

Violencia, sexo y televisión: la mirada adolescente

Magdalena Albero Andrés

1. Introducción

Este artículo presenta los resultados de una investigación cuyo objetivo fundamental era valorar el impacto que la violencia y el sexo que aparecen en la televisión puede tener sobre los jóvenes, en un momento de crecimiento y búsqueda de la identidad como es la adolescencia.

El trabajo surge de la necesidad de dar respuesta a una serie de preocupaciones generales que padres y madres y educadores manifiestan con respecto a comportamientos de los adolescentes, como por ejemplo la apatía, la violencia y la precocidad en la manifestación de conductas adultas (el consumo de alcohol y drogas, y las relaciones sexuales). A menudo se acusa a la televisión de haber provocado esta situación. No obstante, la mayoría de los datos de que se disponen son cuantitativos y sólo hacen referencia a qué mira la audiencia en la televisión y cuánto tiempo le dedica. Tenemos, pues, información sobre qué hace la audiencia, pero no sabemos cuándo, cómo o por qué lo hace. Sobre todo desconocemos qué valor otorga a aquello que ve en la televisión cuando se trata de interpretar el mundo y de qué manera los referentes televisivos se mezclan con otros procedentes de la familia, el grupo de iguales, el entorno socioeconómico y las peculiaridades individuales para dar lugar a esta interpretación. En el caso de la audiencia adolescente, nos encontramos, además, con la práctica ausencia de investigaciones orientadas a estudiar su comportamiento televisivo, pero con muchas afirmaciones respecto del perjuicio que el consumo de este

medio ya le ha causado a lo largo de su vida y que dificulta la actuación de otras instituciones, como la escuela.

2. Objetivos y base teórica

Conocer cómo los jóvenes interpretan, evalúan y responden a los contenidos televisivos relacionados con la violencia y el sexo. Se quiere investigar cómo utilizan estos referentes –que son sólo una parte del contexto en que viven con otros referentes– para dar sentido a sus experiencias y a sus relaciones con los demás, conocer la forma en que los adolescentes dan sentido a los programas que más les atraen. Por ello, se trata primero de identificar cuáles son los elementos fundamentales que hay detrás de sus preferencias televisivas. También se quieren conocer las expectativas que tienen los jóvenes respecto de la programación televisiva. Es decir, qué tipo de programa les gustaría ver y por qué, y de qué forma estos programas podrían contribuir a sus necesidades de información y entretenimiento.

Esta investigación pretende entender en qué grado el adolescente es un interpretador activo de los mensajes que sobre la violencia y el sexo le llegan a través de la televisión, y de dónde vienen los referentes que utiliza para elaborar su interpretación.

El estudio parte de aproximaciones teóricas de origen cognitivista que intentan estudiar las personas y su interpretación del mundo. En esta línea se encuentran tanto la perspectiva del interaccionismo simbólico como la teoría de los usos e interpretaciones. También toma como referente el trabajo realizado por algunos científicos sociales como Edgar Morin y su teoría de la complejidad, con la que intenta aproximarse al estudio de los procesos sociales. Esta última perspectiva aporta la posibilidad de estudiar los

Magdalena Albero Andrés

Profesora titular de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona

hechos humanos a partir de la consideración de fenómenos tan importantes como el contexto en que se producen y también todo lo que pasa no únicamente por la yuxtaposición ordenada de las partes, sino por una interacción no simple entre ellas y otros elementos fundamentales del entorno.

3. Metodología y muestra

La investigación se basa en un estudio cualitativo. La cantidad de elementos que había sobre la mesa –adolescentes, televisión, familia, grupo de iguales, violencia, sexo, preferencias televisivas– y las múltiples relaciones que se establecen entre ellos comportaba no sólo dificultades de análisis, sino también la necesidad de utilizar unos instrumentos de obtención de datos que permitiesen tener la visión más precisa posible de la realidad que se pretendía estudiar. Por este motivo, se planteó la aplicación de unas técnicas de investigación que facilitasen la aproximación a la realidad que viven los adolescentes seleccionados para este estudio. Por eso se les pidió que participasen en actividades que van desde las más individuales hasta las que se hacen conjuntamente con el grupo de iguales, asumiendo que tanto una situación como la otra son aspectos fundamentales para entender el comportamiento y las actitudes. Se buscaba también que los resultados de cada fase de la investigación sirviesen de punto de partida para la fase siguiente, y así sucesivamente.

La investigación constó de cuatro fases: una encuesta, la redacción de diarios personales, entrevistas y grupos de discusión. El carácter exploratorio de este estudio y su enfoque cualitativo exigían trabajar con una muestra reducida. No se pretendía observar de forma detallada las diferencias debidas a la clase social, la edad y el género de la muestra. En cambio, sí que se quería trabajar con los jóvenes observando las características que tienen en común como grupo de edad que comparte motivaciones similares, necesidades comunicativas y experiencia previa con la televisión. Se buscaron adolescentes que viviesen en un entorno urbano y que formasen un grupo mixto tanto en lo que se refiere al género como a la clase social. Para asegurar la representación de jóvenes de procedencias

socioculturales diferentes, se optó por trabajar con dos escuelas privadas (una de ellas religiosa) y dos escuelas públicas.

La muestra es de 97 adolescentes de 2.º y 4.º de ESO (de 12 a 16 años) de las escuelas IES Pere Calders (Cerdanyola del Vallès), IES Milà i Fontanals (barrio del Raval, Barcelona), IES Can Puig (Sant Pere de Ribes), Escuela Súnion y Colegio Pare Manyanet (barrio de Les Corts, Barcelona).

La mayor parte de la muestra está formada por jóvenes de familias catalanas, con la excepción de los alumnos del IES Milà i Fontanals, que en su totalidad son de familias inmigradas.

4. Resultados de la investigación

A lo largo de cada una de las fases de la investigación, se ve que los adolescentes tienen unas preferencias televisivas claras y que, contrariamente a lo que en un principio podía esperarse, la televisión no actúa, en general, como modelo a partir del cual valoran la violencia o se identifican en cuanto a su conducta y sus expectativas respecto del sexo. En cambio, la familia y el entorno social, junto con las características propias de la adolescencia, sí que parecen estar tras el proceso de sus reacciones hacia la violencia y sus sentimientos respecto de la sexualidad. Los resultados del estudio sugieren también unos criterios para orientar la educación en medios de comunicación dirigida a los jóvenes y una serie de recomendaciones para el Consejo del Audiovisual de Cataluña.

Las preferencias televisivas

La mayoría de los adolescentes de este estudio ven la televisión para divertirse, para pasar un rato cuando no tienen nada más que hacer. El estudio identifica que mirar la televisión no es una actividad de ocio prioritaria. Así, las actividades preferidas de los encuestados son estar o salir con los amigos, jugar con el ordenador o la consola de juego, conectarse a internet y mirar la televisión.

Los horarios en que miran la televisión coinciden con los horarios de las comidas familiares y la sobremesa. Los programas que apuntan como preferidos también son los que se emiten en horario de máxima audiencia y que,

en general, están pensados para un consumo familiar.

Las razones que existen tras las preferencias televisivas de los jóvenes de este estudio muestran un consumo televisivo relacionado con el ocio y el tiempo libre y, por este motivo, orientado hacia un tipo de programas que favorecen el entretenimiento.

Los programas preferidos por los adolescentes son los de ficción, más concretamente, las teleseries de creación nacional en las que aparecen personajes adolescentes como protagonistas de las situaciones de cada capítulo. Éste sería el caso de series como *Un paso adelante*, *Los Serrano* y *Aquí no hay quien viva*. La ficción con buenas dosis de suspense y/o humor también parece guiar las preferencias en cuanto a programas extranjeros, como la serie norteamericana de investigación criminal *CSI* y la ya veterana producción norteamericana de dibujos animados *Los Simpson*. El programa de humor *Una altra cosa*, a pesar de no ser de ficción, es también uno de los valorados.

Por detrás de los programas mencionados se sitúan series como *El cor de la ciutat*, *Pasapalabra*, *Embrujadas*, *Shin Chan* y *Cuéntame cómo pasó*, *El Diario de Patricia*, *Friends* y *Hospital General*. Un detalle curioso es la relativamente elevada mención del programa *Pasapalabra* entre el colectivo de alumnos de procedencia extranjera, que argumentan su predilección en el sentido de que el programa les ayuda a aprender nuevas palabras y nuevos conceptos en castellano.

El humor, la aventura, el suspense y las relaciones amorosas aparecen como los puntos fundamentales del atractivo de los programas que los adolescentes han escogido como preferidos. Admiten también que entre sus hábitos televisivos están los telediarios, en primer lugar porque los ven sus padres y, después, para informarse.

Por otra parte, dicen que no les gustan los programas infantiles, y se muestran muy críticos con los programas de telebasura. Según sus afirmaciones, la razón fundamental por la que ven o han visto programas de telebasura es la de pasar el rato cuando no tienen nada mejor que hacer.

Los jóvenes se sienten representados cuando aparece un personaje de su edad. Les atrae porque les permite identificarse de alguna manera con los personajes. No obstante, esta identificación no significa necesariamente la imitación de la conducta del personaje, sino más bien la comprensión de sus problemas y de las razones de sus acciones. Parece

ser que el posible grado de identificación con los personajes y las situaciones sirve para despertar y mantener el interés de una serie de ficción determinada.

Un hallazgo importante de este estudio es que querrían ver en la televisión programas dirigidos a ellos y que no necesariamente fuesen de ficción. Querrían también que en la televisión se hablase de aspectos de la realidad que les rodea y de los que habitualmente no se habla, como las drogas, la sexualidad, la pobreza o los problemas graves que pueden vivir las familias. Es como si pidiesen a la televisión una especie de ayuda para explicar cosas de su entorno que les confunden y, en algunos casos, les angustian. Quieren programas que hablen de ellos y de sus inquietudes en un tono realista, y que estén abiertos a su participación. Se muestran totalmente en contra de la utilización de un tono paternalista, y querrían que estos programas fuesen entretenidos e informativos al mismo tiempo. Están en total desacuerdo con los programas educativos tradicionales.

En cuanto a los programas de ficción que siguen habitualmente, se muestran muy críticos con aquellos que ya han agotado su fórmula o con aquellos que representan una realidad alterada. En general, demuestran conocer bien los mecanismos que utilizan las series televisivas para alargar los capítulos, y también identifican sus tópicos, abundantes en las teleseries, pero que consideran necesarios para que éstas sean aceptadas por la audiencia.

Los participantes de este estudio se muestran bastante conscientes de los valores positivos (lucha entre el bien y el mal, fomento de la amistad, respeto del medio natural y solidaridad) que aparecen en los programas. Asimismo, al hablar de programas que no gustan, mencionan los valores negativos que comportan, concretamente los contenidos violentos, los estereotipos de género y el uso de un lenguaje grosero. En cambio, no suelen mencionar los elementos estéticos: decorados, ropa de los presentadores, etc.

El hecho de que utilicen la televisión básicamente como entretenimiento y que prefieran mayoritariamente los programas de ficción no significa necesariamente que estén satisfechos con la programación televisiva actual. Muchos de ellos se muestran muy críticos con los programas que se ven actualmente, especialmente con los de telebasura. Al preguntarles qué les gustaría ver en la televisión, sorprende gratamente ver que todos tienen una opinión formada. Sin

embargo, las propuestas de programas se sitúan básicamente en dos ámbitos: programas de ficción, con las características básicas de humor, aventura y suspense presentes en toda narración, y programas informativos pero entretenidos dirigidos a sus intereses.

La violencia y la televisión

A pesar de que, en general, los adolescentes afirman que hay mucha violencia en la televisión, la percepción que tienen de ella presenta muchos matices. El principal es la distinción que trazan entre la violencia en los programas de ficción y la que tiene alguna relación con la realidad. De los datos recogidos se desprende que al adolescente le gustan los programas televisivos o las películas en que hay violencia sólo cuando tiene otro atractivo: el humor, la fantasía o un buen guión que explica –y no necesariamente justifica– el porqué de la violencia que aparece. En cambio, no se sienten cómodos ante contenidos violentos, aunque sean de ficción, que están demasiado próximos a referentes que ellos han podido tener en la vida real.

Los programas informativos (los telediarios y algunos documentales) se mencionan como los programas de televisión con más violencia, y con un tipo de violencia que les afecta más. Consideran que la violencia real que hay en la sociedad es mucho peor que la que pueda estar representada en los programas de ficción. Aceptan ver los telediarios como algo necesario para estar informados, pero al mismo tiempo se quejan de tener que verlos, y son conscientes de que la violencia es noticia.

Otro aspecto que refleja el estudio es que los jóvenes, a pesar de haber visto tantos actos violentos de ficción en la televisión y en los juegos de ordenador, no presentan síntomas de insensibilización ante la violencia. Se podría decir, incluso, que la televisión parece actuar como vehículo de concienciación sobre la violencia en la vida real. Así, gracias a los informativos, todos saben que hay guerras, terrorismo y violencia contra las mujeres, los tres aspectos que mencionan con más frecuencia cuando se les pregunta qué cambiarían del mundo. La televisión es para algunos de ellos un vehículo para conocer las injusticias del mundo, concienciarse de la necesidad de ser solidarios y al mismo tiempo sentirse afortunados de poder vivir en un entorno relativamente tranquilo y acomodado. Éste, sin embargo, no es el caso de algunos de los adolescentes de la mues-

tra que viven la violencia en su entorno cotidiano y que les afecta mucho más profundamente que cualquier acto violento visto en la televisión.

Según el estudio, los jóvenes no toman como modelo en ningún caso la violencia que ven en la televisión. Tampoco la viven como una forma de resolución de conflictos ni la entienden como algo natural. Ninguno de los adolescentes considera que le pueda afectar la violencia televisiva. Distan mucho de justificar la violencia y también de insensibilizarse hacia este tipo de contenidos.

El sexo y la televisión

De las opiniones de los adolescentes se desprende que saben distinguir entre sexo y relaciones amorosas. En general, los chicos se manifiestan contrarios al uso del sexo en la televisión como una forma de vender, mientras que las chicas denuncian la relación que se establece entre sexo y machismo, como la que se da en los anuncios de coches, detergentes o colonias. Todos coinciden en rechazar totalmente los contenidos de sexo no buscado que aparecen en internet.

Por otra parte, la mayoría de los chicos y chicas de este estudio afirman haber aprendido sobre sexo en la televisión, pero no consideran que sea una fuente de información importante sobre este tema. Se quejan de que hay mucho sexo en la televisión pero que casi nunca se trata en un sentido informativo o para ayudar a responder a sus preguntas. Eso parece explicar el interés que muestran por los programas de radio (*En tu casa o en la mía*) y de televisión (*Me lo dices o me lo cuentas*) presentados por la sexóloga Lorena Berdún. La aceptación de estos programas y las opiniones que manifiestan los adolescentes podrían interpretarse como una indicación de su deseo de encontrar en la televisión programas en los que se hable de sexo, pero que no lleven la etiqueta de educativos. Aceptarían programas que fuesen entretenidos e informativos y que incorporasen debates en los que pudiesen participar.

Al buscar informaciones sobre sexo, los adolescentes de hoy se encuentran en situaciones muy parecidas a las vividas por otras generaciones. Así, los amigos continúan siendo el referente más importante, y no se confía en los padres o madres para hablar de este tema. Sólo acudirían a ellos ante un problema grave. Perciben el sexo como una

parte importante de su vida privada y de su proceso de independencia de los padres y las madres.

De los resultados de este estudio se desprende también que la televisión no parece ser el vehículo informativo más importante para aprender sobre sexo, y que la familia orienta, en parte, la interpretación de los contenidos sexuales que aparecen en ella.

Por último, se intuye una colaboración posible y altamente positiva entre los medios de comunicación y la escuela. La televisión, y también la radio, aportarían, en el ámbito de la sexualidad, las bases de un debate que se podría desarrollar en la escuela. No obstante, para que iniciativas de este estilo pudiesen tener éxito habría que formar al profesorado y orientarlo hacia una forma de trabajar estos temas con los adolescentes que estuviese exenta del paternalismo y dirigismo con que a menudo la escuela intenta indicar a los alumnos la manera de interpretar los contenidos televisivos.

La educación en medios de comunicación

Pese al conocimiento que muestran los adolescentes sobre el funcionamiento de la televisión, fruto de su experiencia como espectadores y de las pautas para interpretar los contenidos televisivos que han recibido de su entorno, parece necesario plantearse una educación en los medios de comunicación dirigida a este grupo de edad.

Este programa debería tener tres ejes fundamentales:

- a) La utilización de los contenidos televisivos como herramienta generadora de debates en el aula.
- b) El estímulo por parte de la escuela o el instituto para animar a los jóvenes a crear sus propios contenidos de medios de comunicación a lo largo de su paso por el centro educativo: revistas, programas de radio, páginas web, exposiciones de fotografía, propuestas de nuevos programas de televisión, guiones para teleseries.
- c) La adaptación del trabajo en educación en medios que se realiza en el aula a la heterogeneidad del alumnado y, muy especialmente, al alto porcentaje de alumnos de origen extranjero existentes.

Ahora bien, para que estos objetivos fuesen realmente viables habría que trabajar paralelamente los siguientes aspectos:

- Una formación del profesorado que incidiese en la ne-

cesidad de dejar expresar a los alumnos sus interpretaciones sobre los contenidos televisivos sin tratar de imponer la interpretación de los adultos.

- La creación de estímulos externos a la escuela para que los alumnos se interesen en la producción de medios. Por ejemplo, la convocatoria de premios escolares.
- La creación de un espacio curricular que permitiese otorgar a la escuela las horas lectivas necesarias para poder desarrollar la educación en medios.
- Potenciar la colaboración necesaria con los medios de comunicación públicos y locales y con algunas editoriales para que algunos de los mejores productos, o propuestas de productos, que en cada curso académico generen los adolescentes puedan llegar a convertirse en programas y publicaciones reales.

Sus propuestas servirían para dar algunas bases para una programación televisiva y radiofónica y también para la creación de nuevas publicaciones periódicas dirigidas a este grupo de edad. Los adolescentes de este estudio afirman querer programas dirigidos a ellos y en los que puedan participar.

La actividad del CAC

Según la autora del estudio, las opiniones de los jóvenes recogidas refuerzan, por ejemplo, la necesidad de la batalla iniciada contra la programación de telebasura. Aunque no parece que lo emitido en estos programas tenga relevancia para los adolescentes como modelo de conducta, sí que es cierto que las horas que ocupa la telebasura podrían dedicarse a programas que mostrasen un respeto básico por las personas y un uso adecuado de la lengua. Todos –niños y niñas, jóvenes y adultos– merecen un entretenimiento de mayor calidad, y es preciso que los organismos reguladores consigan que las cadenas televisivas comiencen a pensar en otras formas para llenar las horas de programación.

El CAC debe continuar velando por el cuidado del lenguaje en las teleseries de éxito, ya que la atracción que puede tener un programa de ficción no reside en la utilización de un tipo de palabras u otro, sino en la historia que narra. Así, el supuesto populismo que algunos guionistas intentan dar a sus productos con la utilización de un lenguaje demasiado próximo a la grosería debería ser uno de los aspectos a corregir en la creación de nuevos programas de ficción.

El CAC también debe continuar observando los contenidos de violencia que aparecen en la televisión. Los adolescentes son claros respecto de los criterios que usan para valorar la violencia: no les importa cuando está envuelta de fantasía, cuando tiene como objetivo la crítica social en clave de humor y cuando se representa en forma de dibujo animado. En cambio, les afecta la violencia que relata situaciones que pueden pasar en la vida real o que han pasado y son muy conscientes del sufrimiento de la víctima, no sólo físico, sino también emocional.

Sus comentarios apuntan hacia otros tipos de contenidos violentos, que a menudo han sido causa de polémica: la violencia que los jóvenes observan todos los días en los informativos. Así pues, tal vez sería conveniente promover la necesidad de un informativo dirigido a los jóvenes que les ayudase a pasar de la información a la concienciación, y de la concienciación a una posible participación social.

Los resultados de este estudio inciden también en la necesidad de mantener e incluso ampliar la vigilancia de la publicidad en la televisión. Las respuestas evidencian la importancia de regular los anuncios que utilizan el cuerpo de la mujer como argumento de venta, así como los anuncios sexistas, aún muy abundantes, donde, por ejemplo, la mujer aún se sorprende cuando el hombre decide lavar los platos.

Las opiniones de los adolescentes también ofrecen la posibilidad de otra función que podría asumir el CAC: la de promover los anuncios institucionales. Contrariamente a lo que en un principio podría esperarse, los adolescentes reaccionan muy bien ante este tipo de anuncios, siempre y cuando se dirijan a un problema o una preocupación que estén relacionados con ellos. Los anuncios institucionales que antepusieran el humor a la provocación, la prevención a la prohibición y que, sobre todo, adoptasen la mirada de la juventud, podrían tener un lugar importante en la televisión.

Según Albero, el CAC también podría pedir a los diferentes canales de televisión que adelantasen sus horarios. Las familias se han habituado a irse a dormir cuando acaba la película o la teleserie de cada noche y eso es ya difícil de cambiar. No obstante, si todos los canales de televisión adelantasen sus horarios de máxima audiencia se podría conseguir que las familias se fuesen a la cama más temprano. La mejora consiguiente del sueño reportaría ventajas

tanto en lo que concierne al bienestar individual como al rendimiento escolar y laboral de la sociedad.

Por último, los resultados de esta investigación muestran también la importancia de acciones por parte del CAC dirigidas a buscar posibles soluciones al problema que presentan, por una parte, el peligro de adicción a los videojuegos y, por la otra, el sexo que aparece en internet y que el usuario no ha buscado. De estos datos se desprende que el CAC no debe abandonar su tarea de informar a las familias sobre la necesidad de controlar la exposición de sus hijos a los medios de comunicación y, más concretamente, de limitar el número de horas que pasan con los videojuegos. Por su parte, hay que continuar insistiendo en la necesidad de que los videojuegos que se comercialicen indiquen claramente el peligro de adicción como una información básica de cara a los usuarios.

Bibliografía

- ALBERO ANDRÉS, M. "The Internet and Adolescents: The Present and Future of the Information Society". En: GOLDSTEIN, J.; BUCKINGHAM, D.; BROUGÈRE, G. (ed.). *Toys, Games and Media*. Londres [Reino Unido]: Lawrence Erlbaum Associates, 2004.
- ALBERO ANDRÉS, M. "Las buenas historias: una forma de lucha contra la violencia televisiva". En: *II Congreso Internacional Comunicación y Realidad*. Barcelona: Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universitat Ramon Lull, 2003.
- ALBERO ANDRÉS, M. "Televisión y contextos sociales en la infancia: Hábitos televisivos y juego infantil. En: *Comunicar*. Huelva: Grupo Comunicar, 1996, n.º 6, pág.129-139.
- ALBERO ANDRÉS, M. "Telenovelas, intelectuales y público". En: *Claves de razón práctica*. Madrid: Progreso, 1995, n.º 55, pág. 68-74.
- ALBERO ANDRÉS, M. "Televisión y socialización. Apuntes críticos desde una ecología socio-cognitiva". En: *Telos*. Madrid: Fundación Telefónica, 1994, n.º 38, pág. 14-17.
- Anuario de audiencia de televisión*. Barcelona: SGAE, 2003.
- ARAN, S.; BARATA, F.; BUSQUET, J.; MEDINA, S.; MORON, S. *Els usos televisius i la recepció de la violència a la televisió per part dels infants*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2003.
- BANDURA, A.; WALTERS, R. *Social Learning and personality development*. Nueva York [EE UU]: Holt, Rinehart & Winston, 1963.
- BARKER, M.; PETLEY, J. (eds). *III. Efects. The Media/Violence Debate*. Londres [Reino Unido]: Routledge, 1997.
- BASTARDAS BOADA, A. "Lingüística general: elementos para un paradigma integrador desde la perspectiva de la complejidad". En: *Linred. Lingüística en la red* [en línea]. 2003.
- BECK, U. *Risk Society. Towards a New Modernity*. Londres [Reino Unido]: Sage, 1992.
- BENNETT, T. "Texts, Readers, Reading Formations". En: *Bulletin of the Midwest Modern Language Association*. Iowa [EUA], MMLA: 1983, n.º 16 (1) pág. 3-17.
- BERDÚN, L. *En tu casa o en la mía. Todo lo que los jóvenes quieren saber para un sexo sin duda*. Madrid: Santillana, 2000.
- BOUMAN, M. *The turtle and the peacock*. Gouda, [Holanda]: Entertainment and Education, 2002.
- BOURDIEU, P.; PASSERON, J. C. *Reproduction in Education, Society and Culture*. Beverly Hills [California, EE UU]: Sage, 1997.
- BOURDIEU, P. *La distinción. Criterio y bases sociales para el gusto*. Madrid: Taurus, 1988.
- BUCKINGHAM, D.; BRAGG, S. *Young People, Sex and the Media. The Facts of Life*. Londres [Reino Unido]: Palgrave McMillan, 2004.
- BUCKINGHAM, D. *After the Death of Childhood. Growing Up in the Age of Electronic Media*. Londres [Reino Unido]: Polity Press and Blackwell Publishers Ltd, 2000.
- BUCKINGHAM, D. (ed.) *Reading Audiences: Young People and the Media*. Manchester [Reino Unido]: Manchester University Press, 1993.
- BUCKINGHAM, D. (ed.) *Reading Audiences: Young People and the Media*. Manchester [Reino Unido]: Manchester University, 1993.
- CAMPS, V. "La violència a la televisió: Què hem de fer?". En: *Quaderns del CAC*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2003, n.º 17.
- CASAL, J.; GARCIA, M.; MERINO, R.; QUESADA, M. *Enquesta als*

- joves de Catalunya, 2002*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Secretaria General de Joventut, 2003.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. *La televisión y los niños: Hábitos y comportamientos*. Madrid: CIS, 2003, estudio n.º 2.391 (mayo de 2000).
- CLEMENTE, M.; VIDAL, M. A. *Violencia y televisión*. Madrid: Noesis, 1996.
- COMSTOCK [et al.]. *Television and Human Behaviour*. Nueva York [EE UU]: Columbia University Press, 1998.
- CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA. *Llibre Blanc: l'educació en l'entorn audiovisual*. Barcelona: CAC, 2003.
- DROTNER, K. "Global Media Through Youthful Eyes". En: LIVINGSTONE, S. *Children and their Changing Media Environment*. Londres [Reino Unido]: Lawrence Erlbaum Associate, 2001.
- Enquesta de Consum i Pràctiques Culturals de Catalunya*. Barcelona: Departament de Cultura i Institut d'Estadística de Catalunya, 2001.
- Estudio General de Medios. *Anuario SGAE*. Barcelona: SGAE, 2003.
- EVE, R. A. [et al.] (ed.) *Chaos, Complexity and Sociology*. Londres [Reino Unido]: SAGE, 1997.
- FRITH, S. "Youth/Music/Television. En: FRITH, S.; GOODWIN, A.; GROSSBERG, L. (ed.) *The Music Video Reader*. Londres [Reino Unido]: Routledge, 1993.
- GARCIA GALERA, M. C. *Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios*. Barcelona: Gedisa, 2000.
- GAUNTLETT, D. *Media, Gender and Identity: An Introduction*. Londres [Reino Unido]: Routledge, 2002.
- GAUNTLETT, D. *Moving Images: Understanding Television's Influences and Effects*. Luton [Reino Unido]: John Libbey, 1995.
- GAUNTLETT, D. *Video Critical: Children, the Environment and Media Power*. Luton [Reino Unido]: John Libbey, 1997.
- GELL-MANN, M. *El Quark y el jaguar. Aventuras en lo simple y lo complejo*. Barcelona: Tusquets, 1996.
- GERBNER, G. "Violence in television drama: Trends and Symbolic Functions". En: COMSTOCK, G. A.; RUBINSTEIN, E. A. (ed.) *Television and Social Behaviour*. Washington D. C. [EE UU]: US Government Printing Office, 1972.
- GREENBERG, B.; BRADLEY, S.; BROWN, J.; BUERKEL-ROTHFUUS, N. (ed.) *Media Sex and the Adolescent*. Cresskill [Nueva Jersey, EE UU]: Hampton Press, 1993.
- GUNTER, B. *Dimensions of television violence*. Aldershot [Reino Unido]: Gower, 1985.
- GUNTER, B.; HARRISON, J. *Violence on Television. An Analysis of amount, nature, location and origin of violence in British programmes*. Londres [Reino Unido]: Routledge, 1998.
- HALLORAN, J. "The social effects of Television". En: *The effects of Television* Londres [Reino Unido]: Panther, 1970.
- HANLEY, P. *Sense and Sensibilities: public opinions in the BFC guidelines*. Londres [Reino Unido]: British Board of Film Classification, 2000.
- HODGE, B.; TRIPP, D. *Children and Television*. Cambridge [Reino Unido]: Polity Press and Blackwell, 1986.
- HOWARD, S. (ed.) *Wired Up: Young People and the Electronic Media*. Londres [Reino Unido]: University College London Press, 1998.
- JOHNSON, J. G. [et al.] "Television Viewing and Aggressive Behaviour During Adolescence and Adulthood". En: *Science*. Washington D. C. [EE UU]: The American Association for the Advancement of Science, 2003, vol. 295.
- Joventut 2002 (Enquesta). Véase CASAL, GARCIA [et al.]: 2003.

- KINDER, M. (ed.) *Kid's Media Culture*. Londres [Reino Unido]: Durham and London, Duke University Press, 1999.
- LEVINE, J. *Harmful to minors: the perils of protecting children from sex*. Minneapolis [EE UU]: University of Minnesota Press, 2000.
- LIEBERT, R. [et al.] *The Early Window. Effects of Television on Children and the Youth*. Nueva York [EE UU]: Pergamon Press, 1973.
- LIVINGSTONE, S. *Children and Their Changing Media Environment*. Londres [Reino Unido]: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- LIVINGSTONE, S.; BOWIL, M. *Young People and New Media*. Londres [Reino Unido]: Sage, 2002.
- LOPEZ, C. (dir.) *La representació de la violència a la televisió*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2000.
- LULL, J. *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences*. Londres [Reino Unido]: Routledge, 1990.
- MEAD, G.H. *Mind, Self and Society*. Chicago [Illinois, EE UU]: University of Chicago Press, 1934.
- MITCHELL, C.; REID-WALSH, J. *The cultural spaces of childhood*. Londres [Reino Unido]: Routledge, 2002.
- MOORE, S.; I ROSENTHAL, D. *Sexuality in Adolescence*. Londres [Reino Unido]: Routledge, 1993.
- MORIN, E. *La méthode. 2. La vie de la vie*. París [Francia]: Seuil, 1980.
- MORIN, E. *La méthode. 4. Les idées. Leur habitat, leur vie, leur moeurs, leur organisation*. París [Francia]: Seuil, 1991.
- MORIN, E. *Introduction a la pensée complexe*. París [Francia]: ESF, 1992.
- MORIN, E. *La tête bien faite. Repenser la réforme, reformer la pensée*. París [Francia]: Seuil, 1999.
- MORIN, E. *L'identité humaine*. París [Francia]: Seuil, 2000.
- MORLEY, D. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Londres [Reino Unido]: Comedia, 1986.
- MORLEY, D. *Television Audiences and Cultural Studies*. Nueva York [EE UU]: Routledge, 1992.
- MURRAY, J. P. [et al.] (ed.) *Television and Social Behaviour*. Washington D. C. [EE UU]: US Government Printing Office, 1992.
- OROZCO, G. "Cultura y television: de las comunidades de referencia a la producción de sentido en el proceso de recepción". En: GARCIA CANDINI, N. *El consumo cultural en México*. México: CNCA, 1993.
- OSBORNE, T.; ROSE, N. "Do the Social Sciences Create Phenomena?: the example of public opinion research". En: *British Journal of Sociology*. Londres [Reino Unido]: London School of Economics and Political Science, 1999, n.º 3, vol. 50, pág. 367-396.
- RALPH, S.; LAUGHAM, J.; LESS, T. *Youth and Global Media*. Londres [Reino Unido]: University of Luton Press, 1992.
- SILVERSTONE, R. *Consuming Technologies: Media and information in domestic spaces*. Londres [Reino Unido]/ Nueva York [EE.UU]: Routledge, 1992.
- SILVERSTONE, R. *Television and Everyday Life*. Londres [Reino Unido]: Routledge, 1994.
- RALPH, S.; LAUGHAM, B.; LESS, T. *Youth and the Global Media*. Luton [Reino Unido]: University of Luton Press, 1999.
- RICHARDS, C. *Teen Spirits: Music and Identity in Media Education*. Londres y Bristol. [Reino Unido]: UCL Press, 1998.

STRASSBURGUER, V.; WILSON, B. *Children, Adolescents and the Media*. Londres [Reino Unido]: Sage, 2002.

SEFTON-GREEN (ed.) *Digital Diversions: Youth Culture in the Age of Multimedia*. Londres [Reino Unido]: University College, 1998.

SILVERSTONE, R. *Television and Everyday Life*. Londres [Reino Unido]/Nueva York [EE UU]: Routledge, 1994.

TAPSCOTT, D. *Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation*. Nueva York [EE UU]: McGraw-Hill, 1998.

THOMPSON, J.B. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.

WAGENSBERG, J. *Ideas sobre la complejidad del mundo*. Barcelona: Tusquets, 1985.

WALDROP, M. M. *Complexity*, Londres [Reino Unido]: Penguin, 1992.

WILLIS, P. *Learning to Labour. How working class kids get working class jobs*. Aldershot [Reino Unido]: Gower, 1977. [Edición española: *Aprendiendo a trabajar. Cómo los jóvenes de la clase obrera consiguen trabajos de clase obrera*. Torrejón de Ardoz: Akal, 1986].