

# ARTÍCULOS



# *Limitaciones para el establecimiento de una tipología de la investigación sobre niños y televisión: el caso español*

JAVIER CALLEJO

Departamento de Sociología I

U.N.E.D.

mcallejo@poli.uned.es

## **1. INTRODUCCIÓN**

En el presente trabajo se analiza una selección de investigaciones realizadas en España sobre la relación entre niños y televisión. Se ha primado la dimensión metodológica en el análisis o, lo que podría considerarse lo mismo, además de exponer los planteamientos y resultados a los que llegan tales investigaciones, se ha tenido muy en cuenta el diseño de las investigaciones y los procedimientos utilizados como posible aval de tales resultados. Por tal interés metodológico, se ha primado la observación de estudios empíricos, que, presentados como científicos son los que de una manera manifiesta permiten la observación de la observación, que es una de las bases del sistema de la ciencia<sup>1</sup>.

Se han seleccionado los estudios que se creen más relevantes, ya sea por el momento en el que fueron realizados, su influencia sobre el conjunto de la investigación o su profundidad. Una selección criticable, como todas, que también se expone a la observación crítica. Ahora bien, de la selección se han quedado explícitamente al margen los estudios dedicados a ofrecer los perfiles de la

---

<sup>1</sup> Aun cuando una concepción extensa de la consideración de la ciencia como observación de la observación puede encontrarse en la mayor parte de las definiciones metodológicas desde mitad del siglo pasado, ha de reconocerse a Luhmann (1996, 1998) como el autor que sitúa la fórmula en el centro del sistema de la ciencia.

audiencia, donde puede llegar a encontrarse la audiencia infantil. Son estudios periódicos, como los que pueden aportar empresas de la investigación de audiencias con enorme relevancia en España como Sofres o AIMC, institución responsable del conocido Estudio General de Medios<sup>2</sup>, u otras muestras de estudios de análisis de distribución de las audiencias, aun cuando posteriormente haya podido hacerse una legítima explotación de los resultados desde su vinculación con aspectos como la educación o el comportamiento de los niños<sup>3</sup>. En general, suele tratarse de estudios estandarizados, de carácter general, que pueden llegar a arrojar un notable material para su posterior análisis y reflexión, pero que, en bruto, suelen ir poco más allá de los perfiles sociodemográficos (edad, género, hábitat, clase social, etc.) de la audiencia.

Por otro lado, sólo se han tenido en cuenta los estudios publicados, los que son accesibles de una manera relativamente fácil. Tal decisión deja también fuera de la observación aquellos estudios, de los que el autor tiene directa o indirecta referencia, encargados y patrocinados por las cadenas de televisión para su uso particular en relación con las audiencias infantiles. Al respecto ha de señalarse que las cadenas de televisión, como empresas, han llevado a cabo estudios empíricos, casi siempre desde la perspectiva cualitativa de investigación social, con el fin de atraer y fidelizar al sector infantil de la audiencia.

El balance general de la observación es escasamente positivo. En realidad y aun cuando se viene reclamando la consolidación de un programa de investigación sobre la relación entre infancia y televisión en España desde los inicios del funcionamiento del medio en el país, sólo recientemente se han fraguado estudios y análisis con suficiente entidad metodológica. Las aproximaciones empíricas a la audiencia televisiva infantil han sido aún más escasas, si se dejan a un lado las directamente encargadas o realizadas por la cadena para la toma de decisiones sobre su planificación y programación, material, por otro lado, de difícil o imposible acceso. Esto nos sitúa a gran distancia de países del ámbito anglosajón, que, con Estados Unidos a la cabeza, han producido un material al respecto que es inmenso (Núñez Ladevéze y Pérez Ornia, 2002). Fruto de su mayor desarrollo científico general y, sobre todo, de la inicial y rápida extensión que adquirió en estas sociedades el medio televisivo y la reflexión y los estudios empíricos sobre el mismo, tanto en el ámbito empresarial como académico.

La relativamente escasa investigación sobre el tema, contrasta con la notable preocupación que la sociedad española ha manifestado con respecto a la programación televisiva infantil. En especial algunos programas, calificados como infantiles e integrados en el horario que se considera infantil, han recibido notables y

---

<sup>2</sup> Sobre la función de este tipo de investigación de audiencia como vía para certificar el mercado de las audiencias, véase Callejo (2002).

<sup>3</sup> Una buena parte de estudios de análisis de la distribución de las audiencias y su relación con el mundo educativo, para distintas autonomías, puede encontrarse en las diversas revistas de educación presentes en las mismas.

extendidas críticas en la sociedad, ya sea por sus contenidos violentos, consumistas o sexistas. Preocupación de la sociedad que se acentúa al hilo de la observación de que los programas más criticables eran los que recogían mayor acumulación de audiencia infantil. Es decir, nos encontramos ante un fenómeno en el que las normas de frecuencia, apoyadas en el registro realizado por la audiometría, parecen ir en contra o, al menos, a gran distancia, de las normas de referencia, del «deber ser», expresado principalmente por padres. Fenómenos que cada vez adquieren mayor relevancia en la observación sociológica, ya que parecen enfrentar, a la vez, comportamientos y discursos, estructuras materiales o fácticas y estructuras simbólicas, reabriendo vías de análisis de profundo calado teórico.

Además, en estos momentos y tal como muestran las manifestaciones en diversas comisiones parlamentarias, directivas<sup>4</sup> y acuerdos<sup>5</sup>, puede decirse que la sociedad española se encuentra preocupada por los mensajes televisivos que recibe su población infantil. De hecho, el debate que se ha generado más recientemente ha puesto de manifiesto la preocupación por la disminución del tiempo dedicado a la programación infantil, sobre todo en los horarios de programación centrales. Así, durante los últimos años, ha sido prácticamente inexistente una programación infantil específica por la tarde<sup>6</sup>, cuando ésta ocupaba un lugar preferente en tal período de la jornada en las etapas televisivas anteriores. Por lo tanto, se han unido dos sensaciones que dejan a los niños como víctimas de la programación actual de las televisiones de carácter generalista: carencia de contenidos adecuados y ausencia de horarios centrales. Sin embargo, ello no ha sido obstáculo para que durante los últimos años, las televisiones españolas hayan emitido programas con un notable éxito de audiencia. Programas que, en bastantes casos, tienden a coincidir con los socialmente más criticados por las características, moralmente cuestionables, de muchos de sus contenidos. Sin embargo, tal preocupación, tal vez por su acentuación es relativamente reciente, ya que se intensifica con una multiplicación de la oferta de cadenas generalistas y la competencia entre ellas que tiene poco más de un decenio, ha tenido un escaso reflejo en la investigación empírica española. Una escasez que, salvo brillantes excepciones, podría extenderse al conjunto del marco europeo, encontrándose a notable distancia de la producción empírica estadounidense en este campo. La

---

<sup>4</sup> La Directiva europea Televisión sin Fronteras, de octubre de 1993, recoge claramente esta preocupación.

<sup>5</sup> Especial mención ha de hacerse al *Convenio sobre principios para la autorregulación de las cadenas de televisión en relación con determinados contenidos de su programación referidos a la protección de la infancia y la juventud*, firmado por el Ministerio de Educación y Ciencia y las principales cadenas de televisión (TVE, autonómicas y privadas de cobertura nacional), en abril de 1993.

<sup>6</sup> Podría pensarse que, dada la extendida crítica sobre la programación catalogada como infantil, tal vez fuese beneficioso la ausencia o disminución de este tipo de programación. El problema es que durante la emisión de programas adultos en horario tradicionalmente infantil la probabilidad de que los niños estén ante la pantalla del televisor es alta.

evaluación llevada aquí de las investigaciones seleccionadas ha de partir de tal contexto y, por ello, de la celebración del interés por el traslado de la preocupación social al terreno de la observación empírica. Incluso, con relativa independencia del resultado obtenido; aunque de buenas intenciones está lleno el saco de las investigaciones mediocres.

Vaya entonces por delante el valor de la investigación sobre el tema, cuando hasta ahora nos habíamos encontrado con un auténtico erial. Ello no puede impedir que, especialmente de cara a quienes en el futuro y sobre esta base se propongan a seguir el camino, se subrayen los defectos de los estudios analizados. Se hace con afán de que sean superados y con la conciencia de la inexistencia de la investigación perfecta. En especial, si se acentúa la evaluación metodológica, quien crea haber realizado una investigación perfecta que tire la primera piedra.

## 2. HACIA UNA TIPOLOGÍA

Antes de entrar en la evaluación de las investigaciones llevadas a cabo en España, parece pertinente un primer esfuerzo de ordenar la investigación empírica que se ha hecho y se hace sobre el tema. Para ello, se intenta realizar una primera aproximación tipológica de las principales formas de observación de la relación entre niños y televisión. No obstante, bien es sabido el problema que, a su vez, genera este tipo de aproximación, pues conlleva la presencia de una teoría propia.<sup>7</sup>

Los criterios para establecer la tipología son múltiples, desde la edad de los niños observados o criterios basados en el perfil uno de los objetos posibles de investigación hasta las prácticas de investigación utilizadas o criterios basados en los procedimientos de investigación, pasando por las intenciones de los emisores, como educar, entretener, informar, divulgar, etc., o un criterio tan al alcance del conocimiento de todos como el género de los programas infantiles observados. Excede de las intenciones de este trabajo discutir sobre la conveniencia de la adopción de unos criterios u otros, pues vinculan también opciones teóricas que sería necesario discutir. Para simplificar aquí, se han utilizado dos criterios dicotómicos de carácter bastante general para el establecimiento de una tipología de investigaciones, con la conciencia de que es una opción pragmática que puede generar crítica y discusión. Sobre todo, por que la insuficiencia de tipos que genera obliga a reunir en un mismo cajón, como homogéneas, investigaciones empíricas que pueden ser muy distintas. Se intentará matizar este aspecto cuando llegue el momento.

---

<sup>7</sup> La intrincada y complicada relación entre teoría y tipología se encuentra ya en los inicios institucionales de la investigación social. Véase, para el caso de la Sociología, los casos de Durkheim (1982a[1895], 1982b [1897]), Durkheim y Mauss (1971 [1903] ), Weber (1979 [1922]) o Goblot (1925)

El primer criterio se establece sobre la definición concreta del objeto material de la investigación empírica, lo que se establece como material de análisis, y divide dicotómicamente los estudios según centre la observación en los contenidos televisivos ofrecidos a los niños o jóvenes, o en el comportamiento de éstos últimos. El otro criterio, que también se ha formulado de manera dicotómica para simplificar la presentación, se apoya en la perspectiva que guía la investigación, que, a veces, toma la característica de hipótesis: la relación entre televisión y niños o jóvenes se establece en principio desde el contenido del primer elemento (medio en sí mismo o sus contenidos, como programas televisivos específicos) hacia el segundo, (los niños o jóvenes) o, desde la perspectiva opuesta, dando más autonomía a este segundo elemento del análisis (niños o jóvenes), los receptores, que se convierten en condicionantes de la programación de los contenidos del medio de comunicación. Se es consciente de que no deja de ser una tipología la que se genera que deja abundante terreno fronterizo en liza, pues hay estudios que intentan articular el análisis de contenidos y comportamientos, como los puede haber que, en lugar, de partir de una línea de causalidad entre televisión y niños, más o menos clara y directa, y en un sentido u otro, lo hagan desde el recíproco condicionamiento de ambos polos. Pero, de hecho, éste suele ser más un resultado, que un punto de partida. No obstante y a pesar de sus deficiencias, la articulación de ambos criterios sirve para ordenar la investigación.

Los estudios centrados en el análisis de los contenidos televisivos y que, asumen, explícita o implícitamente, una representación pasiva del niño o el joven en relación con ellos pueden considerarse abundantes. Al poner el acento en el análisis de los contenidos se deriva que es éste el que condiciona los comportamientos de los niños o jóvenes. Van desde el análisis fenomenológico-interpretativo de tales contenidos, dando pie a ensayos con tendencia tanto a cierto alarmismo como, sobre todo, a la crítica<sup>8</sup>; hasta el análisis de contenido, de carácter cuantitativo y moderadamente más tendente a la descripción<sup>9</sup>; pasando por el análisis semiótico de corte estructuralista, donde domina la tendencia a buscar los códigos dominantes de los mensajes, insertos en sus estructuras laten-

---

<sup>8</sup> Ni en esta línea ni en otras se intenta una acumulación exhaustiva de referencias notables. Baste señalar aquí por su trascendencia pública trabajos que van desde las serias críticas de la escuela de Frankfurt, que sólo de manera muy periférica se preocupó por la relación entre niños y televisión, a los más refrescantes de Mayer (1972), que dedica una parte de su texto a la programación infantil, o Postman (1991), pudiéndose vincular esta obra con la que postula la desaparición de la infancia (Postman 1984).

<sup>9</sup> Sin embargo, cuando el análisis de contenido adquiere solidez se convierte en una importante base para la interpretación enriquecedora. Es el caso, para los niños, del estudio de D'Amato (2002), que realiza un análisis de contenido sobre los programas infantiles y juveniles emitidos por la televisión italiana desde 1954 hasta 2001. También la solidez de la investigación puede arrojar conclusiones relativamente sorprendentes, como que la violencia contenida en los programas dirigidos a menores de 12 años es mayor que en los programas de adultos (Wilson y otros, 2002). Una conclusión que también se encuentra en investigaciones españolas, véase Urra y otros (2000).

tes, como códigos que se imponen a las estructuras ideológicas de los sujetos<sup>10</sup>. Hay que señalar que buena parte de la acumulación de material en este tipo de investigación se debe a su relativo escaso coste de recursos económicos, que suele llevar aparejada la investigación social, más allá del esfuerzo del investigador, tanto en la recopilación de material como en el análisis.

Los estudios centrados en los contenidos del medio y que parten de una representación activa del niño se encuentran inmersos en cierta contradicción. Si lo que se plantea es que los niños o jóvenes eligen o actúan sobre tales contenidos, lo lógico es la observación de tales elecciones o comportamientos, en lugar de inferir éstos a partir de los contenidos. No obstante, tienen su lugar en el ámbito empresarial de la televisión: explicar el éxito de un programa, su acumulación de audiencia, a través de los contenidos de éste, suponiendo que es el niño o joven el que elige y no el programa el que se impone. Preferentemente se sitúa al niño o al joven como elector, más o menos racional, de contenidos pero sin comprobar directamente su racionalidad.

La otra relación de los criterios propuestos que más investigación ha acumulado a lo largo de los años es la establecida entre la observación de los comportamientos de los niños o jóvenes y la suposición del condicionamiento del medio o sus contenidos. Se ha nutrido este tipo de las más diversas formas de diseño de investigación; pero ha tendido a dominar el diseño experimental y la teoría de los efectos.

Esta posición tipológica concentra los estudios que durante muchos años han adquirido la categoría de referencia general para la investigación sobre el tema, como los llevados a cabo por el equipo dirigido por Himmelweit (1958)<sup>11</sup> o por el formado por Schramm<sup>12</sup> se han centrado, desde el lugar paradigmático de la teoría de los efectos del medio<sup>13</sup>, en la relación entre procesos de aprendizaje e intelectuales (creatividad, logro escolar), comportamientos asociales (violencia, agresividad) y televisión: lo que los niños aprendían de la televisión o lo que

---

<sup>10</sup> Tipo de análisis que toma como referencia inaugural el estudio de Propp (1974 [1928]) sobre los cuentos rusos infantiles.

<sup>11</sup> Estudio clásico que recoge los efectos relativamente positivos de la televisión sobre la adquisición de conocimientos y habilidades.

<sup>12</sup> En Schramm y otros (1965) se parte de once estudios realizados en diversos puntos norteamericanos (San Francisco, Montañas Rocosas, Canadá, un suburbio americano y Denver), durante dos años. En total se obtienen encuestas a 6.000 jóvenes y 2.000 padres. Sus resultados se dirigen en varias direcciones. Por destacar un par de ellas: los niños evitan los programas educativos en televisión y la televisión no perjudica la lectura, pues los niños que ven más televisión son los que más leen. En Lyle y Hoffman (1972) se continúa la observación. Ahora son 1.500 encuestas a niños y madres. Entre los resultados: 90% identifica los programas de más éxito (*Los Picapietra*), el 80% ven programas de adultos, no hay distinción de clase social en la relación con la televisión, el 80% hace otra cosa mientras están delante del televisor y nueve de cada diez madres entrevistadas opina que los niños aprenden de la televisión.

<sup>13</sup> Para una visión general y bastante completa del conjunto de corrientes que han enfocado los medios de comunicación desde la perspectiva de los efectos, Bryant y Zillmann (1996).



hacían a partir del seguimiento televisivo, y se han inclinado por la metodología de encuestas y con diseños experimentales o cuasiexperimentales<sup>14</sup>. Tanto estas preocupaciones dominantes, como la metodología utilizada, han tendido a constituir implícitamente a la televisión como la principal, si no la única, fuente de aprendizaje o de modelos de conducta, sin apenas dejar espacio para que los propios sujetos ubicaran el lugar que tenía el medio de comunicación en sus vidas. Sin embargo, es tal la cantidad de material empírico producida que se encuentran resultados con direcciones contrarias. Así, el estudio de Hodge y Tripp (1988), apoyado en técnicas proyectivas generadoras del propio discurso de los niños, concluyen sobre el lugar sustancialmente relativo que ocupa la televisión en la vida y formación de las facultades de aprendizaje de los niños; se trata de un estudio que marca la distinción entre lo que los adultos proyectan que ven los niños en los programas de éxito dirigidos a ellos y lo que reciben los propios niños. En cualquier caso, la extensa investigación empírica anglosajona dentro de este tipo ha arrojado resultados de lo más variado, frecuentemente contradictorios unos con otros<sup>15</sup>. Valga el ejemplo de los diversos estudios, con opuestos resultados, sobre los efectos cognitivos de un programa tan renombrado como *Sesame Street* (Barrio Sésamo) (Cook y otros 1975).

Evidentemente, es tal la amplitud de este tipo de estudios que caben múltiples criterios de subdivisión. Tal vez uno de los más relevantes, sea el de la inclusión de los padres como objeto de observación, en cuanto potenciales mediadores en la relación entre niños y televisión, cuestión que abre la posibilidad de la extensión de la propia unidad de observación desde los niños a la familia. Dependerá del lugar que se dé a ésta en la relación entre niños o jóvenes y televisión, ya sea como mediador que potencia las resistencias de los niños a los efectos del medio<sup>16</sup> o, al contrario, como amplificador de la acción de la televisión, de tal manera que cabe admitir una relación causal entre medio de comunicación, familia y niño o joven.

Ahora bien, el otro gran criterio de subdivisión puede establecerse a partir de los propios efectos: ¿sobre que aspectos del comportamiento de los niños o jóvenes se sitúa el análisis de los efectos del medio de comunicación? A modo únicamente ilustrativo, los principales campos de comportamiento estudiados hasta acumular un número de estudios tan relevante que parece cobrar autonomía propia han sido:

---

<sup>14</sup> Tomando la denominación de Campbell y Stanley (1991)

<sup>15</sup> Para una evaluación, véase Clifford y otros (1995).

<sup>16</sup> Un estudio relativamente reciente que sitúa la importancia de las estrategias de mediación, especialmente de los padres, para evitar efectos de creación de estereotipos de género entre los niños, a partir de la estereotipada acción de la televisión, es el de Nathanson y otros (2002). Al respecto, ha de indicarse que no todos los padres presentan tan escaso control sobre la televisión que ven sus hijos como los estadounidenses o los españoles (ver más adelante). Al menos, los padres chinos tienen una conducta muy distinta (Chan y McNeal, 2003).

- Comportamientos sociales, como participación, relaciones sociales, asociación, agresividad, etc.<sup>17</sup>
- Comportamiento y logro escolar. Se incluyen dimensiones como, por ejemplo, la creatividad.<sup>18</sup>
- Comportamientos de ocio<sup>19</sup>.
- Comportamientos y hábitos con relación a la televisión<sup>20</sup>.
- Comportamientos de consumo, centrados especialmente en los efectos de la publicidad televisiva<sup>21</sup>.
- Comportamientos con relación a la salud. Se incluyen aquí estudios de los efectos de la televisión sobre: tabaquismo, alcoholismo, anorexia<sup>22</sup>, bulimia, etc.
- Diferentes comportamientos del medio con respecto al género o la etnia<sup>23</sup>.

Cada uno de estos apartados, juega después con sus variables respectivas. Ahora bien, ha de destacarse la posibilidad de que un objeto específico de estudio se encuentre en el cruce de varios de estos campos del comportamiento y las actitudes. Piénsese, por ejemplo, en un estudio sobre los efectos de la publicidad de alcohol en televisión sobre los niños o jóvenes, podría quedar clasificado en el campo de los comportamientos de consumo o los relacionados con la salud. Lo mismo pasaría con un estudio sobre los efectos de la publicidad televisiva de juguetes en la creatividad de los niños, cabría tanto en el apartado relativo a los logros escolares, como en el de consumo.

---

<sup>17</sup> Entre la mucha investigación existente en este subcampo, destacar la de Van der Voort (1980), tal vez por separarse del núcleo duro de la concepción de los efectos, con una muestra de 314 niños holandeses y la observación de la discriminación entre géneros o tipos de programas. También Singer y Singer (1981). Para una relativamente temprana evaluación de la extensa investigación empírica realizada, Andison (1977). Para una más reciente, Paik y Comstock (1994). Una extensa acumulación de la violencia en televisión que va desde los efectos en los niños, a la interpretación que éstos hacen de la violencia televisada, como hacen Krcmar y Cooke (2001), con una investigación experimental entre 184 niños distribuidos en 4 grupos, donde se constata que la violencia no sancionada queda legitimada. La principal autora de esta investigación, realiza otra (Krcmar y Curtis, 2003), con 121 niños divididos en 3 grupos, que ven distintos finales (violento, no violento, grupo de control), donde el final violento aparece como el más lógico, como prueba de la socialización del niño en la violencia televisiva.

<sup>18</sup> Burton y otros (1979), Gaddy (1986), Ritchie y otros (1987).

<sup>19</sup> Mutz y otros (1993). Destacar el estudio de Greenfield y otros (1993) sobre los efectos de los programas basados en muñecos en la imaginación infantil para el juego.

<sup>20</sup> Huston y otros (1981).

<sup>21</sup> Adler y otros (1977), Goldberg y otros (1978), Gorn y Goldberg (1982), Wartella (1988), Grube y Wallack (1994). Sobre los estilos más eficaces entre los jóvenes, en anuncios anti-alcohol, véase Andsager y otros (2001), en esta ocasión utilizando prácticas cualitativas de investigación social.

<sup>22</sup> Véase Botta (1999), Harrison y Cantor (1997). Más allá de la televisión, a Gordon (1990).

<sup>23</sup> Greenberg (1996), Greenfield y Beagles-Roos (1998)

Por último, se abre otra subdivisión posible en este tipo de estudios, más interesante metodológicamente, ya que toma como criterio el diseño de la investigación. Al enfocar los efectos de la televisión sobre la juventud y la infancia, surge una pregunta: ¿a qué plazo hay que considerar tales efectos? Para su análisis, se requiere de estudios longitudinales, a lo largo del tiempo. Las dificultades materiales para su realización y la relativa complejidad de sus diseños, ha hecho que sean pocos los estudios longitudinales relevantes, siendo, en todo caso, ampliamente mayoritarios los estudios transversales o que observan a los sujetos en un único momento. Por su dificultad, merece la pena detenerse en un estudio<sup>24</sup> como el de Anderson y otros (2001). Se establece un seguimiento de 570 adolescentes de Kansas y Massachussets, entre 15 y 19 años, cuyo uso de la televisión había sido observado y registrado cuando estaban en edad pre-escolar (5 años). El seguimiento se hace mediante entrevista telefónica y redacciones, versando ambas sobre el uso de medios de comunicación, calificaciones obtenidas en distintas materias (idioma, ciencia, matemáticas) y hábitos (de ocio, agresión, participación en asociaciones, etc.). Puede observarse así las relaciones a largo plazo entre televisión y niños<sup>25</sup>. En sus conclusiones, entre las que se recogen notables diferencias en función de la televisión previamente vista (cuando tenían cinco años) y el género, destaca que la televisión es, además de un medio, un conjunto de contenidos específicos. Así, los contenidos televisivos seguidos en edad pre-escolar predicen la actividad extracurricular posterior: modelos de rol o de identidad, imágenes del cuerpo. De esta manera, se concluye que los contenidos de los programas televisivos son más importantes que la cantidad de relación con el medio, casi siempre medida en unidades temporales (minutos, horas, etc.). Es decir, desde tal conclusión, es más importante atender a *la* televisión que ven los niños y jóvenes, que a la mera computación de la actividad ver la televisión, en comparación con otras actividades. Dicho de manera más directa: lo malo no está en ver la televisión sino en la televisión que se ve, en ver determinado tipo de televisión.

Ha de advertirse que desde este tipo de investigación no se abandona el análisis de contenido como práctica de investigación<sup>26</sup>. Lo que sí cambia es su lugar

---

<sup>24</sup> Otro estudio longitudinal relevante es el de Eron (1980), con un seguimiento de los comportamientos, en función de la cantidad de violencia televisiva seguida cuando los observados tenían 8 años. Una amplia revisión de los estudios longitudinales realizados durante los últimos años en el ámbito anglosajón, se encuentra en Huesmann y Miller (1994).

<sup>25</sup> El modelo de investigación es transparente: las variables dependientes en un modelo de regresión jerárquica fueron los resultados de las entrevistas de los adolescentes y sus redacciones. Clara está, las variables predictoras eran las relaciones con la televisión vista cuando tenían cinco años.

<sup>26</sup> Véase así un trabajo también que cabe considerar clásico en este tipo de investigación: Gerbner y otros (1996), donde se analizan 2.200 programas para observar el efecto que producen en los valores de los espectadores más frecuentes y compulsivos. De hecho, la atención en los estereotipos puesta por este equipo de investigación ha producido estudios de algunos de sus miembros apoyados exclusivamente en el análisis de contenido, como es el caso de Signorelli (1989) y los estereotipos de género.

en la perspectiva de la investigación, ya que el acento de la observación se pone en el comportamiento o respuesta de los sujetos a partir de tales contenidos.

El último tipo de investigación es el que, fijando la observación en los sujetos, parte de la suposición de que son éstos los que, si bien no puede decirse directamente que condicionan el medio, sí, al menos, que son capaces de integrarlo en su lógica de actividad cotidiana y, en definitiva, en sus prácticas materiales y simbólicas previas. Los sujetos se enfrentarían al medio como tales sujetos: con experiencias vitales y sociales capaces de integrar nuevas experiencias, como las televisivas. También ha dado este tipo de investigación de los receptores autónomos un buen número de estudios empíricos. En especial, entre los incluidos en la corriente denominada *usos y gratificaciones*,<sup>27</sup> que, en buena medida y especialmente en sus inicios, comparte formas de aproximación a las realidades empíricas dominantes en el anterior tipo de investigación señalado como investigación de los efectos del medio<sup>28</sup>: diseño experimental y encuesta mediante entrevista precodificada y estandarizada.

La otra gran corriente dentro de este tipo de investigación, los *estudios culturales*, se ha ocupado poco de la relación entre niño y televisión. La razón de tal circunstancia la ofrece Walkerdine: «*Los estudios culturales no han tenido casi nada que decir sobre los niños pequeños. Su agenda de investigación se ha concentrado sobre todo en la juventud masculina y más tarde femenina. No es de extrañar que esto haya sido así, dado el interés de este tipo de trabajos por el tema de la resistencia: si las chicas adolescentes debían luchar por hacerse un lugar, los más pequeños raramente ocupan un puesto muy inferior en el índice de resistencia*» (Walkerdine 1998:483). Sin embargo, a pesar de que son escasos los estudios temáticos al respecto dentro de esta corriente, hay que destacar que supone un cambio radical con respecto a los anteriores enfoques, tanto por perspectiva, dando a los sujetos un lugar epistemológico principal, como por metodología, ya que tiende a usar prácticas cualitativas de investigación social y, con especial preferencia entre éstas, de prácticas etnográficas. Se da así un rumbo distinto a la investigación de los medios de comunicación, donde la experiencia de los sujetos fuera de la relación con los medios de comunicación, su historia concreta, tiene un peso relevante. Por otro lado, con respecto a la relación entre niños y televisión, se da un papel primordial a la familia, como contexto concreto e inmediato en el que el niño o el joven se relaciona con el medio.

---

<sup>27</sup> Han transcurrido casi treinta fructíferos años, en investigación empírica, desde la presentación del programa de esta corriente por parte de Katz, Blumler y Gurevitch (1974), como para detenerse en ella, aun cuando fuese sólo en la vinculación que establece entre televisión e infancia o juventud. Para una exposición de sus presupuestos, también se encuentra una numerosa bibliografía en castellano; véase Valbuena (1976:14 y ss.), Roda Fernández (1989:234-5), Nosnik (1991:97 y ss.) o Saperas (1992:150 y ss.).

<sup>28</sup> La conexión puede ir más allá del mero uso común de las mismas prácticas de investigación. Véase Lowery y de Fleur (1983:24-26).

Desde tal papel primordial de la familia como contexto de recepción pero, también, como núcleo de relaciones de poder y diferencia entre los géneros (lo que distingue a la corriente de los estudios culturales de otras corrientes o escuelas de investigación) se encuentra la investigación de Morley (1986) con 18 familias de clase trabajadora, blancas, del Sur de Londres. Si bien es cierto que no aborda directamente la relación con los niños, si se tiene en cuenta que el estudio se apoya en entrevistas a padres y madres, éstos aparecen constantemente en los discursos de las relaciones con el medio<sup>29</sup>.

Una de las líneas principales de los estudios culturales es la observación de cómo los sujetos integran en su existencia concreta el uso de los medios. Esto es lo que hace Clark (2002) con adolescentes y los mensajes próximos a la paraciencia. Esta investigadora observa cómo los adolescentes integran en sus creencias religiosas narraciones de lo paranormal o de mundos extraños, extraídas principalmente de la televisión.

Fuera de las dos corrientes de referencia en este tipo de investigación, destacan estudios empíricos difícilmente encuadrables en programa específico alguno. Es el caso, por ejemplo, del estudio de los suecos Rosengren y Windahl (1989), donde los efectos del medio quedan subordinados al uso que los niños y adolescentes hacen del medio. Parte esta investigación del denominado Media Panel Program<sup>30</sup>, cuyo principal resultado es un panel de audiencia que permite el uso de técnicas de análisis multivariante. Tras analizar el uso del medio que hacen los niños y adolescentes en sus distintas fases de desarrollo biológico, cognitivo y social, señalan cómo tal uso está afectado por dimensiones de la estructura social como la clase social. Por lo tanto, los efectos dependerían de un uso del medio que, a su vez, dependería de la clase social de los receptores. Más que de efectos del medio, se trata de las consecuencias de determinados usos del medio.

Otro ejemplo, que intenta articular tanto la perspectiva de los efectos como la del uso del medio, es la investigación de Clifford y otros (1995), donde se trabaja con chicos entre 8 y 15 años a partir de pequeños grupos (primera parte) y

---

<sup>29</sup> Una colección de estudios realizados en distintos países centrados en la relación entre familia y televisión y, en su mayoría, próximos a los presupuestos de la corriente de los estudios culturales o, en todo caso, alejados de la concepción del carácter determinante del medio de comunicación, se encuentra en Lull (1988). Todos los estudios presentados se realizan desde la perspectiva cualitativa de la investigación social. De especial relevancia al respecto, son las notas metodológicas que el mismo Lull (1990) presenta sobre la investigación etnográfica de audiencias, derivadas precisamente de sus propias investigaciones que toman a las familias como receptoras, preguntándose el uso que hacen de la televisión. Familias residentes en lugares tan distintos como Estados Unidos o China. En cualquier caso, el título de esta la última obra referida (Lull 1990), condensa la posición de este tipo de investigación: analizar lo que ocurre entre los receptores en su relación con el medio, lo que hacen con el medio, y no, como en el otro tipo de investigaciones empíricas, lo que hace el medio a los receptores.

<sup>30</sup> El Media Panel Program se desarrolla en Suecia entre 1975 y 1981, de manera que 1.800 niños y adolescentes y sus padres fueron consultados sobre sus hábitos con relación a los medios de comunicación y otros fenómenos relacionados.

pre-test y test, en una segunda parte que incluye el visionado diferencial —según el grupo al que son adscritos los niños— de programas dramáticos (películas), informativos (series científicas) y de entretenimiento (concursos). Tanto su planteamiento (los niños ven cosas que el análisis de contenido adulto no ve), como sus conclusiones (lo que el niño toma de un programa depende de lo que lleve a él desde su vida real), hace pertinente su inclusión en este tipo de investigación.

Ha de señalarse que algunos de los problemas para ubicar la investigación en un tipo u otro, proceden de las propias realimentaciones que hace la investigación a partir de los resultados obtenidos por estudios anteriores. La investigación se hace más compleja, consciente de que aborda un fenómeno complejo. Así, líneas de estudios que podrían incluirse en el tipo de investigación que da un lugar condicionante primordial al medio, en la medida que crecientemente incluyen otros elementos como mediadores en tal condicionamiento, contextos como son las características de la familia o de la cultura general, complican su diseño y su clasificación. Así, si bien ha de reconocerse que el interés por la constatación de las formas de mediación de los padres en la relación de los niños con la televisión se encuentra ya en estudios como los de Greenberg y Dominick (1969) y Lyle y Hoffman (1972), con el paso de los años tal interés ha llegado a generar investigaciones específicas<sup>31</sup>.

Terminado el proceso de completar las distintas posiciones o tipos de investigación resultantes de la articulación de los dos criterios propuestos, han resultado tres tipos posibles completos, pues uno de ellos se encuentra prácticamente vacío. Los estudios centrados en los contenidos del medio y que parten de una representación activa del niño, aun cuando sin observar ésta, constituyen un tipo contradictorio, como ya se ha visto. Por lo tanto, si se desea mantener los dos criterios para la génesis de la tipología, ésta queda compuesta por tres tipos básicos que conforman más un área, el área de la investigación empírica, que parapetos en los que cada polo no tiene relación con los otros. Se trata, por lo tanto, sólo de un área para ordenar la investigación.

El área de la investigación empírica conformada sobre la relación entre niño y televisión, tal como muestra el cuadro 1, tiene forma de triángulo, con los tres polos o tipos. En la medida que principalmente se ha dado como implícita la asunción de la pasividad de los receptores en la investigación mediante análisis de contenido, ha parecido conveniente moderar tal implícito situándolo en medio de la tensión resultante entre concepción activa de los receptores y concepción determinante del medio de comunicación o sus mensajes.

---

<sup>31</sup> Un interesante estudio comparativo sobre la mediación de los padres en distintas culturas y con respecto a distintos medios de comunicación, se encuentra en Greenberg, Ku y Li (1992).

CUADRO I



Como también puede observarse, los ensayos o monografías que no presentan investigación empírica quedan fuera del área del triángulo. Ya se trate de ensayos centrados en el análisis de lo que ocurre tras el medio (dimensiones económicas, inversiones, la trastienda política, intereses, manipulación, etc.), donde hay la asunción de unos sujetos (emisores) que son activos y otros sujetos (receptores) que son pasivos; ya se trate de ensayos o monografías que enfoquen, sin control metodológico alguno, los mensajes o programas del medio de comunicación.

### 3. DE LA METODOLOGÍA FORMAL A LA PRÁCTICA DE INVESTIGACIÓN

Las dificultades para ordenar la clasificación de la investigación empírica sobre la relación entre niños y televisión han apuntado directamente a la meto-



dología. Y no solamente porque la propia metodología puede servir de criterio tipológico, sino porque se revelan las propias dificultades para trabajar con niños como objeto concreto de observación. Unas dificultades que quedan excluidas, claro está, en la investigación que se centra en el análisis de los mensajes producidos por la televisión. Veamos sintéticamente, antes de entrar de manera directa al análisis de las investigaciones españolas, cuáles son algunas de esas dificultades.

La primera dificultad estriba en que los niños carecen de la capacidad de expresión lingüística de los adultos, cuando la mayor parte de las prácticas de investigación con mayor convalidación en la investigación social exigen la mediación del discurso, de que el observado responda lingüísticamente a los estímulos, asimismo lingüísticos, del observador. Es decir, para saber lo que los observados hacen, creen o piensan, es necesario preguntarles y que lo digan a través del lenguaje. Claro está, tal dificultad aumenta a medida que desciende la edad de los niños. Se intenta compensar con la utilización de técnicas proyectivas, como dibujos, juegos, etc., o el simple uso de la observación directa. El problema es, entonces, la producción adecuada de tales técnicas proyectivas y, sobre todo, su interpretación y generalización de los resultados.

En relación con lo anterior, casi todos los instrumentos de observación son instrumentos para adultos, a quienes se estima capaces de comprender los argumentos de los mensajes<sup>32</sup> del medio y los de la observación. Al menos desde la investigación sociológica y etnográfica, quizá en menor grado desde la investigación psicológica, las prácticas de observación tienen su origen en la imagen del adulto. Así lo son prácticas como la encuesta estandarizada, para ser estadísticamente procesada, como los test, que no son sino concreciones especiales de aquélla.

La mayor parte de los estudios insertos en la perspectiva de los efectos de los medios de comunicación y, también, de la corriente *usos y gratificaciones*, utiliza encuesta mediante cuestionario o test. Sin embargo, la encuesta, fragmento de discurso por adscripción de quienes responden, es tal vez la mayor imposición de las preocupaciones de los adultos a los niños, pues es la imposición de las preocupaciones de las instituciones que investigan a los encuestados.

Las encuestas a padres tienden a recoger la alta preocupación de los padres con respecto a la televisión que ven sus hijos. Algunas, también muestran la relativamente escasa relación entre grado de preocupación y acción en el control, tutelaje, etc. Las encuestas tenderán a recoger, en primer lugar, la *norma de referencia*: se dirá lo que debe decirse. Sólo en segundo lugar y como aproximación indirecta reflejará lo que hacen los adultos, pues seguramente se encuentra dominada por esta *norma de referencia*.

---

<sup>32</sup> Se estima que hasta los siete años los niños no tendrían capacidad de seguir bien los argumentos (Meadowcroft y Reeves, 1989). Los interesados en la conexión entre los procesos del desarrollo cognitivo y televisión suelen distinguir tres grupos de edad: preescolares (2-5 años), niños jóvenes (6-8 años) y niños adultos (9-12 años).



El acento en la metodología cuantitativa, dominante en los estudios, tiende a dejar a un lado el significado que los propios niños y adolescentes dan a lo que ven. En todo caso, se recoge la adscripción de estos niños y adolescentes a los significados producidos por los adultos observadores, ya sea de manera intuitiva o tras el riguroso análisis de contenido de los mensajes o programas.

La decisión sobre la edad de los observados es sumamente delicada, pues se proyecta sobre, al menos, las posibilidades de generalización de los resultados al conjunto de niños o jóvenes. Incluso cuando se exploran los géneros televisivos, lo informativo, lo educativo, el entretenimiento, incluso lo dramático, varía significativamente según las edades<sup>33</sup>. La mayor parte de los estudios se inclinan por estudiar niños entre 7 y 12 años, pues ya tienen capacidad oral y, por otro lado, siguen siendo suficientemente espontáneos y, como muestran diversos estudios, su compromiso con los programas se mantiene vivo, pues tiende a descender con la edad.

Además de estos problemas en clave metodológica que, podría decirse, parecen afectar especialmente a los niños, han de destacarse otros que también incluyen a los adultos. Uno de ellos estriba en las condiciones experimentales («estudios de laboratorio») en las que se desarrollan estas investigaciones. Con la finalidad de controlar el máximo de variables, se sitúa a los sujetos observados en contextos inmediatos muy alejados de las condiciones en las que habitualmente siguen la televisión. Para ellos, es una situación «extraña», lo que puede inclinar también a generar «conclusiones extrañas», aun cuando se nos aparezcan con la máxima evidencia. Tal vez, por el hecho de que parecen constatar algo de lo que la sociedad parece ya prácticamente segura, como es la influencia de la televisión sobre los receptores. Contra la propia generalización, se encuentra la situación experimental en que se realiza una buena parte de las investigaciones bajo la perspectiva de los efectos de los medios de comunicación. Una situación (control de mayores, visión individual, etc.) que difícilmente es homologable con las condiciones en las que cotidianamente ven la televisión. Se trata entonces de una situación de observación sobre condiciones artificiales de relación con la televisión.

Otra de las dificultades, que también se proyecta sobre el grado de generalización de los resultados, se encuentra en la selección de los contenidos televisivos (programas, géneros), que entran en el diseño de investigación. ¿Hasta qué punto tal o cuál programa es tan suficientemente representativo de lo que suelen ver los niños, como para explicar su comportamiento? No obstante, se intenta controlar tal sesgo seleccionando mensajes televisivos de los que se conoce su alta audiencia infantil, es decir, sobre los que se conoce su probabilidad de que hayan sido vistos por los sujetos que se prestan a la observación empírica con-

---

<sup>33</sup> La gran diferencia entre edades, lo que fragmenta enormemente este grupo de espectadores, aparece como una de las reticencias para la programación infantil por parte de las cadenas (Cortés, 1991).

creta. Por otro lado y después de tanto acento en las posibilidades de generalización de los resultados, es decir, de su representatividad, hay que señalar, con Shapiro (2002), el que un estudio sobre procesos de comunicación sea representativo no es un directo indicador de que sea un estudio que contribuye a la teoría. Así se tienen múltiples investigaciones repetitivas, con muy escasa originalidad y menor aportación teórica.

Son demasiados los obstáculos en clave metodológica como para que las conclusiones de los estudios puedan considerarse absolutamente evidentes. De hecho, la mayor parte de las evaluaciones de investigaciones anteriores, destacan la debilidad de muchas de las conclusiones<sup>34</sup>. Casi siempre exponiendo algunos de los problemas aquí expuestos: situación de laboratorio difícilmente generalizable a la situación cotidiana de recepción, características de la variable independiente seleccionada (mensajes televisivos expuestos a los sujetos observados), por no hablar de los posibles problemas de medición, tanto de las variables independientes, como de las variables dependientes.

Todas estas dificultades, además de, claro está, los enfrentamientos teóricos y, a partir de ellos, diseños de investigación sumamente incomparables, tal vez sean los responsables de que, a pesar de toda la investigación realizada, se tiene la impresión de ser insuficiente. En España, tal impresión, por su mayor retraso, es también mayor.

#### 4. NIÑOS Y TELEVISIÓN EN ESPAÑA

Sirviéndose principalmente de la tipología establecida en el apartado 2, el siguiente desarrolla el análisis de una selección de estudios hechos en España sobre la relación entre televisión y niños o jóvenes. No obstante, antes de entrar en la misma ha parecido oportuna una mínima referencia a sus inicios.

##### 4.1. Un lento arranque

Los estudios sobre la relación entre infancia y televisión en España pueden tener su inicio en una encuesta, bastante convencional desde la perspectiva de hoy, dirigida por Álvarez Villar en el Instituto de Opinión Pública (1965)<sup>35</sup>. Se limita a Madrid y parece tener un carácter piloto como estudio de audiencia, apareciendo publicado en *Análisis de Contenido*.

---

<sup>34</sup> Poniendo entre paréntesis las conclusiones de los estudios sobre los efectos de la televisión, cabe destacar los trabajos clásicos de Klapper (1974 [1960]) y de Kaplan y Singer (1976).

<sup>35</sup> Según referencia del número 1 de la Revista Española de la Opinión Pública, mayo-agosto de 1965, p. 293-296, un estudio que se presenta como: «el primer trabajo de este tipo que aparece en la bibliografía española».

En la revista *Mundo Cristiano*, el padre Vázquez anuncia los resultados de un estudio, que parcialmente sigue el de Álvarez Villar<sup>36</sup>, en el que apunta tres aspectos relevantes en la relación entre niño y televisión: la importancia del impacto de televisión en los menores, la dificultad del estudio de los menores y la propuesta de una investigación a escala nacional sobre el impacto de la televisión en los menores. Una propuesta que seguirá volando.

El informe del padre Jesús María Vázquez (1965) tiene por origen una encuesta con cuestionario inserto en la revista *Mundo Cristiano* sobre la programación infantil y juvenil de TVE hasta 1964. El trabajo de campo se realizó en agosto (*sic*) de 1964. No parece haber una muestra previa, sino que se trata de una muestra «resultado» de niños y jóvenes hasta los: «dieciséis y más años» (*sic*). Por lo tanto, en principio han de ser suscriptores o familiares de suscriptores, lo que ya es un óbice para la generalización. Llamen la atención afirmaciones como: «una vez recibidos los cuestionarios cumplimentados se procedió a la fase de discriminación, que consistió en la revisión y, en su caso, complementar las respuestas» (Vázquez 1965:14). Afirmaciones que parecen prueba de la escasa costumbre metodológica de la época en el país.

En los propios resultados, aparece que tenía televisor el 71% de los encuestados. La aventura es lo que más gusta y los personajes de aventuras especialmente a los chicos. Los encuestados reconocen que son los que más televisión ven, en comparación con el resto de miembros de la familia, y ya aparece la televisión como la actividad preferida. Primeros resultados provisionales de un estudio que puede considerarse paleometodológico, donde, por lo tanto, cualquier conclusión es arriesgada. Lo mejor: los títulos de algunos subapartados, como «absorción del hogar por el televisor». Al menos, el autor es consciente de que se trata de un: «análisis rápido de los resultados» (Vázquez 1965:116).

En un seminario organizado por TVE (1966) sobre la programación infantil, que recoge una interpretación de resultados de investigaciones anteriores, especialmente la ya referida del equipo dirigido por Schramm, coinciden sus dos principales promotores en subrayar la ausencia de estudios empíricos relativos al tema en España. María Dolores de Asís concluye que sería conveniente realizar un estudio sobre los efectos de la violencia en la televisión y el grado de salud mental de los jóvenes y niños españoles. El mismo Padre Vázquez apunta: «en nuestro país, apenas se ha iniciado el estudio científico de la televisión en relación con los niños y adolescentes» (TVE 1965:206).

Pasarán los años y el panorama se mantendrá en líneas generales. A principios de los años ochenta se forma un grupo de trabajo formado por representantes del Ministerio de Educación y Ciencia y Radiotelevisión Española (Grupo de trabajo MEC-RTVE 1982) para plantear las relaciones entre el medio y la educación, yendo más allá de lo infantil, pues, por ejemplo, el informe final hace

---

<sup>36</sup> El cuestionario es el mismo, pero no el diseño de la investigación.

referencias a la educación permanente. Se propone el medio de comunicación como complemento a la metodología docente tradicional y, sobre todo, sugiere introducir la alfabetización de los medios de comunicación de masas en la escuela. Pero, en lo que aquí interesa, pone de manifiesto la ausencia de investigación básica en nuestro país que fundamente la toma de decisiones (Grupo de trabajo MEC-RTVE 1982:154). No es extraño, pues hay referencias a un macro sondeo entre la comunidad educativa, mandando nada menos que 180.000 cuestionarios distribuidos entre los receptores de la revista *Vida Escolar*. Sólo se recibieron 307 cuestionarios.

#### 4.2. Los setenta y ochenta: los ensayos

Esa gran investigación fundamental sobre las relaciones entre televisión e infancia y juventud en España seguirá sin aparecer durante los setenta y los ochenta, a pesar de que se reclame desde las más diversas instancias. Tampoco faltó algún que otro ensayo, que intentó abordar la creciente preocupación sobre la posible influencia del medio de comunicación. Pero lo que dominó, como en casi todos los aspectos de la vida española de esos años, fue el espíritu crítico, también en lo referido a la relación entre televisión y sociedad, en general, y en sus vínculos con la infancia y la juventud, en particular. Esto ocurría en una época que, comparada con la actualidad, se emitía una programación bastante respetuosa con estos grupos.

Espíritu crítico que se desarrolló en obras como la de Rodríguez Méndez (1973). Se trata de una divertida colección de pequeños ensayos sin rastro de investigación empírica, que empieza con una narración de adolescentes y televisión, dedicando uno de los ensayos a la televisión y la juventud. En el análisis que hace de los contenidos televisivos del momento, dedica un apartado a los programas infantiles.

Tal vez el ensayo sobre la televisión alcanza la máxima popularidad<sup>37</sup> en España con el texto de Vallejo-Nágera (1987). Tal vez, también sus niveles más pobres<sup>38</sup>. Se promete que se analizará paso por paso de qué forma afecta la televisión al desarrollo intelectual, lingüístico y social de su hijo. Pero, tras corregir

---

<sup>37</sup> Entre otros ensayos que, posteriormente, también buscaron alzarse con honores de *best seller sobre el tema televisión*, hay que destacar los trabajos críticos de Rodríguez (1992) y Rico (1992). Son ensayos con tendencia a alimentarse de tópicos, donde lo que especialmente se agradece es ocasionalmente el esfuerzo literario, como en el caso del de Gil de Muro (1984), a pesar de que se recojan en él buena parte de las manidas metáforas de la televisión (oráculo, canguro, etc.). La preferencia por el ensayo sobre el específico tema de la televisión, principalmente dirigido a padres y docentes preocupados, también ha dado productos sólidos, como los de Ferrés (1991, 1994, 2000).

<sup>38</sup> Publicación en la colección dirigida por el padre de la autora, parece más interesada en asegurar la herencia en el campo de la divulgación.

a las madres (a quien parece ir dirigido el texto, al ser quienes están más con los hijos) y a los padres, domina el carácter normativo, señalando lo que se debe hacer. Sin rastro empírico, se da explicación a todo, hablando desde una sabiduría sin discusión ni apoyo<sup>39</sup>.

Nueve años después, Alonso, Matilla y Vázquez (1995) publican lo que puede considerarse la actualización de su *Teleniños* (Alonso, Matilla y Vázquez 1986). Como tal, se inicia con un análisis de la situación: número de horas semanales dedicada por los niños a la televisión, parecida a la media de la audiencia, aun cuando con tendencia al alza; alta fidelidad de los niños entre 8 y 13 años, pues el 79% ve los mismos programas todos los días. Aun cuando no hay investigación empírica propia, se ofrece una extensa información concreta sobre la situación de los niños frente a la televisión, con pormenorizada mención de programas.

Al igual que en *Los teleniños*, Alonso, Matilla y Vázquez (1995) realizan análisis ideológico de los programas infantiles y familiares más sobresalientes, especialmente de origen norteamericano. Informado y actualizado, añade la teleadición a través de los clubes infantiles (*Club Súper 3*, *La Banda del Sur*, *Xabarrín Club*, *Superbat Kuba*).

### 4.3. Análisis de contenido

Los estudios centrados casi exclusivamente en la contabilización de actos de violencia<sup>40</sup> en la televisión española es el que domina el ámbito de los estudios de contenido. Un análisis de contenido que, con mayor o menor rigor, ha sido también realizado y divulgado, con su gran potencial, por publicaciones diarias y semanales de información general. En el campo académico, los ejemplos son múltiples, obligando a una reducida selección.

Clemente y Vidal (1995) realizan un análisis de contenido, centrado en los actos de violencia, de los dibujos animados presentes en las cadenas nacionales y Telemadrid entre finales de noviembre y principios de diciembre de 1993. A partir de la observación de este material se ofrecen distintos perfiles: agresor, agredido y acto agresivo, mayoritariamente leve o no, apareciendo el daño causado. Se comparan cadenas y bandas horarias en función de la violencia emitida que, en cualquier caso, resulta ser mucha, lo que reclama, según la interesada opinión de los autores, la intervención de especialistas en Psicología y Pedagogía en el control de las emisiones televisivas.

---

<sup>39</sup> Para colmo de esperpento, se introduce como bibliografía el texto *Educación y Sociología*, de Durkheim, en un capítulo sobre «televisión y familia», sin llegar a saberse a qué viene a cuento, cuando lo que es seguro es que el sociólogo francés tuvo poco en cuenta la televisión en sus análisis, pues, entre otras cosas, faltaba alrededor de medio siglo para inventarla cuando escribía sus monografías.

<sup>40</sup> Un estudio pionero en la contabilización de actos de violencia, alcanzando los 249 actos violentos a la semana, es el de Carrasco y otros (1979).

La contabilización de los actos de violencia de Navarro Martín (1995) se realiza a finales de 1994 y toma como referencia el conjunto de la programación de las televisiones nacionales. Descubre así que la mayor frecuencia de actos violentos se da en los horarios de mayor audiencia infantil<sup>41</sup>, entre 7 y 9 de la mañana, en los días laborables, y entre 7 de la mañana y 1 del mediodía, en los fines de semana.

Dentro de un ensayo más general, Urra, Clemente y Vidal (2000) presentan una investigación empírica en clave de análisis de contenido sobre la violencia en la programación de las principales cadenas televisivas que se reciben en Madrid (se dejan a un lado las locales). Se acumula así un total de 756 horas de visionado, recogidas de distintos períodos entre diciembre de 1996 y octubre de 1997. Entre las conclusiones del estudio, se apunta nuevamente que la mayor concentración de violencia se encuentra en la programación infantil en general y, sobre todo, en los dibujos animados. En el análisis realizado, que incluye tres cadenas públicas (TVE1, La 2 y Telemadrid) y dos privadas (Antena 3 y Tele 5), son las últimas las más inclinadas a ofrecer violencia en su parrilla.

El estudio de Urra, Clemente y Vidal (2000) establece sus conclusiones sobre una metodología con algunos puntos que cabe considerar débiles. Se abordan sólo dos. El primero de ellos es que el concepto de cantidad de violencia emitida es difusa, pues tiende a referirse más a cantidad de programas que, en algún momento de los mismos, contienen algún acto violento que a acumulación de actos violentos, ya sea en el conjunto de la televisión que se ve en Madrid, ya sea en el contexto de cada una de las cadenas. Piénsese, por ejemplo, que un programa puede contener una importante cantidad de actos violentos y sólo se registraría como unidad y, al contrario, un programa sólo presenta un acto violento y quedaría también registrado como unidad. A ello, ha de unirse la duración de los programas, pues no todos duran lo mismo, y, sobre todo a la hora de comparar cadenas, que las cadenas pueden tener una programación basada en pocos programas de larga duración o, al contrario, basada en muchos programas de corta duración. Es decir, se estarían comparando unidades realmente distintas. Como se hace en otras investigaciones sobre el asunto, parece más pertinente tomar como unidades de análisis los actos de violencia por unidades de tiempo de emisión.

El otro punto afecta directamente a la comparación, pues, como material de análisis, se toman períodos distintos para cada una de las cadenas. Para asegurar la comparación entre cadenas, parece más pertinente el análisis de los mismos períodos de tiempo en todas las televisiones observadas.

Saliendo del análisis de contenido destinado a la contabilización de violencia, hay que resaltar el análisis de contenido que desarrolla García Nebreda (1994). Tiene más un carácter estructural y, en tal sentido, cualitativo, que cuantitativo. Su material de observación es la oferta de dibujos animados infantiles,

---

<sup>41</sup> Algo que ya subrayaba Aragón (1988) en la síntesis que hace de las investigaciones sobre violencia y televisión.

en las cadenas nacionales de acceso libre, en una semana del mes de abril de 1994. Se analiza el lenguaje, los valores, las características de los personajes, los entornos y las tramas argumentales, tomando como criterio divisorio la oposición entre dibujos clásicos y dibujos modernos. Ahora bien ¿qué prefieren los niños? ¿dibujos clásicos o modernos? Pues bien, la autora tiene razón cuando apunta que lo que prefieren los niños, como denuncian los datos de audiometría, es la programación que no va dirigida a ellos.

El análisis de contenido también se extiende a la publicidad televisiva. Campo en el que no es extraña la preocupación, pues si hace más de un cuarto de siglo un niño estadounidense veía más de 20.000 anuncios televisivos al año (Adler y otros), el bombardeo publicitario de las cadenas españolas tal vez sea menos extenso, pero con una fuerte intensidad, pasado el tiempo. En el tipo de investigación mediante análisis de contenido, Balaguer (1987), por ejemplo, realiza uno a partir de una muestra de anuncios televisivos, con especial hincapié en la discriminación de género que realizan<sup>42</sup>.

#### 4.4. Los efectos de la televisión

Aun cuando parece poco apropiado realizar un análisis de la investigación realizada en clave de nombres propios, tal operación es pertinente, por el momento, cuando difícilmente puede hablarse de escuelas o corrientes de investigación en España sobre la relación entre televisión y niños, fuera de tales nombres propios. Uno de ellos, es Younis Hernández por su esforzada, comprometida y original dedicación al tema. Ello obliga, además, a una selección de sus trabajos. En un trabajo publicado en 1992 (Younis 1992), se plantea el autor si, a la hora de generar representaciones en los niños sobre las guerras, tiene más fuerza la escuela o la televisión, con sus relatos informativos, de ficción y de reconstrucción (histórico fundamentalmente) sobre las mismas. Para responder, acude a dos investigaciones: la primera sobre la participación del relato informativo televisivo en la representación del niño de la Guerra del Golfo —la de 1991— y la segunda sobre la influencia del relato de ficción-reconstrucción en los juegos infantiles. Por lo tanto, pueden encuadrarse las dos en el análisis de los efectos de la televisión sobre las representaciones infantiles de la guerra.

La primera de las investigaciones se realiza con 60 niños de 10 años, de clase social baja, a los que se aplican técnicas de carácter proyectivo, intentando paliar

---

<sup>42</sup> Otros estudios que abordan la relación entre niño y publicidad desde el análisis de contenido son Benavides (1991a, 1991b). En el primero de ellos, se analizan anuncios emitidos por TVE y las cadenas privadas hasta 1990. Un estudio que va más allá de la publicidad para niños, pues la figura del niño no sólo aparece en los anuncios para niños sino como argumento de venta para adultos. Una publicidad con niños donde se resaltan dos tipos de relatos: el relato del repaso de la vida y el relato del ejercicio la actividad del niño.



así la menor capacidad lingüística de los niños: cuestionario de frases incompletas, sobre una narración que se les propone sobre el tema de la Guerra del Golfo, y dibujos. La segunda trabaja con 22 niños de 11 años, a los que se propone un pequeño juego de distribución de juguetes, algunos con atribución de nacionalidad, en buenos y malos. Pues bien, los dos pequeños experimentos apuntan al peso que tiene la televisión, desde cualquiera de las formas de relato que produce, en las representaciones bélicas de los niños. No obstante, las conclusiones se alejan de un posible maniqueísmo, así no hablan tanto de efectos directos de la televisión sobre los niños, como de situación ventajosa del medio sobre la escuela para producir tales efectos, especialmente si la escuela no establece actuaciones mediadoras.

En un texto repleto de esquemas, Younis (1993) añade a sus obras anteriores sobre el tema<sup>43</sup> un notable nivel reflexivo-conceptual<sup>44</sup> y, sobre todo, de propuestas de intervención educativa que es necesario destacar, bajo una preocupación que atraviesa el texto, como es el consumo de droga. Pues bien, dentro del texto, se presentan los resultados de un cuestionario aplicado a 59 sujetos (39 alumnos de Magisterio y 20 profesores de Universidad) sobre las fuentes de información habituales para el seguimiento de lo que pasa en Canarias. Aun cuando el tamaño y el diseño muestral obstruye el más mínimo intento de generalización, cabe destacar su conclusión sobre el relevante papel educativo que están cumpliendo los medios en la comunicación de la temática canaria, el cual resulta ser más importante que el de la escuela. Vuelve nuevamente a señalar el escaso papel socializador que tiene la escuela, en comparación con la televisión; pero, esta vez, apuntando posibles intervenciones.

La influencia de la televisión en la familia es la guía de la investigación dirigida por Sánchez Horcajo (1993a, 1993b) en la Universidad Pontificia de Salamanca. Ahora bien, si en el principio se asume prácticamente en su totalidad la concepción de los efectos del medio de comunicación, incluso en sus más acentuados mitos, como es el del efecto narcotizante (Sánchez Horcajo, 1993a:72), los resultados obtenidos, tras consultar a niños, padres y profesores, matizarán notablemente tal punto de partida inicial. Tal concepción inicial de la relación con el medio de comunicación conduce a un planteamiento de la investigación relativamente sencillo: la televisión ocupa el lugar de variable independiente y el estudio se propone observar sus efectos en la comunicación familiar, la pasividad infantil y el rendimiento escolar.

Unos resultados que se ven empañados por una defectuosa presentación del diseño metodológico. Se ofrece alguna información sobre la encuesta dirigida a una muestra de 1.300 niños, entre 2º y 8º de Educación General Básica, origina-

---

<sup>43</sup> Apuntar, entre éstos, Younis (1988), donde el análisis de la serie de dibujos animados Los pitufos adquiere un lugar central.

<sup>44</sup> También presente en Borrego y Younis (1995), donde se plantean intervenciones desde una perspectiva ecológica.



rios de un total de 12 colegios de distintas características de Madrid y Salamanca<sup>45</sup>. Del cuestionario se dice que está compuesto por 28 ítems; pero se carece de información sobre aspectos concretos del proceso, como la selección de la última unidad muestral o la situación de aplicación del mismo. Además, ha de suponerse, pues tampoco se indica nada al respecto, que es el mismo cuestionario que se aplica a padres y profesores, de los que no se da a conocer ni su tamaño muestral, algo que directamente obstaculiza las posibilidades de interpretación de las tablas estadísticas presentadas, pues lo son en frecuencias relativas (porcentajes) en todo momento. En lo que se denomina utilización de técnicas cualitativas de investigación social, se apunta la realización de entrevistas personalizadas con educadores y grupos de alumnos y profesores en los colegios seleccionados. Ni en el caso de las entrevistas, ni en el de los grupos de discusión, se añade información relativa a su cantidad o perfiles específicos. Así, un estudio con apariencia de solidez, puede llegar a ser puesto entre paréntesis en algunas de sus partes, por incumplir los mínimos requisitos de presentación formal de la metodología utilizada.

A pesar de las deficiencias en la presentación de la metodología, merece la pena destacar algunas conclusiones del estudio de Sánchez Horcajo. Entre otras razones, porque van a tener eco en estudios posteriores realizados por otros investigadores españoles. En primer lugar, por su trascendencia teórica y su proyección en la concepción inicial de la investigación, se constata el notable condicionamiento de la clase social (medida por los estudios y ocupación del padre) sobre los estilos de relación del niño con la televisión. A través de las manifestaciones en la encuesta con cuestionario estandarizado, se observa que las familias de clase alta tienen una percepción relativamente más negativa de la influencia de la televisión y, en mayor medida, despliegan estrategias de control o prohibición sobre tal relación. Pero donde el contexto de clase social cobra aún mayor relieve es cuando se observan los rendimientos escolares. Un efecto sobre el rendimiento escolar que no aparece de manera significativa vinculado a los hábitos televisivos, sino a la clase social. Es decir, es la clase social la que predice el rendimiento escolar y no, por ejemplo, el tiempo de visionado diario de la televisión.

Tal conclusión no impide que padres y, sobre todo, profesores se muestren muy críticos con respecto a la televisión. Hay un gradiente crítico entre los tres grupos, que empieza en los niños y acaba, en su máximo grado, con los profesores. Ahora bien, la aproximación cualitativa matiza tales críticas, lo que parece poner de manifiesto que la encuesta mediante cuestionario estandarizado puede llegar a funcionar como solicitud de adscripción a las posiciones que se perciben como socialmente más legitimadas, aun cuando, en la realidad y, sobre todo, en la práctica, no se compartan en su plenitud. Matices mayores en el caso de los padres, lo que respalda conclusiones como: «*desde el punto de vista de los*

---

<sup>45</sup> Las dos provincias españolas donde la Universidad Pontificia cuenta con sede.

*padres son constantes y bastante homogéneas las apreciaciones globales respecto a la influencia de la televisión en los niños y la vida de familia: con una visión crítica y negativa ante la misma; aunque tratan de ignorar el alcance de sus efectos, para disimular sentimientos latentes de autoinculpación ante el problema»* (Sánchez Horcajo, 1993b:45).

Como el propio texto dice, el estudio de Muñoz y Pedrero (1996:12), es una nueva llamada de atención. Su investigación empírica trabaja con una muestra de 200 alumnos entre 5º y 7º de EGB y 20 profesores de las provincias de Zamora (3 colegios) y Salamanca (3 colegios), durante los años académicos 1993/94 y 1995/96. A los dos tipos de muestra, aplican distinto cuestionario. Como puede entenderse, la interpretación en términos estadísticos, como se hace, de las respuestas de los 20 profesores resulta llamativa. También lo es la presentación que hacen del estudio a los niños y profesores, como un estudio sobre la influencia de la televisión. No obstante y a pesar de las manifiestas escasas habilidades metodológicas, este estudio puede servir de ejemplo de enfoque que, con un objetivo relativamente limitado, alcanza cumplidamente sus objetivos, como es el conocimiento de: hábitos (tramos horarios) en los que se ve televisión por parte de los niños, disponibilidad para la misma (televisor en habitación), formas de estar ante la tele o el papel de los padres. Entre los resultados, destacar que otras actividades gustan más que la televisión, excepto la lectura.

Uno de los estudios más interesantes desde el punto de vista metodológico es el de García Galera (2000) con niños entre 8 y 12 años del Área Metropolitana de la Comunidad Autónoma de Madrid. Trabaja con programas de ficción, como películas, series o dibujos animados. Los programas seleccionados son *Patrulla X* (violento) y *Salvados por la campana* (no violento).

De un carácter experimental y, en consecuencia, con una finalidad más explicativa, es el estudio de León, Cantero y Gómez (1997). Su hipótesis, que queda confirmada, es que las conductas agresivas de un modelo simbólico televisado son más imitadas por los niños y generan más agresividad cuando son calificadas por los receptores de las mismas, los propios niños, como permisibles, que al clasificarlas como prohibidas.

Se empleó un diseño experimental de grupo de control con posttest. El estudio contó con 9 niños y 15 niñas sevillanos, entre 8 y 9 años, distribuidos de manera aleatoria en tres grupos. En cada grupo (3 niños y 5 niñas), se visionó un modelo agresivo o neutro y, después, se observó a los niños en situación de juego libre. El material que se visionó se obtuvo de la serie *Bola de Dragón* y fue seleccionado por jueces, que previamente lo habían clasificado en violencia permitida, violencia prohibida y en escenas que eran neutras o no contenían escenas violentas.

En un primero grupo, se visionó un modelo televisivo con conducta agresiva previamente clasificada de permisible; en el segundo, previamente clasificada de prohibida; y en el tercero se visionó un modelo televisivo neutro o sin conductas agresivas. Como es fácil derivar, este tercer grupo sirvió de grupo de control.

Entre las conclusiones del estudio, destaca que cuando una conducta observada en la televisión se tiene como prohibida, tiende a no imitarse. Por lo tanto, para que la violencia en la televisión tenga efectos, no es suficiente con ver escenas violentas, sino que se requiere la mediación de la valoración que hagan los niños sobre el tipo de violencia vista. Es decir, los niños acuden a la televisión con sus experiencias, valores e historias previas. Tras ver la violencia en televisión, parecen mantener la influencia de tales experiencias, valores e historias. Nos encontramos así que un estudio que surge desde una concepción relativamente pasiva de los receptores, niños, desemboca en que: *«los niños no son receptores pasivos del contenido de los programas de televisión, sino agentes activos que interpretan lo que ven sobre las bases de factores contextuales y de la estructura de la interacción social»* (León y otros 1997:39). Sin embargo, los efectos de la televisión son sólo puestos entre paréntesis, pues: *«es muy probable que el niño sea más vulnerable a los efectos de la televisión si su familia y otros agentes de socialización tienen una débil influencia sobre él»* (León y otros 1997:41).

Con argumentos semejantes al anterior se desarrolla el estudio de Peña, Andreu y Muñoz (1999). Se seleccionan escenas agresivas de carácter justificado, injustificadas y neutras, y se observa su influencia en la agresividad infantil. En esta ocasión, se distribuyó a 30 niños y 30 niñas, entre 8 y 12 años, de un colegio público de Madrid, en 12 grupos homogéneos en función del género, de 5 componentes cada grupo.

En cada grupo se visionó uno de los tres formatos de película, de 15 minutos de duración. Había un formato con escenas de violencia justificada, otro con violencia no justificada y un tercero que no presentaba escenas violentas. Después se proponía a cada grupo un juego cooperativo, que fue grabado. Para el registro de lo ocurrido durante el juego se diseñó una plantilla donde se recogía tanto la agresividad verbal como física.

En el estudio de Peña y otros (1999), los dos tipos de agresividad vista tienen influencia significativa en el comportamiento. Ahora bien, la influencia de la violencia justificada, fue mayor.

El modelo de la investigación de García Galera consiste en que los contenidos violentos generan comportamientos violentos o, al menos, actitudes violentas. Matiz importante, pues lo que parece realmente estudiarse es el sentido que adquiere la violencia entre los pequeños telespectadores. Así, se dice: *«resulta de mayor interés el hecho de observar no tanto si el niño pone en práctica la violencia como si el niño considera que la violencia es una solución a los problemas, si es una forma de conseguir lo que se quiere, o si es divertida, etc.»* (García Galera 2000:143). Es decir, habría efecto del medio sobre el niño, si puede establecerse un cambio de actitudes en éste. Ahora bien, en el modelo se incluyen tantas variables explicativas, lo que es acertado desde la complejidad del fenómeno, que apenas se percibe su jerarquización causal y, por lo tanto, el sentido. Una limitación propia de los diseños experimentales que afrontan reali-

dades que son procesos sociales, como es ésta. Nos volvemos a encontrar con las dificultades para hallar un equilibrio entre, por un lado, el requerimiento de que la aproximación sea lo más cercana a los procesos concretos habituales de recepción de la televisión por parte del niño y, por otro lado, la exigencia de controlar al máximo la situación de observación para poder establecer relaciones o consecuencias de tal proceso de recepción.

Su diseño experimental puede considerarse tradicional: dos grupos iguales de individuos (distribuidos en tres colegios y tres niveles educativos) son sometidos a distintos estímulos, como son contenidos violentos y contenidos no violentos. Se seleccionan a niños de un determinado nivel. Para controlar la variable clase social se realiza el experimento en tres centros de distintas áreas metropolitanas, atribuyendo al centro la posición social del área. Es decir, se comete la denominada falacia ecológica: atribuir el estrato social del centro en función del estrato social de otro nivel, como es el área o distrito. Así, por ejemplo, no se tiene en cuenta algo relativamente común, que en áreas de nivel social medio y alto, los centros públicos pueden recoger sectores sociales de clases populares. Una cuestión menor que apenas empaña la conciencia metodológica del estudio<sup>46</sup>.

Es un estudio de laboratorio con 452 niños, que parecen estar distribuidos en 18 grupos (3 colegios-niveles X 3 niveles académicos X 2 estímulos: contenido violento y no violento). Tras completar un cuestionario, se expone a cada grupo a 20 minutos de emisión del programa violento o del programa no violento. No obstante, siendo la autora consciente de las dudas sobre la validez externa de los estudios en laboratorio, se esfuerza en indicar la *normalidad* de la experiencia: «*el experimento de laboratorio nos permitiría reproducir de modo aceptable las condiciones en las que normalmente los niños ven la televisión*» (García Galera 2000:150 y 172). Ya sólo la conciencia por este aspecto metodológico y el esfuerzo por superar sus problemas han de ser bien valorados.

De las conclusiones del estudio de García Galera, se entresaca una que enriquece notablemente la concepción de los efectos de los medios de comunicación: los niños calificados como agresivos son los más influenciados por la violencia en televisión. Es decir, el medio tiene mayores efectos entre quienes tienen mayor disponibilidad a tales efectos o, lo que sería lo mismo desde la teoría de los procesos motivacionales: el medio motiva a quienes ya están motivados, en este caso, hacia la violencia. Tendría la televisión la función de reproducir ampliamente las actitudes sociales existentes entre los niños. Claro está,

---

<sup>46</sup> Algo parecido ocurre con el particular análisis de datos que realiza la autora, al comparar la distribución (en porcentajes) del total de la muestra (por ejemplo, en cuanto a tiempo visionado el fin de semana) con distintas categorías, sin tener en cuenta que los tres centros tienen distintas submuestras. Lo mismo parece ocurrir en la comparación de los grupos de edad -sin número de efectos- pues cabe la sospecha de que también están viciadas las comparaciones por una distinta composición de la muestra. Si hay más niños entre 11 y 12 años, carece de sentido comparativo decir que éstos: «*son los que más suelen utilizar la violencia en estos casos*» (García Galera 2000:165), si no se tiene en cuenta el peso de las submuestras.

quede fuera del estudio el análisis de los procesos que conducen a que unos niños tengan —previamente— unas actitudes más agresivas que otros o estén más motivados hacia el uso de la violencia. ¿Estaría también la televisión en el origen de estos procesos? Otras de las conclusiones de la investigación así parecen apuntarlo, como es la del habituamiento a la violencia, hasta verla como normal, o los procesos de imitación de los personajes violentos, que se producen especialmente entre los niños de 7 y 8 años. Pero, aún así, en tal contexto que parece inclinar irreversiblemente hacia la violencia social, otra de las conclusiones tiene otro sentido: se asimilan más los programas no violentos que los violentos.

Al igual que ocurría en los estudios con análisis de contenido, los efectos de la publicidad infantil también tienen sus representantes. A modo ilustrativo, han estado en los dos estudios presentados por el instituto de investigación de mercado Alef (1980). En un primer estudio, realizado en 1978, se busca mostrar cómo recibe el niño el mensaje publicitario televisivo específicamente dirigido a él, bajo la asunción de que no hay que demostrar que la publicidad estimula al niño. Es un estudio que cuenta con 16 grupos de discusión con niños entre 2 y 11 años, y con padres y educadores. En los dos tipos de grupos, se incluyen también encuestas individuales y sólo en el de niños pruebas proyectivas individuales, con estímulos tanto visuales como auditivos.

Domina en este primer estudio de Alef la explicación en clave psicoanalítica, con una tendencia, tal vez excesiva, a proyectar los discursos de los niños, de los que apenas se presentan huellas, en la relación edípica. Aún así, las explicaciones dadas parecen demostrar lo contrario de lo que se pretende. Al menos, de lo que aparece en el marco teórico subyacente. De esta manera, se muestra que el inconsciente (cifrado en el simbolismo) es social y no individual, como aparece en el primer párrafo del estudio.

Lo que se dice de la relación del niño con el imaginario publicitario (concentrado en los juguetes) vale prácticamente para todo imaginario, ya sea sobre los otros contenidos televisivos, ya sea sobre los juguetes o productos que se anuncian. Sin embargo, tiene sus efectos: los anuncios estimulan el carácter egocéntrico del niño (individualizan) y generan estereotipos de género, aprendizaje de roles, situando a las niñas como amas de casa, mientras se fija en los varones las identidades positivas.

El segundo estudio, de 1980, se centra en el análisis de contenido de una selección de 40 anuncios. Ahora bien, no queda claro si los resultados se refieren a la observación directa de tal selección o a la producida a partir de la encuesta, los grupos de discusión y las dramatizaciones y pruebas proyectivas que forman parte del estudio. En principio, parece que es un análisis de contenido realizado por un observador experto, que llega a las siguientes conclusiones: a) fuerte asociación simbólica entre niño y producto (presencia de niños), b) ausencia de información (precio, materiales, peligros de uso), c) la gran división de género, d) se estimula la envidia entre los niños, e) felicidad exacerbada, frente a la realidad, f) estimula la voracidad de poseer, g) se utiliza el mismo lenguaje (estructura lingüística) que en la publicidad de adultos.

Seguramente uno de los estudios metodológicamente mejor diseñados y más originales sobre la influencia de la publicidad infantil en los niños es el de Esteve (1983). Sobre todo, lo que es original es la situación de observación que se produce. Conviene cierta detención en el mismo.

Esteve (1983) plantea la relación causal entre tiempo anunciado en televisión de cada juguete, y otras características de su emisión como ubicación en horario de máxima audiencia infantil, y número de veces que el juguete es pedido en las cartas a los Reyes Magos. Es decir, la variable independiente general es el juguete anunciado en televisión (las dos cadenas públicas estatales) y la variable dependiente específica la petición de tales juguetes por el niño.

Como acertadamente resalta el autor, la situación de observación es excepcional. A partir de las cartas a los Reyes Magos, fáciles de obtener y con posibilidad de construir muestras muy grandes, se realiza una observación al margen de situaciones experimentales, tan inclinadas a generar *reactividad*<sup>47</sup>. Los sujetos observados, los niños, no saben que van a ser observados.

Se selecciona una muestra de 2.029 cartas (1.023 niñas y 1.006 niños), entre un total de 4.000 cartas disponibles a partir de la colaboración de Correos y El Corte Inglés en Málaga. Se rechazan las ilegibles, las escritas por los padres y las colectivas (realizadas por varios hermanos). Con la finalidad de observar la posible existencia de algún sesgo en función de la localidad, lo que limitaría enormemente la capacidad de generalización de los resultados, se controla la muestra malagueña con una muestra control de 423 cartas en Valencia.

Durante el mes de enero, tras el día de los Reyes Magos, se entrevista a una muestra de 210 niños y padres, obtenida de aquellas cartas que tenían dirección. Aun cuando se le da la denominación de estudio cualitativo, se trata de una encuesta, mediante cuestionario, para observar las motivaciones de los niños y la mediación de los padres en aquello que «pedían» sus hijos en las cartas. Una mediación que podía estar basada en argumentos como el precio de los juguetes, la cantidad de los mismos u otros, como la limitación hacia juguetes que representan violencia. Como el precio podía ser un elemento que medie en la demanda de los hijos, hasta incluso sin la intervención de los padres, se controla también el precio de los juguetes, junto con otras características de los mismos.

También se incluye un análisis cualitativo de una selección de 124 anuncios, entre los que se encuentran aquellos relativos a los juguetes «más pedidos». Se

---

<sup>47</sup> Los instrumentos de medida reaccionan y crean reacciones con las cosas y, sobre todo, los sujetos que ellos miden. Aun cuando en su concepción limitada la reactividad queda adscrita a los efectos de los instrumentos de observación, puede extenderse a los efectos de la propia situación de observación sobre los observados. Hay que tener en cuenta que, en ciencias sociales, las observaciones se realizan sobre sujetos reflexivos que, en su actuar en la situación de observación, pueden llegar a tener en cuenta las propias consecuencias de la observación. De esta manera, en mayor o menor grado, toda observación de las ciencias sociales cabe considerarla un experimento, en cuanto extrae a los sujetos de su comportamiento «normal». Así, toda observación es una observación de sujetos observados, que se sienten y actúan como observados.



constata en este análisis la tendencia a presentar imágenes deformadas de los juguetes y, sobre todo, el uso de los niños como protagonistas de los anuncios. También, como han hecho otros estudios, se pone de relieve la ausencia de informaciones sobre: edad adecuada de los niños para el juguete anunciado, tamaño, mecanismo de acción, etc.

Aun cuando en un ejercicio de prudencia metodológica, con escaso parangón en los estudios empíricos españoles, subraya acertadamente que lo que establece son relaciones de concomitancia<sup>48</sup> y no de causalidad<sup>49</sup>, se pone en evidencia una notable vinculación entre inversión publicitaria en televisión y demanda de juguetes de los niños. Una vinculación en la que cabe establecer qué variable puede llegar a ocupar el lugar de causa: la casa comercial que más invierte en publicidad durante la campaña de Navidad es la que obtiene más juguetes pedidos.

No es el único hallazgo. También se observa la gran diferencia de género en las peticiones. Tal vez correlato derivado, entre otras dimensiones de la realidad social, de una publicidad infantil televisiva apoyada fundamentalmente en estereotipos de género.

En definitiva y con gran maestría, Esteve (1983) pone de manifiesto que es la inversión publicitaria, calculada por juguetes (no por marcas, que exige otro tipo de aproximación, que también se ofrece), la que tiene un mayor carácter predictivo sobre las peticiones de los niños y niñas. Mayor carácter predictivo que, por ejemplo, el tiempo de emisión o número de anuncios emitidos. Una conclusión que apunta al peso que tiene la ubicación de los anuncios en períodos televisivos de máxima audiencia infantil.

#### **4.5. La relación con la televisión en contextos concretos**

Este tipo de investigación parte de una representación predominantemente activa de los receptores, en la relación con el medio. Ahora bien, es activa en contextos concretos: la relación con la televisión sólo se entiende desde el contexto concreto en el que se establece la misma por parte del niño. Desde este polo, se pregunta qué es lo que hacen los sujetos con la televisión, dejando entre paréntesis los posibles efectos del medio. Como se observará en alguna de las investigaciones propuestas, se trata de un poner entre paréntesis los efectos del medio en el planteamiento inicial de la investigación, aun cuando puedan recuperarse después tales efectos. Aun cuando sean efectos condicionados.

---

<sup>48</sup> Hay relaciones de concomitancia entre dos variables cuando se observa que varían conjuntamente, cuando varía una, varía la otra de manera proporcional.

<sup>49</sup> Hay relaciones de causalidad entre dos variables cuando se observa que la variación en una de las variables (variable independiente o causa) genera cambios proporcionales en la otra variable (variable dependiente o efecto).

La tesis de Seijas (1988), se centra en la delincuencia juvenil, criticando acertadamente la generalización de los diseños experimentales en laboratorio. Es la distancia tomada con respecto a tales diseños, lo que le permite observar el peso relativo que adquieren las características de los telespectadores en la selección de los contenidos violentos, dejando en un lugar relativamente secundario la afirmación, bastante extendida en la literatura norteamericana que repasa el autor, de que son los mensajes violentos de la televisión los que llevan a unas características de la conducta del telespectador.

En una primera parte del texto, se recogen casos de delitos justificados en clave de influencia de contenidos televisivos, con frases como: «*cuando la televisión se apodera de la mente del adolescente*» (Seijas 1988:180). Son casos tomados de la prensa. Acertadamente llama a esta colección de casos casuística por su falta de procedimiento<sup>50</sup>. Esta parte de la tesis doctoral realmente no es un estudio sobre violencia (juvenil) y televisión, sino de cómo la prensa escrita aborda la relación entre tal violencia y el medio.

La parte central de la tesis doctoral de Seijas se ocupa del análisis de un cuestionario aplicado a menores en centros de reforma. Un cuestionario que se aplica de manera adjunta a los tests utilizados por el Consejo Superior de Protección de Menores, y cuya gestión concreta se encarga a los profesionales de los centros que participan en la investigación. La muestra se compone de 70 menores denominados difíciles, 80 denominados de reforma y que resultan el grupo más influenciado por la televisión, y 230 menores de protección, derivados de situaciones sociales difíciles, entre los que la influencia de la televisión parece menor.

El estudio concluye con la notable influencia que la televisión ejerce en un sector de los menores estudiados, especialmente a través del mecanismo de imitación de conductas. La crítica metodológica a tal resultado ha de situarse en que sólo se observa a menores en una situación bastante particular; pero no a los que han visto los programas televisivos ¿tiene la violencia televisiva la misma influencia en jóvenes que no se encuentran en las situaciones de los jóvenes observados por Seijas?

La asunción de los niños como telespectadores activos adquiere carta de presentación en España de la mano del equipo dirigido por Juan Benavides (1992), en su investigación *El Impacto de los Medios Audiovisuales en el Niño*. Ocho grupos de discusión entre adultos y jóvenes, ocho pequeños grupos de niños entre 6 y 14 años y 12 entrevistas a niños y niñas entre 4 y 13 años, distribuidos en cuatro áreas o grandes regiones españolas, constituyen la fuente empírica para observar cómo los niños y niñas ejercen lo que el autor denomina *competencia mediática*<sup>51</sup>. Concepto con evidentes resonancias chomskianas y que viene a

---

<sup>50</sup> Para la diferencia entre estudio de casos y casuística, véase el excelente texto de Coller (2000).

<sup>51</sup> El concepto fue posteriormente recogido por Aguaded (1999), para sus propuestas de alfabetización en el medio.



decir que los niños y niñas no son meros receptores de los medios, sino que son capaces de seleccionar sus mensajes y recrearlos, para, tal vez, usarlos en su vida cotidiana.

Aparici y otros (1994) llevaron a cabo un estudio en 1994 sobre la relación entre familia y televisión. Para ello, articularon prácticas de investigación cualitativas. Su punto de partida es la pregunta: ¿a qué está expuesto el receptor infantil? Una exposición en la que median familia y educadores o que al menos, han de mediar, siguiendo las propuestas de acción de los autores de la investigación.

La investigación se despliega en dos partes. En una primera, con cinco grupos de discusión entre niños de distintas edades. Su discurso se centra en lo que ven en la televisión y el lugar de sus padres en relación a la misma. En segundo lugar, siete grupos de discusión (3 de padres, 3 de niños y 1 de profesores de distintos colegios) son expuestos a una selección de extractos de programas. Ha de subrayarse que tal selección se realizó a través del sistema de videorating, que permite ver qué imágenes fueron las más vistas. Es decir, vincula mensajes con cantidad y perfiles de audiencia.

Se pusieron de manifiesto las escasas restricciones de los padres y que éstos no tienen una visión clara de los valores a los que están expuestos sus hijos. Los padres sintieron que los hijos estaban desprotegidos.

Entre las conclusiones de Aparici y otros (1994), destacan: los estereotipos de género no sólo se encuentran en los personajes de ficción, también están en los presentadores (en el período estudiado el de mayor influencia era el presentador Emilio Aragón); la propia relación con el medio (compañía) es importante con relativa independencia de los mensajes. Incluso ver la tele se convierte en síntoma de incomunicación. Entre las posibles consecuencias positivas es que, entre los niños, se prefieren otras cosas a ver la tele.

La tesis doctoral de Nuria García Muñoz (1997) se encuentra integrada en una investigación más amplia dirigida por el profesor Emili Prado a partir de 1991. En la investigación amplia, se realizan entrevistas individuales, mesas redondas y observación participante a 18 familias del Área Metropolitana de Barcelona con un mínimo de equipo tecnológico, con más de tres miembros e hijos de más de cinco años. Teniendo como referencia tal material, el trabajo empírico de García Muñoz se centra en entrevistas de niños y niñas, entre 6 y 10 años. En total, 57 alumnos del mismo colegio de Sant Boi, subrayando que la muestra responde a la proporción del patrón familiar del censo de la localidad.

La exposición de la investigación consigue articular la tensión entre el nivel descriptivo, procurando la minuciosidad con el hincapié en las posiciones corporales frente a la televisión, y el interpretativo de lo que se describe. De hecho, aun cuando habla de hábitos, lo que se recoge en las entrevistas realizadas es el sentido de los hábitos referidos en las mismas. Es decir, ya se torna interpretación. Por otro lado, carecería de razón la utilización de prácticas discursivas, como la entrevista en profundidad, para recoger hábitos. La manera relativamente abierta de aproximarse a los procesos de recepción televisiva del niño,

permite la obtención de interesantes conclusiones. Algunas aparecen compartidas con otros estudios, como la preferencia de los niños por el consumo televisivo en compañía o el escaso control paterno sobre tal consumo infantil. Sin embargo, otras, también en el ámbito de las preferencias, ofrecen materiales para la reflexión. En primer lugar, reflexión sobre los propios hábitos televisivos de los niños y niñas. Así, ellos prefieren la soledad cuando no hay ningún interés en los programas infantiles por los padres. Es decir, el placer está en ver la televisión *con* los padres. No sólo en verla con los padres a escasos metros. Siguiendo en las transferencias y como aviso a programadores, se subraya la inclinación de los niños por la fórmula de contenedores (*Club Súper 3*), ya que generan un código común fácilmente controlable por el pequeño receptor. Por otro lado, se destaca que apenas hay prohibiciones de los padres con respecto a la televisión de sus hijos, dominando más la negociación que la imposición.

Los resultados de la investigación de García Muñoz (1997) también pueden servir para reflexión sobre la metodología, pues plantean dudas sobre las rutinarias divisiones en géneros de los programas. Divisiones que parten del mundo adulto, pero que, tal vez, no puedan servir para los niños. Así, el género de terror se extiende, para los niños, bastante más allá de la categoría habitual. Incluyen programas como el popular *¿Quién sabe dónde?* tal vez con mejor criterio que los adultos.

Ahora bien, desde la tipología que aquí se ha propuesto para ordenar las investigaciones, resulta especialmente interesante que la investigación de García Muñoz parta de situar la relación entre niño y televisión en las relaciones familiares, para desembocar en el papel de la televisión en la conformación de tales relaciones familiares. Si hablásemos de un diseño experimental, podría decirse que si las relaciones familiares empezaron siendo la variable independiente, terminaron siendo la dependiente. Huellas de un proceso que difícilmente puede entenderse en una sola dirección.

Preocupado por las relaciones entre escuela, televisión y familia y, sobre todo, el papel de la familia en relación con la televisión, Vílchez Martín (1999) se plantea cómo usa la televisión la familia. Para ello, diseña dos estudios, que, desde tales preocupaciones centrales, pueden considerarse complementarios.

El primer estudio consta de dos fases. La primera, de carácter cualitativo, se apoya principalmente en 12 grupos de discusión, en 6 ciudades distintas, entre padres y madres con hijos con edades comprendidas entre los 3 y los 14 años. Se trata de sectores sociales de clases medias. Se articulan los discursos de estos grupos con 6 entrevistas a expertos y el análisis de contenido de 150 anuncios.

En una segunda fase, desde la perspectiva cuantitativa, se aplica un cuestionario estandarizado a una muestra de 868 niños y niñas, entre 10 y 14 años. El 60% perteneciente a colegios públicos y el resto a colegios privados.

El estudio se plantea que si cabe hablar de efectos de la televisión sobre los niños, se debe a que la familia y la televisión no actúan convenientemente. Se sospecha del efecto de la televisión, sospechando de la exclusión de la familia en

la relación entre niño y televisión. Una sospecha que recae principalmente sobre unos padres que, en la producción de sus discursos, se cubren de justificaciones para disminuir la distancia entre lo que dicen que ha de hacerse y lo que realmente hacen. Bajo tal sospecha, se establece una tipología de padres a partir de dos ejes: permisividad/autoridad y actividad educativa/pasividad educativa. Dos ejes demasiado cercanos entre sí como para no detenerse en su explicación, algo que se echa en falta en el texto. Sobre todo, se hubiera agradecido una exposición desarrollada de sus diferencias. No obstante, sirve su configuración para observar dónde se sitúa la mayor parte de los padres, en una preocupación sobre la relación entre televisión y niños que usa a la primera como chivo expiatorio de su propia falta de acción educativa.

La mediación de los padres en la relación entre televisión y niños es mínima, según pone de relieve Vílchez Martín (1999). No se dialoga sobre la televisión en la familia: ni la televisión es tema de conversación, ni se habla cuando está la televisión en funcionamiento, ni se preguntan cosas sobre contenidos de la televisión. Cuando la televisión habla, la familia calla; pero también parece callar sobre los temas televisivos, incluso cuando la televisión está callada.

Los peor parados de este primer estudio son los padres a quienes se les describe como atravesados de contradicciones. Una ya se ha apuntado antes. Otra, que los espectadores manifiesten que son receptores críticos de la publicidad y, sin embargo, mantengan que ésta obtiene los beneficios que desea, sobre todo, en cuanto a los mensajes que se retienen.

En el segundo de los estudios se vuelve a la articulación entre prácticas cualitativas de investigación social, 16 grupos de discusión: 11 a padres y 5 a educadores, y las prácticas cuantitativas, con aplicación de cuestionarios estandarizados a 744 padres con hijos de menos de 17 años y a 409 profesores de los ciclos educativos que comprenden entre los 4 y los 16 años. A los profesores se les aplica la encuesta en el centro escolar. Se trata de un estudio más centrado en las relaciones entre escuela y familia.

En una línea semejante al anterior, el equipo dirigido por García de Cortázar (García de Cortázar y otros 1998) se pregunta qué hace la gente con respecto a la relación de los niños con el medio, si es cierto que le preocupa tanto. Para ello, se plantea una investigación sobre cuáles son las influencias percibidas del medio sobre los niños y las estrategias desplegadas para controlar tales influencias. En una especie de diseño triangular, se realizan entrevistas en profundidad a niños (desde los 6 a los 14 años), padres y profesores, de los mismos niños que son entrevistados. Un total de 196 entrevistas distribuidas entre siete colegios (5 públicos y 2 privados). El estudio pone de relieve la distancia entre la influencia general percibida sobre la sociedad en su conjunto y, por otro lado, la influencia sobre los propios sujetos o su entorno más inmediato. Parece que la influencia es siempre para los otros. Pero, sobre todo, que la televisión es un instrumento de negociación entre los componentes de la familia y, alrededor de ella, se producen conflictos y acuerdos. Sin embargo, lo más llamativo es la práctica ausen-

cia de los mensajes o mandatos sobre la televisión desde la escuela y que los mandatos de los padres sobre la misma sean un tanto en abstracto, pues no suelen ver la televisión con sus hijos, ni saben, en lo concreto, que es lo que ellos ven. Para la escuela, la televisión es como si no existiese. Para los padres, la televisión de sus hijos sólo parece existir para los propios niños.

#### 4.6. Otras aproximaciones

Además de los tipos de aproximaciones empíricas analizados, caben otras que escapan a tal tipología. Normalmente, se trata de investigaciones que tienen un relativamente escaso contenido empírico o que abordan empíricamente sujetos distintos a los receptores, como son los emisores, programadores o expertos en televisión infantil.

En su tesis doctoral, Antón Crespo (1990) se plantea el potencial, no debidamente aprovechado del conjunto de los medios de comunicación, para la educación de niños y jóvenes. El texto tiene más un carácter normativo y pedagógico que analítico. De cara a nuestros objetivos, establece un repaso de los programas infantiles emitidos en las televisiones hasta ese momento, en cadenas estatales y autonómicas. Aun cuando no puede decirse que su trabajo sea de análisis de contenido, ni que tampoco se centre en los procesos de recepción, pues no hay rastro empírico de la audiencia infantil o juvenil, aporta entrevistas personales con profesionales de medios infantiles y juveniles sobre la función pedagógica de éstos.

Las investigaciones empíricas centradas en emisores son escasas en un doble sentido. Por un lado, en cuanto a su número dentro de la investigación española (y general), por otro lado, en cuanto a la relevancia social de sus conclusiones, pues, cabría decir, tienen dudosa solidez como para mantenerse como único apoyo de los estudios. Otra cosa bien distinta es que se acuda a los emisores para completar un trabajo empírico centrado en otras dimensiones, como son los mensajes o los receptores.

Entre las otras aproximaciones posibles conviene apuntar la investigación comercial de audiencias infantiles. Es la realizada o encargada por las cadenas de televisión para uso particular. Aunque aquí no nos detengamos en las mismas, ha de destacarse la variedad de las prácticas de observación que suele utilizar: cuestionario estandarizado habitual a muestras de niños y padres, cuestionario a los niños socios de «clubes televisivos» o contenedores, diarios de seguimiento televisivo, grupos de discusión con niños o padres, grupos con juegos proyectivos o grupos de visionado, especialmente utilizados como pre-test de programas. Entre los estudios llevados a cabo desde las cadenas, cabe señalar el de Vera (1994) en cuanto tiene una referencia pública, cuando lo habitual es que permanezcan entre las paredes de la propia organización. Es un estudio de carácter descriptivo sobre el consumo de programas infantiles a partir de cierta articulación de resultados cuantitativos (datos de audiometría de Sofres) y cualitativos (discursos de 4 grupos de discusión entre niños desde los 8 a los 12 años). Se remar-

ca especialmente que el paso desde, por ejemplo, los dibujos animados a las series es un proceso, más que un salto desde un género al otro. En todo caso, es la aproximación cualitativa la que parece arrojar observaciones más novedosas, como el hecho de que el posible control de los padres se limita al tiempo de la televisión, tanto en su versión como cantidad de tiempo como de horario de seguimiento televisivo; mientras que los hijos seleccionan los programas sin control alguno dentro de tales límites de tiempo. Una permisividad que es mayor entre las clases populares.

Por último, casi en un intento de cerrar en círculo este repaso a la investigación española sobre la relación entre televisión y niños o jóvenes, han de citarse los dos estudios de Núñez Ladevéze y Pérez Ornia. Dos estudios que tienen carácter complementario y que apuntan al despegue de un programa de investigación sobre el tema. Tal vez ambos estudios podrían haber sido incluidos en el grupo de investigaciones que analiza la relación con la televisión y el sentido que adquiere ésta en contextos concretos. Pero, al mantener su horizonte de interpretación en la descripción de lo que los sujetos (niños y padres) hacen con respecto al medio, más que en lo que los sujetos hacen con el medio, y al trabajar desde el análisis de fuentes secundarias, parece pertinente situarlos en lugar distinto de una categoría que toma como referencia las propuestas de los estudios culturales. En el primero de ellos (Núñez Ladevéze y Pérez Ornia, 2002), se analizan los resultados de una encuesta del CIS, en cuyo diseño participaron los autores, comparándolos con resultados de otras encuestas. La encuesta de referencia versa sobre hábitos de relación con el medio, aplicada tanto a niños y niñas como a padres. Se intenta realizar un análisis de evolución de tales hábitos, con el problema de que se comparan resultados de estudios de carácter nacional con estudios cuya población es Madrid. Entre las conclusiones, resaltan dos: por un lado, reproducida en los resultados del otro estudio, los niños entre 4 y 12 años son, junto a los jóvenes, los que menos televisión ven; la otra conclusión apunta un profundo calado teórico, tanto desde el ámbito de la comunicación, como el de la sociología en general, pues establece la diferencia entre norma de criterio (deber ser de la televisión y lo que deben hacer los padres con respecto a ella), legitimada por las respuestas de los padres, y conducta (lo que los padres hacen) y los estudios de audiometría tienen a denunciar soterradamente. Es decir, los padres parecen escandalizados sobre la televisión emitida para sus hijos, pero parecen poco inclinados a medidas de control, prescripción o prohibición con respecto a la relación con esa televisión.

El segundo de los estudios, *Estudio de la oferta y las preferencias temáticas de la audiencia televisiva infantil en España* (Pérez Ornia y Núñez Ladevéze, 2003), enfoca lo que hacen los niños desde el análisis de los resultados de audiometría durante cuatro años (1999-2002). Se vuelve a la constatación de que los niños entre 4 y 12 años constituyen el grupo de espectadores que menos ve la televisión y que, además, entre la televisión que ven, es mayoritaria la ofrecida en el *prime-time* de adultos.

La relativamente escasa televisión vista por los niños ha de dejarse en tal punto. Es decir, en su relatividad, en su comparación con otros grupos de espectadores. Hay que tener en cuenta que los niños dedican a la televisión una media entre 162 minutos/día (1999/2000) y 147 minutos/día (2000/01 y 2001/02). Aun cuando lo hagan una hora menos, de media, que los adultos (cuya media se encuentra sobrecargada por la mucha televisión vista por los mayores de 65 años), los niños verían una media aproximada de 55.000 minutos de televisión al año, cifra que supera ampliamente las 900 horas<sup>52</sup>.

En cuanto a las variables con las que trabajan los autores de la investigación, destaca que los niños ven más televisión que las niñas hasta los diez años, edad a partir de la cual se invierten las posiciones hasta la edad adulta. Pero, sobre todo, en ambos estudios se subraya el papel condicionante de la clase social y se comenta críticamente la escasez de programas específicamente diseñados para edades concretas de niños. A ello, hay que añadir que la mayor parte de los contenidos infantiles son de producción ajena y, por lo tanto, alejados de la realidad inmediata del niño.

## 5. CONCLUSIONES

Los objetivos de este trabajo pueden considerarse limitados: presentar y comentar una selección de investigaciones empíricas españolas que han enfocado directamente la relación entre niños o jóvenes y televisión. Una limitación en los objetivos que, sin embargo, contrasta con la generalizada costumbre entre los investigadores españoles de no citar a otros investigadores españoles. Hay dignas excepciones, casi todas recientes; pero, aún, sólo cabe calificarlas desde tal excepcionalidad.

Como tal selección, ha exigido exclusiones. Esperemos que no hayan sido injustas. Más allá de la calidad de los estudios seleccionados, distante entre sí con respecto a la misma, como muestran los comentarios realizados, se ha buscado lo que podría denominarse representatividad estructural<sup>53</sup>. Es decir, que estuvieran representadas las distintas formas de hacer investigación en el tema de niños o jóvenes y televisión. Las dificultades para la misma no han sido pocas, lo que es significativo de la existencia de un extenso y, en líneas generales, buen material. Incluso, las dificultades para la selección también han estado a la hora de establecer la pertinencia de estudios según criterios aparentemente más nítidos. Así, si uno de estos criterios de selección era la selección de inves-

---

<sup>52</sup> Abultada cifra que, sin embargo, se sitúa en niveles semejantes a los ya observados en España hace treinta años (Soler, 1976).

<sup>53</sup> Sobre la representatividad estructural, que busca las diferencias como fuente del sentido del sistema —en este caso del sistema de investigación— en lugar de la acumulación, véase las primeras páginas, sobre el método, en Barthes (2003 [1967])

tigaciones españolas, algo aparentemente claro, parece tambalearse cuando, por ejemplo, el analista se encuentra con una investigación dirigida en España, donde se obtiene el grado de doctor con ella, pero cuyo trabajo de campo se realiza en otro país. ¿Qué hacer entonces? En tal ejemplo, se ha optado por la exclusión de la selección. Pero, en criterios menos claros, la opción se ha hecho asimismo más compleja.

Antes de entrar de lleno en los objetivos del trabajo, se ha requerido la elaboración de una tipología para ordenar las investigaciones. Para ello, parecía pertinente generar tal tipología desde el conjunto de la mucha y variada investigación realizada sobre el tema, especialmente en el ámbito anglosajón. La idea es que si se podía ordenar lo más, sería posible también ordenar lo menos, como es la cantidad de investigación empírica española sobre la relación entre niños y televisión. Siguiendo tales fines operativos, ha resultado una tipología con tres posiciones básicas, a partir de dos fuentes o criterios. Por un lado, el objeto concreto que focaliza la observación, recogándose que la mayor parte de los estudios se centran en los contenidos del medio (mensajes especialmente) o en los receptores del mismo (sujetos). Por otro lado, según el sentido de los condicionamientos en la relación entre televisión y niños o jóvenes, pudiéndose partir desde el medio a los niños o jóvenes, que ha sido tradicionalmente la mayoritaria, o, en el otro polo, desde los usos que niños o jóvenes hacen del medio. Resulta así un área triangular donde es posible incluir y situar la mayor parte de los estudios empíricos sobre el tema.

Tras la presentación de las publicaciones que cabe dejar fuera del triángulo de investigación empírica sobre la relación entre niños y televisión en España, se entra a la presentación y comentario de una selección de las mismas, de las que están dentro de tal triángulo. Una exposición de carácter estructural o transversal, que en estas conclusiones ha de recuperar el criterio evolutivo, remarcando, sobre todo, la mayor conciencia y el más escrupuloso rigor metodológico de las investigaciones. A enorme distancia de unos primeros tanteos empíricos derivados de la preocupación que ha existido en la sociedad española y sus instituciones sobre el tema, ya desde los inicios de funcionamiento del medio en nuestro país.

Ahora bien, en el análisis concreto de un conjunto de investigaciones empíricas, como es el español, relativamente reducido si se compara con la acumulación de estudios en los países televisivamente más antiguos, el esfuerzo de construir una tipología sólo ha servido como una inicial y discutible guía. Deberá ahondarse sobre ella, aun cuando se apunta a tan notable entrecruzamiento de matices que, cuando se desciende a los detalles de los estudios y, sobre todo, en la medida que éstos se hacen con una mayor conciencia epistemológica, metodológica y tecnológica<sup>54</sup>, parece saltar por los aires todo esfuerzo tipológico

---

<sup>54</sup> Referencia a los tres niveles de la observación científica que Bourdieu, Chamboredon y Passeron (1976) toman de Bachelard. En España, la más brillante argumentación a favor de esta clave para ordenar la investigación social la realiza Ibáñez (1979).



sobre la investigación que se realiza en estos momentos. Situación que se ve acentuada por el hecho de que apenas pueden reconocerse consolidados grupos, escuelas o programas de investigación en nuestro país sobre la relación entre niños y televisión; sin que ello vaya en menoscabo de relevantes estudios y notables trayectorias personales de investigación en el tema. Puede considerarse más un problema del esfuerzo por hacer tipologías, que frecuentemente se conforman con establecerse sobre las categorías dadas por las escuelas o corrientes más reconocidas y consolidadas, pues son las que hacen la *ciencia normal*<sup>55</sup>, que de la propia investigación empírica concreta y cotidiana. Esfuerzo por hacer tipologías que exige que éstas sean más detalladas, dividiéndose en múltiples entradas, tipos y subtipos. Con el peligro de perder el carácter ordenador (y explicativo) de las tipologías.

Así, en el análisis aquí realizado, se ha encontrado que estudios que partían de un tipo de investigación como el de observación de niños o jóvenes bajo los condicionamientos o influencia de la televisión, desembocan en el reconocimiento del papel activo de estos sujetos, en función de su contexto social inmediato. Pero, también, lo contrario: investigaciones que partían de la capacidad explicativa del contexto inmediato de los niños, desembocan, en sus resultados, en la capacidad de la televisión para transformar tal contexto. Caminos de la investigación que se cruzan, que seguramente muestran la complejidad de un fenómeno que se resiste a ser interpretado desde la determinación de uno sólo de los elementos que pone en juego. Caminos de la investigación que, como siempre, señalan que el mejor y definitivo estudio es el que está pendiente. El que vendrá, el que está por hacer. Por lo tanto, incluso tras una interesante colección de buenas investigaciones empíricas realizadas en España durante el último cuarto de siglo sobre las relaciones entre el niño y la televisión, no cabe sino coincidir con aquellos que, tras los primeros pasos del medio en nuestro país, apuntaban la necesidad de más investigación.

---

<sup>55</sup> En el sentido de Kuhn (1987 [1962])



**BIBLIOGRAFÍA REFERIDA**

- ADLER, R., FRIEDLANDER, B., LESSER, G., MESINGOFF, L., ROBERTSON, T., ROSSITER, J., WARD, J. (1977): *Research on the effects of television advertising on children*. Washington: U.S. Government Printing Office.
- AGUADED, J. I. (1999): *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Barcelona: Paidós.
- ALEF (1980): *Conclusiones generales de las investigaciones realizadas sobre la publicidad infantil*. Madrid: Alef.
- ALONSO, M., MATILLA, L., VÁZQUEZ, M. (1986): *Los teleniños*. Barcelona: Laia.
- ALONSO, M., MATILLA, L., VÁZQUEZ, M. (1995): *Teleniños públicos, teleniños privados*. Madrid: Quirón.
- ANDERSON, D.R., HUSTON, A.C., SCHMITT, K.L., LINEBARGER, D.L., WRIGHT, J.C., (2001): *Early Childhood Television Viewing and Adolescent Behavior*. Boston y Oxford: Blackwell.
- ANDISON, F. S. (1977): «TV violence and viewer aggression: Acumulation of study results 1956-1976, en *Public Opinion Quarterly*, 41, pp. 314-331.
- ANDSAGER, J. L. Y AUSTIN, E. W. (2001): «Questioning the Value of Realism: Young Adult's Processing of Messages in Alcohol-Related Public Service Announcements and Advertising», en *Journal of Communication*, marzo, vol. 51 (1), pp. 121-42.
- ANTÓN CRESPO, M. (1990): *La audiencia infantil y juvenil en el proceso de la comunicación especializada*. Madrid: Universidad Complutense (tesis doctorales).
- APARICI, R., GARCÍA, A., GARCÍA, E., GARCÍA, L., GUTIÉRREZ, A., MONSIVÁIS, R. I. (1994): *Televisión, currículo y familia*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia (mimeo.).
- ARAGÓ MITJANS, J. M. (1988): «La violencia en la Televisión: Su impacto entre los niños y adolescentes», en *Infancia y aprendizaje*, 8, pp. 71-83.
- BALAGUER, M. L. (1987): *Ideología y medios de comunicación: la publicidad y los niños*. Málaga: Diputación de Málaga.
- BARTHES, R. (2003): *El sistema de la moda*. Barcelona: Paidós, e.o. 1967.
- BENAVIDES, J. (1991A): «La imagen del niño en la publicidad», en VV.AA., *¿Qué miras? Textos*, Valencia: Generalitat Valenciana, pp. 313-332.
- BENAVIDES, J. (1991B): «La publicidad y el universo del menor», en *Infancia y Sociedad*, nº 9, pp. 23-33.
- BENAVIDES, J. (1992): «Los niños y las niñas conocen la televisión», en *Infancia y Sociedad*, nº 14, pp. 67-78.
- BORREGO, C., YOUNIS, J. A. (1995): «Infancia, televisión y violencia: perspectivas para el análisis», *Apuntes de Psicología*, 44, pp. 79-91.
- BOTTA, R. A. (1999): «Television imagen adn adolescent grils' body image disturbance», *Journal of Communication*, 49 (2), pp. 22-41.
- BOURDIEU, P., PASSERON, J.C., CHAMBOREDON, J.C. (1976): *El oficio de sociólogo*. Madrid: Siglo XXI, e.o. 1973.
- BURTON, S., CALONICO, J., MCSUENY, D. (1979): «Growing up with television: Effectos of preschool television watching on first-grade children», *Journal of Communication*, 29, pp. 164-170.
- BRYANT, J., Y ZILLMANN, D. (1996): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.

- CALLEJO, J. (2002): *Investigar las audiencias*. Barcelona: Paidós.
- CAMPBELL, D. Y STANLEY, J. (1991): *Diseños experimentales y cuasiexperimentales en la investigación social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- CARRASCO, L., GUEROLA, M. J., LÁZARO, P. Y RIANCH, A. (1979): «Amor y violencia en TV», en *Mensaje y medios*, nº 7, pp. 45-52.
- CLARK, L. S. (2002): «U. S. Adolescent Religious Identity, the Media, and the 'Funky' Side of Religion», en *JOURNAL OF COMMUNICATION*, diciembre, vol. 52 (4), pp. 794-811.
- CLEMENTE, M. Y VIDAL, M. A. (1995): *Violencia y televisión*. Madrid: Noesis.
- CLIFFORD, B. R., GUNTER, B. Y MCALLER, J. (1995): *Television and children. Program Evaluation, Comprehension, and Impact*. Hillsdale y Hare: Lawrence Erlbaum.
- COLLER, X. (2000): *Estudio de casos*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- COOK, T. D., APPLETON, H., CONNER, R. F., SHAFFER, A. Y WEBER, S. J. (1975): *'Sesame Street' revisited*. Nueva York: Russell Sage Foundation.
- CORTÉS LAHERA, J. I. (1991): «¿Interesa la audiencia infantil?», en A. Lopez Blasco (ed.), *¿Qué miras? Textos*. Valencia: Generalitat Valenciana, pp. 187-203.
- CHAN, K. Y MCNEAL, J. (2003): «Parental concern about television beijing and children's advertising in China», en *Public Opinion Research*, vol. 15 (2), verano, pp. 151-166.
- D'AMATO, M. (2001): *La tv dei ragazzi*. Storie, miti, eroi. Roma: RAI-VQPT.
- DURKHEIM, E. (1982A): *Las reglas del método sociológico*. Barcelona: Orbis, e.o. 1903.
- DURKHEIM, E. (1982B): *El suicidio*. Madrid, Akal, 1897.
- DURKHEIM, E. Y MAUSS, M. (1971): «De quelques formes primitives de classification», en M. Mauss, *Essais de sociologie*. París : Minuit, e.o. 1903.
- ERON, L.D. (1980): «Prescription for reduction of aggression» *American Psychologist*, vol. 37, pp. 197-211.
- ESTEVE, J. M. (1983): *Influencia de la publicidad en televisión sobre los niños. Los anuncios de juguetes y las cartas de Reyes*. Madrid: Narcea.
- FERRÉS, J. (1991): *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Paidós.
- FERRÉS, J. (1994): *Televisión y educación*. Barcelona: Paidós.
- FERRÉS, J. (2000): *Educación en una cultura del espectáculo*. Barcelona: Paidós.
- GARCÍA DE CORTÁZAR, M., CALLEJO, J., DEL VAL, C., CAMARERO, L. A. Y ARRANZ, F. (1998): *El tercero ausente. Investigación empírica sobre el papel de los adultos en la relación entre niños y televisión*. Madrid: UNED.
- GARCÍA GALERA, M.C. (2000): *Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios*, Barcelona: Gedisa.
- GARCÍA MUÑOZ, N. (1997): *Comportamientos y hábitos de consumo televisivo del niño en el ámbito familiar*. Barcelona: Bellaterra (tesis doctorales).
- GARCÍA NEBREA, B. (1994): «El contenido de la programación infantil en televisión», en AA.VV., *Televisión. Niños y jóvenes*, Valencia: RTVV, pp. 65-81.
- GIL DE MURO, E. T. (1984): *Televisión y familia. El hogar entre la agresión y la cultura*. Madrid: PPC.
- GOBLOT, E. (1925) : *La barrière et le niveau. Étude sociologique sur la bourgeoisie française moderne*. París : Félix Alcan (reproducido en [http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques\\_des\\_sciences\\_sociales/index.html](http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html)).

- GOLDBERG, M. E., GORN G. J., GIBSON, W. (1978): «Tv messages for snack and breakfast foods: do they influence children's preferences?», *Journal of Consumer Research*, 5, pp. 48-54.
- GORDON, R. A. (1990): *Anorexia and bulimia: Anatomy of social epidemia*. Cambridge: Basil Blackwell.
- GORN, G. J., GOLDBERG, M. E. (1982): «Behavioral evidence of the effects of televised food messages on children», *Journal of Consumer Research*, 9, pp. 200-205.
- GREENBERG, B.S. (1986): «Minorías y los medios de comunicación», en J. Bryant y D. Zillmann (eds.): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. BARCELONA: PAIDÓS.
- GREENBERG, B. S. Y DOMINICK, J. R. (1969): «Race and social class differences in teenagers' use of television», *Journal of Broadcasting*, 13, pp. 1331-1334.
- GREENBERG, B. S., KU, L. Y LI, H. (1992): «Parental Mediation of Children's Mass Media Behaviors in China, Japan, Korea, Taiwan, and the United States», en F. Korzeny y S. Ting-Toomey (eds.), *Mass Media Effects Across Cultures*, Newbury Park: Sage, pp. 150-171.
- GREENFIELD, P.M., YUT, E., CHUNG, M., LAND, D., KREIDER, H., PANTOJA, M., HORLEY, K. (1993): «The Program-Length Commercial. A study of the effects of television/toy ties on imaginative play», en G.L. Berry y J.K. Asamen, *Children and Television. Images in a changing sociocultural world*. Newbury Park: Sage, pp. 53-72.
- GREENFIELD, P.M., BEAGLES-ROOS, J. (1998): «Radio vs television. Their cognitive impact on children of different socioeconomic and ethnic groups», *Journal of Communication*, 38 (2), pp. 71-91.
- GRUBE, J. W., WALLACK, L. (1994): «Television advertising and drinking knowledge, beliefs, and intentions among school children», *American Journal of Public Health*, 84, 254-259.
- GRUPO DE TRABAJO MEC-RTVE (1982): *Educación y medios de comunicación*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia.
- HARRISON, K., CANTOR, J. (1997): «The relationship between media consumption and eating disorders», *Journal of Communication*, 47, pp. 40-67.
- HIMMELWEIT, H., OPPENHEIM, A. Y VINCE, P. (1958): *Television and the child: An empirical study of the effects of television on the young*. Londres: Oxford University Press.
- HODGE, R. Y TRIPP, R. (1988): *La televisión y los niños*. Barcelona: Planeta.
- HUESSMAN, L. R., MILLER, L. S. (1994): «Long-term effects of repeated exposure to media violence in childhood», en L. R. Huessman (ed.), *Aggressive behavior: current perspectives*. Nueva York: Plenum Press.
- HUSTON, A.C., WRIGHT, J.C., WARTELLA, E., RICE, M.L., WATKINS, B.A., CAMPBELL, T., POTTS, R. (1981): «Communication more than content: Formal features of children's television programs», *Journal of Communication*, 31 (3), pp. 32-48.
- IBÁÑEZ, J. (1979): *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnica y crítica*. Madrid: Siglo XXI.
- KAPLAN, R., Y SINGER, R. (1976): «Television violence and viewer aggression: A reexamination of the evidence», *Journal of Social Issues*, 32, pp. 35-70.
- KATZ, E., BLUMLER, J.G., GUREVITH, M. (1974): «Utilization of mass communication by the individual», en J. G. Blumler y E. Katz (eds.), *The Uses of Mass Communication*, Beverly Hills y Londres: Sage.
- KLAPPER, J. T. (1974): *Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de*

- los medios modernos de difusión*. Madrid: Aguilar, e.o. 1960.
- KRCMAR, M. Y COOKE, M. C. (2001): «CHILDREN'S MORAL REASONING AND THEIR PERCEPTIONS OF TELEVISION VIOLENCE», EN *JOURNAL OF COMMUNICATION*, JUNIO, VOL. 51 (2), PP. 300-317.
- KRCMAR, M. Y CURTIS, S. (2003): «Mental Models: Understanding the Impacto of Fantasy Violence on Children's Moral Reasoning», en *Journal of Communication*, septiembre, vol 53 (3), pp. 460-478.
- KUHN, T. S. (1987): *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica, e.o. 1962.
- LEÓN, J. M., CANTERO, F. J., GÓMEZ, T. (1997): «Efectos de la clasificación del comportamiento del modelo simbólico televisado sobre la agresividad infantil», *Revista de Psicología Social*, 12 (1), pp. 31-42.
- LOWERY, S., DE FLEUR, M. L. (1983): *Milestones in mass communication research*. Nueva York: Longman.
- LUHMANN, N. (1996): *La ciencia de la sociedad*. Guadajara (México) y Barcelona: Universidad Iberoamericana y Anthropos, e.o. 1990.
- LUHMANN, N. (1998): *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*. Barcelona: Anthropos, Universidad Iberoamericana y Centro Editorial Javerino, e.o. 1984.
- LULL, J. (ED.) (1988): *World families match television*. Newbury Park: Sage.
- LULL, J. (1990): *Inside family viewing. Ethnographic research on television's audiences*. Londres y Nueva York: Routledge.
- LYLE, J. Y HOFFMAN, H. R. (1972): «Children's use of televisión and other media», en E. A. Rubinstein, G. A. Comstock y J. P. Murray (eds.), *Television and social behavior: vol. 4. Television in day-to-day life: Patterns of use*. Washington: Government Printing Office, pp. 129-256.
- MAYER, M. (1972): *About televisión*. Nueva York: Harper & Row.
- MEADOWCROFT, J., REEVES, B. (1989): «Influence on store schema development on children's attention to televisión», *Communication Research*, 16, pp. 352-374.
- MORLEY, D. (1986): *Family television. Cultural Power and Domestic Leisure*. Londres y Nueva York: Routledge.
- MUTZ, D.C. ROBERTS, D.F., VAN VUUREN, D.P. (1993): «Reconsidering the displacement hipótesis: Television's influence on children's time use», *Communication Research*, 20, pp. 51-75.
- NATHANSON, A. I., WILSON, B. J., MCGEE, J. Y SEBASTIAN, M. (2002): «Counteracting the Effects of Female Stereotypes on Television via Active Mediation», en *Journal of Communication*, diciembre, vol. 52 (4), pp. 922-937.
- NOSNICK, A. (1991): *El desarrollo de la comunicación social. Un enfoque metodológico*. México: Trillas.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, L. Y PÉREZ ORNIA, J. R. (2002): «Los gustos de la audiencia infantil y la producción televisiva. El conflicto pragmático de los responsables de la audiencia infantil», EN *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº. 94, pp. 113-143.
- PAIK, H., COMSTOCK, G. (1994): «The efectos of televisión violence on antisocial behavior: A meta-analysis», *Communication Research*, 21, pp. 516-546.
- PEÑA, M. E., ANDREU, J. M., MUÑOZ, M. J. (1999): «Efectos de la visión de escenas violentas en la conducta agresiva infantil», *Psicothema*, vol. 11 (1), pp. 27-36.
- POSTMAN, N. (1984): *The Disappearance of Childhood*. Nueva York: Dela corte Press.
- POSTMAN, N. (1991): *Divertirse hasta morir. «El discurso público en la época del 'show*

- business'*». Barcelona: La Tempestad.
- PROPP, V. (1974): *Morfología del cuento*. Akal: Fundamentos, e.o. 1928.
- RICO, L. (1992): *TV: fábrica de mentiras. La manipulación de nuestros hijos*. Madrid: Espasa Calpe.
- RITCHIE, D., PRICE, V., ROBERTS, D.F. (1987): «Television reading, and reading achievement», *Communication Research*, 14, pp. 292-315.
- ROBERTS, D., BACHEN, C., HORNOBY, M., HERNÁNDEZ-RAMOS, P. (1984): »Reading and television: Predictors of reading at different age levels», *Communication Research*, 11, pp. 9-50.
- RODA FERNÁNDEZ, R. (1989): *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*. Madrid: CIS-Siglo XXI.
- RODRÍGUEZ, F. J. (1992): *La televisión y los españoles. Análisis periodístico de un vicio nacional*. Madrid: Paraninfo.
- RODRÍGUEZ MÉNDEZ, J.M. (1973): *Los teleadictos*. Barcelona: Laia.
- SÁNCHEZ HORCAJO, J. J. (1993A): «Televisión y familia: Comunicación familiar, pasividad y rendimiento escolar», en *Sociedad y Utopía*, nº 1, pp. 59-83.
- SÁNCHEZ HORCAJO, J. J. (1993B): «Televisión y familia: Comunicación familiar, pasividad y rendimiento escolar (Segunda parte)», en *Sociedad y Utopía*, nº 2, pp. 41-58..
- SAPERAS, E. (1992): *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias.
- SCHRAMM, W., LYLE, J. Y PARKER E. B. (1965): *Televisión para los niños*. Barcelona: Hispano Europea, e.o. 1961.
- SIGNORELLI, N. (1989): «Televisión and concptions abou sex-roles: Manitaining conventionality and the status quo», *Sex Roles*, 21, (5/6), pp. 341-360.
- SINGER, J.L., SINGER, D.G. (1981): *Television, imagination and aggression: A study of preschoolers*. Hillsdale (Nueva Jersey): Earlbaum.
- SOLER Y AMIGO, J. (1976): «Una experiencia concreta realizada en una escuela de Barcelona», Apéndice en R. M. Liebert, J. M. Neale y E. S. Davidson, *La TV y los niños*. Barcelona: Fontanella.
- TVE (1966): *Conversaciones nacionales de televisión infantil y juvenil*. Madrid: Servicio de Formación de Televisión Española.
- URRA, J., CLEMENTE, M. Y VIDAL, M. A. (2000): *Televisión: impacto en la infancia*. Madrid: Siglo XXI.
- VALBUENA, F. (1976): *Receptores y audiencias en el proceso de comunicación*. Madrid: Pablo del Río.
- VALLEJO NÁGERA, A. (1987): *Mi hijo ya no juega, sólo ve la televisión*. Madrid: Temas de Hoy.
- VAN DER VOORT, T. (1986): *Television violence: A childs's eye view*. Amsterdam: Elsevier Science.
- VÁZQUEZ, J.M. (1965): *Los niños y la televisión*. Madrid: Servicios de Formación de Televisión Española.
- VERA, M. J. (1994): «¿Cómo perciben los niños la televisión?», en AA.VV., *Televisión. Niños y jóvenes*, Valencia: RTVV, pp. 37-63.
- VÍLCHEZ MARTÍN, L. F. (1999): *Televisión y familia. Un reto educativo*. Madrid: PPC.
- WALKERDINE, V. (1998): «La cultura popular y la erotización de las niñas», J. Curran, D. Morley, V. Walkerdine (comp.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. PAIDÓS: Barcelona, pp. 481-96.
- WARTELLA, E. (1980): «Individual differences in children's responses to television adver-

- tising», en E. Palmer y A. Dorr (eds.), *Children and the fases of television. Teaching, violence, selling*. Nueva York: Academic Press, pp. 307-322.
- WEBER, M. (1979): *Economía y sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica, e.o. 1922.
- WILSON, B. J., SMITH, S. L., POTTER, W. J., KINKEL, D., LINZ, D., COLVIN, C. M. Y DONNERSTEIN, E. (2002): «Violence in Childre's Television Programming: Assessing the Risk», en *Journal of Communication*, marzo, vol. 52 (1), pp. 5-35.
- YOUNIS HERNÁNDEZ, J.A. (1988): *El niño y la cultura audiovisual*. Santa Cruz de Tenerife: Centro de la Cultura Popular Canaria.
- YOUNIS HERNÁNDEZ, J.A. (1992): «Las guerras en la mente del niño: la participación de la comunicación pública en su construcción», *REIS*, nº.57, pp. 179-189.
- YOUNIS HERNÁNDEZ, J.A. (1993): *El aula fuera del aula. La educación invisible de la cultura audiovisual*. Las Palmas de Gran Canaria: Nogal Ediciones.

## RESUMEN

El artículo tiene dos propósitos. Primeramente, cuando se discute en España sobre el modelo de la televisión pública y el lugar del medio de los medios de comunicación en la educación de los menores (creación del Observatorio Infancia y Medios de Comunicación), realizar un balance de la investigación empírica hecha en España sobre la relación entre niños y televisión. Un balance desarrollado principalmente desde una perspectiva metodológica, mostrando sus logros. En segundo lugar y ante la extensa variedad de investigación empírica en este campo llevada a cabo principalmente en los países anglosajones, observar las posibilidades de una tipología para los diferentes estudios. Esto se extiende a las posibilidades de una tipología de la investigación empírica que proceda de lo concreto, con los objetivos y concepciones de los estudios, y no sólo de la división entre las técnicas de investigación social utilizadas.

## ABSTRACT

This article has two purposes. Firstly, when the public television model and the place of media in the children education (Observatorio Infancia and Medios de Comunicación has been created) are debated, to achieve an evaluation of empirical research made in Spain about children and television relationships. An evaluation developed specially from a methodological point of view and showing its outcomes. In the second place, because of wide variety of empirical research in this field made in the anglosaxon countries, to observe the possibilities of a typology to different studies. This can be spreaded to the possibilities of a typology of the empirical research with source in the concret, from aims and conceptions of studies, and not only from the social research technicals division.