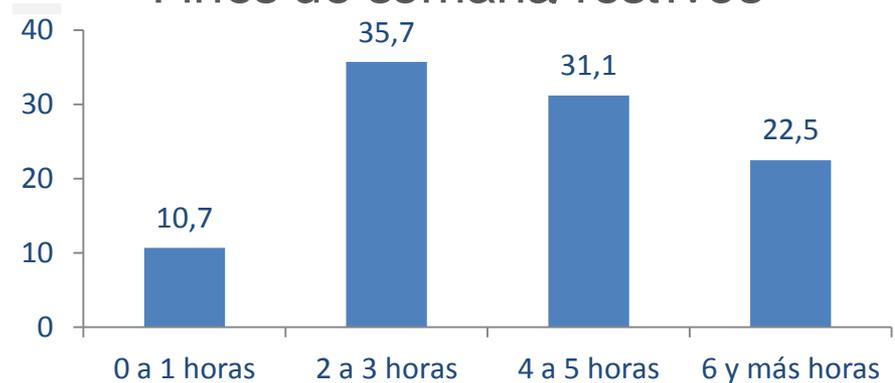
1.1. Horas de uso del televisor

La media de uso del televisor es de 2,9 horas al día.

Días laborales



Fines de semana/festivos



En días laborales la media de horas de uso es de 3

En fines de semana y festivos la media de horas de uso es de 4,1

1.2. Perfil usuario: datos destacables

Las mujeres pasan más tiempo frente al televisor que los hombres (3,1 horas de media al día).

Mujer	Hombre
3,1 h/día	2,9 h/día

Por edad, los mayores de 64 años son los que más horas al día usan el televisor (3,5 horas de media al día).

DE 18 A 24	DE 25 A 34	DE 35 A 44	DE 45 A 54	DE 55 A 64	DE 65 Y MÁS
2,6	2,7	2,8	2,9	3,2	3,5

Por ocupación, el colectivo de quienes se ocupan de las labores del hogar son los que más horas al día usan el televisor (3,8 horas de media al día).

Estudiantes	Trabajan	Jubilados	Desempleados	Labores del hogar
2,4	3	3,4	3,6	3,8

1.3. Visionado televisor: jóvenes versus adultos

**Jóvenes 18 a 24 años:
2,6 h/día**

**Adultos 65 y más:
3,5h/día**

Laborables	Fin de semana
2,7 h/día	3,7 h/día

Laborables	Fin de semana
3,6 h/día	4 h/día

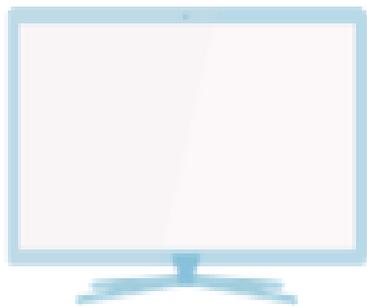
Tanto jóvenes como mayores utilizan el televisor más en fin de semana que entre semana, aunque la diferencia en el hábito laborables vs. fin de semana es más acentuada entre el público de menor edad.

2

Clasificación de los usuarios de televisor

Para calcular el impacto de las horas de uso en la salud visual de los entrevistados, hemos establecido tres categorías en función de la intensidad de uso del televisor tanto en días laborables como en fines de semana, estableciendo una media diaria.

De los resultados obtenidos hemos definido las categorías de intensidad siguientes:



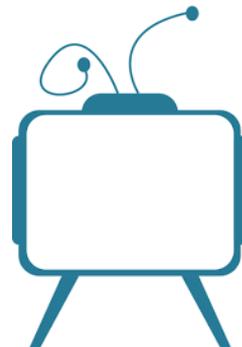
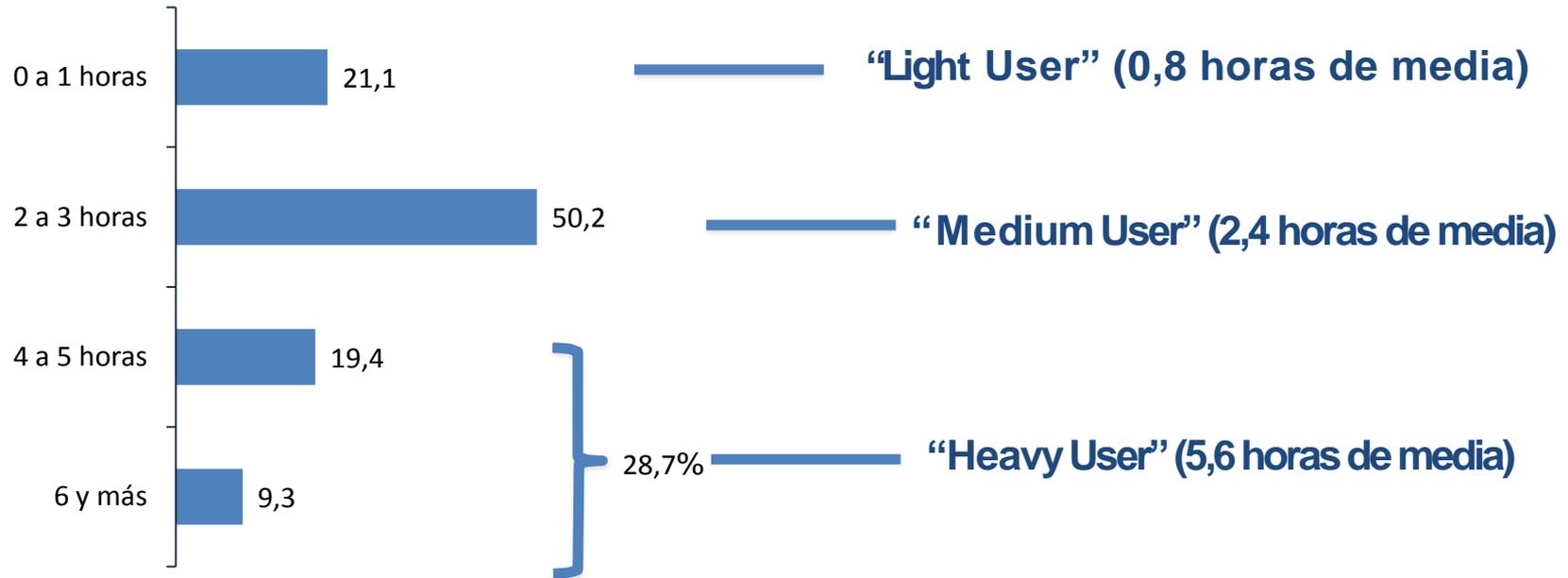
Televisor:

Light User: Entre 0 y 1 horas al día

Medium User: Entre 2 y 3 horas al día

Heavy User: Más de 3 horas al día

2.2. Tiempo medio de uso



2.3. Datos destacables de los “Heavy Users”

Algo más de una cuarta parte de los entrevistados (el 28,7%) es “Heavy User”:

Los “Heavy User” pasan frente al televisor una media de 5,6 horas al día.

En los siguientes colectivos el porcentaje de “Heavy User” supera ese 28,7% de la muestra total:

El 41% de los jubilados son “Heavy Users”

El 43% de quienes se dedican a las labores del hogar son “Heavy Users”

El 39% de los parados son “Heavy users”

El 35% de las personas con hipermetropía son “Heavy Users”

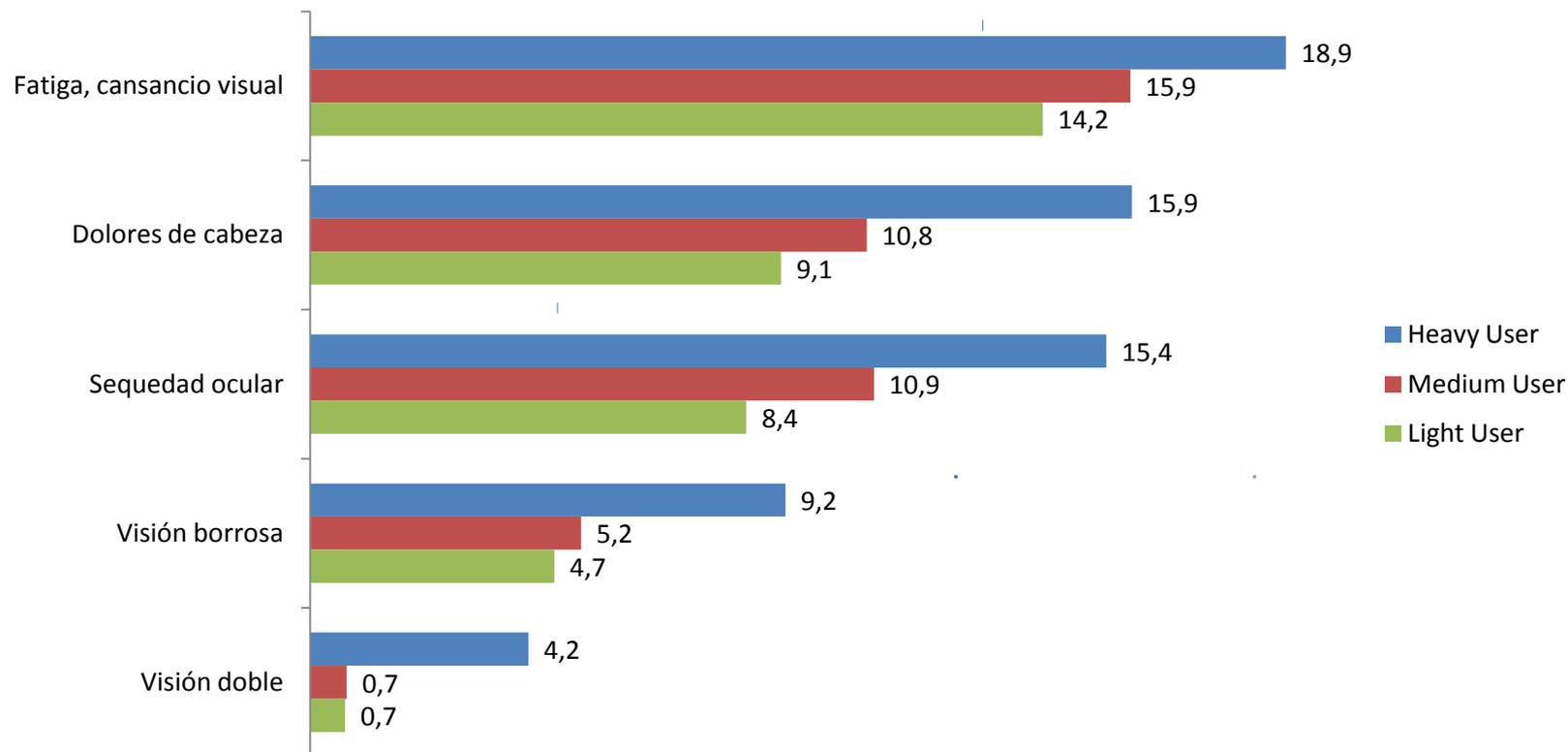
El 38% de quienes tienen 55 o más años son “Heavy Users”

El 30% de las mujeres son “Heavy Users”

3

Molestias visuales causadas por el uso del televisor

3. Incidencia de las molestias visuales según la intensidad de uso



Existe una clara correlación entre una mayor exposición al televisor y la aparición de molestias visuales.

4

Principales conclusiones

- **Usamos el televisor una media de 2,9 horas al día.**
- **Los días laborables lo usamos 3 horas y los festivos y fines de semana 4,1 horas.**
- Son las **mujeres**, los **mayores de 65 años** y las personas que se dedican a las **labores del hogar** los que utilizan de forma más activa el televisor.
- **Casi una cuarta parte de los entrevistados (28,7%) usa más de 3 horas al día** el televisor (con una media de uso de 5,6 horas).
- **El visionado intensivo del televisor es directamente proporcional a la aparición de molestias visuales** en las personas, entre los que destacan la fatiga visual, los dolores de cabeza, la sequedad ocular y la visión borrosa.
- Las personas que usan **más de 3 horas al día el televisor tienen mayor tendencia a sufrir molestias visuales:** fatiga visual 18,9%, dolores de cabeza 15,9% y sequedad ocular 15,4%.

5

Recomendaciones

- Se recomienda el **uso responsable del televisor**, ya que una exposición continuada puede provocar molestias.
- **Usar este dispositivo con una luz adecuada.** Evitar lugares **con excesiva luz que provoquen reflejos en la pantalla.** Tampoco debe **usar en la oscuridad total cuando es la única fuente de luz, mejor poner también una luz ambiente.**
- Es recomendable **colocar el televisor a una distancia correcta**, para ello podemos seguir la regla de los 4,5 centímetros de distancia mínima por cada pulgada que tenga el aparato, así una televisión de 40 pulgadas la colocaríamos a 1,80 metros de distancia, una de 48 a 1,89 metros, una de 50 a unos 2,25 metros, etc.
- Tener en cuenta esta necesidad de distancia mínima a la hora de adquirir un televisor y **que su tamaño sea acorde con las dimensiones de la estancia.**

- **Intercalar periodos de descanso** con el fin de que se pueda cambiar el enfoque de la visión a otros puntos.
- Intentar ajustar la pantalla para conseguir la **máxima resolución posible**.
- **Parpadear con frecuencia para mantener el ojo hidratado correctamente**, ya que al estar concentrados se parpadea menos de lo normal. Incluso, usar gotas lubricantes si se precisa.
- **Acudir a las revisiones oftalmológicas al menos una vez cada dos años**, ayuda a la detección precoz de los problemas visuales y hace que se pueda iniciar el tratamiento preciso.
- Los **niños**, los **mayores de 50 años**, las personas con **diabetes**, con **miopía elevada**, que sufran actualmente o que tengan **antecedentes familiares de patología visual** deberán **revisarse la vista anualmente**.



6

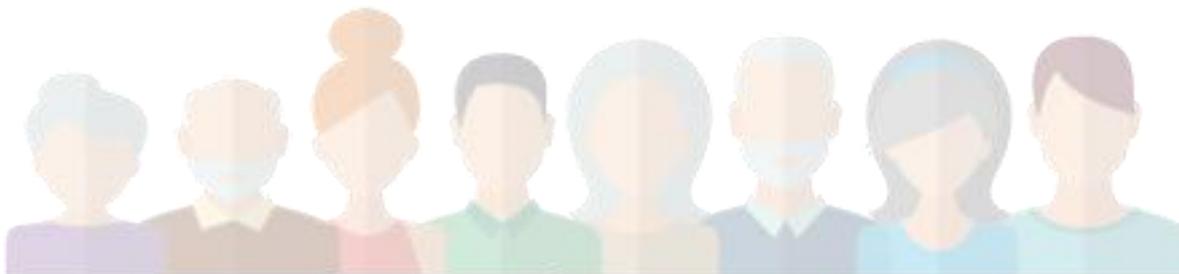
Metodología

Encuesta a población general on line a través de panel.

Las **especificaciones metodológicas** básicas de la encuesta han sido las siguientes:

- **Universo:** población general española de 18 años en adelante.
- **Ámbito:** nacional (península más Baleares y Canarias; se excluyen las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla).
- **Tamaño de la muestra:** 1.403 entrevistas.
- **Distribución de la muestra,** entrevistas distribuidas por Comunidad Autónoma y tamaño de hábitat según distribución geográfica no proporcional para conseguir muestras representativas en la totalidad de las CC.AA.
- **Selección del entrevistado:** la selección del entrevistado se ha realizado aplicando cuotas de sexo y edad a la muestra total.

- **Error de muestreo:** asumiendo los criterios y principios del muestreo aleatorio simple, para un nivel de confianza del 95.5 % (dos sigmas) y en la hipótesis más desfavorable ($p=q=50$), el error de muestreo para la muestra total de 1.403 entrevistas es de +2,7%.
- **Cuestionarios:** estructurado y precodificado, con la inclusión de algunas preguntas abiertas y semi-abiertas. Incluye preguntas acerca del objetivo de la investigación así como los datos de clasificación sociodemográfica que permiten la posterior explotación de los resultados por segmentos de población, a saber: género, edad, nivel de estudios, situación laboral.
- La duración media de la entrevista ha sido de 10,6 minutos.



Distribución por CCAA

	Núm. Entrevistas	%
Andalucía	182	13
Aragón	66	4,7
Asturias	61	4,3
Baleares	60	4,3
Canarias	65	4,6
Cantabria	63	4,5
Castilla-La Mancha	69	4,9
Castilla y León	69	4,9
Cataluña	162	11,5
Valencia	107	7,6
Extremadura	58	4,2
Galicia	64	4,6
Madrid	143	10,2
Murcia	65	4,6
Navarra	58	4,2
País Vasco	69	4,9
Roja	42	3
TOTAL	1.403	100

Distribución por Hábitat

	Núm. Entrevistas	%
De 2.001 a 10.000	295	21
De 10.001 a 50.000	385	27,4
De 50.001 a 100.000	167	11,9
De 100.001 a 500.000	374	26,7
Más de 500.000	182	13
TOTAL	1.403	100

Sexo (cuota)

	Núm. Entrevistas	%
Hombre	692	49,3
Mujer	711	50,7
TOTAL	1.403	100

Edad (cuota)

	Núm. Entrevistas	%
De 18 a 24	132	9,4
De 25 a 34	275	19,6
De 35 a 44	295	21
De 45 a 54	244	17,4
De 55 a 64	186	13,3
De 65 y más	271	19,3
TOTAL	1.403	100

Nivel estudios (entrevistado)

	Núm. Entrevistas	%
Menos que estudios primarios	8	0,6
Estudios primarios completos (EGB)	83	5,9
Bachiller elemental (FP 1er grado/ESO)	198	14
Bachiller superior (BUP/COU/FP 2 grado/Bachillerato)	506	36,1
Tres años de universidad (Diplomatura/Ingeniería técnica)	266	19
Licenciatura/Grado o mas	342	24,4
TOTAL	1.403	100

Situación laboral (entrevistado)



	Núm. Entrevistas	%
TRABAJAN O HAN TRABAJADO	1.270	90,5
Está trabajando como autónomo	142	10
Está trabajando por cuenta ajena	649	46,3
Está parado, ha trabajado con anterioridad	133	9,5
Está jubilado, ha trabajado con anterioridad	279	19,9
A cargo de las labores del hogar, ha trabajado con anterioridad	67	4,8
NO HAN TRABAJADO NUNCA	133	9,5
Está estudiando	100	7,1
Está parado buscando su primer empleo	12	0,9
A cargo de las labores del hogar y nunca ha trabajado	21	1,5
TOTAL	1.403	100



CLINICA
BAVIERA

Muchas gracias