

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Periodismo II



**ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA INFANTIL: DE RECEPTORES DE
LA TELEVISIÓN A PERCEPTORES PARTICIPANTES**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

Carmen Marta Lazo

Bajo la dirección del doctor

Agustín García Matilla

Madrid, 2005

ISBN: 84-669-2481-7

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

DEPARTAMENTO PERIODISMO II

TESIS DOCTORAL

**ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA INFANTIL:
DE RECEPTORES DE LA TELEVISIÓN A
PERCEPTORES PARTICIPANTES**

AUTORA: CARMEN MARTA LAZO

DIRECTOR: DR. D. AGUSTÍN GARCÍA MATILLA

MADRID, 2004

A la pequeña Pilar, mi hija, quien me ha acompañado día tras día durante los últimos meses en la recta final de esta tesis. A Carlos, que siempre me ha apoyado y dado ánimo en momentos de desaliento, con su buen criterio y paciencia. Al resto de mi familia, principalmente a mis padres que fraguaron en mí la curiosidad por los temas educativos, como buenos profesionales de este campo. Sin olvidarme de Julián, mi querido abuelo, quien se ha trasladado a Madrid y me ha cuidado bien cuando lo he necesitado, ni de Miguel, mi paciente gran hermano.

Me gustaría hacer una mención especial a mi maestro, Agustín García Matilla, por su trayectoria de dedicación desinteresada al alumno y por su esfuerzo por conseguir que la utopía de “una televisión para la educación” sea posible o, al menos, se vislumbre más factible. Le agradezco también el seguimiento minucioso de este trabajo de varios años que hoy acabamos de cerrar.

A Mariano Cebrián por su apoyo como buen compañero y respetable director del Departamento de Periodismo II.

A Soledad Huertas por su valioso asesoramiento en todos los trámites necesarios para llegar a la defensa de esta Tesis Doctoral.

A todos aquellos que directa o indirectamente han colaborado en esta investigación. A los profesionales: Roberto Aparici, Javier Callejo, María Ángeles Espinosa. A mis compañeras de batalla y amigas: Nuria de Ángel García –con quien comencé mis andaduras en la investigación-, a Fernanda Barnuevo y a Belinda Prieto.

Por supuesto, a Nuria Cifuentes Peña, gran socióloga y amiga, por su asesoramiento en los momentos de duda en algunos de los procedimientos, como la recapitulación de datos en SPSS, y por su ayuda en el laborioso trabajo de pasar transcripciones. También a Blanca Crespo por sacar tiempo de donde no lo tenía para este arduo quehacer.

INDICE

1. Investigación empírica: La percepción infantil de los mensajes televisivos.	6
1.1. Definición terminológica y campo de la investigación.	6
1.2. Metodología de la investigación.	22
1.2.1. Antecedentes.	22
1.2.2. Justificación, objetivos e hipótesis.	25
1.2.3. Diseño de la investigación.	34
1.2.4. Procedimiento de la investigación.	38
1.2.4.1. Selección de la muestra.	38
1.2.5. Herramientas de investigación.	45
1.2.5.1. Cuestionario.	45
1.2.5.2. Grupos de discusión.	49
1.2.5.3. Selección de imágenes de televisión.	53
1.2.6. Diseño del análisis de datos.	56
1.2.6.1. Matriz de recogida de datos.	56
1.2.6.2. Diseño para el análisis cuantitativo de resultados.	59
1.2.6.3. Diseño para el análisis cualitativo de grupos de discusión.	60
2. Niveles de actividad en el proceso de comunicación entre el medio televisivo y el niño. Desarrollos teóricos: de los estudios basados en los efectos hasta los de la recepción activa.	62
2.1. El niño como espectador.	64
2.2. El niño como receptor.	67
2.3. El niño como perceptor crítico.	77
2.4. El niño como perceptor participante.	88
3. Mediaciones en el proceso comunicativo.	113

3.1. Desarrollo cognitivo del niño: periodo de las operaciones concretas.	120
3.2. Los “microsistemas”: la familia, la escuela y el grupo de iguales.	137
3.3. Los “mesosistemas”: relaciones entre los microsistemas.	164
3.4. Los “exosistemas”: medios de comunicación, trabajo de los padres, servicios jurídicos y médicos, redes de apoyo.	166
3.5. Los “macrosistemas”: cultura, ideas, valores, creencias sociales y pautas de crianza.	198

4. Resultados análisis cuantitativo: cuestionario. 213

4.1. Actividades en el tiempo libre.	216
4.2. Hábitos de consumo televisivo.	226
4.3. Satisfacción y límites en el consumo televisivo.	236
4.4. Diálogo con los padres y otras personas respecto a los contenidos televisivos.	241
4.5. Preferencias en el consumo televisivo.	244
4.6. Conclusiones análisis cuantitativo.	273

5. Resultados análisis cualitativo: grupos de discusión. 285

5.1. Reparto del tiempo de ocio.	289
5.2. Hábitos de consumo televisivo.	295
5.2.1. Horarios en que ven la televisión, ¿Cuándo?.	296
5.2.2. Lugares en los que ven la televisión, ¿Dónde?.	296
5.2.3. Modo en que ven la televisión, ¿Cómo?.	297
5.2.4. Finalidades por las que ven la televisión, ¿Para qué?.	297
5.2.5. Aspectos positivos vs. aspectos negativos de ver la televisión.	300
5.2.6. Consumo prefijado previamente o sin planificar.	303
5.2.7. Límites ante lo que quieren ver en televisión.	304
5.2.8. Cómo actúan cuando se emite algo que no les gusta o cuando se emite publicidad en su programa favorito.	306
5.2.9. Programas favoritos de televisión.	307

5.2.10. Alternativas a la televisión en el tiempo libre.	308
5.2.11. Cambios en la televisión actual.	309
5.2.12. Modos de participación en televisión.	311
5.2.13. ¿Habéis pasado miedo viendo la televisión...?.	311
5.2.14. Tipo de programas que ven con sus padres.	317
5.2.15. Diálogo con sus padres respecto a lo que ven en televisión y preguntas acerca de lo que no entienden.	317
5.3. Percepción de valores y contravalores en varias secuencias de imágenes.	323
5.4. Diferencias entre realidad y ficción televisiva.	370
5.5. Percepción de los aspectos críticos de varios mensajes.	376
5.6. Distinción entre series dirigidas a niños y a adultos.	386
5.7. Valoración de los grupos y opinión acerca de introducir una materia de “Educación en materia de comunicación” en el currículo escolar.	397
6. Propuesta de un modelo para la educación de los niños en materia de comunicación.	403
6.1. Filosofía de la propuesta.	406
6.2. Por qué educar en materia de comunicación.	408
6.3. Principios metodológicos.	418
6.4. Bloques temáticos.	424
6.5. Acerca del enfoque.	436
7. Conclusiones.	438
7.1. Conclusiones análisis cuantitativo.	438
7.2. Conclusiones análisis cualitativo.	445
7.3. Conclusión referente a la propuesta “Educación en materia de comunicación”.	457

Fuentes de consulta.	460
Bibliografía.	460
Fuentes legislación.	482
Revistas y webs.	488

ANEXOS (en CD aparte):

- I. Información Centros escolares “Emperador Fernando” y “Montserrat”.
- II. Análisis cuantitativo: Cuestionario.
- III. Análisis cuantitativo: Plan de códigos.
- IV. Análisis cuantitativo: Tablas de frecuencia.
- V. Análisis cuantitativo: Tablas de contingencia.
- VI. Análisis cualitativo: Grupos de discusión: Guión ejes temáticos.
- VII. Análisis cualitativo: Grupos de discusión: Secuencias de imágenes.
- VIII. Análisis cualitativo: Transcripciones (en soporte CD).
- IX. Datos audiencia año 2002. Fuente T.N. Sofres.
- X. Leyes: Libro Verde sobre la Protección de los Menores y de la Dignidad Humana en los Servicios Audiovisuales y de Información (en francés).
- XI. Leyes: Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil.
- XII. Leyes autonómicas relativas a la protección de los derechos de la infancia.
- XIII. 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 formulado por el Ministerio de Educación y Ciencia, las Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas y las Cadenas de Televisión.
- XIV. Real Decreto 1006/1991, de 14 de junio, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Primaria.

CAPÍTULO 1:

INVESTIGACIÓN EMPÍRICA: LA PERCEPCIÓN INFANTIL DE LOS MENSAJES TELEVISIVOS

1.1. DEFINICIÓN TERMINOLÓGICA Y CAMPO DE LA INVESTIGACIÓN

El concepto de *audiencia*, desde el punto de vista teórico, es bastante reciente. Antes de pasar a abordar el significado del término, veamos algunos de sus precedentes en siglos anteriores, cuyo desarrollo ha dependido de la función que, en cada momento, los medios de comunicación desempeñaran para la sociedad.

En los siglos XVII, XVIII y XIX, encontramos a los *públicos* de la prensa, quienes respondían al perfil de *élites* minoritarias con gran poder social y, por supuesto, con gran influencia en los medios escritos.

En contraposición, en el siglo XIX, asistimos a la gestación de la *sociedad de masas*, con el empuje de las clases populares a raíz de la Revolución Francesa, la irrupción del sensacionalismo y la lucha por captar lectores. La *masa* es “*heterogénea, dispersa, anónima, efímera, incoherente y carece de organización social*”¹.

Posteriormente, en el siglo XX, se incorpora la audiencia concebida como *mercado* en la llamada *sociedad de la información*, debido a “*la universalización de las audiencias, incremento de la oferta y del consumo, homogeneización de los contenidos, desarrollo tecnológico y ‘desreglamentación jurídica’*. Pero, a la vez, se

¹ Quintana, Y. (1996): *Sociedad, Consumidores y Medios de Comunicación*. CEACCU, Madrid, pág. 21.

*desarrollan las posibilidades del individuo receptor para interactuar con el sistema, a través de las nuevas tecnologías*².

No obstante, como ya advertíamos al principio, la concreción del término **audiencia**, en cuanto a acepciones teóricas es bastante más reciente. Como señala Nightingale (1999), *“la naturaleza de las audiencias, desde el punto de vista conceptual o teórico, permaneció como algo incuestionable hasta casi mediados de los ochenta, momento en que empezó a producirse la especulación sobre teorías alternativas de la ‘audiencia’ como una parte de la crítica a la audiencia de masas. Antes de los años ochenta, la categoría de ‘la audiencia’ no había sido tomada como un factor cultural significativo. A falta de un trabajo explícitamente teórico sobre la naturaleza de las audiencias, las de televisión particularmente, se aceptaba simplemente la aplicación del término ‘audiencia’ a la definición de cualquier persona que utilizase cualquiera de los medios de comunicación, en cualquier circunstancia*³. Según dicha autora, en esa situación de carencia conceptual, fue cuando McQuail (1985) comenzó a abordar, desde el campo de la comunicación de masas, las diferencias entre varias categorías de audiencia: *“agregado de espectadores”, “masa”, “público” y “mercado”*. Y la definió como *“el grupo o conjunto que recibe el mismo contenido en el mismo momento”*⁴.

Ese carácter efímero y puntual que se le otorga a la **audiencia**, es replanteado por Orozco (1996), quien bautiza como *“televidencia”* a la recepción televisiva y, al contrario de la definición anterior, considera que este proceso *“es complejo y no se circunscribe al mero momento de interactuar directa o físicamente con los mensajes televisivos, sino que trasciende esa situación, fusionándose con las prácticas cotidianas de la audiencia. Es en ellas donde se negocian significados y sentidos y se realiza su apropiación o se resisten. Ésta es, quizá, la ‘premisa’*

² Quintana, Y. (1996), op. cit., págs. 22-26.

³ Nightingale, V. (1999): *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*. Paidós, Barcelona págs. 33-34.

⁴ McQuail, D. (1985): “Introducción a la teoría de la comunicación de masas”. Paidós, Barcelona, citado en Quintana, Y. (1996), op. cit., pág. 20.

*fundamental que permite conceptualizar 'productivamente' a la televidencia como un objeto de estudio para ser estudiada pedagógicamente después"*⁵.

Para nosotros, el término **audiencia** también va más allá del simple acto de recepción simultánea de una emisión, puesto que sería tan caduca como el breve tiempo que durara el espacio televisivo. Además, de esa concepción anterior, se desprende el sentido unidireccional del mensaje que nos ofrece el medio, quedando la audiencia como mera receptora de su contenido.

Por su parte, Peinado y Miguel (1999) entiende por *audiencia* "un conjunto compuesto de individuos que pertenecen a diferentes clases sociales en las que se sitúan sus respectivas necesidades de relación social, como emisores y receptores, y que utilizan conductas nexuales ligadas a una compleja red comunicacional en la que interviene la empresa informativa. La audiencia no es anónima, heterogénea, desorganizada o fragmentada espacial y geográficamente. La audiencia presenta un comportamiento ligado a los intereses y predisposiciones individuales y, por último, no es sinónimo de masa, excepto cuando se cuantifica (como ocurre en la actualidad con la medición de audiencia de los mass-media como medio básico de comercialización) o se define como elemento ideológico por los analistas socio-políticos del sistema"⁶.

La acepción de **audiencia** que utilizaremos en la presente tesis doctoral va a partir, precisamente, de las citadas posibilidades de interacción, "como emisores y receptores", con el importante grado de control y autonomía en su comportamiento que les proporcionan sus "intereses y predisposiciones individuales".

⁵ Orozco, G. (1996): *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid, La Torre, pág. 100.

⁶ Peinado y Miguel, F. (1999): *Públicos consumidores de televisión. Concepto, tipología y sistemas de control*. Instituto Universitario de la Comunicación Radiofónica, Madrid, págs. 42-43.

En nuestra investigación, por tanto, la **audiencia** quedará definida como el conjunto de personas que interactúan en un proceso comunicativo, el cual trasciende el momento de consumo mediático, y dotan de una nueva significación a los mensajes, en este caso, del medio televisivo.

Dentro de la **audiencia**, pueden realizarse divisiones en función de las distintas variables que se vayan a estudiar: sexo, edad, clase social, hábitat, comunidad autónoma de residencia,... Para nuestro análisis, hemos seleccionado la edad, en concreto el sector de la **audiencia infantil**, por considerarla la característica sociodemográfica que más puede repercutir en la percepción de los mensajes televisivos. Así, analizaremos el comportamiento de algunos niños, en el segmento entre 7 y 12 años, correspondiente al periodo de las *operaciones concretas*, que desarrollaremos en sucesivos capítulos.

En este sentido, Orozco (1996) recoge la *edad* entre las formas de *mediación individual*, expone que *“tiene un papel en la diferenciación de la interacción de los receptores con la TV, puede influenciar sus preferencias y sus modos de recepción televisiva”* y cita a Dorr (1986) para quien la audiencia infantil es *“una audiencia especial puesto que los niños están en un proceso intenso de desarrollo por lo que son segmentos de la audiencia más vulnerables que otros en sus interacciones con la televisión”*⁷.

En lo referente a la segunda parte del título de la presente tesis: *“...de receptores de la televisión a perceptores participantes”*, tratamos de reflejar ese paso de un sujeto que tan sólo se concibe como destinatario de información, a alguien que participa activamente en el proceso de comunicación, en un plano multidimensional, realizando múltiples intercambios de mensajes y, por tanto, recreaciones constantes de los significados. Pasamos a relatar cuáles son las designaciones que pueden atribuirse a cada uno de los citados términos, pero antes apuntamos las definiciones que recoge la RAE (2001). Por lo que respecta a

⁷ Orozco, G. (1996), op. cit., pág. 86.

receptor, en su cuarta acepción, se describe como “*En un acto de comunicación, persona que recibe el mensaje*”; mientras que el **perceptor** es definido como el “*que percibe*” y el término *percibir* aunque, en una segunda acepción, se considera “*Recibir por uno de los sentidos las imágenes, impresiones o sensaciones externas*”; en la tercera acepción, más próxima a nuestra definición operativa, se contempla como “*Comprender o conocer algo*”⁸.

En los modelos unidireccionales de transmisión de información, el **receptor** es considerado como la parte que cierra el proceso, quien recibe el mensaje, en sus diversas variantes, ve, escucha, lee,... como si se tratara de un monólogo por parte del emisor. Cantú (1997) señala que esa idea de *recepción* como exposición al medio o “*decodificación*” de mensajes, planteada desde los viejos paradigmas, ha sido “*descalificada por cualquier estudio de recepción que se haya ocupado del contexto de ver o escuchar y de cómo la gente lleva adelante estas prácticas*”⁹. Así, desde estos estudios, surgen extensiones como *recepción crítica* o *recepción activa*, “*estamos frente a un proceso de recepción que requiere un estudio pormenorizado, entender al receptor como productor, comprender la influencia de lo cotidiano y de las modalidades de recepción en la asignación de sentido que ‘construye’ el receptor, sin olvidar que está inmerso en un determinado contexto social*”.¹⁰

Si bien, desde nuestro estudio, no consideraremos al **receptor** como un sujeto pasivo, limitamos su actuación a un nivel de actividad medio y le asignamos la posibilidad de ofrecer respuestas a los mensajes de carácter descriptivo. Sin embargo, nos basamos en los estudios de *recepción activa* y asignamos a la *percepción* esta acepción, para así diferenciar la recepción en el sentido tradicional de las nuevas aportaciones, más cercanas a nuestro planteamiento.

⁸ Real Academia Española (2001): *Diccionario de la Lengua Española*, Vigésima Segunda Edición, págs. 1172 y 1297.

⁹ Cantú, A. (1997): “Consumo, recepción y usos. Un juego de implicaciones”, en III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación: *campos de investigación y prácticas*. Red Nacional de Investigadores en Comunicación, Argentina. Ponencia publicada en <http://geocities.com/CollegePark/5025/mesa2a.htm>.

¹⁰ Ibid.

Como apunta Quintana (1996), para nombrar a quien recibe mensajes de los medios de comunicación, se utilizan indistintamente los términos *usuario*, **receptor** o *ciudadano*. No obstante, establece diferencias en cuanto a sus concepciones: *usuario* sería más apropiado en el ámbito del consumo y se relacionaría con quien adquiere, utiliza o disfruta de bienes, productos, servicios, actividades, etc.; **receptor** en el campo de la comunicación de masas, sería “*el sujeto que recibe los mensajes difundidos por un emisor a través de un canal*”; *ciudadano* englobaría el concepto “*más completo, en la medida que remite a los individuos soberanos y a los derechos reconocidos en la Constitución, en un modelo sociopolítico basado en la plena participación. La comunicación de masas se contempla desde la exigencia de una comunicación pública libre y plural que garantice el acceso y el concurso de todos los ciudadanos en el proceso político*”¹¹. Desde este último enfoque, se considera a la audiencia de los medios como el *centro focal del proceso comunicativo*.

La *percepción* (Solé Moro, 1999) puede definirse como “*el proceso por el cual el individuo selecciona, organiza e interpreta las entradas de información para crear una imagen llena de significado*”¹².

Retomaremos las dos últimas concepciones, para definir al **perceptor** de televisión, como el sujeto social que selecciona, organiza e interpreta los mensajes de manera activa, al tiempo que es *participante* en el proceso comunicativo¹³, a través de la reapropiación y recreación de los significados. Por tanto, respondería al nivel más elevado de actividad en cuanto a que “*mira la televisión*” (Morley, 1996: 201), inicia un proceso de “*negociación de sentidos*” (Gledhill, 1998: 67), establece relaciones con lo ya conocido o aplica a nuevas situaciones lo que está mirando, generando nuevas propuestas.

¹¹ Quintana, Y. (1996), op. cit., págs. 205-206.

¹² Solé Moro, M^a L. (1999): *Los consumidores del siglo XXI*, ESIC, Madrid, pág. 61.

¹³ Véase, en este epígrafe, el cuadro correspondiente al “*Proceso comunicativo del sujeto social*”.

En el segundo capítulo de esta tesis, concretaremos los desarrollos que ha seguido la investigación en el tema de los niños como *receptores/perceptores* de mensajes televisivos. A continuación, presentamos algunos de los estudios surgidos al respecto, en los ámbitos de la Sociología y la Psicología Evolutiva, junto con distintas aportaciones dentro de la rama de la pedagogía de la imagen, planteadas desde los campos de las Ciencias de la Información y las Ciencias de la Educación. Y, posteriormente, nos adentraremos en el enfoque en el que enmarcamos nuestra investigación.

La influencia que el medio televisivo puede ejercer en los menores ha sido un tema de enorme trascendencia en el debate social y estudio sociológico, desde distintos enfoques¹⁴:

- Los efectos positivos y negativos del contenido de los medios, entre otras perspectivas: * Los efectos que causa la violencia en los niños: “*CONDUCTUALES: Imitación* -Bandura, Ross y Ross (1963)-, *Desinhibición* -Berkowitz (1965)- y *Catarsis* -Feshbach (1963), Feshbach y Singer (1971)-; *AFFECTIVOS: Desensibilización* -Liebert y Baron (1972), Drabman y Thomas (1974), Thomas, Horton, Lippincott y Drabman (1977), Cline, Croft y Courrier (1978), Thomas (1982)-, *Estimulación o excitación* -Geen y O’Neal (1969), Huston, Fox, Green, Watkins y Whitaker (1981), Potts, Huston y Wright (1986), Josephson (1987)-; y *COGNITIVOS: Aprendizaje observacional* -Bandura (1977)-”¹⁵.

¹⁴ Wimmer, R. y Dominick, J. R. (1996), en su libro *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Bosh Comunicación, Barcelona, págs. 357-389, repasan los caminos que ha seguido la investigación sobre los efectos de los medios, entre otras líneas de análisis. Aquí, nombramos algunas de las corrientes que han desencadenado estudios en relación con la infancia y que desarrollaremos en el siguiente capítulo de esta tesis.

¹⁵ García Galera, M^a C. (2000), en su libro *Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios*. Gedisa, Barcelona, págs. 83-105, recopila las principales teorías que ha generado el estudio de los efectos de la violencia televisiva en los niños y las estructura diferenciando los tipos de efectos en los que se fundamenta cada rama teórica (conductuales, cognitivos y afectivos).

Entre los estudios de panel propuestos desde la vertiente de esta Teoría del aprendizaje social u observacional, destacan los de Lefkowitz y su equipo (1972); Milavsky y su equipo (1981); y Huesmann y Eron (1986). * El efecto de la pornografía televisiva (Commission on Obscenity and Pornography, 1970). * La línea de los efectos positivos surgida a partir del éxito de la serie "Sesame Street" (Minton, 1975; Sprafkin y Rubinstein, 1979; Baran y su equipo, 1979; Forge y Phemister, 1987).

- La corriente de los usos y gratificaciones, con algunos estudios realizados con niños y adolescentes, relacionados con diferentes patrones de consumo y la consiguiente satisfacción: Schramm, Lyle y Parker, 1961; Greenberg y Dominick, 1969.
- La influencia de los medios en las percepciones de la audiencia sobre la realidad social, por ejemplo sobre cómo perciben los niños distintas profesiones (Siegel, 1958; DeFleur y DeFleur, 1967).
- Estudios relativos a la publicidad como instrumento de socialización infantil: desde el enfoque los efectos que origina ver anuncios y el análisis de su contenido (Winick, Williamson y Chuzmir, 1973); surgidos a partir de la Teoría del aprendizaje social y relativos a que ver publicidad motiva el deseo de consumo de los productos anunciados (Atkin y Block, 1973; Meringoff y Lesser, 1980 y Bryant, 1985); o en el marco de la Teoría del desarrollo cognitivo, considerando como principal variable la edad en la comprensión de los mensajes publicitarios (Ward, Reale y Levinson, 1972; Ward, Levinson y Wackman, 1972).

Desde el ámbito de la psicología evolutiva, Espinosa y Ochaíta (2002) destacan que también han sido numerosos los trabajos referentes a cómo influyen los medios de comunicación en diferentes áreas del desarrollo infantil y adolescente (Berry y Asamen, 1993; Van Evra, 1990; Huston y Wrigth, 1998) y especifican que “nos encontramos con trabajos que analizan la influencia de la televisión sobre el desarrollo intelectual, el desarrollo del lenguaje, el desarrollo del juego, la conducta social, los estereotipos de género y los hábitos de consumo, entre otros (Álvarez, Huston, Wright y Kerman, 1988; Doubleday y Droege, 1993; Huston y Wright, 1998; Murria, 1993; Van Evra, 1990)”¹⁶. Según estas autoras, el enorme caudal de estudios realizados en este campo conlleva, en algunos casos, la aportación de datos de escasa consistencia y la diversidad de metodologías utilizadas dificulta la comparación entre ellos, al tiempo que repercute en la divergencia en las conclusiones a las que llegan.

En el ámbito de las Ciencias de la Información, García Matilla (1993) recoge cuáles han sido los autores españoles¹⁷ que han contribuido a la pedagogía de la imagen, desde distintos planteamientos: *como aportaciones en metodologías de análisis icónico y audiovisual desde la Semiótica (Villafañe, Santos Zunzunegui, Lorenzo Vilches o Jorge Urrutia); con contribuciones más específicas (Serra Estruch, Busquets, Costa, Talens, Marcé y Puig, Torán o Moragas); desde concepciones de carácter socio-ideológico (Román Gubern, J.A. Younis); como contribuciones con base en la Teoría de la Comunicación (Manuel Martín Serrano, Felicísimo Valbuena); desde la Teoría y Técnica de la Información Audiovisual (Mariano Cebrián; Victoriano Fernández Asís y los trabajos de investigación de Manuel Alonso Erausquin y Eduardo García Matilla); desde la Teoría del Conocimiento (Margarita Schmidt); como aportaciones que provienen del campo técnico y educativo (Alonso, Matilla y Vázquez Freire; y Aparici, García Matilla y*

¹⁶ Espinosa, M^a A. y Ochaíta, E. (2002): “¿Quién es el niño?”, en Rivera, M^a J.; Walzer, A. y García Matilla, A. (Dirección y coordinación) (2002): *Libro interactivo Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia*, Corporación Multimedia, Madrid.

¹⁷ Para consultar las referencias de cada uno de los autores que se exponen, véase el artículo de García Matilla, A. (1993): “Los medios para la comunicación educativa” en Aparici, R.: *La revolución de los medios audiovisuales*. Ediciones de la Torre, Madrid, págs. 74-76.

Valdivia). Por otro lado, en el ámbito de las Ciencias de la Educación, las contribuciones a la pedagogía de la imagen, que también cita García Matilla (1993), han sido: desde una orientación tecnológica (*Mallas Casas*) o desde la relación de *Psicología Evolutiva y televisión* (*E. Tora*); dentro de la corriente de la *Tecnología Educativa*, con muy diferentes orientaciones (*Rodríguez Diéguez, Fernández Huerta, Gómez Herrera, Villar Angulo, San Martín, Santos Guerra*); atendiendo a la alfabetización audiovisual, también desde la *Tecnología Educativa* (*Roberto Aparici, Ferrés i Prats, Domingo Gallego, Carmen Díez Jiménez*); desde la perspectiva de los medios de enseñanza (*las reflexiones de Gimeno Sacristán y Escudero; las investigaciones de Cabero, De Pablos y López Arenas; desde la praxis en el campo del diseño y producción de Medios, Cano; y desde el análisis y el aprovechamiento didáctico, Campuzano, hacen interesantes aportaciones para la formación del profesorado en medios audiovisuales*)¹⁸.

Asimismo, desde la perspectiva de los pedagogos en el contexto de nuestro país, Area Moreira¹⁹ (1999), destaca en el área de “*Medios de comunicación y educación*” los tres campos de análisis siguientes: “*Análisis de los efectos de los medios sobre niños y jóvenes*”, “*Utilización didáctica de los medios de comunicación*” (*Gallego y Alonso; F. Martínez; De Pablos; Cabero; Bartolomé; Ballesta, Sevillano, etc.*) y “*Educación para los medios*” (*Ferrés; Aguaded; Correa; Aparici; A. Gutiérrez; Pavón y Amar; Area y Sanabria*). Area Moreira concluye que “*existe una excesiva preocupación ‘instruccional’ o centrada en los microprocesos y técnicas de enseñanza con nuevas tecnologías, en detrimento de planteamientos socioculturales*”²⁰.

¹⁸ García Matilla, A. (1993), op. cit., págs. 74-76.

¹⁹ Area Moreira, M. (1999), en el artículo “Bajo el efecto 2000. Líneas de investigación sobre Tecnología Educativa en España” hace un breve e interesante inventario de las distintas vertientes que sigue el contexto de investigación actual sobre tecnología educativa en nuestro país y propone nuevas áreas de análisis que, en la actualidad, están “ausentes”. El texto de este artículo se presentó en una ponencia de las “VII Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa”, Sevilla, 1999, y se encuentra publicado en la web de la Universidad de la Laguna (<http://ull.es>).

²⁰ Ibid.

Nuestra tesis se enmarcaría dentro del enfoque “*Educación para los medios*”, partiendo del estudio de la *recepción/percepción*, teniendo en consideración el desarrollo cognitivo del niño, en función de las características inherentes a su edad, y las mediaciones propuestas desde el contexto de su propio seno familiar, en cuanto a si dialoga con los padres respecto a los contenidos televisivos. Atendiendo a estas variables, su fin será delimitar los modos en que el niño se interrelaciona con los mensajes que emite el medio televisivo. En la línea que traza Orozco (1992: 290), se trata de “*vincular estrechamente la investigación de la recepción de medios con la educación de receptores (...), de indagar primero la situación de los receptores frente a los medios, explorando las múltiples mediaciones de que son objeto en su compleja interacción con los contenidos, para luego desentrañar las reglas de su articulación, explicitándolas sistemáticamente a grupos específicos de receptores, para finalmente diseñar conjuntamente estrategias de análisis e intervención que nos permitan crecer más autónomamente como sujetos comunicadores...*”²¹. Por este motivo, una vez realizado el estudio sobre la percepción, expondremos una propuesta de integración en el seno del currículo escolar de una materia transversal de “*Educación en materia de comunicación*”.

Desde el enfoque sociocultural, podría relacionarse con las dimensiones: “*Educación del sujeto activo, social y creativo para los medios*”, recogidas por diferentes corrientes surgidas básicamente en el seno de distintos países hispanoamericanos: Fuenzalida y Hermsilla, en Chile (1991); Charles y Orozco, en México (1990); Martín-Barbero, en Colombia (1987); Quiroz, en Perú (1992); Kaplún, en Uruguay (1998); entre los más destacados.

En dicho contexto, han proliferado los *Estudios Culturales* en el área de la comunicación mediática, con tres etapas que recoge Alasuutari (1999). Una primera generación, conocida como la de “*Estudios sobre la recepción*”, que se inicia en

²¹ Orozco, G. (1992): “La investigación de la recepción y la educación para los medios: hacia una articulación pedagógica de las mediaciones en el proceso educativo”, en CENECA, *Educación para la Comunicación. Manual Latinoamericano*, Santiago de Chile, CENECA, UNICEF, UNESCO, págs. 290-301.

1973 cuando Stuart Hall publica la primera edición de *“Encoding and Decoding in the Televisión Discourse”* y que tiene como novedad la aplicación de la teoría semiótica al estudio del proceso comunicativo; una segunda, nacida en 1982, bajo la denominación de *“Audiencia Etnográfica”*, en la que se incluyen los estudios relacionados con el género, con las funciones del medio en el entorno familiar (Lull, 1990 y Morley, 1996) y con el papel de la televisión en la vida cotidiana; y una tercera, *“la etapa constructivista”* que coincide con la actual, en la que se critican las propias aportaciones surgidas desde los Estudios Culturales²².

Por otra parte, Casetti y Di Chio (1999) realizan un repaso de los distintos objetos, disciplinas, instrumentos y áreas de investigación que se están desarrollando en el ámbito del análisis de la televisión. Dentro del inventario que recogen, nuestra tesis se enmarca en el *“ámbito del consumo”*, concretamente en la dimensión del *“análisis de los procesos de comprensión, es decir, del modo en que se reconoce y se comprende lo que se ve”*²³.

En cuanto a las disciplinas que concurren, utilizaremos un enfoque metodológico integrado, al yuxtaponerse distintas áreas, como son *la psicología* (en el sentido que *“reflexiona sobre la naturaleza de las relaciones que se instauran entre la televisión y los individuos en términos de percepciones, motivaciones, actitudes y comportamientos”*, siendo éste uno de los ejes principales de nuestra investigación); *la estadística* (mediante la aportación, en la fase cuantitativa, de *“sus propios instrumentos y sus categorías”*) y *la pedagogía* (ya que, tras valorar la importancia de la *“Educación en materia de comunicación”*, concluiremos la tesis con una propuesta de integración como materia transversal en el currículo escolar. Además, se introduciría como medio de aprendizaje de valores y contravalores

²² Alasuutari, P. (1999): “Introduction. Three Phases of Reception Studies”, en *Rethinking the media audience*. Sage, Londres, págs. 1-21. Citado por Huertas Bailén, A. (2002), en *La audiencia investigada*. Gedisa, Barcelona, págs. 125-127.

²³ Casetti, F. y Di Chio, F. (1999): *Análisis de la Televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós, Barcelona, pág. 22.

porque también “trata de la funcionalidad de la televisión en cuanto instrumento educativo”²⁴.

Por lo que respecta a la orientación teórica de nuestro análisis, se centra en el estudio de la **recepción** de televisión, “entendida no sólo como un **acto** (es decir, como un conjunto de procesos de codificación y decodificación, que caracterizan la interacción entre el texto y el espectador), sino también como una **situación** (en cuanto contexto de relación, ligada a dinámicas interindividuales, en medio de las que se realiza la interacción comunicativa)”²⁵.

Por último, dentro del amplio mapa de áreas de investigación, nuestro trabajo de campo podría estar relacionado con la vertiente de “los estudios culturales” (Casetti y Di Chio, 1999: 293-321), que considera el texto televisivo como:

- un *evento* que nace en un contexto histórico, cultural y social determinado.
- una *propuesta* de interpretación y negociación de sentido para el destinatario, comparando lo que se le propone con lo que ya sabe, piensa y cree en cuanto individuo o miembro de un grupo social.
- un *recurso* que se integra en la vida cotidiana de distintos modos y, por tanto, con diferentes funciones sociales.

Teniendo en cuenta este enfoque, “el texto no entrega al destinatario un sentido definido y realizado, sino que le facilita una propuesta para que la interprete. El significado del texto nace, pues, de la confrontación entre dicho texto y su destinatario; una confrontación que desemboca en una negociación de sentido propiamente dicha”²⁶.

²⁴ Casetti, F. y Di Chio, F. (1999), op. cit., págs. 23-24.

²⁵ Ibid., pág. 31.

²⁶ Ibid., pág. 299.

Desde estos parámetros, entendemos el proceso comunicativo como una reapropiación de los significados que se transmiten audiovisualmente y que se insertan, a su vez, en el amplio contexto de la cultura y la sociedad. La televisión es una fuente potencial de aprendizaje y el niño, como sujeto activo, reconstruye los mensajes que el medio transmite. En dicha resignificación, se relacionan las nuevas adquisiciones con la información y con los conocimientos que el niño ya posee, con su experiencia previa.

Otro componente vital es el contexto perceptivo o de significación, es decir, en qué marco se desarrolla su relación con los mensajes. En este sentido, cabe considerar todas las mediaciones que afectan a la reinterpretación de lo aprendido, que el sujeto establece con otros, de manera dialogal, y que le invitan a la reflexión. A lo largo de este proceso, el niño intercambia y expresa todas sus dudas, opiniones y patrones adquiridos y reorganiza los contenidos mediáticos.

En estas dinámicas de recreación de los significados adquiridos a través de la televisión, la interacción social con otros sujetos de su entorno le llevará a entender los mensajes con mayor grado de control y autonomía.

<p style="text-align: center;">PROCESO COMUNICATIVO DEL SUJETO SOCIAL</p> <p style="text-align: center;">INTERRELACIÓN NIÑO-MENSAJES AUDIOVISUALES</p>			
FACTORES QUE INTERVIENEN	<p>EL PROPIO NIÑO:</p> <ul style="list-style-type: none"> - edad - desarrollo cognitivo - sexo - clase social 	<p>CONTEXTO DE SIGNIFICACIÓN/ MEDIACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - familia - escuela - grupo de pares - medios comunicación - otros 	<p>LO APRENDIDO POR EL PROPIO NIÑO + CONTEXTO DE SIGNIFICACIÓN</p>
PROCESO DE INTERRELACIÓN ENTRE EL NIÑO Y LOS MENSAJES AUDIOVISUALES	<p>PROCESO INDIVIDUAL, ANTERIOR AL PROCESO GRUPAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - descodificación - asimilación - expresión - descripción 	<p>PROCESO GRUPAL Y SOCIAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - exteriorización - diálogo - participación - intercambio - interpretación - opinión 	<p>PROCESO INDIVIDUAL, TRAS EL PROCESO GRUPAL:</p> <ul style="list-style-type: none"> - análisis - reflexión - control - autonomía - comparación - aplicación
FASES DE CONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO	<p>- reappropriación</p> <p style="text-align: center;">DE LOS SIGNIFICADOS</p>	<p>- reinterpretación</p> <p style="text-align: center;">DE LOS SIGNIFICADOS</p>	<p>- renarración</p> <p style="text-align: center;">DE LOS SIGNIFICADOS</p>

De este modo, volvemos a incidir en que partimos de la teoría de que el niño es un sujeto activo y social en su ejercicio televisivo y que su interrelación individual con el medio (previa a la grupal) dependerá de una serie de variables, entre las que destaca su edad, como parámetro base de su desarrollo cognitivo. Y, como sujeto social, el condicionante fundamental supondrá la mayor o menor mediación que recibe de otras fuentes, sujetos o voces que enriquecen sus interpretaciones de los contenidos que aparecen en los medios audiovisuales. En este sentido, analizaremos cómo afecta, en la percepción de mensajes, tener la costumbre de dialogar con los padres respecto a lo visto en televisión.

No pretendemos obviar que la televisión es un medio que puede ejercer una influencia poderosa en el desarrollo del sistema de valores y en la formación del comportamiento infantil, tal y como refleja la American Academy of Child and Adolescent Psychiatry de Estados Unidos²⁷. Muy al contrario, somos conscientes de los contravalores que el medio potencia en algunos de sus programas y, por este motivo, creemos que es muy importante establecer una serie de filtros, entre ellos los que se derivan del diálogo con los padres respecto a los contenidos televisivos, para que el niño sepa leer e interpretar dichos mensajes y esté preparado y educado para un consumo responsable y activo.

²⁷ La American Academy of Child and Adolescent Psychiatry es una Asociación, cuya sede reside en Washington, que representa a unos 6.500 psiquiatras de niños y adolescentes y que, como muchas otras, tras estudiar los efectos nocivos y perniciosos de la TV aconseja a los padres adoptar una serie de medidas para proteger a sus hijos de una mala utilización del medio. Algunas de sus propuestas al respecto son: *Mirar los programas con los hijos; Escoger programas apropiados para el nivel de desarrollo del niño; Poner límites a la cantidad de tiempo que pasan ante la televisión (a diario y por semana); Apagar la televisión durante las horas de las comidas y del tiempo de estudio; y Apagar los programas que no les parezcan apropiados para su niño, entre otras*. Boletines "Información para la familia", nº 13 ("Los niños y la violencia en la televisión") y 54 ("Los niños y la Televisión").

1.2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Antecedentes

Este interés por la recepción infantil de televisión comienza por nuestra parte hace ya varios años. De hecho, en 1997, realizamos una experiencia piloto titulada “Análisis empírico sobre la recepción del mensaje televisivo, según el proceso evolutivo en niños de clase media de 4 a 7 años” (Marta y De Ángel, 1997), en la que combinamos diferentes técnicas de recogida de datos y análisis. Este trabajo nos sirvió para probar la actuación de diversas variables y métodos para, posteriormente, iniciar la presente tesis doctoral, con la que está vinculado no sólo en la autoría y en la dirección²⁸, sino también en algunos ejes temáticos y parámetros de estudio. Pasamos a sintetizar los aspectos más destacados:

Aquella investigación se llevó cabo en dos colegios de la Comunidad de Madrid con una muestra de 48 niños repartidos en dos grupos de contraste, uno de control y otro experimental. Como variables independientes, se eligieron la edad (para comparar los resultados que ofrecían los niños dependiendo de los años que tuvieran); la clase socio-económica (para observar si se producían diferencias en la selección de programas y en la relación con la televisión entre niños de clase media-baja, media-media y media-alta); y el sexo (con objeto de apreciar posibles criterios sexistas en la identificación o rechazo con los distintos personajes televisivos del momento).

El análisis comenzó con una fase cuantitativa para recopilar datos de ambos grupos mediante la técnica del cuestionario, con el propósito de establecer un primer diagnóstico y, una vez finalizadas las sesiones de “*competencia televisiva*” con el grupo experimental, poder contrastar los cambios que se habían producido en estos alumnos. En la fase cualitativa, se eligió como método los grupos de

²⁸ Esta investigación se realizó en 1997 el marco del curso de doctorado “*Televisión y multimedia para la educación*” dirigido, al igual que la presente tesis doctoral, por el profesor Agustín García Matilla, en el Departamento de Periodismo II de la UCM.

discusión, con carácter lúdico, para motivar la participación grupal en el proceso de aprendizaje. Las distintas sesiones se grabaron en vídeo con el fin de evaluar, a posteriori, las respuestas dadas por los niños y apreciar las diferencias existentes en función de las distintas variables de estudio.

Las sesiones se estructuraron en los siguientes bloques temáticos: “la imagen fija”; “los sonidos de la televisión”; “la televisión como soporte, fundamentos tecnológicos”, “tipos de programas, formatos, géneros y contenidos”, “diferencias entre realidad y ficción”, “persona vs. personaje” y “utilidad del medio televisivo”. Durante el propio proceso de enseñanza-aprendizaje y tras acabar las sesiones, observamos como *“los niños habían descubierto algo que hasta entonces permanecía latente: la toma de conciencia de que ellos forman parte del proceso de comunicación, que son receptores y, por ello, pueden opinar y elegir autónomamente lo que desean ver y oír, de este modo, se convierten en sujetos activos y copartícipes. Además, no les faltan juicios críticos, el ‘me gusta o no me gusta’ junto con los ‘porques’ son la evidencia de que no se tragan todo, incluso de sus opiniones se entresaca que buscan alternativas cuando la televisión les aburre. Sus respuestas son en este sentido significativas: ‘mi mamá me dice que no esté todo el tiempo de pie, que me tranquilice viendo la televisión, pero yo prefiero ir a jugar’, nos dice una niña de cuatro años”*²⁹.

De esta manera, una vez finalizadas las distintas sesiones de trabajo con el grupo experimental constatamos los cambios en el comportamiento hacia el medio televisivo y las adquisiciones que los niños habían aprendido tras el proceso formativo. Además, se apreciaban diferencias cualitativas en función de las distintas edades. A la pregunta “¿qué has aprendido acerca de la televisión en los juegos que hemos hecho?”, los niños de 4 años respondían, de manera difusa, contestaciones aisladas como *“los que se disfrazan son de mentira”, “los dibujos y monstruos son*

²⁹ Marta Lazo, C. y De Ángel García, N. (1997): “Análisis empírico sobre la decodificación del mensaje televisivo, según el proceso evolutivo en niños de clase media de 4 a 7 años”, en **Actas del I Congreso Internacional de Formación y Medios (Ponencias y Comunicaciones)**, Universidad de Valladolid, Segovia, pág. 328.

de mentira” o *“que la televisión no siempre es verdad”*. En los niños de 5 años, las respuestas comenzaban a concretarse más y, además de observar distinciones entre realidad y ficción o persona y personaje: *“lo que sale en la tele es mentira, aunque las noticias son verdad”* o *“los actores que en las películas son enemigos, luego son gente corriente que pueden ser amigos en la realidad”*; algunas de sus contestaciones también se referían a la tecnología del medio televisivo *“la televisión llega a través de la electricidad, sin ella no vemos la televisión ni funcionan otros electrodomésticos, para ver la televisión hay que poner bien la antena y los cables”*; y otras hacían referencia al uso que el niño quiere hacer de la televisión, comenzando a percibirse juicios valorativos como *“a mí, no me gusta ver todo lo que sale en la tele, porque hay cosas que me divierten, pero no aprendo”*. Las respuestas de los niños de 6 años eran similares, se relacionaban con las diferencias entre realidad y ficción, los trucos y efectos especiales utilizados en las películas, la tecnología del medio, las características de las fotografías y de la imagen en movimiento, y alguna valoración en torno a los aspectos positivos y negativos que se pueden aprender de la televisión. Por último, los escolares de 7 años a respuestas de este estilo sumaban otras en las que emitían juicios críticos y algunos dejaban constancia de la adquisición de su capacidad de autonomía: *“la vida no es como en la televisión ni la gente tampoco”*, *“las películas utilizan efectos especiales para que parezca de verdad”*, *“he aprendido para qué sirve la televisión”*, *“que cada uno puede elegir lo que ve en la televisión”*,...

Entre las conclusiones de este análisis, no se observó ninguna diferencia en cuanto a percepción del medio, conocimientos y actitudes dependiendo de la clase social de los niños. Sin embargo, sí se apreciaron contrastes, en las variables edad -como ya hemos señalado- y sexo, ya que a partir de los cuatro años se advirtió algún criterio sexista en la elección de sus personajes preferidos, los niños se identificaban en mayor medida con personajes masculinos y las niñas con femeninos.

Esta experiencia nos sirvió como base para seguir profundizando en el tema de la recepción de televisión por parte de los niños, del que se deriva la “*Educación en materia de comunicación*” en la infancia, dada la importancia que tiene en estas edades. Era el inicio de una línea de trabajo que prosigue a través de esta nueva investigación que nos proponemos, con más preparación, recursos y motivación, si cabe, a modo de tesis doctoral.

A continuación, pasamos a desarrollar el marco metodológico de la tesis, viendo con detalle cada uno de los aspectos que hemos tratado y los parámetros que hemos seguido en el análisis.

1.2.2. Justificación, objetivos e hipótesis

Mediante esta nueva investigación, pretendemos ahondar en el conocimiento de la percepción infantil respecto a los contenidos televisivos y, por tanto, aportar nueva información en el campo de la recepción activa, analizando la relación entre las distintas variables que vamos a considerar y validando las hipótesis que, posteriormente, incluimos.

Los hábitos televisivos de las nuevas generaciones apuntan a que este medio es uno de los más potentes agentes de socialización, por la cantidad de horas que ocupa en su tiempo libre y por los horarios, a veces, no infantiles en los que la miran. Esta situación queda constatada en los datos³⁰ del año 2002, en el que los niños de entre 8 y 13 años vieron, de lunes a viernes, un promedio de 176 minutos diarios; cifra que se eleva a 186 minutos si añadimos los fines de semana, teniendo en cuenta la media semanal. Asimismo, se confirma que la franja en la que más se concentra el consumo infantil fue en la nocturna -incluyendo parte de la madrugada- (de 20 a 4 horas), con un 37,1% de la aportación al share del total día.

³⁰ EGM / AIMC (2002): Informe especial “Audiencia Infantil / Juvenil de Medios en España”, en el que se publican datos basados en los resultados de una “ola” realizada entre los meses de febrero y marzo de 2002.

Dada la importancia del medio, es de suma trascendencia, otorgar a los menores una serie de controles para que sepan fomentar los valores positivos, que emite la televisión, en detrimento de los negativos o contravalores.

Con esta finalidad, por una parte, trataremos de delimitar el nivel de actividad que los niños demuestran en la percepción de imágenes audiovisuales, las diferencias que establecen entre realidad y ficción y, por otra parte, analizaremos cómo interpretan algunos niños entre 7 y 12 años de edad mensajes televisivos que contienen *valores y contravalores*³¹. Y, como principal hipótesis, intentaremos comprobar si los niños que poseen pautas de control para mirar la televisión, como participantes en ese proceso, poseen mayores potencialidades en la lectura, análisis, valoración, comparación y aplicación de lo que el medio les muestra y les enseña.

Como fundamentación analítica, teniendo en cuenta la función que ejercerán en este estudio, mantendremos, como variable independiente, la edad. Mientras que utilizaremos como variables dependientes: el tiempo diario de exposición durante los días lectivos (mediante dos niveles: ver más de dos horas diarias la televisión o verla menos de dos horas) y la mediación de los adultos (con otras dos categorías: dialogar, de manera habitual, en relación a los contenidos vistos en televisión con los padres o no dialogar con ellos).

³¹ “Valores”, en el sentido en que los define la *Guía General de Educación Primaria*, entendidos como: “*contenidos de aprendizaje referidos a creencias sobre aquello que se considera deseable. Principios normativos de conducta que provocan determinadas actitudes*”. (“*Educación primaria. Caja Roja*”: <http://didac.unizar.es/zalumnoslem/edprim.html>). En contraposición, los “*Contravalores*” podrían concebirse como “*contenidos de aprendizaje referidos a creencias sobre aquello que se considera no deseable...*”. En los siguientes capítulos desarrollaremos otras definiciones relacionadas con el significado operativo que otorgamos a ambos términos.

VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLES DEPENDIENTES	
Edad	Mediación de los adultos	Tiempo de exposición
NIÑOS DE 7 A 9 AÑOS	DIALOGAR CON PADRES	VER + 2 HORAS TV
NIÑOS DE 10 A 12 AÑOS	NO DIALOGAR CON PADRES	VER – 2 HORAS TV

En lo referente a la clasificación de cada una de estas variables, siguiendo la tipología de Cea D´Ancona³², podemos establecer que:

- La edad, según el nivel de medición, es una *variable de intervalo*, que se convierte en *ordinal* para el análisis cualitativo, ya que constituimos dos grupos (7-9 años) y (10-12 años) que pueden ordenarse en mayor o menor. En cuanto a la escala, es *continua*, al hallarse en un grupo de valores intermedios, por ejemplo los 8 años en el primero de ellos. No obstante, cuando se agrupa en el análisis cualitativo pasa a convertirse en *discreta* porque dejamos de establecer valores intermedios. Y, según el nivel de abstracción, respondería a una variable *empírica o indicador*, al ser una variable directamente medible.

- La cantidad de consumo televisivo es una *variable de intervalo*, codificada como *ordinal*, al establecer dos niveles dentro de un orden (ver menos o más de 2 horas diarias). Como en un principio existían valores intermedios, en cada subgrupo,

³² Cea D´Ancona, M^a A. (1996), en su libro *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*, Síntesis, Madrid, recopila las distintas modalidades de variables y las diferencia según los criterios del *nivel y escala de medición, función en la investigación y nivel de abstracción*, págs. 128-136.

sería *continua*, pero al agruparse para el análisis cualitativo, se convierte en una variable *discreta*. Y, desde el punto de vista de la abstracción, sería *empírica*.

- El diálogo con los padres respecto a los contenidos vistos en televisión o la ausencia del mismo es de tipo *nominal*, puesto que indica una característica o cualidad en dicho proceso y no se establece una relación gradual entre ambas categorías. Atendiendo al rasgo de la escala, es *discreta*, ya que no existen valores intermedios. Y, en función del nivel de abstracción, sería un *indicador*.

En lo concerniente a las preguntas de la investigación, constan, dentro del presente capítulo, en el apartado de “*Diseño del análisis de datos*”, introducidas en la “*matriz de recogida de datos*” y están, directamente, relacionadas con los objetivos que pasamos a especificar a continuación.

Los objetivos tienen un carácter social en la medida en que, al analizar las diferencias en la resignificación de mensajes entre los niños que poseen pautas de diálogo respecto a las imágenes televisivas y los que no, se persigue encontrar las claves que responderán a sus necesidades, de lo que se derivarán las posibles ventajas de crear un modelo, en lo referente al aprendizaje escolar, de una enseñanza para los medios de comunicación.

En la presente tesis, mantendremos como finalidad la consecución de los siguientes objetivos generales:

1. Explicar cómo perciben algunos niños los mensajes audiovisuales en función de la variable edad (concreción en dos grupos: 7-9 y 10-12 años).

2. Comparar las posibles diferencias en la percepción de los contenidos televisivos entre quienes dialogan de manera habitual con sus padres en lo relativo a lo visto en televisión y los que no suelen conversar con ellos al respecto.

3. Contrastar las similitudes y distinciones que se producen entre los niños que consumen más de dos horas diarias de televisión y los que no llegan a esta cantidad.

4. Analizar cómo nombran los participantes en la muestra los *valores* y *contravalores* implícitos y explícitos en los mensajes televisivos.

5. Determinar de qué manera captan los aspectos críticos que se integran en distintas secuencias expuestas.

6. Definir las diferencias que los escolares encuentran entre la realidad y la ficción en los mensajes mediáticos.

7. Delimitar si los sujetos de estudio distinguen entre los mensajes destinados a ellos y los dirigidos a un público adulto.

8. Precisar cómo son los hábitos de consumo televisivo de los sujetos de estudio y concluir qué actitudes, opiniones y propuestas tienen ante la televisión.

Las hipótesis que se pretenden validar, atendiendo a los objetivos propuestos, son las siguientes:

1- Los niños que suelen dialogar con sus padres respecto a lo visto en televisión alcanzan un mayor nivel de actividad en la percepción de imágenes, puesto que poseen más pautas de control en referencia a los mensajes que visionan y saben aplicarlos a nuevas situaciones o compararlos con sus propias vivencias.

2- Los escolares que contrastan su interpretación acerca de lo visto en televisión con sus padres perciben, en mayor medida, los *valores* y *contravalores* que se asientan en las imágenes.

3- Los niños que intercambian con sus padres sus ideas y opiniones en lo referente a lo que ven en televisión aprecian, de forma más clara, las diferencias entre la realidad y la ficción televisiva.

4- La edad influye en la manera de percibir las imágenes televisivas. Los niños más mayores analizan las características de los mensajes con mayor detalle y, por tanto, aportan más referencias a los *valores* y *contravalores*, así como a los aspectos críticos que se integran en las diferentes secuencias.

5- Los grupos de niños con mayor edad, entre 10 y 12 años, discernirán con mayor grado de precisión entre la realidad y la ficción televisiva que los compuestos por sujetos entre 7 y 9 años.

6- El tiempo de exposición habitual a la televisión afectará al comportamiento de los niños en el proceso de visionado.

7- Una mayor cantidad de horas de televisión consumidas no significa adquirir mayor criterio para distinguir realidad y ficción televisiva, si no que puede producirse el proceso contrario.

8- El hecho de que los niños consuman más tiempo televisión no significa que sepan apreciar, en mayor medida, los aspectos críticos que se asientan en los mensajes televisivos, puesto que pueden quedarse en una lectura superficial y no llegar a abordarlos o confundirlos.

9- La diferenciación entre los mensajes de los que los niños son público objetivo y los que están destinados a adultos depende de la cantidad de consumo diario, puesto que cuanto más tiempo se destina a ver la televisión, menos capacidad selectiva se ejerce y, por tanto, menos límites establecen a los contenidos que no son aptos para ellos.

Como se describe en el siguiente apartado relativo al diseño, este estudio se organizó en dos partes fundamentales, teniendo en cuenta los métodos utilizados: *grupos de discusión*, como técnica de investigación cualitativa, para obtener información más próxima a los objetivos generales y verificar las hipótesis ya planteadas. Y, por otro lado, *encuestas* con el fin de seleccionar previamente a los componentes de la muestra para los grupos de discusión, según las variables que nos interesaban. Además, decidimos incluir esta modalidad de análisis cuantitativo como medio de apoyo para explorar algunas tendencias sobre los hábitos de consumo televisivo y establecer diferencias, en función de las diversas variables, que nos sirvieran para después profundizar en la parte cualitativa.

De esta manera, como objetivos específicos de la parte cuantitativa, nos propusimos:

1. Registrar cómo distribuyen los niños participantes en el estudio su tiempo libre, en cuanto a las actividades realizadas tras su salida del colegio.
2. Concretar cuáles son sus preferencias respecto a las actividades más comunes llevadas a cabo en su domicilio, con el propósito de detectar qué lugar ocupa ver la televisión.
3. Examinar si realizan en soledad o compañía tres de las prácticas diarias más habituales -ver la televisión, jugar y hacer los deberes- y realizar comparaciones entre ellas.
4. Estudiar cómo son los hábitos de consumo televisivo de los niños, no sólo en cuanto a la cantidad sino también a las características en la recepción -lugar, horarios, acompañamiento y actuación ante inserción de publicidad-.

5. Descubrir si los niños están o no satisfechos con su consumo televisivo, qué programas no pueden ver y cuáles son los motivos por los que consideran que no pueden verlos.

6. Establecer con quien suelen conversar los niños en lo relativo a los contenidos vistos en televisión y asentar si dialogan con sus padres y si les preguntan lo que no entienden.

7. Conocer cuáles son los tipos de programas y títulos de televisión preferidos por los niños.

8. Comparar cuántos espacios que se emitan por la noche conocen y cuáles son sus favoritos, para testar el interés que muestran por dicha franja.

9. Apreciar en qué medida sus padres les graban programas en vídeo, qué tipo de espacios y cuáles son las razones.

Las hipótesis específicas de la parte cuantitativa se concretan en posibles relaciones entre las variables del análisis y los parámetros en la medición expuestos en los anteriores objetivos. Estas hipótesis también se abarcan y pormenorizan en el apartado cualitativo, por confluir con los objetivos generales del estudio.

1- El consumo televisivo de los niños junto con sus padres afecta no sólo a las características de la recepción sino también a los hábitos de consumo del medio en cuanto a tiempo destinado y horarios.

2- La edad influye en ver la televisión junto con los padres y en dialogar con ellos respecto a los contenidos televisivos.

3- Los niños que ven la televisión más de dos horas diarias disponen de menos alternativas en su tiempo de ocio, ya que se produce una merma en la cantidad de tiempo utilizada en el disfrute de otras y variadas actividades.

4- Los niños que cuentan con televisión en su habitación, consumen un mayor número de horas al día que quienes no disponen de este equipo propio.

5- La edad repercute en el número de horas diarias que ven los niños y en el horario en el que suelen acostarse.

6- Conforme aumenta la edad más son las responsabilidades de los niños como primera actividad cuando llegan a su casa, en detrimento de las actividades de ocio, más frecuentadas por los niños con menos edad.

7- Los gustos por las diferentes alternativas realizadas en el tiempo libre cambian en función de la edad.

8- La edad influye en la realización de diferentes actividades (jugar, hacer los deberes y ver la televisión) en soledad o compañía.

9- Las preferencias televisivas de los niños varían conforme avanza su edad y, por tanto, desarrollo evolutivo.

1.2.3. Diseño de la investigación

La naturaleza de nuestro estudio no se enmarca dentro del enfoque experimental, puesto que no pretendemos variar intencionadamente la variable independiente ni reconstruir una situación, a la que sean expuestos los sujetos de estudio, para observar cómo afecta la manipulación a las variables dependientes.

Hemos elegido un diseño de tipología no experimental, dado que la manipulación de la variable independiente -la edad- sería un absurdo puesto que tiene un carácter definido y no se puede influir sobre ella. Y, teniendo en cuenta, además, las características del lugar donde se aborda el estudio, el colegio, contexto natural en el que se desarrolla la actividad escolar diaria de los sujetos.

No es, pues, una investigación basada en los efectos que desencadena un experimento, sino una medición que interrelaciona cada una de las variables dependientes -la cantidad diaria de exposición al medio televisivo y el diálogo con los padres en el proceso de visionado- con la independiente, que ya hemos comentado.

Atendiendo a la dimensión temporal, esta investigación no experimental se clasifica dentro de la modalidad *transeccional o transversal*, ya que se centra en recoger datos, describir variables y analizar su incidencia e interrelaciones en un momento puntual. Y, dentro de dicho tipo, pertenece a las denominadas *correlacionales o causales*³³, al tener como objetivo la descripción de relaciones entre dos o más variables en un tiempo determinado, aspecto que se refleja en la concreción de cada una de las hipótesis.

³³ Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; y Baptista Lucio, P. (1991), en *Metodología de la investigación*, McGraw-Hill, México, nombran con los citados términos cada una de las modalidades que hemos elegido para nuestra investigación e indican que "en los diseños transeccionales correlacionales/causales, las causas y efectos ya ocurrieron en la realidad (estaban dadas y manifestadas) y el investigador las(os) observa y reporta. En cambio, en los diseños experimentales y cuasiexperimentales, el investigador provoca -intencionadamente- al menos una causa y analiza sus efectos o consecuencias", págs. 191-196.

En función de los objetivos del estudio, podemos establecer que el diseño es *explicativo*, al analizar cómo percibe el niño los mensajes televisivos según su edad, entre otros aspectos³⁴, y medir las relaciones entre las variables utilizadas. No obstante, en una primera fase de la investigación, contiene también características del diseño *descriptivo*, ya que el fin de algunas de las preguntas del cuestionario era, precisamente, establecer premisas previas en cuanto a la medición de resultados en las que se apoya la siguiente etapa³⁵.

En cuanto a la metodología, hemos realizado una *triangulación entre métodos* (Cea D'Ancona, 1996), al considerar que, dada la naturaleza de nuestra investigación, era interesante la combinación de dos tipos de métodos: el *cuestionario*, como técnica de cuantificación de resultados, y, los *grupos de discusión*, con objeto de realizar un análisis cualitativo centrado en el proceso. La medición de resultados a través de las citadas técnicas pretende paliar las limitaciones de cada una de ellas, en pro de sus potencialidades.

Los métodos de investigación que se basan en técnicas únicamente cuantitativas, como el cuestionario o la encuesta en sus distintas modalidades, tienen la ventaja de ser menos costosos y la muestra puede ser mucho mayor, al no tener la necesidad de conjuntar a los participantes en un mismo escenario y poder llevar la modalidad de recogida de datos a cualquier lugar. Sin embargo, también poseen algunas desventajas, puesto que sólo se centran en los resultados finales, sin atender a la relevancia del proceso.

Por otro lado, los análisis basados de manera exclusiva en métodos cualitativos tienen como principal inconveniente la medición de los datos obtenidos. No obstante, la investigación cualitativa sirve para enriquecer la cuantitativa, ya que

³⁴ En el epígrafe anterior (1.2.1.), se exponen los objetivos de la tesis.

³⁵ Cea D'Ancona, M^a A. (1996), op. cit., basándose en la clasificación de Marshall y Rossman (1989), incluye la tipología de *diseños evaluativos* y, así, distingue entre los estudios *exploratorios*, *descriptivos*, *explicativos*, *predictivos* y *evaluativos*, atendiendo a sus objetivos. Como apunta la autora, no se trata de modalidades excluyentes, ya que "una misma investigación puede incluir objetivos de diverso rango, en consonancia con las distintas fases en su desarrollo", págs. 107-117.

“puede ayudar a interpretar, iluminar, ilustrar y cualificar las relaciones determinadas estadísticamente”³⁶.

Entre las ventajas que aporta la *triangulación*, Cea D’Ancona (1996) apunta que *“se alcanza una información más profunda y diversificada; los resultados del estudio adquieren un mayor grado de validez; facilita la comparabilidad de los datos por métodos distintos; y demuestra que ambas metodologías (cuantitativa y cualitativa) pueden y deben utilizarse de forma complementaria”³⁷*. Esta socióloga justifica que, si bien, tradicionalmente, el *paradigma cuantitativo* ha relegado al *cualitativo*, algunos autores han potenciado los métodos cualitativos para profundizar en el tema de estudio, tras cuantificar estadísticamente los datos obtenidos en el cuantitativo (Walker, 1988; Beltrán, 1989; Allardt, 1990).

De esta manera, en una primera fase de nuestra investigación, utilizamos el questionario para recabar información genérica relativa a los hábitos, satisfacción, límites y preferencias en el consumo televisivo de los componentes de la muestra, con parámetros relacionados con la cantidad y características en la recepción. En concreto, formulamos algunas cuestiones para medir las variables dependientes y establecer interrelaciones entre estas y otros aspectos de las prácticas televisivas de los sujetos de estudio.

El cuestionario también tuvo como finalidad seleccionar a los componentes de la muestra necesarios para la parte cualitativa, con el propósito de ajustarnos a los distintos perfiles de pertenencia de cada grupo de discusión, atendiendo a las variables consideradas³⁸.

Como partimos del objetivo de analizar la percepción infantil, para demostrar, como una de las hipótesis, que los niños son activos en su relación con los

³⁶ Walker (1988), citado por Cea D’Ancona (1996), op. cit., pág. 57.

³⁷ Cea D’Ancona, M^a A. (1996), (cuadro 2.2), op. cit, pág. 58.

³⁸ En el apartado destinado a la muestra, concretamos las características de cada una de las unidades grupales.

mensajes televisivos, completamos la investigación con el método cualitativo de grupos de discusión. Sin la utilización de un método abierto, dinámico y flexible hubiese sido muy dificultoso recabar datos, sin considerar la práctica de interrelación entre niño y televisión, puesto que la percepción y la significación de los mensajes son conceptos etéreos, difícilmente tangibles mediante métodos que sólo tengan en cuenta los resultados o efectos y no el proceso. Así, la ausencia de integración de imágenes televisivas invalidaría la investigación, al no contener la praxis del procedimiento requerido.

Según indica Callejo (1995), el discurso es una de las materias primas fundamentales de la perspectiva cualitativa y destaca la reunión en grupo, además de la entrevista en profundidad, como “*dispositivos capaces de producir discursos de una manera más o menos espontánea, para ser después analizados desde una perspectiva pragmático-semántica. El discurso, en cuanto reconstrucción, por parte de los sujetos, es lo que otorga objetividad a lo que en un primer momento puede parecer subjetivo y, por lo tanto, intransmisible, como las experiencias, en este caso televisivas...*”³⁹.

Atendiendo a la metodología de los grupos de discusión, en nuestro caso, cada uno de ellos participa en un proceso de intercambio de ideas, en el que cada miembro expone sus opiniones sobre lo visto y el investigador propone interrogantes respecto a la relación que tienen dichas imágenes con la realidad, pregunta que *valores* y *contravalores* encuentran en las mismas, qué aspectos críticos presentan, etc. Asimismo, se enfatiza en los conocimientos previos que el niño ya posee sobre lo que ha visto. En este proceso de contextualización de las significaciones, cada niño las analiza y comenta al respecto.

El propósito de este estudio es apreciar, analizar y evaluar, de manera comparativa entre grupos diferenciados según las distintas variables, las posibles

³⁹ Callejo, J. (1995): *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Siglo Veintiuno de España Editores, Madrid, pág. 9.

semejanzas y diferencias en los resultados. Y, a la vez, considerar y concretar a qué edades se evidencian mayores distancias y analogías en el proceso de significación.

Asimismo, daremos respuesta a las hipótesis, que sostienen que, el diálogo con los padres sobre los contenidos vistos en televisión sirve a los niños para delimitar con mayor claridad los *valores* y *contravalores* inmersos en los mensajes televisivos. Además, de apreciar, en mayor medida, las diferencias entre realidad y ficción; y definir la finalidad de los mensajes críticos inmersos espacios televisivos.

1.2.4. Procedimiento de la investigación

1.2.4.1. Selección de la muestra

La modalidad de la muestra forma parte de las denominadas “*no probabilísticas*”, ya que el diseño de nuestro estudio no requiere poseer representatividad estadística y poder generalizarse al conjunto de la población infantil de entre 7 y 12 años, sino llevar a cabo una cuidadosa selección de sujetos con las características planteadas en lo que a las variables se refiere, con el fin de configurar varios grupos de discusión que respondan a cada uno de los perfiles que necesitamos analizar. De esta manera, la muestra responde a la tipología denominada “*de sujetos-tipo*”⁴⁰, utilizada en investigaciones cualitativas.

No pretendemos, por tanto, hacer extensibles los resultados de la investigación a toda la población de niños, entre 7 y 12 años que habitan en la Comunidad de Madrid, sino recabar tendencias y realizar un análisis de carácter no experimental estableciendo diferentes relaciones entre la variable independiente y las variables dependientes. Por este motivo, elegimos una muestra que puede clasificarse como “*accesible o de conveniencia*” y, a la vez, “*estratégica*” (Wimmer y

⁴⁰ Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; y Baptista Lucio, P. (1991), op. cit., págs. 231-232.

Dominick, 1996), por consistir en un conjunto de niños de fácil localización y porque todos ellos responden a los parámetros sociodemográficos inicialmente establecidos.

Dentro del análisis cuantitativo, 440 niños conformaron la muestra a la que pasamos el cuestionario. El contexto más *accesible* donde podíamos localizar a integrantes de la muestra con los perfiles elegidos para nuestro estudio era el centro escolar. Éste es el entorno natural en el que se desarrolla la mayor parte de su actividad diaria, junto con su hogar. Y éste último ámbito hubiera sido incompatible con el desarrollo de nuestro estudio, por estar basado en los grupos de discusión. Por ello, nos pusimos en contacto con el equipo directivo de dos colegios, con el fin de que la muestra seleccionada respondiera al criterio de *heterogeneidad*⁴¹, para diversificar los contextos de pertenencia de los sujetos de estudio. Uno de los centros, el Colegio Público Montserrat, está situado en el barrio de la Estrella de Madrid Capital y, el otro, el Colegio Público Emperador Fernando, en Alcalá de Henares⁴².

En cada uno de los colegios, se eligieron los cursos en los que los escolares contaban con las edades preestablecidas, de 2º a 6º de Educación Primaria. El Colegio Emperador Fernando contaba con dos grupos de cada curso, mientras que el Colegio Montserrat tenía tres grupos y solicitamos al director que seleccionara dos clases de cada curso para equiparar la muestra escogida de ambos centros. Por tanto, fueron los matriculados en veinte clases, diez de cada colegio, los que participaron en la respuesta del cuestionario.

La muestra quedó distribuida en 193 alumnos del Colegio Emperador Fernando (43,9% del total) y 247 estudiantes del Colegio Montserrat (56,1%). Y, en cuanto al reparto por grupos de edad, 209 participantes en la encuesta (47,5%)

⁴¹ Vallés, M. S. (1997), en su libro *Técnicas cualitativas de investigación social*, Síntesis, Madrid, apunta mediante ejemplos algunos criterios que cabe considerar en la selección de la muestra. Entre otros, la *heterogeneidad* y la *accesibilidad*, pág. 91.

⁴² Véanse las características específicas de cada uno de estos centros escolares en el Anexo I.

contaban con edades comprendidas entre 7 y 9 años; y 231 componentes (52,5%), entre 10 y 12 años.

Tras cuantificar los resultados obtenidos, clasificamos a los niños en función de las variables estudiadas y, de los que respondían a unas mismas características en su perfil, elegimos aleatoriamente a los que participarían en los grupos de discusión.

La unidad muestral para el análisis cualitativo sería el grupo, compuesto por cuatro integrantes. El número de participantes en este tipo de sesiones suele variar según los autores que consultemos: entre 5 y 10 (Ibáñez, 1979: 272-273); de 8 a 12 (Stewart & Shamdasani, 1990); de 7 a 10 (Krueger, 1991); entre 6 y 10 personas (Vallés, 1997: 304)⁴³. Estas cifras suelen proponerse para sesiones estándar con adultos y, como hay que tener en consideración las características de los integrantes en los grupos, en nuestro caso, al tratarse de niños, convenimos para nuestro estudio composiciones de menor número de sujetos, con el fin de que permanecieran más atentos a las cuestiones surgidas y participasen con más fluidez y en mayor número de ocasiones.

Seleccionamos un total de 16 grupos (64 niños), 8 de cada colegio (32 participantes), con el fin de comprobar la proximidad en los resultados de ambas submuestras. Cada una de ellas, se repartió en función de la variable independiente: edad, por considerarla una de las más relevantes y que, a priori, podría generar mayores diferencias a la hora de observar e interpretar los mensajes televisivos.

Atendiendo a dicha variable, dividimos cada muestra de 8 grupos en dos subgrupos: de 7 a 9 y de 10 a 12 años. Estos estratos de edad, desde el parámetro

⁴³ Vallés, M. S. (1997), op. cit., recoge las referencias a los autores citados teniendo en cuenta el número de componentes que proponen para los grupos de discusión e incluye la sugerencia de Krueger (1991:97) relativa a “decidir el tamaño según el tipo de información requerida (el tema) y las características de los participantes: ‘grupos reducidos’ con especialistas o personas que ‘han tenido experiencias intensas con el tema de discusión’; ‘grupos mayores’ cuando se aborda información más superficial”, pág. 314.

del desarrollo evolutivo infantil, abarcan el “*periodo de las operaciones concretas*”, en el que es primordial la integración en la sociedad y el desarrollo de su autonomía⁴⁴.

La segmentación en los nueve años no es casual, distintos autores establecen esta frontera para distinguir las diferentes implicaciones del niño en el proceso comunicativo:

Las investigaciones llevadas a cabo por Hodge y Tripp (1986) implantan en los 9 años la separación para analizar las distintas capacidades de los escolares en cuanto a su forma de exponer o describir los mensajes televisivos. A pesar de que su estudio de la serie “*Fangface*” cuenta con una muestra escasa de 42 participantes, por lo que la generalización de resultados es relativa, confirman su hipótesis de que “*a la edad de 9 años, los niños descifran los programas de televisión con una ‘gramática’ esencialmente igual a la de los adultos*”⁴⁵. Asimismo, en otro trabajo más consistente en cuanto a muestra, 157 niños entre 8 y 12 años⁴⁶ en el que tenían que elaborar una redacción con el título “*Si pudiera salir en televisión, querría ser...*”, analizaron los diferentes tipos de construcciones semánticas (relaciones sintagmáticas y paradigmáticas) que utilizaban en sus escritos y concluyeron que a partir de los 9 años es una fase crucial para el desarrollo de capacidades como la abstracción, la extrapolación o la crítica, entre otras.

Desde el análisis del niño como espectador de obras teatrales, Mantovani (1980: 53-54) señala que, en la etapa entre los 9 y 12 años, el niño forma una conciencia moral autónoma, comienza a sacar conclusiones y a desarrollar el espíritu crítico y la facultad de comparar; mientras que, en la etapa anterior, entre

⁴⁴ Las características particulares del periodo infantil de las operaciones concretas se recogen en el Capítulo 3 de la presente tesis, que lleva como título: “*Condicionantes o mediaciones en el proceso comunicativo*”.

⁴⁵ Hodge, B. y Tripp, D. (1988): *Los niños y la televisión*. Barcelona, Planeta, pág. 80.

⁴⁶ *Ibid.*, págs. 112-117.

los 5 y 9 años, la facultad de análisis todavía es endeble y suplanta con su imaginación las concepciones recibidas de manera incompleta.

También, desde la consideración de las preferencias en cada etapa de evolución psicológica, Moral Pérez (1992) expone que desde los 6 hasta los 9 años aproximadamente *“comienza el ciclo de lo maravilloso. El niño entra en un mundo de seres fantásticos...”* y a partir de los 9 años, ciclo que bautiza como *“fantástico-realista”*, *“se inicia una etapa clara de socialización, y el niño se interesa mucho por el mundo exterior, mostrando preferencia por las historias verídicas”*⁴⁷.

De esta manera, al seleccionar esta franja de edad y subdividirla en dos grupos, nuestro propósito era analizar en qué medida y con qué diferencias los niños distinguen entre realidad y ficción, así como las diferencias que se observan en la significación de los *valores* y *contravalores* transmitidos en los mensajes mediáticos, entre otros aspectos. Además, trataríamos de conocer si se producían diferencias en función de sus preferencias televisivas.

Por otra parte, con objeto de determinar la diferenciación en los resultados atendiendo a las distintas variables dependientes, distribuimos a los subgrupos de niños en función del tiempo habitual de exposición al medio televisivo (ver la televisión más o menos de dos horas al día) y de la mediación de los adultos (dialogar o no con los padres respecto a lo visto en televisión).

⁴⁷ Moral Pérez, E. del (Equipo de investigación del PNTIC del MEC) (1992): “La infancia como audiencia televisiva: Problemática y perspectivas de las programaciones infantiles”, en *La investigación en Comunicación*, Ponencias del III Simposio de la Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado Español, Madrid, págs. 177-180.

Por tanto, teniendo en cuenta todas las variables citadas, la muestra seleccionada quedaría distribuida en las siguientes 16 unidades (8 en cada centro escolar), repartidas de la siguiente manera⁴⁸:

1. Colegio Emperador Fernando (Alcalá de Henares):

A1 a* Niños/as entre 7 y 9 años, ven más de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

B1 b* Niños/as entre 7 y 9 años, ven menos de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

C1 c* Niños/as entre 7 y 9 años, ven más de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, no dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

D1 d* Niños/as entre 7 y 9 años, ven menos de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, no dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

E1 a* Niños/as entre 10 y 12 años, ven más de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

F1 b* Niños/as entre 10 y 12 años, ven menos de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

G1 c* Niños/as entre 10 y 12 años, ven más de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, no dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

⁴⁸ Los códigos incorporados a cada grupo tienen la finalidad de facilitar visualmente la identificación de cada uno y las comparaciones entre ellos, en el análisis de datos. La letra mayúscula representa los grupos con variables homogéneas entre los niños/as de cada centro escolar. El número, la diferenciación entre los niños/as de un colegio y otro. Y, por último, la letra minúscula, relaciona los subgrupos en función de las variables dependientes.

H1 d* Niños/as entre 10 y 12 años, ven menos de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, no dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

2. Colegio Montserrat (Madrid):

A2 a* Niños/as entre 7 y 9 años, ven más de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

B2 b* Niños/as entre 7 y 9 años, ven menos de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

C2 c* Niños/as entre 7 y 9 años, ven más de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, no dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

D2 d* Niños/as entre 7 y 9 años, ven menos de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, no dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

E2 a* Niños/as entre 10 y 12 años, ven más de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

F2 b* Niños/as entre 10 y 12 años, ven menos de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

G2 c* Niños/as entre 10 y 12 años, ven más de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, no dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

H2 d* Niños/as entre 10 y 12 años, ven menos de 2 horas diarias la TV y, habitualmente, no dialogan con los padres respecto a lo visto en televisión.

1.2.5. Herramientas de investigación

1.2.5.1. Cuestionario

El cuestionario se estructura en cinco bloques temáticos, con una primera hoja de presentación en la que se recogen los datos personales del encuestado⁴⁹.

- El primer bloque "*Actividades en el tiempo libre*" sirve como introducción al tema que nos ocupa (el consumo televisivo), recogido de manera indirecta dentro de las distintas preguntas. El propósito es recabar información relativa al grado de preferencia que los encuestados otorgan a este medio entre las diferentes actividades que abordan diariamente a la salida del colegio y, en qué medida, realizan otras alternativas o no antes de ver la televisión.
- En una segunda sección, comienza a abordarse el tema de nuestro estudio y se destina a conocer "*los hábitos de consumo televisivo*" de los sujetos participantes, entre otros se da respuesta a la variable del número de horas -menos ó más de dos- que se ve la televisión al día.
- La siguiente parte hace referencia a "*la satisfacción en el consumo*" y a los motivos por los que los niños están satisfechos o insatisfechos con lo que ven.
- El cuarto apartado integra cuestiones referentes a la variable "*diálogo o no con los padres en lo relativo a los contenidos vistos en televisión*", además de con qué otras personas se conversa al respecto.

- Por último, se cierra el cuestionario con una parte dedicada a conocer “*las preferencias en el consumo de televisión*” en relación con los programas favoritos, entre otras cuestiones.

El estilo de las preguntas es directo y el tono coloquial, con el fin de que fueran para los niños fáciles de comprender. Con el mismo propósito, la mayoría pertenecen a la modalidad de *preguntas cerradas*, para tener que señalar sólo la opción u opciones que consideraran más adecuadas. No obstante, replanteándonos la edad de los sujetos de la muestra, para que no tuvieran ninguna dificultad, decidimos que los niños de cada clase respondieran la encuesta al mismo tiempo. Así, se iba leyendo pregunta tras pregunta, se explicaba la modalidad de respuesta y se dejaba un tiempo para contestar cada una de ellas. Todo ello, solicitando el máximo silencio a los escolares para evitar la copia entre ellos o posibles distracciones que les llevaran a confundirse. Los niños que tenían cualquier duda al abordar la mecánica o contenido de las preguntas levantaban la mano y se les aclaraba directamente, de manera individual, en su sitio.

La mayor parte de las *preguntas cerradas* del cuestionario son de tipología *múltiple* (Cea D’Ancona, 1996), es decir, con varias opciones de respuesta para abarcar todas las posibilidades no excluyentes entre sí⁵⁰. Por ejemplo, en la cuestión número 2_1: “*En el caso de que haya alguien (cuando vuelves casa), ¿quién está?*” puede contestarse más de una opción por estar acompañados de más de un miembro de su familia. En este tipo de preguntas con varias alternativas de respuesta, por si las categorías incluidas no contemplan todas las posibilidades, añadimos la opción “*Otros*”, seguida de un espacio para facilitar su especificación.

⁴⁹ Los datos personales están compuestos por el nombre, apellidos, edad, fecha de nacimiento, curso, personas con las que habita, número de hermanos y edad de los mismos.

⁵⁰ Véase, en el Anexo II, el cuestionario donde constan las diferentes preguntas con sus opciones de respuesta y, en el Anexo III, el plan de códigos en el que se distinguen las preguntas que son de opción múltiple y las que contienen una única posibilidad de respuesta (simples).

Además, entre las instrucciones que se daban a los encuestados, se les decía que, en caso de elegir esta respuesta, debían concretar al lado a qué hacían referencia.

Dentro de las preguntas cerradas, también se incluyen algunas de *respuesta única o simple*, entre varias opciones. De ellas, varias *dicotómicas* (Sampieri y otros, 1991), con sólo dos alternativas en la contestación: sí o no⁵¹, para delimitar al máximo las posibilidades y, en la siguiente cuestión, preguntar con más detalle los motivos de la elección anterior. En algunos casos, se trata de *preguntas filtro*⁵² para pasar a la siguiente o directamente saltársela.

Asimismo, se introducen dos *preguntas de autoclasificación* (Wimmer y Dominick, 1996), con el fin de que los encuestados concretaran en qué horario de los citados suelen acostarse (pregunta 11) y especificaran en qué tramo se sitúan en cuanto a cantidad de horas de televisión que ven al día (pregunta 12). Y se inserta una *pregunta de valoración con una escala* (León y Montero, 1996: 82), la número 4, en la que se podían elegir las actividades preferidas realizadas en casa durante el tiempo libre, calificando del 1 al 6 las que más les gustaban del listado, siendo el 1 el que representaba mayor grado de interés o afición.

En cuanto a las preguntas *abiertas* que, como su nombre indica, no poseen alternativas predeterminadas en las respuestas, insertamos varias para profundizar en los motivos de elección de la pregunta anterior⁵³ o para ampliar las posibilidades

⁵¹ Las preguntas 2 (*Cuando vuelves a casa, ¿Hay alguien?*); 9_1 (*¿Ves TV en tu habitación?*); 14 (*¿Ves todo lo que quieres en la tele?*); 15_1 (*¿Preguntas a tus papás lo que no entiendes de la televisión?*) y 20 (*¿Te graban tus papás algún programa en vídeo?*) pertenecen a la modalidad de dicotómicas.

⁵² Las cuestiones número 2 para continuar si se responde afirmativamente con la 2_1 (*En el caso de que haya alguien, ¿Quién está?*); la 14 para seguir si se responde "no" con las siguientes tres (14_2; 14_3; y 14_3_A) y, en el caso de responder "sí" sólo con la 14_1 (*¿Por qué ves todo lo que quieres en la tele?*); y la 20 para continuar con las consecutivas (*¿Qué programas te graban?* y *¿Por qué...?*). En el cuestionario, se interrelacionan mediante flechas las cuestiones que contienen filtro.

⁵³ Este es el caso de las preguntas 14_1 y 14_2 (*¿Por qué sí ves o por qué no ves todo lo que quieres en la tele?*), la 14_3_A (*¿Por qué no puedes verlo?*) y las 20_2_A y 20_2_B (*¿Por qué sí te graban o por qué no te graban tus papás algún programa en vídeo?*).

de respuesta a todos los programas emitidos en la televisión en el momento en que se realiza el estudio⁵⁴.

Además, incorporamos algunas *preguntas mixtas* (Solé Moro, 1999: 128) en las que se incluyen varias posibilidades cerradas de respuesta y una o dos de ellas se dejan abiertas para que el encuestado contestase la opción más aproximada a sus hábitos. Se trata de las preguntas 1 (*¿Qué haces cuando sales del cole?*), con las posibles opciones de “*Me quedo en colegio para...*” y “*Estoy apuntado a clases de...*”⁵⁵; la 8, con una última respuesta abierta, “*Otros sitios, por ejemplo, en...*”; la 9 (*¿En qué habitaciones o lugares de tu casa hay tele?*), con un “*Otras:...*” de cierre; y la 13 (*¿Quién elige en tu casa lo que se ve en la televisión?*), con un “*Otras personas:...*”. Todas estas tienen la posibilidad de incluir la citada contestación abierta en el cuestionario pero, además, en las preguntas que contienen un “*Otros*” final, decidimos que también especificaran a qué hacían referencia, en cada caso, por lo que las convertimos en *mixtas*.

Tras rellenar los cuestionarios, se dejó un tiempo suficiente para que los niños pudieran repasar las preguntas y en la entrega se supervisaba que todas estuvieran contestadas correctamente.

⁵⁴ En las preguntas 14_3 (*¿Qué es lo que no puedes ver?*), 16 (*¿Cuáles son tus cinco programas favoritos de televisión y sus nombres?*), 18_1 (*¿Qué tipo de programas que se emitan por la noche conoces y cuáles son sus nombres?*), 19 (*¿Qué programas que se emitan por la noche ves y te gustan más y cuáles son sus nombres?*) y 20_1 (*¿Qué tipo de programas te graban en vídeo y cuáles son sus nombres?*).

⁵⁵ Estas dos opciones de respuesta se codificaron posteriormente como P.1_1 y P.1_2, para tratarlas en el análisis de datos.

1.2.5.2. Grupos de discusión

El cuestionario previo se utilizó, como ya hemos indicado, como medio para seleccionar a los integrantes en los grupos de discusión, en función de las variables que cada uno de ellos debía agrupar. En opinión de Wimmer y Dominick (1996), *“El cuestionario de reclutamiento de participantes o filtro de selección constituye uno de los aspectos cruciales de la metodología del grupo de discusión. Si dicho filtro de selección no identificara adecuadamente al tipo de personas que se quiere invitar a participar, los resultados finales del trabajo probablemente no servirían para nada”*⁵⁶. Como previsión, en todos los grupos, elegimos cuatro suplentes con las mismas características que los sujetos elegidos, por si surgía cualquier inconveniente o no podían asistir en el momento en que se realizara el grupo.

El cuestionario también se utilizó como marco para contextualizar los grupos, ya que todos los niños lo habían rellenado. De este modo, iniciábamos la sesión aludiendo al recuerdo del momento en que contestaron esa encuesta, con algunas primeras impresiones de lo que les había parecido. Tras esta toma de contacto con los componentes de cada grupo, les explicamos la dinámica de la “conversación” que íbamos a mantener. En primer lugar, les notificamos que la sesión se iba a grabar para después analizar lo que ellos expusieran por razones del tipo de estudio que estábamos realizando. También les explicamos que podían intervenir libremente, siempre que no cortasen bruscamente a otro de los participantes, y que todas sus opiniones y comentarios eran respetables, por lo que no había respuestas correctas o incorrectas sino distintas, en función de lo que cada uno de ellos pensara, sin necesidad de tener el mismo criterio que otros miembros del grupo.

Una vez realizadas esas primeras indicaciones comenzábamos a grabar la sesión, mediante la presentación de los niños, con su nombre y apellidos, edad y curso, como datos identificadores de cada uno de ellos. En ese momento, ya habían

⁵⁶ Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (1996), op. cit., pág. 471.

pasado los primeros minutos de conversación informal, con el fin de que los participantes estuvieran más relajados, menos introvertidos y se hubieran familiarizado, en la medida de la posible, con la técnica utilizada.

Como herramienta para organizar las sesiones, contamos con un guión en el que introdujimos los temas que nos interesaba abordar. Además, nos servía como pauta para estructurar todos los grupos y, así, poder mantener un orden en común. No obstante, ante cualquier aspecto que surgiera de manera improvisada insistíamos en ampliarlo y recopilar detalles por si podía resultar de interés en el estudio. Tampoco nos ceñimos completamente al guión, si aparecía alguna cuestión que estuviera contenida después, es decir, lo utilizamos como instrumento flexible y abierto a posibles cambios.

El guión se distribuye en seis ejes temáticos fundamentales⁵⁷:

- 1 - Reparto del tiempo de ocio.*
- 2 - Hábitos de consumo televisivo.*
- 3 - Percepción de valores y contravalores en varias secuencias de imágenes.*
- 4 - Diferencias entre realidad y ficción televisiva.*
- 5 - Percepción de los aspectos críticos de varios mensajes.*
- 6 - Distinción entre series dirigidas a niños y a adultos.*

El primer bloque sirve para introducir cada sesión, como punto de partida del tema “Ver la televisión, una de las actividades en el tiempo libre”, para que los niños expresen cuánto tiempo le destinan, con quién la ven y qué preferencia ocupa entre las demás. De este modo, se valorarán también el resto de alternativas que ejercen en su tiempo de ocio, al igual que se realizará en el análisis cuantitativo.

⁵⁷ Véase el guión completo, con las diferentes cuestiones que se abordan en cada eje temático, en el Anexo VI.

En el siguiente apartado, nos adentramos en los hábitos de consumo televisivo, en los aspectos positivos y negativos que tiene para los niños ver la televisión, utilidad en su vida diaria, los límites que existen para ver todo lo que quieren, entre otros aspectos. Además, para desencadenar el debate, introducimos dos secuencias de imágenes relacionadas con la búsqueda de otras alternativas por parte de algunos padres ante el consumo de televisión desmedido (serie “*Tres amigos y Jerry*”) y con lo beneficioso que resulta ver la televisión en compañía de adultos (spot campaña de *Telecinco*).

Los siguientes ejes temáticos concentran la parte nuclear del análisis cualitativo, ya que nos permitirán analizar el modo en que los integrantes en los grupos de discusión perciben algunas secuencias televisivas en las que se recogen determinados *valores* y *contravalores*, así como los aspectos críticos que encuentran en varios mensajes distintos en su forma de exposición. Además, podremos determinar qué diferencias establecen entre la realidad y la ficción televisiva, teniendo en cuenta las características de cada grupo de discusión. Y, en el último bloque, examinaremos cómo distinguen entre las series destinadas a ellos y las dirigidas a adultos. Para concluir, expondremos los comentarios relativos a una última cuestión que se les planteó, referente a qué les había parecido esa sesión y qué opinaban de que en el colegio pudieran destinar un tiempo a la “*Educación en materia de comunicación*”.

Con el propósito de poder analizar los *niveles de actividad* o grados en la percepción de las imágenes que los niños experimentan, se potenció el visionado de los distintas secuencias televisivas. Durante la presentación de cada una de las imágenes, se grababan o tomaban apuntes de las reacciones de los componentes del grupo de discusión y, luego, se abordaban las cuestiones relacionadas con cada secuencia para interpretar, en la fase de análisis, sus explicaciones y comentarios.

Aunque en la planificación de las sesiones, estaba planteado utilizar una videocámara, instalada delante de la televisión, para grabar todas las reacciones,

sólo pudimos utilizarla en el Colegio Emperador Fernando. Como incidencia en la investigación, cabe señalar que en el Colegio Montserrat, la dirección nos solicitó una autorización de los padres para permitirnos grabar a los niños en vídeo y, tras enviarles cartas, la respuesta fue negativa. Debido a estos trámites, en lugar de finalizar en junio de 2002, como estaba previsto, tuvimos que trasladar algunas sesiones al mes de septiembre, al acabar el curso escolar en el mes de junio. No obstante, pudimos utilizar un equipo de audio para grabar los testimonios y, en cuanto a las reacciones gestuales, apuntábamos durante el visionado de cada fragmento, simultáneamente, cómo se comportaba cada niño.

Otra incidencia que nos ocurrió en el transcurso del trabajo de campo fue que en un grupo de discusión realizado en el Colegio Emperador Fernando hubo que sustituir a un niño porque en el cuestionario había respondido que veía la televisión más de dos horas diarias y, al comienzo de la sesión cuando se les preguntaba por el tiempo destinado a ver la tele, nos contestaba que 30 minutos y que se había confundido en su respuesta. Además, también hubo que reemplazar a dos niños de distintos grupos del Colegio Montserrat por otros dos escolares con sus mismas características, por no haber asistido a clase ese día. El resto de los grupos de discusión se desarrollaron sin ninguna otra anomalía.

Como datos técnicos, podemos añadir que la duración prevista para las sesiones era aproximadamente de una hora, pero fue variable, dependiendo de su desarrollo. Respecto al lugar donde se realizaron, en ambos Colegios nos habilitaron un aula con equipo de televisión y vídeo.

En lo referente al cronograma del trabajo de campo, se retrasó al mes de septiembre, como ya hemos indicado, y quedó estructurado de la siguiente manera:

- *Marzo 2002*: Pretest y realización de la encuesta en Colegio Emperador Fernando.
- *Abril 2002*: Grupos de discusión en Colegio Emperador Fernando.
- *Mayo 2002*: Encuesta en Colegio Montserrat.
- *Junio y septiembre 2002*: Grupos de discusión en Colegio Montserrat.

1.2.5.3. Selección de imágenes de televisión

La exposición de imágenes tiene como fin analizar la manera en que los niños perciben diferentes mensajes audiovisuales en función de su edad y, también, dar respuesta al resto de los objetivos generales de la presente tesis. Por este motivo, grabamos varias secuencias televisivas que contuvieran *valores* y *contravalores* para observar cómo los nombraban, si ya tenían conocimiento del tema en cuestión y de dónde provenían sus referencias, por ejemplo, de su casa, del grupo de amigos, del colegio, etc. Las imágenes están relacionadas con varios temas: el consumo de alcohol, el gasto desmedido, el ahorro, el reciclaje y la agresividad vs. la precaución al conducir. Las secuencias⁵⁸ pertenecen a espacios muy variados: la serie juvenil “*Blooson*” y la destinada al target familiar “*Compañeros*”; una noticia de un informativo; la serie de dibujos animados “*El Pato Donald*” y tres anuncios publicitarios (campaña reciclaje, coche “*Hot wheels*” y “*DGT*”). Estas mismas imágenes, al corresponderse con tipos de programas diversos, nos sirvieron para encauzar el siguiente tema de discusión, las diferencias entre realidad y ficción televisiva.

⁵⁸ En el Anexo VII, se detalla la descripción y finalidad de cada una de las secuencias de televisión proyectadas en los grupos de discusión.

Para determinar cómo perciben los aspectos críticos de los mensajes, elegimos temas como el abandono de animales, el absentismo escolar/ engancharse a los videojuegos en detrimento de hacer los deberes y el consumo del tabaco. La forma de exposición en unos casos era directa y en otros más conceptual, para apreciar las diferencias. En cuanto a la pertenencia de estas imágenes, se extrajeron del programa “*Desesperado Club Social*”, la serie “*Los Simpson*” y un spot de la campaña para la prevención del consumo de tabaco en adolescentes.

Con objeto de recabar las diferencias que los niños aprecian entre los contenidos destinados a ellos como público objetivo y los dirigidos a adultos, seleccionamos cuatro segmentos, todos de dibujos animados. Recordamos el fragmento ya expuesto de “*El Pato Donald*” e introducimos uno de “*Los Simpson*” y otro de “*South Park*”.

Antes de elegir las secuencias citadas, grabamos durante dos semanas varios programas en distintas franjas horarias. Una vez visionadas las más de treinta cintas de vídeo con las que contábamos, realizamos varias preselecciones de imágenes que fueran significativas teniendo en cuenta los objetivos de nuestro estudio y nos quedamos con media hora. Esta duración nos parecía excesiva por lo que decidimos acortarla a no más de quince minutos para mantener la atención y retentiva de los niños, durante el tiempo de visionado. Mediante el asesoramiento de varios especialistas en educación y comunicación, las filtramos hasta quedarnos con doce minutos en total, repartidos entre catorce imágenes. Los criterios que tuvimos en consideración para realizar la selección fueron:

- Las secuencias debían pertenecer a modelos televisivos conocidos por los niños para partir de la posibilidad de un conocimiento previo y que pudieran contextualizarlos. Por esta razón, podían tener referencias hasta del contenido para adultos programado de madrugada, “*South Park*”, ya que se anunciaba en otras franjas horarias y existía una película.

- Los tipos de programas tenían que ser variados. Elegimos series, series de animación, noticias, contenedores infantiles/juveniles y anuncios publicitarios, para que las sesiones fueran dinámicas y, también, para contar con ejemplos que nos sirviesen en la diferenciación entre ficción y realidad.

- Los contenidos relativos a la exposición de *valores* y *contravalores* tendrían relación con temas que podrían haberse expuesto en clase, dentro de los ejes transversales, con el fin de que pudieran comparar o aplicar las imágenes a lo ya conocido y, así, llegar al nivel más elevado de actividad.

- Los personajes de la mayoría de los espacios elegidos tendrían similar edad a los participantes en los grupos de discusión, con el propósito de que pudieran advertir rasgos con los que sentirse identificados.

- Algunas de las imágenes contendrían referencias explícitas al consumo televisivo para que los niños nos proporcionaran pautas concernientes a cómo son sus hábitos, opinaran respecto a la finalidad que tiene el medio y realizaran propuestas para cambiar determinados aspectos de la televisión actual.

Tras seleccionar las imágenes que cumplían estas pautas, realizamos un pretest⁵⁹ con un grupo de niños con semejantes características a las que iban a tener los integrantes en el trabajo de campo. Durante el desarrollo de esta “prueba piloto”, seguimos el mismo esquema que teníamos planteado para los grupos de discusión y proyectamos las imágenes seleccionadas. De esta forma, comprobamos que el contenido era comprensible para los niños y la estructura en la exposición, que intercalaba diferentes tipos de programas, permitía mantener su atención. Además, también nos sirvió para revisar la organización de las cuestiones planteadas en el guión y realizar algunas modificaciones.

⁵⁹ Véase, en el Anexo VIII, la transcripción textual del contenido de esta sesión.

1.2.6. Diseño del análisis de datos

1.2.6.1. Matriz de recogida de datos

Una herramienta útil para que el diseño de evaluación de la información recopilada sea operativo, eficaz y lo más preciso posible es la construcción previa de una *matriz de recogida de datos* (Le Compte, 1994). En concreto, en los temas de validación en el campo de evaluación de programas educativos, basados en métodos de investigación cualitativa, *“se presta una atención muy considerable al modo en que deben desarrollarse los procedimientos de recogida de datos y a si los que aportan la información dicen la verdad, resultan fiables o recortan la información. Esta cuestión relacionada con la ‘validez del procedimiento’ asume que si las reglas para llevar a cabo el estudio se aplican correctamente, también lo serán los datos recogidos”*⁶⁰. Con esta pretensión, para validar nuestro análisis, desarrollamos a priori la siguiente plantilla:

⁶⁰ Le Compte, M. D. (1994): “Un matrimonio conveniente: diseño de investigación cualitativa y estándares para la evaluación de programas”. En *Revista Electrónica y Evaluación Educativa*, Escuela de Educación Universidad de Colorado-Boulder, nº 1. (<http://www.uca.es>).

QUÉ NECESITO CONOCER (PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN)	QUÉ DATOS RESPONDERÁN A ESTA CUESTIÓN	CÓMO OBTENDRÉ ESOS DATOS
1. ¿Cómo son las prácticas televisivas de los sujetos de estudio?	*Los hábitos de consumo televisivo diario y relación con otras alternativas en su tiempo libre. Con los siguientes parámetros: -actividad preferente o secundaria. -cuánto tiempo ven la TV al día. -cuándo, ¿en qué horarios?. -dónde, ¿en qué lugar de su casa?. -cómo (solos o acompañados). -programas favoritos de televisión. *Actitudes, opiniones y propuestas que tienen respecto al medio televisivo.	*Medición cuantitativa mediante las preguntas del cuestionario previo y valoración en los primeros ejes temáticos de los grupos de discusión (para contextualizar cómo ven la televisión y cuánto tiempo, utilizaremos las secuencias 1 y 2). *A través del análisis de los testimonios que nos proporcionen, concretaremos qué finalidad tiene la televisión, de qué modo les gustaría participar y qué cambios introducirían.
2. ¿Cómo perciben algunos niños los mensajes audiovisuales, atendiendo a la variable independiente (edad) y a las variables dependientes (-tiempo de exposición a la televisión, con dos niveles: más o menos de dos horas diarias- y -mediación de los adultos, con otros dos niveles: diálogo o no habitual con los padres respecto a los contenidos televisivos-)?	*El análisis acerca de la manera de percibir los mensajes (secuencias 3 a 9, ambas inclusive). *Las comparaciones en la actitud de los niños entre los distintos grupos de pertenencia, según las variables que representan.	*Clasificaremos los comportamientos de los niños a lo largo del proceso de visionado, en distintas categorías que reflejen sus modos de actuación: - No entiende las imágenes. - Ausencia de interés (decide no ver las imágenes). - Ausencia de reacción. - Reacción sólo gestual. - Responde con monosílabos (sí, no,...). - Describe. - Interpreta. - Opina. - Compara. - Aplica. *Medición según <i>escala de niveles de actividad</i> (ver cuadro página siguiente).
3. ¿De qué modo nombran, los sujetos de estudio, los valores y contravalores de los mensajes televisivos?.	*La exposición de los <i>valores</i> y <i>contravalores</i> que citen tras el visionado de cada secuencia relacionada con dicho eje temático (selección de imágenes 3 a 9).	*Extraeremos, de todos los testimonios, los <i>valores</i> y <i>contravalores</i> que nombren en cada fragmento televisivo y elaboraremos un listado, con el fin de analizar qué significado les otorgan. *Observar si establecen relaciones con lo ya conocido, fruto de su experiencia, y con lo aprendido en el colegio, es decir, con los referentes con los que cuentan.
4. ¿Qué diferencias encuentran, los participantes en la muestra, entre la realidad y la ficción en los mensajes audiovisuales?	*Las analogías y diferencias que establecen entre realidad y ficción en los mensajes televisivos (imágenes 3 a 9). *Las referencias a la realidad vs. realidad construida por los medios.	* Analizaremos sus respuestas en relación a si saben distinguir entre la realidad y la ficción televisiva y qué tipo de diferencias aportan. *Registraremos, además, si encuentran diferencias entre la realidad y la realidad mediada.
5. ¿Cómo captan los aspectos críticos que se integran en las distintas secuencias?	*La manera de percibir el contenido del que trata cada imagen (secuencias 10 a 12), si comprenden los aspectos críticos que se plantean y el significado final del mensaje.	*Analizaremos si advierten los aspectos críticos integrados en distintas modalidades de mensajes (directo, conceptual, destinado a adultos) y si captan el significado nuclear de los temas que se abordan o únicamente aspectos parciales del contenido.
6. ¿Distinguen los mensajes destinados a ellos (público infantil) y los dirigidos al público adulto?	*Respuestas relativas a si los niños están acostumbrados a ver espacios para adultos. *Indicadores referentes a los argumentos por los que no ven los programas no correspondientes a su edad o, de forma contraria, porqué los ven, en el caso de que la respuesta sea afirmativa. *El análisis acerca de la manera de percibir mensajes dirigidos a adultos (secuencias 13 y 14). *Las diferencias que encuentran entre los espacios infantiles y los dirigidos a adultos y los argumentos que aportan en cada caso.	*Estudiaremos si aceptan las secuencias de las series para adultos con naturalidad, al estar acostumbrados a verlas, o establecen límites porque no son consumidores habituales de este tipo de espacios. *Analizaremos si comprenden el contenido de los mensajes dirigidos a adultos. *Observaremos qué razones ofrecen para diferenciar (o confundir) un espacio que les parece infantil de otro que consideran para adultos (todas series de animación para que la comparación no sea evidente).

Dado que las modalidades de percepción de los mensajes televisivos pueden ser múltiples, las sintetizamos en una serie de categorías, asignadas según el comportamiento más o menos activo que muestra el niño en su interacción con el medio. De este modo, los *niveles de actividad* se dividirán, del más bajo al más alto, en función de los siguientes parámetros:

ESCALA DE NIVELES DE ACTIVIDAD

<u>NIVEL 0</u>	<u>NIVEL 1</u>		<u>NIVEL 2</u>		<u>NIVEL 3</u>		<u>NIVEL 4</u>	
MUY BAJO	BAJO		MEDIO		ALTO		MUY ALTO	
- DECIDE NO VER LAS IMÁGENES.	- SE QUEDA IMPASIBLE.		-RESPONDE CON MONOSÍLABOS.		-EXPLICA EL SENTIDO DEL MENSAJE, EN FUNCIÓN DE CÓMO HA COMPRENDIDO SU SIGNIFICADO.		-ESTABLECE RELACIONES CON LO YA CONOCIDO.	
-REALIZA OTRAS ACTIVIDADES.	-RESPONDE DE MANERA GESTUAL: * ROSTRO *BRAZOS * SE DESPLAZA.		- INFORMA ACERCA DE LO QUE MIRA.		-VALORA CON ARGUMENTOS EL MENSAJE DESDE UNA VISIÓN SUBJETIVA, DA SU PARECER AL RESPECTO.		-PARTICIPA, OFRECE ALTERNATIVAS Y PROPUESTAS, CREA OTROS ESCENARIOS,...	
OTRA ELECCIÓN	NO REACCIONA	SÓLO GESTOS	SÍ/NO	DESCRIBE	INTER- PRETA	OPINA	COMPARA	APLICA

1.2.6.2. Diseño para el análisis cuantitativo de resultados

Una vez rellenos los 440 cuestionarios, revisamos todas las preguntas para determinar si hay alguno que no era válido y transformar las cuestiones mal completadas en un “ns/nc”.

Después de supervisar todo el material, pasamos la totalidad de las respuestas a hojas de cálculo del programa informático “Excel” para codificarlas, asignando un valor a cada categoría o ítem⁶¹. En el caso de las preguntas *cerradas*, era tan fácil como marcar con un código cada respuesta. Sin embargo, en el de las *abiertas*, cada una tendría variantes en su forma de expresión y contenido, por lo que habría que clasificarlas por temas o aspectos semejantes, realizar varios filtros, ver con qué frecuencia habían sido nombradas para ordenarlas y no codificar las minoritarias (las consideramos un “otros”), otorgarles un mismo nombre a las que eran similares y, por último, convertirlo en un código concreto para el análisis de datos.

Con todas las respuestas codificadas, procedimos a exportar la hoja de cálculo a una base de datos en el programa estadístico SPSS, con el fin de cuantificarlas correctamente. Esta es una forma de realizar la tabulación de los resultados de manera científica respecto a cada una de las preguntas planteadas (tanto de las que contienen *respuestas simples* como *múltiples*).

En primer lugar, como *técnica de análisis univariable* (Cea D’Ancona, 1996), calculamos tablas de distribución de frecuencias y, posteriormente, como *técnica bivariable*, tablas de contingencia, con el fin de realizar cruces, comparar y comprobar cómo influyen las diferentes variables en los hábitos de consumo

⁶¹ Véase, en el Anexo III, el Plan de códigos. En cada pregunta, todas las respuestas tienen asignado un código que se inicia en el 1 y llega hasta completar el número total de contestaciones. Además, como puede advertirse, en los casos que aparece un “otros” no contenido en las respuestas anteriores, se codifica con el número 98 y los “ns/nc” con el 99, para que el programa estadístico utilizado, SPSS, los contemplase como “casos perdidos o no válidos”.

televisivo, entre otras cuestiones, y responder a las hipótesis planteadas desde la perspectiva cuantitativa.

Para finalizar el apartado cuantitativo de esta investigación, concluiremos con el análisis e interpretación de los resultados que se recoge en el capítulo 4 de esta tesis, a modo de informe.

1.2.6.3. Diseño para el análisis cualitativo de grupos de discusión

Durante el transcurso de los distintos grupos de discusión, anotamos referencias de cómo se iban desarrollando, indicadores de lo más destacado y observaciones generales de cada miembro y del global del grupo. Este resumen preliminar nos serviría, posteriormente, como reseña para contextualizar y refrescar algunas citas de cada grupo, antes de empezar a trabajar con las transcripciones.

Una vez finalizados los grupos, pasaríamos a transcribir, de manera textual, toda la información recopilada en las cintas de audio⁶². Además, estructuramos su contenido por bloques, siguiendo el desarrollo cronológico de las sesiones y, por tanto, teniendo en cuenta cada uno de los ejes temáticos en los que dividimos la parte cualitativa. A su vez, los separamos por secuencias de imágenes, con el fin de establecer comparaciones relativas a los *niveles de actividad* o *modalidades de percepción* entre los participantes en los distintos equipos.

Tras organizar todo el material, repasamos íntegramente cada una de las transcripciones para subrayar lo más sobresaliente. En una segunda lectura, extrajimos los fragmentos y datos que a priori nos interesaban y los agrupamos y clasificamos por categorías, teniendo en cuenta los objetivos de la investigación. Para ello, seguimos la plantilla o *matriz de recogida de datos*, que hemos expuesto,

⁶² En el Anexo VIII, se recogen todas las transcripciones de los discursos surgidos en cada uno de los grupos de discusión.

con objeto de determinar si se había recopilado la información necesaria y qué alteraciones se habían producido, provocadas por exigencias de la parte práctica.

Por último, relacionaremos los distintos datos tomando en consideración cada una de las variables y elaboraremos el análisis, mediante la conjunción de resultados, con sus correspondientes interpretaciones y citas ilustrativas. Y, con la confirmación de las hipótesis expuestas, dentro del apartado de conclusiones, finalizaremos el trabajo de campo con el que pretendemos validar nuestra investigación.

CAPÍTULO 2:

NIVELES DE ACTIVIDAD EN EL PROCESO DE COMUNICACIÓN ENTRE EL MEDIO TELEVISIVO Y EL NIÑO.

DESARROLLOS TEÓRICOS: DE LOS ESTUDIOS BASADOS EN LOS EFECTOS HASTA LOS DE LA RECEPCIÓN ACTIVA.

El niño no es un sujeto pasivo frente a la televisión. Por el simple hecho de saber lo que le gusta ver y de tener un orden de preferencias, podemos afirmar que, cuando entra en contacto con este medio, sabe qué quiere de él, aunque no conozca todas sus posibilidades ni se adentre en la esencia del contenido -no sea consciente de las ideas y valores que hay en los mensajes-, no por falta de capacidad -diferente en función de cada edad- sino por escasez de “competencia televisiva”.

Como ya hemos expuesto en el capítulo anterior, atendiendo al diferente grado de vinculación entre el niño y el medio televisivo podemos considerar varias categorías, lo que hemos bautizado como *niveles de actividad*¹: nivel 1 (*espectador*), nivel 2 (*receptor*), nivel 3 (*perceptor crítico*) y nivel 4 (*perceptor participante*).

Como marco teórico, relacionaremos los citados *niveles o estadios de actividad* con la trayectoria que ha seguido la investigación en materia de recepción televisiva, desde las concepciones sociológicas de la audiencia como sujeto pasivo a los últimos enfoques como agente activo y participante en el proceso

¹ El nivel 0 correspondiente con la elección de no ver las imágenes por decidir realizar otras actividades, etiquetado como “*no espectador*”, no va a tenerse en cuenta en este apartado, dado que en ese estrato “nulo” el niño no establece relación alguna con la televisión y, por tanto, no puede reconocerse ninguna interacción.

comunicativo². Consideramos que este proceso y el educativo son muy similares en cuanto a su estructura y ambos son fundamentales en el desarrollo del niño, por lo que también integraremos algunas referencias a las teorías basadas en la psicología del aprendizaje. Asimismo, incluiremos los estudios más relevantes que se han llevado a cabo en el sector de las audiencias infantiles en cada *estrato de actividad*, en el caso de que los haya, desde las diferentes perspectivas de la recepción televisiva.

² Para realizar dicha distribución, entre las teorías que consideran la audiencia como agente pasivo y las que, por el contrario, la valoran como agente activo, seguiremos la diferenciación que Callejo (1995) establece en su libro *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*. Centro de Investigaciones Sociológicas. Siglo Veintiuno de España Editores, Madrid, págs. 248-254.

2.1. EL NIÑO COMO ESPECTADOR:

En un primer estrato, se establece un simple proceso de visualización. El niño, como destinatario de los mensajes, consume las producciones que le ofrece la televisión, sin implicarse en las mismas, al igual que puede contemplar un escaparate o un paisaje sin examinar los elementos significantes, ni los significados que cada uno contiene. En este estadio, podemos basarnos en las diferencias existentes en el paralelismo entre ver y mirar. El niño no mira (o al menos lo hace con escaso interés), únicamente ve, sin captar su atención lo que está viendo. Sin embargo, aunque su nivel de actividad sea mínimo respecto a otros ejercicios en los que establece una mayor implicación, no es nulo, por lo que no podemos hablar de pasividad en sentido absoluto. De hecho, atendiendo a los modelos que se apuntan, ante un estímulo surge una respuesta por parte del espectador.

Este primer estadio tendría sus antecedentes teóricos en la focalización de la audiencia como núcleo masivo, considerada unidad homogénea, estandarizada, masa alienada o persuadida, con pérdida de la conciencia. Estos parámetros iniciales desde los que la audiencia era entendida como “masa” desencadenaron en distintas interpretaciones que evolucionaron hacia la concepción de la audiencia como agente pasivo.

Entre otros desarrollos de la investigación, destaca la Teoría Hipodérmica, coincidente con el peligro de las Guerras Mundiales y con la difusión a gran escala de las comunicaciones de masas. En este periodo, se produce un distanciamiento intelectual, pasando del lector crítico al telespectador hipnotizado. El objetivo del modelo “comunicativo” de la Teoría Hipodérmica es estudiar el comportamiento humano con los métodos del experimento y la observación típicos de las ciencias naturales y biológicas, basándose en el estímulo a través de condiciones externas al sujeto para llegar a una determinada respuesta, por lo que se “*mantenía una conexión directa entre la exposición a los mensajes y los comportamientos*”³.

³ Wolf, M. (1987): *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós, Barcelona, págs. 28-29.

Las aplicaciones experimentales se concretan en métodos relacionados con la psicología del aprendizaje conductista, que se interesa únicamente por los fenómenos observables y medibles de manera objetiva y científica, en particular en la citada aplicación de estímulos y sus consiguientes respuestas, con algunas variaciones en sus diferentes desarrollos:

- El condicionamiento clásico, fue analizado sistemáticamente desde la Escuela reflexológica rusa por Pavlov (1927). Este fisiólogo inició sus investigaciones sobre reflejos condicionados tratando con los factores glandulares y nerviosos en el proceso de digestión. Su experimento prototípico consistía en hacer sonar una campana y poner comida en la boca de un perro para que el animal salivase, repitiendo el procedimiento varias veces. Cuando, después, volvía a sonar la campana, el animal salivaba sin que se le diera comida. La asociación entre las dos señales es lo que produce el condicionamiento, la primera señal sería el estímulo incondicionado y la segunda, el condicionado.

El núcleo de esta teoría es que los reflejos son reacciones predeterminadas a estímulos. Pavlov generalizó las leyes del aprendizaje derivadas de la investigación con animales a la conducta humana, la cual consideró que está determinada por el ambiente y que los hábitos adquiridos por medio de la educación sólo eran largas cadenas con eslabones de reflejos condicionados.

- El conductismo en el contexto estadounidense fue investigado por Watson (1924) y Guthrie (1935). De hecho, Watson fue quien acuñó el término “conductista” en el vocabulario de la psicología, basándose en corrientes como el determinismo, el reduccionismo y el ambientalismo. Este investigador consideró el cerebro como una “tabula rasa” en el nacimiento y el aprendizaje como un condicionamiento rutinario de hábitos y propuso dos leyes: la *ley de frecuencia*, que sostiene que la fuerza de un vínculo depende del número de asociaciones entre el estímulo y la respuesta, y la *ley de proximidad temporal*, que establece que la respuesta ofrecida inmediatamente después de un estímulo es la que tiene más posibilidad de

asociarse a ese estímulo. Por su parte, Guthrie redujo a una sola ley (denominada *de contigüidad*) su teoría del condicionamiento, según la cual, el sujeto tiende a asociar hechos que ocurren simultáneamente y este aprendizaje se produce en un único ensayo. En ese aprendizaje, incluyó las concepciones de *recompensa*, como fuente de estímulos para relacionar grupos de señales, y *castigo* que, según su criterio, para que sea eficaz debe causar la aparición de respuestas diferentes ante las señales de la conducta indeseable.

Estos dos conductistas también asumieron la aplicación de los datos obtenidos con animales a la conducta humana y reiteraron que está determinada por circunstancias ambientales.

- El conexionismo o condicionamiento instrumental de Thorndike (1913) concibe el ensayo-error como el proceso más característico del aprendizaje. Este profesor de Psicología también concluyó que el aprendizaje humano y el animal responden a las mismas leyes, las que forman parte de su base teórica son: la *ley del efecto* sostiene que una conexión se fortalezca o debilite depende de las consecuencias que tenga, satisfactorias o molestas; la *ley de la predisposición* establece que cuando se activa la tendencia a la acción mediante una preparación, la respuesta suele ser satisfactoria; la *teoría del ejercicio* asienta que el aprendizaje fruto de las conexiones entre dos situaciones se fortalece con la práctica y se debilita cuando se interrumpe.

- El condicionamiento operante de Skinner (1938) introduce como novedades, respecto al condicionamiento clásico, que no todas las respuestas están provocadas por estímulos, pueden ser espontáneas, y que el aprendizaje operante es el que conlleva un refuerzo posterior. Para esta teoría, en el proceso denominado *de moldeamiento* se reforzarán únicamente los movimientos que coincidan con la respuesta que se desea.

2.2. EL NIÑO COMO RECEPTOR:

En este segundo nivel, el niño recibe los mensajes que el emisor le proporciona pero sigue sin tener capacidad de decisión sobre ellos. Únicamente, elige estar viendo en contraposición con otras actividades que podría estar realizando. Sólo sabe distinguir entre lo que le gusta ver y lo que no, sin más respuestas que los típicos monosílabos “porque sí” o “porque no”, los cuantitativos “mucho”, “bastante”, “poco”, o la simple descripción de lo que mira... No está formado en “*Educación en materia de comunicación*” para argumentar lo que el medio le ha mostrado.

Este estrato estaría relacionado con el modelo cibernético que Lasswell formula en 1948, que parte de la teoría matemática del condicionamiento funcionalista de Shannon y Weaver (1949) en la que se fundamenta la tradicional teoría de transmisión de la información. Se centra en la unidireccionalidad del mensaje desde el emisor hasta el receptor de manera lineal sin posibilidad alguna de respuesta y está representado en el paradigma de los efectos: “¿quién, dice qué, a través de qué canal, a quién y con qué efectos?”. Este modelo parte de la premisa de que ante la prepotencia de un emisor, el receptor permanece impotente.

En el campo que nos ocupa, los primeros estudios relativos a televisión e infancia se centraron precisamente en esta corriente de los efectos, contando con antecedentes, en los años veinte, que analizaban la influencia negativa del cine en los niños. Por ejemplo, el “Consejo de Investigación sobre Imágenes en Movimiento” (1928) llevó a cabo una serie de trabajos científicos sobre la influencia de las películas en los niños, mediante el análisis del contenido de los filmes y el cambio de actitudes y los efectos en la conducta de los menores, llegando a la conclusión de que las películas invitaban a conductas sociales negativas (Wimmer y Dominick, 1996: 358).

En el contexto del medio televisivo, la investigación pionera se desarrolló en Gran Bretaña, donde Himmelweit, Oppenheim y Vince (1958) publican un estudio empírico basado en entrevistas realizadas a niños entre diez y catorce años y a profesores, estableciendo como criterio la comparación entre quienes tenían la posibilidad de ver televisión, por disponer de equipamiento, y los que no tenían receptor en su hogar. En este estudio, se establecen algunas premisas que se incorporarán a futuros trabajos en el ámbito de la *Communication Research* sobre los efectos de la televisión. Vilches (1993) recoge varias características de la influencia de este medio en los niños que se revelan en los resultados del citado análisis, que pasamos a exponer:

“-Comportamiento: Los niños dedican mayor tiempo a este medio que a otra actividad de ocio.

- Preferencias de programas: Los niños ven con placer aquellos destinados a los adultos, especialmente aquellos de entretenimiento, donde se presentan temas familiares que dan seguridad y permiten la identificación con personajes simpáticos.

- Los géneros: A los niños les impresionan los que tienen formas dramáticas y les aterrorizan aquellos con formas realistas de presentación de la violencia.

- Violencia: Nada prueba que los programas les hagan más agresivos, pero tampoco que tengan un efecto benéfico sobre ellos.

- Los medios: La atención a los otros medios -la radio, la lectura- ha disminuido desde que ven la televisión, y también la asistencia a las salas de cine.

- Pasividad: No se descubre que la televisión haga más pasivos a los niños pero tampoco que les incite a hacer actividades.

- Satisfacción de necesidades: No se puede establecer que el hábito de ver televisión responda a necesidades precisas. Pero la exposición al medio

*puede favorecer una inteligencia poco desarrollada, sentimientos de inseguridad, falta de adaptación, falta de amigos y de contacto social*⁴.

En la línea sobre los efectos o repercusión del contenido televisivo en los niños, nos encontramos con un sustancioso caudal de investigaciones fruto de diversas corrientes. En primer lugar, nos centraremos en el terreno de la influencia de las imágenes violentas⁵, por ser el que cuantitativamente ha generado un mayor número de estudios, desde varias perspectivas:

- *Estudios basados en los efectos conductuales*, los cuales se centran en tres vertientes: imitación, desinhibición y catarsis.

* Efectos de imitación, según los cuales los niños tienden a reproducir los modelos violentos, por lo que actúan de manera más agresiva cuando ven este tipo de contenidos. La investigación pionera dentro de esta corriente fue llevada a cabo por Bandura, Ross y Ross (1963). Una muestra de niños entre 3 y 5 años veía una persona que golpeaba a un muñeco de plástico, de tres maneras distintas: de forma real, en una película y en una dramatización con un actor disfrazado de gato. Además, con objeto de observar diferencias y de validar el experimento, se incorporaba un cuarto grupo de control al que no se le mostraba ninguna de las versiones. Después, se llevaba a los niños a una habitación con similares características que las imágenes o a la realidad presenciada, en la que había juguetes con los que podían actuar como quisieran. Entre los resultados, pudieron demostrar como los grupos experimentales tendían a imitar el modelo al que habían sido expuestos. De este modo, la conducta de los que vieron la escena real era más agresiva, aunque las diferencias entre los tres grupos no fueron muy dispares, por lo

⁴ Vilches, L. (1993): *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Paidós, Barcelona, págs. 31-32.

⁵ Nos basamos en los estudios que M^{ra} del Carmen García Galera (2000) recopila en su libro *Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios*. Gedisa, Barcelona. Para ello, seguimos la tipología en la que se fundamenta la autora, mediante la diferenciación de los efectos de los contenidos violentos en función de cada enfoque teórico (conductuales, cognitivos y afectivos).

que concluyeron que ver una película violenta podía provocar un efecto similar a ver una escena real. Por otro lado, se evidenció como el grupo de control mostró un comportamiento mucho menos agresivo que el resto.

* Efectos de desinhibición, relativos a que la violencia televisiva hace que emerjan los valores o conductas agresivas que ya posee el receptor, es decir, el niño tiene patrones violentos en su personalidad y la televisión influye en que se olviden las normas sociales establecidas y se estimulen ese tipo de comportamientos. Dentro de esta tipología, encontramos el estudio realizado por Berkowitz (1965), en el que muestra a un grupo de niños una escena de una pelea sangrienta extraída de la película “El campeón”. El experimento consistía en que a varios de los participantes se les insultaba e intentaba enfadar antes de ver las imágenes y, después de verlas, se les daba la oportunidad de responder a la persona que les había agredido; mientras que otros niños no fueron sometidos a ese ensayo previo o no vieron el fragmento del largometraje. Como resultado, se hizo patente que quienes estaban alterados y, posteriormente, vieron la secuencia presentaban conductas más hostiles.

* Efectos de reducción, basados en la teoría psicoanalítica de la “catarsis”, mantienen que la exposición a contenidos violentos funciona como vía de escape y produce una disminución de la agresividad potencial de los niños. Las primeras investigaciones fundamentadas en este enfoque fueron desarrolladas en condiciones de laboratorio por Feshback (1963), quien observó cómo las personas cuando ven escenas violentas pueden, mediante su imaginación, reducir los clichés agresivos y cambiarlos mentalmente por situaciones positivas. Algunos años después, Feshback y Singer (1971) realizaron un estudio en condiciones naturales con una muestra de seiscientos niños, a los cuales se les manipuló la oferta de televisión que podían ver durante seis semanas. A un segmento se le introdujo un mínimo de seis horas semanales de contenidos violentos y el otro grupo carecía de

este tipo de espacios en su programación. A través de una escala de valores, se anotaba cada día la conducta de los componentes en el estudio y, pasado el periodo de análisis, se verificó que los niños que habían visto programas violentos presentaban niveles más bajos de agresión, mientras que las conductas presentaban más rasgos de agresividad entre los que no vieron ese tipo de espacios televisivos. No obstante, cabe añadir que los estudios basados en la teoría de la catarsis han recibido bastantes críticas en cuanto a su metodología y criterios para llegar a conclusiones fiables, por lo que son escasamente tenidos en cuenta por los investigadores del tema.

- *Estudios basados en los efectos afectivos de la violencia televisiva en los niños*, de los que destacan dos tipos: los de desensibilización y los de estimulación o excitación.

* Efectos de desensibilización, que apuntan a que la continua exposición a contenidos violentos contribuye a disminuir las respuestas emocionales a ese tipo de emisiones, mientras que provoca una mayor aceptación de la violencia en la vida real. Los niños acaban por acostumbrarse a ese tipo de imágenes y cada vez demandan formas más radicales de violencia en la pantalla, además llegan a no sorprenderse ante la violencia que puedan presenciar en la vida real. Esto se confirmó en el experimento llevado a cabo por Liebert y Baron (1972), quienes dividieron a una muestra de niños en dos grupos. Al experimental se le enseñó una secuencia de “*Los intocables*”, cargada de violencia física; y al de control, imágenes de competiciones atléticas. Después de ver las correspondientes secuencias, se llevó a todos los niños a una sala contigua, donde había una caja con dos botones: uno verde que indicaba la palabra “socorro” y otro rojo en el que aparecía “daño”. Allí, se les explicó que en la habitación de al lado había un niño que iba a jugar haciendo girar una manecilla y que, mediante las órdenes que ellos tenían, podían ayudarlo o castigarle con un quemazo. Como resultado, “*los investigadores concluyeron que los niños que habían contemplado el*

*programa agresivo estaban mucho más dispuestos a lastimar a otro niño que los que habían contemplado la secuencia de carácter deportivo... Las diferencias obtenidas pueden atribuirse claramente a un efecto instigador de la visión de la violencia*⁶. Por su parte, Drabman y Thomas (1974) también analizaron este tipo de efecto con dos segmentos de niños, a uno de los cuales se le mostró unas imágenes violentas y al otro no. Posteriormente, ambos grupos asistían a una vivencia real en la que dos niños peleaban. En cuanto al resultado del experimento, se observó que los niños que habían visto las secuencias televisivos acudían en menor medida a solicitar la ayuda de un adulto para que solucionara la riña. En un estudio posterior, Thomas, Horton, Lippincott y Drabman (1977) expusieron a niños de entre 8 y 10 años y a adultos a una película violenta o a una serie de deportes. Tras ver uno de los dos contenidos, se les mostraban unas imágenes de violencia real, pudiendo concluir que quienes habían visto la película se alteraban menos que los que habían visto la serie deportiva. Sin embargo, este trabajo fue criticado por haber consistido en una única exposición. Por este motivo, Cline, Croft y Courrier (1978) llevaron a cabo una investigación en la que tomaron como variable ver pocas o muchas horas de televisión al día y, atendiendo a este factor, seleccionaron una muestra de niños entre 5 y 14 años y se les presentó una película de contenido violento, llegando a verificar que quienes veían mucha televisión eran menos sensibles ante ese tipo de imágenes. Posteriormente, Thomas (1982) abordó un experimento similar y corroboró dicha conclusión.

* Efectos de estimulación o excitación. Los estudios abordados desde esta perspectiva consideran que la exposición a violencia televisiva estimula al niño para que se comporte de forma agresiva (Geen y O'Neal, 1969; Huston, Fox, Green, Watkins y Whitaker, 1981). Asimismo, se ha demostrado como los niños que han sido excitados mediante el visionado de imágenes violentas tienden a mostrar conductas agresivas cuando, después, se les

⁶ Liebert, R. M.; Neale, J. M. Y Davidson, E. S. (1976): *La televisión y los niños*. Editorial Fontanella,

muestran objetos o juguetes relacionados con la violencia (Potts, Huston y Wright, 1986; Josephson, 1987).

- *Estudios basados en los efectos cognitivos de la violencia televisiva en los niños*, en los que se fundamenta la Teoría del aprendizaje observacional, también denominada Teoría social del aprendizaje.

* Efectos cognitivos a largo plazo. La Teoría social del aprendizaje, a diferencia de otras teorías conductistas basadas en registrar la influencia de los contenidos violentos en las conductas de los niños a corto plazo, explica su extrapolación a la vida real durante un periodo de tiempo considerable y también estudia los efectos en los cambios de actitud y en la percepción de la realidad, entre otras cuestiones. Su principal representante, Bandura (1977) sostiene que la conducta social del niño dependerá de los modelos o ejemplos que observe a su alrededor, lo que se conoce como “aprendizaje vicario”. Esas pautas pueden provenir de modelos reales, por ejemplo, de personas de su entorno o de modelos simbólicos, como pueden ser los que le proporciona la televisión. No obstante, que el niño vea ejemplos de conductas en el medio televisivo no significa que las lleve a la práctica, como advierte Bandura. Este investigador establece cuatro procesos interrelacionados dentro del aprendizaje observacional: “*de atención; de retención; de reproducción motórica; de incentivación y motivación*”⁷, pero indica que eso no significa que se llegue a imitar la conducta aprendida, puesto que pueden existir factores que impidan dicho proceso, entre otros que el niño no atiende a esa conducta; que no comparta o no se identifique con la manera en que se comporta el modelo; o que no sea capaz de poner en práctica lo que observa por no estar preparado física o mentalmente.

Barcelona, págs. 117-118.

⁷ Swenson, L. C. (1984): *Teorías del aprendizaje. Perspectivas tradicionales y desarrollos contemporáneos*, Paidós, Buenos Aires, págs. 314 y 315.

Entre los estudios de panel realizados a largo plazo, destaca el efectuado por Lefkowitz y su equipo (1972) en Estados Unidos, en el que después de diez años volvieron a entrevistar a 427 de los 875 niños encuestados cuando cursaban tercero de primaria. Los datos obtenidos en esa segunda recopilación confirmaron la hipótesis de que el tipo programas consumidos en la infancia repercute, años más tarde, en la agresividad en la vida real. Los resultados fueron distintos en el estudio llevado a cabo por Milavsky y su equipo (1981), en el que no encontraron la citada relación, posiblemente como consecuencia de haber utilizado un método estadístico diferente o porque la distancia en cuanto a periodo de tiempo entre ambas mediciones, en este caso, fue de tres años y en el análisis precedente de diez. No obstante, en el trabajo desarrollado por Huesmann y Eron (1986) consistente en una encuesta a 758 niños de tercer curso de enseñanza primaria en 1977, con otras dos mediciones, una al año siguiente y otra dos años después, en la que se cuantificaba la agresividad tanto por las designaciones del propio niño como por las alusiones de sus compañeros, se volvió a verificar que el consumo de contenidos violentos en televisión era un factor desencadenante de conductas agresivas a posteriori. Asimismo, comprobaron que la identificación con los personajes violentos, la percepción de la violencia televisiva como algo real y el nivel de aceptación de los aspectos agresivos eran variables muy significativas en dicha influencia.

Además del impacto de la violencia en los niños, desde la perspectiva de los efectos, se ha estudiado la influencia de los contenidos pornográficos. A este respecto, la Commission on Obscenity and Pornography de Estados Unidos (1970) manifestó que este tipo de contenidos no generaban conductas antisociales. Y a esa misma conclusión, llegaron otros analistas de contenidos sexuales (Tan, 1981).

Y, desde el ángulo contrario a los estudios anteriores, también se han llevado a cabo análisis sobre los posibles efectos positivos que generan algunos contenidos televisivos en la infancia. La serie educativa "Sesame Street" fue uno de

los motivos por los que se inició esta línea de investigación, el estudio de este espacio realizado por Minton (1975) concluyó que, si bien ayudaba a los preescolares en su acceso al colegio, no ayudaba a igualar las diferencias entre los niños más adelantados y los más rezagados. Sprafkin y Rubinstein (1979) examinaron, mediante un análisis correlacional a través de encuestas, si se podía corresponder el hecho de ver programas socialmente positivos con un comportamiento posterior de carácter cívico dentro de un contexto escolar y concluyeron que tan sólo se explicaba un 1% de la varianza observada en dicha correlación. Por otra parte, en el experimento desarrollado por Baran y su equipo (1979) se eligió una muestra de escolares de enseñanza primaria y se les repartió en tres grupos distintos. A uno de ellos, se le mostró un fragmento de una serie de televisión en el que aparecían conductas cooperativas, a otro el de una serie sin situaciones de colaboración y un tercer grupo, el de control, no vio ningunas imágenes. Después de conversar sobre el contenido de la emisión, los niños salían de la sala y en el pasillo había una persona a la que se le caían libros de las manos. El objetivo del estudio era medir las variables dependientes: si el niño le ayudaba a recoger los libros y el tiempo que tardaba a adoptar esta decisión. Como conclusión, se observó que entre los niños que vieron la serie con valores de cooperación y los que vieron el contenido neutro no había diferencias en sus respuestas, sí con el grupo de control, que ayudaba en menor porcentaje y tardaba más a decidirse. También desde esta línea de investigación, Forge y Phemister (1987) seleccionaron a una muestra de preescolares repartidos en cuatro grupos: uno vio un episodio de dibujos animados con actitudes cívicas; otro una serie de dibujos de contenido neutro; un tercero, un episodio de una serie de ficción que contenía valores; y un último, una serie de ficción de carácter neutro. Tras el visionado, los niños se trasladaban conjuntamente a una sala en la que podían jugar, con el fin de grabar las conductas positivas que mostraban en sus juegos. En el resultado, se apreció un estímulo de actitudes cívicas entre los que vieron los espacios que mostraban valores frente a los neutros. Sin embargo, no se registraron diferencias entre las emisiones de personajes humanos y las de dibujos animados. La realización de este tipo de estudios basados en los efectos sociales positivos de los contenidos

televisivos ha descendido en las últimas décadas, al no poder establecerse una relación clara y directa entre contemplar programas de este tipo y una respuesta de comportamiento cívico ⁸.

⁸ Los estudios relativos a los efectos negativos de la pornografía y los efectos positivos de determinados contenidos televisivos, así como los mencionados que utilizaron la técnica del panel, son citados por Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (1996), en *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch Comunicación, Barcelona, págs. 359-364.

2.3. EL NIÑO COMO PERCEPTOR CRÍTICO:

Este nivel supone una fase intermedia de transición hacia los modelos basados en la recepción activa.

Una vez que el niño recibe el aprendizaje de “la educación para los medios de comunicación” contará con pautas para analizar la forma y el contenido de los mensajes y con parámetros para distinguir qué finalidad tiene la información que estos presentan. De esta forma, sabrá discernir convenientemente entre la realidad, de la realidad televisiva y de la ficción. A partir de que ha adquirido competencia televisiva, se entabla un vínculo con el medio que pasa de la selección de significantes a la articulación entre significantes y significados para llegar a la elección de los significados que considera válidos. En palabras de Toloza (1999), el niño es “*un selector activo más que un receptor pasivo de lo que quiere ver, según cuanto satisfaga sus necesidades específicas, y atribuyendo sus propios significados a los contenidos entregados*”⁹.

La competencia televisiva supone un conocimiento de las características, funciones y potencialidades del medio que en los niveles anteriores (el niño como espectador y receptor) era impensable, dado que su relación con la televisión tan sólo alcanzaba a ser la de un destinatario que apenas se limitaba a ver o a mirar de manera simple los mensajes que le proporcionaba de forma unidireccional. Esas dos dimensiones responderían a lo que Pérez Tornero (1994) califica como un uso “*rutinario y automático del televisor*”¹⁰. Coincidimos con este autor en la utilización

⁹ Toloza, C. (1999): “Televisión y niños: Perspectivas de la Investigación Actual”, en Florenzano, R. y Molina, J. (coordinadores): *Televisión y niños*, Corporación de Promoción Universitaria y Televisión Nacional de Chile, Santiago de Chile, pág. 95.

¹⁰ Pérez Tornero, J. M. (1994): *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*. Barcelona, Paidós, pág. 39. Este autor retoma los rangos que establece Hodgson (en Romiszowski, A. J. (1986): *Developing Auto-instructional Materials*. Londres, Kogan Page) referentes a cualquier actividad: *automático, sensitivo, consciente y creativo*. De estas dimensiones, que tienen algunos aspectos comunes con los *niveles de actividad* que estamos desarrollando en nuestra tesis, las dos primeras son las que, en palabras de Pérez Tornero, son las prácticas más habituales y responden a un “uso rutinario”. Y mediante la experiencia cognitiva vivida en los últimos dos rangos es donde se adquiere la competencia televisiva.

del concepto de competencia televisiva, hecho que, según indica, *“requiere, en primer lugar, un acto consciente, no automático ni reflejo, un acto de voluntad intencional dirigido por un propósito. En segundo lugar, necesita partir de una comprensión de su lenguaje, de sus estructuras sónicas y discursivas. Finalmente, demanda conocer el funcionamiento del medio y las posibilidades pragmáticas que ofrece. Y todo ello de una manera práctica y global”*¹¹.

En la actualidad, el niño está acostumbrado a una lectura no lineal o “en paralelo”, distinta a la secuencial que se ha venido dando tradicionalmente hasta la inclusión de los nuevos medios en la que, de manera sucesiva, se captan informaciones procedentes de una sola fuente. Las nuevas generaciones son las más preparadas para captar varias informaciones a la vez en una lectura simultánea, fruto de su contacto con las nuevas tecnologías multimedia y están acostumbradas a ver las imágenes con gran celeridad. Sin embargo, los niños de hoy no han adquirido una educación audiovisual para saber que hay detrás de esas imágenes y a qué intereses responde un determinado movimiento de cámara, un contrapicado o un zoom.

McLuhan (1975) se pregunta qué supone el bombardeo de información al que está expuesto el niño, quien adquiere una experiencia centenares de veces mayor que sus antepasados de la misma edad. A ello, responde que *“supone en primer lugar que, cuando ingresa en la escuela, el niño-TV no siente sino una tremenda perplejidad. De repente, su conocimiento osmótico, pero extenso y casi adulto, del mundo es sumergido en el baño frío de un sistema de educación del siglo pasado. Ante su conocimiento generalista y simultáneo, aparece una metodología de estudios fragmentada, especializada, con temas titulados y clasificados por materias. Este choque supone, para el niño-TV, como caer de repente en la ciénaga de un gigantesco absurdo”*¹².

¹¹ Pérez Tornero, J. M. (1994), op. cit., pág. 38.

¹² Sempere, P. (1975): *La galaxia McLuhan*. Fernando Torres Editor, Valencia, pág. 237.

Ferrés (1994) retoma la expresión de McLuhan (1968): *“El niño actual crece absurdo, porque vive en dos mundos (TV y escuela), y ninguno de los dos le ayuda a crecer”*¹³, para explicar la realidad en la que viven las nuevas generaciones para las que *“los medios de masas se han convertido en su medio ambiente. Es a través de ellos como tienen acceso a la realidad. Nuestra visión del mundo, de la historia y del hombre está íntimamente ligada a la visión que imponen los medios de masas. La escuela, sin embargo, parece no darse por enterada. Los jóvenes abandonan las aulas sin la más mínima preparación para un uso racional de estos medios”*¹⁴.

Resulta incoherente que, a pesar de que la televisión sea uno de los principales agentes socializadores con los que cuenta el niño en el entorno que le rodea, la escuela no otorgue la importancia requerida a las formas de expresión ni a la lectura del significado de los contenidos de este medio, que también es una fuente de aprendizaje para sus alumnos.

Para poder abordar una lectura crítica del medio televisivo, antes es necesario haber adquirido la competencia televisiva a la que antes nos referíamos. Pérez Tornero (1994: 39) establece un símil con un libro y afirma que a nadie se le ocurriría enseñar una materia a través de este soporte sin que el educando conociese su manejo, pues del mismo modo no es posible educar para poder utilizar la televisión de manera crítica, sin antes cerciorarnos de que se conoce el uso de este medio. En primer término, este autor plantea que el ejercicio de **“leer televisión no es una actividad ni automática, ni espontánea. Es fruto de un aprendizaje –más o menos consciente y es una actividad mental compleja que estimula el raciocinio, la lógica y la imaginación”**¹⁵. En cuanto a realizar esa acción de forma crítica o lo que denomina **“lectura crítica”** la concibe como *“aquella que busca aprovechar la propuesta de sentido de la televisión como una oportunidad para la recreación, para la reinterpretación, para el juego inteligente de sentido(...)”. Es aquella que lucha*

¹³ Ferrés, J. (1994): *Vídeo y educación*. Paidós, Barcelona, pág. 29.

¹⁴ Ibid., pág. 20.

¹⁵ Pérez Tornero, J. M. (1994), op. cit, pág. 94.

*contra la univocidad y el monolitismo en la interpretación. La que no acepta la pretendida transparencia de su mensaje y se cuestiona, en cambio, la influencia en él de la mediación, es decir, del punto de vista del emisor*¹⁶.

En cuanto a las operaciones y procesos que desde una lectura crítica deben ejercerse, Pérez Tornero (1994) plantea los siguientes:

- “1. Reconocimiento de la finalidad pragmática del programa.*
- 2. Discernimiento de los niveles temáticos y narrativos.*
- 3. Percepción del nivel formal.*
- 4. Descubrimiento de las relaciones co-textuales y contextuales.*
- 5. Concepción de proposiciones alternativas.*
- 6. Recreación distanciada del sentido del programa*¹⁷.

Atendiendo a esta última premisa, también Marcé i Puig (1990) expone que la lectura crítica conlleva una relación de *distanciamiento* del receptor respecto al mensaje, *“le opone resistencia, reconociendo detrás del mismo la presencia de cierto código, propio o ajeno, y manteniéndose alerta, desde una posición analítica, frente a los mecanismos de impacto y de implicación*¹⁸.

Santiuste Bermejo (2001) recopila todas las pautas necesarias para potenciar el pensamiento crítico desde el ámbito educativo y lo caracteriza como un pensamiento muy próximo al creativo y al reflexivo: *“Aunque a primera vista ‘creativo’ se asocia con generación de ideas nuevas, acciones u objetos y, en cambio, ‘crítico’ equivale a evaluación de ello, en realidad pensamiento crítico y creativo están íntimamente relacionados, hasta el punto que imaginar, inventar, crear, descubrir, son procesos esenciales en la crítica y, a la vez, el pensamiento crítico contribuye a la producción de ideas, acciones y objetos creativos...*

¹⁶ Pérez Tornero, J. M. (1994), op. cit., pág. 148.

¹⁷ Ibid., pág. 150.

¹⁸ Marcé i Puig, F. (1990): *Conducta y comunicación. Una perspectiva sistémica*. PPU, Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona, pág. 250.

*Pensamiento crítico y pensamiento reflexivo también están en estrecha interacción. Pensar críticamente implica una toma de conciencia a determinado nivel, una reflexión. Gracias a la capacidad reflexiva o metacognitiva, el ser humano puede conocer, evaluar y optimizar su propia actividad*¹⁹.

Precisamente, las diferentes experiencias realizadas desde el ámbito de la “educación para la recepción” en varios países tienen en común, a juicio de Charles y Orozco (1990), el interés porque los receptores vean los medios de comunicación desde la distancia con el fin de llegar a ser más críticos y reflexivos, lo que deriva en ser independientes y creativos y, así, adoptar su papel activo en el proceso de la comunicación; por tanto, también conciben la potenciación de la capacidad crítica como una característica interrelacionada con la creatividad, la autonomía y la acción.

Desde la perspectiva de la corriente crítica, se promueve el paso de un destinatario ingenuo ante los mensajes a un perceptor que tiene capacidad de elección de contenidos, intenta comprender los lenguajes mediáticos, sabe interpretar de manera crítica los significados de los mensajes y participa activamente en la realidad²⁰. De hecho, encontramos varios modelos de educación para los medios con este enfoque, como el de la “educación para la recepción” (Charles y Orozco, 1990), el de la “lectura crítica” (Masterman, 1994) o el “dialéctico-inductivo-popular” (Giroux, 1994).

Algunas teorías previas a los modelos de investigación de la audiencia como perceptores críticos y agentes activos fueron la corriente empírico-experimental, el estructural-funcionalismo, la teoría crítica, la lógica cultural avanzada y el estructuralismo.

¹⁹ Santiuste Bermejo, V. (Coordinación) (2001): *El pensamiento crítico en la práctica educativa*. Pro-Logos Educación, Madrid, pág. 45.

²⁰ En esta última característica, queda imbricado un acercamiento al nivel que desarrollaremos en el siguiente epígrafe: *el niño como perceptor participante*.

El empirismo de Lazarsfeld (1940) supone un primer paso hacia la actividad y un alejamiento de la Teoría Hipodérmica. El empirismo se cimienta en que el pueblo elige en busca de los efectos y así se limita la persuasión de los medios, puesto que la exposición de los destinatarios es selectiva, ellos eligen *“la información más afín a sus actitudes y tienden a evitar los mensajes que les resultan discordantes”* y la percepción ante los mismos *“la interpretación transforma y modela el significado del mensaje recibido, marcándolo con las actitudes y los valores del destinatario, a veces hasta el extremo de cambiar radicalmente el sentido del propio mensaje”*²¹.

Dicho modelo derivó en la teoría sociológica del estructural-funcionalismo cuyos principales impulsores fueron Merton (1948) y Wright (1960), quienes plantean como método de análisis la entrevista focalizada, de manera abierta y no directiva para el estudio de la relación entre los medios de comunicación y la sociedad, entendida como un organismo cuyas distintas partes desempeñan funciones de integración y de mantenimiento del sistema. Su equilibrio y estabilidad se realizan a través de las relaciones funcionales que los individuos y los subsistemas activan en su conjunto (Wolf: 1987, 70). De este modo, se trata de investigar el funcionamiento de la estructura social a través de la interrelación entre sus componentes.

Desde otra óptica distinta, surge la Teoría crítica fraguada en el Institut für Sozialforschung de Francfort, conocido como la Escuela de Francfort, cuyos máximos representantes fueron Marcuse (1936), Horkheimer (1937), Adorno (1964, 1969, 1973) y Habermas (1982). Esta teoría, para la descripción del surgimiento de la sociedad de masas, parte de conceptos fruto del materialismo marxista como *“la fabricación pseudocultural”*, *“la alienación consumista del sujeto revolucionario”* o *“el universo unidireccional y los dictados”*. Es la primera que, en la década de los cuarenta, plantea que hay que enseñar a leer a la gente ante la *“industria cultural”* que se está generando, puesto que en ésta, el individuo ya no decide de manera

autónoma debido a que se adhiere acríticamente a los valores impuestos. No obstante, como apunta Vilches (1993), la teoría desarrollada por Adorno (1964) no desembocó en *“demostraciones empíricas para la televisión. Y aquí se halla su flanco débil tan fuertemente criticado por los empiristas y los sociómetras de diversos colores. La dificultad para bajar al terreno de lo concreto se halla en los objetivos mismos de la teoría crítica: no se deben estudiar las actitudes de los espectadores frente a la televisión sin analizar los esquemas de comportamiento social que influyen en ellos”*²².

Un paso más en el desarrollo de las teorías de la comunicación lo constituyó la lógica cultural avanzada, impulsada por McLuhan a partir de los acelerados cambios sociales vividos en la década de los sesenta, fruto de la denominada *“Era electrónica”*. McLuhan introduce, en su libro *Understanding media* (1964), el conocido aforismo *“el medio es el mensaje”*, en el sentido que considera que hasta entonces se había puesto toda la atención en el análisis del contenido y ninguna en el medio, *“con lo que se ha perdido la oportunidad de percibir y medir el impacto de las nuevas tecnologías sobre el hombre. Porque son los medios, en una dimensión superior al propio contenido, los que provocan los más profundos efectos psicosociales en la evolución de la sociedad, del individuo y en la estructuración del ambiente”*²³. Así, para el teórico canadiense, el impacto tecnológico influye notoriamente en la forma de vida del hombre y, más allá de los contenidos que se transmiten por las ondas, lo más importante son las interacciones sociales que se establecen a través de los medios electrónicos, hasta tal punto que llegamos a un mundo sin límites físicos ni fronteras espaciales, la bautizada por él mismo como *“Aldea Global”* (1969).

Desde la perspectiva contraria, el estructuralismo se fundamenta en el dominio del código y en el estudio no sólo de las significaciones manifiestas del mensaje, sino también de las latentes, puesto que las enseñanzas -según este

²¹ Wolf, M. (1987), op. cit., págs. 40-42.

²² Vilches, L. (1993), op. cit., págs. 87-96.

²³ Sempere, P. (1975), op. cit., pág. 188.

modelo- no son tales como nos las presentan. En relación con el estudio semiológico del texto televisivo, Barthes (1988 –primera edición 1957-) insta para que sea analizado como un conjunto de significados desde los planos denotativo y connotativo, para llegar al privilegio epistemológico del observador.

En un plano diferente, desde la psicología del aprendizaje, este estadio podría corresponderse con las teorías cognitivas, que sostienen que las personas somos capaces de realizar elecciones libres en el proceso de aprendizaje, basado en ideas. La conducta se analiza como conjunto de unidades coherentes, como pueden ser habilidades o propósitos, y no en función de los hábitos o contracciones musculares como ocurría en las corrientes conductistas.

Entre los enfoques que han surgido desde la línea de investigación cognitiva (Swenson, 1984), nos encontramos con:

- La teoría de la *Gestalt*, de Köhler (1925), Koffka (1935), Lewin (1936) y Wertheimer (1959) refleja su origen germano en el término con el que la bautizaron, que significa “forma, configuración o totalidad”. El énfasis que, desde esta teoría, se otorga a la totalidad de la estructura pone de manifiesto que la percepción es algo más que la suma de estímulos ambientales y que se debe analizar también el interior del organismo. El principio básico de la percepción, según esta teoría es el de *pregnancia*, que sostiene que todo lo percibido adoptará la mejor forma posible y se fundamenta en otros cuatro principios adicionales: *cerramiento*, que considera que las áreas cerradas se perciben como unidades, de manera más fácil; *proximidad*, valora que las unidades cercanas en el espacio o en el tiempo se perciben como conjuntos; *continuidad*, significa que cuando algunos elementos parecen completar una serie se identifican como un conjunto agrupado; y *similitud*, mantiene que las formas que presentan semejanzas entre sí suelen ser vistas como conjuntos. La Gestalt considera la percepción como un proceso activo que genera

unidades cognitivas y que es experimentado por cada persona en función de su grado de actividad. En este sentido, la mayoría de los estudios llevados a cabo por esta corriente se hicieron con personas, no con animales, como era tradicional en el sendero de la investigación conductista.

- La teoría biológico-cognitiva de Montessori (1912), denominada “teoría sensorio-motriz”, realiza un estudio integral del niño, desde su dieta y ejercicio físico hasta su desarrollo intelectual y social, ya que se fundamenta en la premisa de que hay que entrenar las actitudes sensoriales como requisito previo para el aprendizaje. Esta doctora consideraba que los métodos de enseñanza para adultos no son apropiados para los niños porque sus sistemas nerviosos son todavía inmaduros, por lo que defendía la educación infantil en un ambiente escolar que permitiera las manifestaciones libres y naturales en la conducta. Su procedimiento consistía en crear escuelas donde los niños se educaran en un espacio de libertad en el que pudieran realizar las actividades que ellos eligieran en cada momento, siendo el docente un guía hacia la independencia. Según esta teoría, en el aprendizaje no hacen falta refuerzos externos, sino que se caracteriza por la adquisición discontinua de ideas y la comprensión. Este modelo tuvo bastante éxito en Estados Unidos, donde se aplicó en unas doscientas escuelas, y también se extendió a otros países. En la actualidad, continúa siendo un método en algunos centros, principalmente preescolares.

Asimismo, Montessori anticipa algunos de los parámetros del desarrollo evolutivo que propondrá Piaget, mediante la configuración de periodos “de sensibilidad” en los que los niños avanzan en el aprendizaje de las capacidades cognitivas propias de cada etapa. Entre los periodos, distingue el que va de un año y medio a cinco, en el que el niño es susceptible al aprendizaje del lenguaje; el que se sitúa entre los cinco y

seis años, cuando se desarrolla el aprendizaje de la escritura; y el que parte de los siete años, coincidiendo con el aprendizaje de la gramática.

Tras varias décadas desde que se formularan las teorías anteriormente expuestas, nos encontramos con nuevos modelos asentados en el enfoque cognitivo, entre ellos los más destacados son: la Teoría del concepto y aprendizaje verbal de Saltz; la psicolingüística de Chomsky; y la del desarrollo cognitivo de Piaget. Pasamos también a recoger, brevemente, algunas de sus características:

- Teoría de la formación del concepto y el aprendizaje verbal de Saltz (1971), que define los conceptos como conjuntos asociados de atributos que contienen cualidades comunes. Si bien los modelos tradicionales se basaban en el aprendizaje de conceptos a través de la eliminación de ejemplos no válidos, de forma contraria, la propuesta de Saltz consiste en que el niño parte de un concepto simple basado en un solo atributo y va añadiendo otras nuevas propiedades, lo que se conoce como “modelo de crecimiento del concepto”. Así, se desarrolla el aprendizaje verbal, mediante la suma de conceptos adquiridos a través de la experiencia.
- El modelo psicolingüista de Chomsky (1968) postula que la competencia en el lenguaje se configura mediante la existencia de una estructura de mecanismos innatos en interacción con los factores ambientales, la suma de ambos determina lo que se aprende y cómo se expresa. Este teórico se centra más en los significados (variables semánticas) que en la forma (variables sintácticas) en que los seres humanos se comunican.
- La teoría del desarrollo cognitivo, cuyo principal representante es el psicólogo suizo Jean Piaget (1977), coincide con la de Montessori en que la función del medio radica en nutrir el cerebro infantil que está en desarrollo y esa experiencia es activa para el niño. Asimismo, considera que el niño además de aprender por sus experiencias físicas con el

ambiente, adquiere conocimiento a través de las interacciones sociales. Piaget establece tres procesos que intervienen en el aprendizaje: la *equilibración*, por la que un niño cambia su mecanismo de una etapa de madurez a otra; la *asimilación*, basada en la incorporación de los nuevos conocimientos al aprendizaje ya existente; y la *acomodación*, relativa a la adaptación al medio, cambiando algunas categorías del pensamiento para llegar al equilibrio en el desarrollo intelectual asignado a la etapa de madurez en la que se encuentre el niño.

Estos últimos enfoques, principalmente la teoría de Piaget, están muy próximos a la configuración del niño que desarrollamos en el siguiente estadio: *el niño como perceptor participante*. De hecho, a pesar de que hayamos adelantado, aquí, algunas características de la teoría del desarrollo cognitivo, la retomaremos de nuevo en el siguiente apartado, en el que incluimos los diferentes periodos evolutivos que distinguen la clasificación realizada por Piaget.

2.4. EL NIÑO COMO PERCEPTOR PARTICIPANTE:

En este último nivel, el receptor deja de ser un mero espectador y pasa por todos los estratos anteriores hasta convertirse en lo que podemos definir como un “*espectante*” (*espectador* + *actante* -en el sentido de actor, concebido como parte activa en el proceso de interacción-).

De esta forma, el “*espectante*” estaría compuesto por todas las peculiaridades de los tres estadios que hemos citado:

- mira el medio televisivo (***espectador***)...
- tras seleccionar lo que decide mirar y poder describir lo que está mirando (***receptor***)...
- interpreta la forma y el contenido de los mensajes, al poseer las habilidades necesarias (***perceptor crítico***)...
- y responde estableciendo comparaciones con lo que ya conoce, lo aplica a nuevas situaciones y, por tanto, actúa (***perceptor participante o “actante”***).

En este sentido, concebimos el proceso comunicativo como una relación horizontal considerando, además de la utilidad de los contenidos para el perceptor, las alternativas y propuestas que este participante plantea, mediante su interacción con el medio, como proceso individual, anterior al grupal que pasamos a exponer. Así, llegamos a la concepción de *perceptor participante*.

Este *perceptor participante*, entendido como *sujeto social*²⁴, se reapropia de los significados para llegar a reinterpretarlos, tras un proceso de intercambio de ideas con los diferentes miembros de los contextos con los que se relaciona. En esos contextos de significación (familia, escuela, grupo de pares y medios de comunicación, entre otros), que a su vez están integrados en el contexto social en sentido amplio, se producen una serie de mediaciones que unidas a la experiencia

²⁴ Véase, en el capítulo precedente *Investigación empírica: La percepción infantil de los mensajes televisivos*, el cuadro en el que se establece el proceso comunicativo del sujeto social, en función de la interrelación entre el niño y los mensajes audiovisuales.

previa del niño le llevan a analizar, reflexionar, comparar y aplicar los significados, lo que le dota de un cierto grado de control y autonomía.

Desde el punto de vista teórico, nuestra línea de investigación se relaciona con varias corrientes, en consideración con los factores que intervienen entre el proceso de interrelación entre el propio niño y los mensajes audiovisuales:

- En una primera fase, referente al proceso individual de significación, adoptaremos la teoría del desarrollo cognitivo, en el sentido de que la edad o etapa de madurez, es una variable esencial a la hora de analizar la comprensión e interpretación de los mensajes (Piaget, 1977).
- En una segunda fase, relativa al proceso grupal y social, nos basaremos en las teorías contextualistas, principalmente en la Teoría ecológica (Bronfenbrenner, 1979), que se asienta en los diferentes contextos que intervienen en el proceso comunicativo, entre ellos los microsistemas más cercanos al niño, entre los que se encuentran la familia y la escuela. Esas mediaciones sociales (Martín-Barbero, 1987; Orozco, 1990, 1996) son básicas para entender la participación e intercambio de los significados.
- Y, en una última fase, en la que se une la experiencia propia del sujeto con las reinterpretaciones surgidas a partir del proceso grupal atenderemos a los Estudios culturales (Hall, 1973 –primera edición-, 1980; Llull, 1990; Morley, 1996). Los “estudios de recepción”, en los que se centra esta vertiente de investigación, se fundamentan en todos los condicionantes individuales y sociales, fruto de la cultura en la que se desarrolla el sujeto social, para llegar a una negociación y reconstrucción de los significados. Por ello, su objetivo no radica en *“descubrir el ‘significado real’ de los mensajes analizados, sino las operaciones que tienen lugar en el marco de la*

*descodificación: qué significados se recogen, cuáles predominan y cuáles se suprimen*²⁵.

Dos de los seguidores de esta corriente, Livingstone (1990) y Jensen (1991) se centran en las formas en que el receptor percibe y comprende los mensajes mediáticos y en la utilización de los esquemas mentales en el proceso de interpretación.

Así, para Livingstone, *“el sentido del texto deriva de la acción sinérgica de las informaciones que contiene el propio texto y de una serie de factores como las experiencias anteriores de recepción, el género, la disposición social respecto a las informaciones que contiene, etc. que contribuyen a sedimentar los esquemas cognitivos que el individuo activa en el proceso de recepción”*²⁶.

Por lo que respecta a Jensen, crea el concepto de *“supertemas”*, que se utilizan en la ordenación de las informaciones considerando los *“ámbitos de conocimiento preexistentes y, en particular, sirven para valorar, seleccionar, completar y memorizar la propuesta del medio,... a la que se le agregan significados más generales, hasta que dicho sentido se reconstruye o incluso se distorsiona”*²⁷.

Asimismo, desde la perspectiva de la semiótica social, este teórico considera cómo la interpretación del significado de los mensajes mediáticos puede derivar, como práctica cultural, en un desencadenante de acciones en la audiencia: *“los discursos de los medios de comunicación son los signos que,*

²⁵ Huertas Bailén, A. (2002): *La audiencia investigada*. ATV, Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión, Barcelona, pág. 128.

²⁶ Livingstone, S. (1990): “Making Sense of Televisión”. Pergamon Press, Oxford. Citado por Casetti, F. y Di Chio, F. (1999), en *Análisis de la Televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós, Barcelona, pág. 303.

²⁷ Jensen, K. B. (1988): “News as Social Resource: A Qualitative Empirical Study of the Reception of Danish Television News”, *European Journal of Communication*, nº 3, págs. 275-301. Citado por Casetti, F. y Di Chio, F. (1999), op. cit., pág. 302.

*al dirigirse a las audiencias, generan interpretantes que predisponen a las audiencias a actuar en su contexto social e histórico (...). Además, los interpretantes proporcionan una categoría que media entre la subjetividad y la acción social. Esta categoría ayuda a distinguir así como relacionar tres momentos de la semiosis: el significado potencial estructural de los discursos de los medios de comunicación; el significado real situado que producen las audiencias, y el significado interpretativo con unas consecuencias que van más allá del contexto de recepción inmediato*²⁸.

Como recogemos posteriormente, Lull (1990) considera la importancia que tiene la televisión como motor del diálogo familiar y estudia, mediante instrumentos etnográficos, los discursos que se generan en el proceso de recepción del texto televisivo.

Desde esta perspectiva del niño como *sujeto social*, Martínez de Toda (1999) afirma que *“la regla de oro de este enfoque es animar a las familias y docentes a no dejar sólo al niño delante del televisor, sino comentar con él los programas. El educador busca que el alumno socialice su relación con los medios a través de la conversación... porque el diálogo desarrolla y perfecciona la reflexión, y ésta asimismo posibilita el diálogo. Le ayuda a identificar su propia comunidad interpretativa, donde él se siente más a gusto construyendo significados*²⁹.

Por este motivo, partimos en nuestra investigación del diálogo familiar como una de las variables clave en cuanto a diferencias en la percepción de mensajes televisivos. Y, fruto de la importancia de ese diálogo desde el contexto educativo interrogaremos a los niños sobre si les parecería

²⁸ Jensen, K. B. (1997): *La semiótica social de la comunicación de masas*. Bosch Comunicación, Barcelona, págs. 110-112.

²⁹ Martínez de Toda, J. (1999): “La educación en la sociedad mediática”, en Florenzano Urzua, R. y Molina Valdivieso, J.: *Televisión y Niños*. Corporación de Promoción Universitaria y Televisión Nacional de Chile, Santiago de Chile, pág. 248.

oportuno hablar de los programas televisivos y de sus significados en clase en una asignatura expresamente destinada para ello. Con este propósito, cerraremos esta tesis con la propuesta de un modelo de “*Educación en materia de comunicación*”.

Continuamos con el desarrollo de las diferentes teorías que pueden incorporarse en este último estadio en el que el niño se convierte en *perceptor participante* en el proceso comunicativo. Como en los niveles anteriores, introducimos en primer lugar, las corrientes surgidas desde el campo de la comunicación. Posteriormente, pasaremos a considerar la teoría del desarrollo cognitivo propuesta desde la psicología evolutiva, para acabar con otras teorías del aprendizaje. Asimismo, incorporamos los diferentes estudios referentes a la recepción infantil que se pueden relacionar con este estrato, desde diferentes ángulos.

En primer lugar, en cuanto a la consideración de participar plenamente en el modelo horizontal y dialógico en el que se basa este nivel de percepción, la persona que interviene en el citado proceso bidireccional fue bautizada por Cloutier (1975) como “*EMIREC*”, simbiosis de las tres primeras letras de los términos emisor y receptor³⁰. En el estadio que este autor llama “*periodo de la comunicación individual*”, “*en lugar de receptores pasivos hablaremos de individuos que se van a informar al mismo tiempo que van a informar a otros*”³¹. Los EMIRECs actúan alternativamente en las dos funciones dentro del proceso dialógico de comunicación.

³⁰ Con el término “EMIREC”, traducido del francés “EMEREC (Emetteur- Recepteur)”, el teórico canadiense Jean Cloutier bautiza la era actual, en el título de su libro *L'ère d'EMEREC (ou la communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-média)*, publicado en 1975 por Les Presses de l' Université de Montreal.

³¹ Aparici, R. y García Matilla, A. (1987): *Imagen, vídeo y educación*. Fondo de Cultura Económica, colección Paideia, Madrid, pág. 17.

De este modo, el paradigma que Laswell (1948) formuló puede verse modificado sustancialmente, desde la siguiente recomposición: “**A quién responde**, qué, por qué canal (interactivo), **quién**, por qué motivo y para qué” y será superado por las investigaciones que parten del hecho de que la audiencia es un agente activo y avanzan hacia métodos de análisis cualitativos.

Desde dichos parámetros, surgen las siguientes teorías y líneas de estudio en el ámbito de la comunicación:

- La Teoría de los “efectos limitados” de inspiración sociológico-empírica rebate, contraria y supera la de la “aguja hipodérmica”, que se basaba en la manipulación de las masas en tiempos de guerra, y la psicológico-experimental, cuya premisa era la persuasión. Esta teoría no sólo indica una distinta valoración de la cantidad de efecto sino también una configuración de la misma cualitativamente diferente, ya que parte del estudio de la composición diferenciada de los públicos y de que los efectos del consumo de los medios sólo pueden entenderse a partir del proceso complejo de influencia personal de cada destinatario, dependiendo del contexto social donde se produzcan. Su postulado es, por tanto, el análisis de la influencia de los medios de comunicación considerando como punto de partida y eje central las mediaciones sociales que caracterizan el consumo, teniendo en cuenta las particularidades de cada individuo y sus grupos de referencia, como la familia, profesión, amigos, etc.

Precisamente, las citadas mediaciones que condicionan el propio desarrollo del niño y las diferentes relaciones sociales que éste establece serán la base de las teorías contextualistas, entre ellas la Teoría ecológica (Bronfenbrenner, 1979), en la que nos fundamentaremos para explicar los sistemas que intervienen en el propio proceso comunicativo entre el niño y los medios de comunicación, entre otras interrelaciones multidireccionales³².

³² Véase el capítulo 3 de esta tesis: “*Condicionantes o mediaciones en el proceso comunicativo*”.

En relación a las variables que determinan la forma y contenido de dicha interacción, nos encontramos con los factores relativos al propio niño, a la familia, al contexto escolar, a su grupo de amigos, a los medios de comunicación que acostumbra a utilizar y a la propia cultura en la que está inmerso.

- La teoría de los “Usos y gratificaciones”, si bien tuvo sus raíces en la década de los cuarenta con el análisis descriptivo de los motivos por los que la gente leía los periódicos o escuchaba la radio (Herzog, 1944; Berelson, 1949), no comenzaría a estudiar las múltiples variables psicológicas y sociológicas en las que se fundamentan los patrones de consumo y satisfacción de los medios hasta finales de los años cincuenta (Katz y Lazarsfeld, 1955). Esta teoría considera la audiencia como suma de individuos que son parte activa en el proceso de retroalimentación entre emisor y receptor, en el sentido de que el emisor “actúa” sobre la información de la que dispone y la “usa”, realizando procesos de interpretación con un cierto grado de autonomía (McQuail:1985, 17). El destinatario adapta los mensajes a su contexto subjetivo de experiencias, conocimientos y motivaciones (Merton, 1982), en función de sus necesidades. Según recoge Wolf (1987), a partir de la clasificación de Katz, Gurevitch y Haas (1973), las necesidades que satisfacen los *mass media* responden a la siguiente tipología: “a) *necesidades cognoscitivas (adquisición y refuerzo de los conocimientos)*; b) *necesidades afectivas-estéticas (esfuerzo de la experiencia estética, emotiva)*; c) *necesidades integradoras en la personalidad (seguridad, estabilidad emotiva, incremento de la credibilidad y del status)*; d) *necesidades integradoras desde la perspectiva social (refuerzo de los contactos interpersonales, con la familia, los amigos, etc.)*; e) *necesidades de evasión (relajación de las tensiones y de los conflictos)*”³³. Esta corriente parte de preguntas como “¿qué selecciona la gente, por qué motivos y para qué?”, con el fin de fundamentar cuáles son sus preferencias, motivaciones,

³³ Wolf, M. (1987), op. cit., págs. 80-81.

usos, satisfacciones y consecuencias. Así, del núcleo del emisor en el que se centraban los análisis enmarcados en la perspectiva de los efectos pasamos al concepto de utilidad para el público y, por consiguiente, al eje central de la audiencia.

Dentro de los últimos enfoques, se ubicaría el estudio llevado a cabo en Estados Unidos y Canadá por Schramm, Lyle y Parker (1961), que se caracterizó por la amplitud de la muestra seleccionada, seis mil niños y dos mil padres y profesores, y por el cambio en el planteamiento de la línea de investigación respecto a las anteriores: “qué hacen los niños con la televisión y no la televisión con los niños”, teniendo en consideración como variables distintivas la edad o la capacidad intelectual y el sexo. En este estudio norteamericano, se cuestionan los paradigmas del estímulo-respuesta y se concreta que los beneficios o perjuicios que puede ocasionar la televisión en los más pequeños dependen de múltiples factores y no se puede generalizar que este medio tenga efectos positivos o negativos para ellos. Entre los resultados obtenidos, los autores verificaron que los hábitos televisivos de los niños dependen de su capacidad intelectual y de la relación que establecen con sus padres y compañeros (grupo de iguales), entre otros condicionantes. Por otro lado, en un trabajo realizado por Greenberg y Dominick (1969) detectaron que el nivel socioeconómico familiar y la raza determinaban la forma en que los adolescentes utilizaban la televisión como medio de aprendizaje informal.

- Los estudios culturales se inician a mediados de los setenta en Inglaterra, en el marco del Center for Cultural Studies de la Universidad de Birmingham. Su objetivo consiste en reflexionar desde la teoría, al tiempo que investigar empíricamente, en el área de la cultura contemporánea, las prácticas y las instituciones y su relación con la sociedad y los cambios sociales. *“Los culturistas parten de la idea de que la comunicación y la cultura están estrechamente relacionadas. Entienden la cultura como una ‘red de*

*significación' que teje nuestra realidad, y la comunicación sirve para reproducir, interpretar y mantener los 'significados' que la conforman. Ahora bien, la comunicación mediática no es una simple transmisora de mensajes, sino que crea 'significados sociales'*³⁴. De este modo, la televisión aparece como una fusión de formas culturales y de instituciones sociales que la preceden y sus mensajes sólo pueden comprenderse a través de las formas culturales y las competencias de los espectadores (Vilches: 1993, 97-98). Se basan, pues, en las prácticas sociales como contexto de la relación con los medios, más allá del contenido, y en la heterogeneidad en la negociación y reconstrucción de los significados, debido a las distintas relaciones que en cada caso se producen.

Como ya hemos apuntado, esta corriente se origina con el modelo de "codificación/decodificación" de Stuart Hall (1973 –primera edición-, 1980) que considera el texto "*como una estructura abierta, polisémica, semánticamente flexible y susceptible de ser interpretada de diferentes modos (todos igualmente legítimos) y considera la interpretación como algo activo y negociable, donde entran en juego determinados elementos contextuales*"³⁵. Asimismo, formula en tres las posibles lecturas de los discursos mediáticos por parte de la audiencia: *dominante*, en la que la audiencia interpreta el mensaje con el mismo código empleado por el emisor; *negociada*, se adapta el significado propuesto por el transmisor porque el receptor no lo comparte totalmente; y *opuesta*, cuando la posición social del espectador es diferente a la del emisor e interpreta el significado del mensaje con un código distinto.

Morley (1996: 114-171) intentó verificar este modelo de manera empírica a través de una investigación llevada a cabo entre 1975 y 1979 en el seno del Centre for Contemporary Cultural Studies de la Universidad de Birmingham, mediante el análisis del magazine "*Nationwide*" y la interpretación que le

³⁴ Huertas Bailén, A. (2002), op. cit., pág. 128.

daban individuos procedentes de diferentes clases sociales para determinar cómo afectaba el papel del grupo social en las lecturas individuales, utilizando la entrevista focalizada como método de análisis.

Uno de los objetivos era “*determinar si diferentes sectores de la audiencia compartían, modificaban o rechazaban los modos en que habían sido codificados los temas por los emisores*”³⁶, a partir de las tres modalidades de lectura propuestas por Hall. En este sentido, no se llegó a corroborar que existiera una relación entre la clase socioeconómica y la lectura que otorgaban los componentes de la muestra, pero sí quedó demostrado que el texto tiene un carácter polisémico y que su interpretación responde a una compleja relación de negociación del significado. A partir de este estudio, Morley comienza a perfilar más su línea de investigación en la denominada “*etnografía de consumo*”, así en “*Family television*” (1986, 1996: 230-285) se circunscribe al contexto doméstico como espacio donde se ve la televisión para analizar las diferencias en cuanto a género en el modo de mirarla. También en el campo de los estudios culturales y con una metodología etnográfica, Hobson (1990) en “*Women, audiences and the workplace*” analizó las conversaciones relativas a series de televisión que un grupo de mujeres tenían en su lugar en el trabajo y llegó a la conclusión de que formaban parte de los temas habituales de los que solían hablar y que se utilizan como filtro para sacar temas de la propia vida, por lo que sirven para identificarse con la circunstancia personal y el contexto circundante. Asimismo, Llull (1990) partió de que la televisión es objeto de discurso y utilizó métodos etnográficos en su estudio “*Inside family viewing*”, en el que sostiene que este medio es un desencadenante de diálogo entre los distintos miembros de la familia. De esta forma, rebate las teorías anteriores que establecían que la televisión dificultaba o imposibilitaba el diálogo familiar. De manera contraria, para Llull, es un medio que “*sugiere temas de discusión controvertidos, facilita explicaciones sobre las actitudes de los*

³⁶ Casetti, F. y Di Chio, F. (1999), op. cit., pág. 304.

*diferentes miembros de la familia en relación con un tema determinado y, por último, favorece la recíproca confrontación entre unos y otros. En definitiva, en torno a la televisión se va tejiendo una compleja red de discursos, hecha de dichos, de comentarios y de diálogos que se originan a partir de la televisión, pues la familia habla **de la** televisión y de sus programas y habla **a partir** de la televisión y de todo lo que se refiere a la misma...³⁷.*

Desde la Teoría del cultivo o incubado cultural³⁸, se aborda cómo influyen los medios de comunicación en la percepción de la realidad social. Wimmer y Dominick (1996: 381) señalan que pueden considerarse tres tipos de variables relativas a cómo los medios pueden moldear la percepción: las diferencias individuales, las variables situacionales y las diferencias de los contenidos mediáticos. Además, apuntan cómo los investigadores van introduciendo nuevas variables en el proceso y recogen el modelo multivariable de Van Evra (1990) que tiene en cuenta *“la motivación del consumo del espectador (información o diversión), la percepción de la realidad experimentada a través de un contenido específico, el panorama de alternativas informativas disponibles para el usuario, y la cantidad de tiempo de consumo. Esta autora sugiere que la mayor intensidad de la incubación se produce entre los televidentes de alto consumo que buscan informarse, creen que lo observado es real y disponen de escasas fuentes alternativas de información”³⁹.*

Los estudios relacionados con la percepción, que tienen los niños de diferentes aspectos de la realidad, derivada de la imagen que ofrecen los medios, se han centrado en estereotipos referentes a algunas profesiones. Por ejemplo, Siegel (1958) averiguó que la concepción que tenían de los taxistas podía estar determinada por un personaje de esta profesión que

³⁶ Morley, D. (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires, Amorrortu editores.

³⁷ Casetti, F. y Di Chio, F. (1999), op. cit., pág. 307.

³⁸ Véase el apartado que Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (1996), op. cit., págs. 376-381, destinan a los estudios basados en esta teoría, de los que sólo recogemos los relacionados con la infancia.

³⁹ Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (1996), op. cit., pág. 381.

salía en un programa de radio. Asimismo, DeFleur y DeFleur (1967) detectaron que la televisión unificaba las percepciones de los niños acerca de las profesiones que solían aparecer en los programas.

Por otra parte, no hay que olvidar los sucesivos análisis relacionados con las industrias culturales realizados por Armand Mattelart. En el campo de la producción infantil, podemos destacar el ensayo realizado junto con Ariel Dorfman en 1972, titulado “*Para leer el Pato Donald*”, que fue uno de los más vendidos en la década de los setenta en Latinoamérica. En esta obra, se denuncia cómo detrás de los productos de la factoría Disney se camufla el mensaje propagandístico del imperialismo cultural norteamericano y las condiciones de dependencia por parte de los otros países. Detrás de la figurada finalidad de entretenimiento, se escondería toda una confluencia subliminal de mensajes en el juego entre el dominador, representado por el tío Gilito, y los dominados, sus tres sobrinos. Asimismo, en su publicación “*Multinacionales y sistemas de comunicación*” (1977) plantea que el objetivo de “*Barrio Sésamo*” es transnacionalizar los valores de la cultura de masas propuesta desde Estados Unidos y, además, al vender a otros países estas series educativas, autofinancian sus reformas educativas. La esposa de Armand, Michele Mattelart (1984), sigue la misma perspectiva de análisis respecto a la citada serie cuyo objetivo a priori era acercar las extremas diferencias que había en la sociedad norteamericana entre los educandos estadounidenses y los pertenecientes a minorías étnicas, en materia de lenguaje y conocimientos preescolares. No obstante, según esta autora, la serie sirvió, al contrario, para eclipsar las culturas de las minorías y prevalecer los intereses de la sociedad de consumo coincidentes con los de la cultura transnacional. De esta manera, argumenta que la cultura de las minorías desaparece y las diferencias y desigualdades se siguen manteniendo. Por otro lado, también cabe reseñar como una de las obras más completas realizada conjuntamente por el matrimonio, “*Pensar sobre los*

medios" (1986 –reedición en español 2000-), en la que revisan las distintas teorías y paradigmas relacionados con la Comunicación.

Como vimos en el epígrafe destinado a "*el niño como receptor*", la teoría funcionalista sobre los efectos de la televisión en los destinatarios infantiles centró la mayoría de las investigaciones destinadas a este sector de la audiencia, hasta que en la década de los setenta comienzan a surgir otras alternativas, algunas de las cuales ya hemos recogido, junto con la teoría del desarrollo cognitivo.

Fuenzalida y Hermsilla (1991) indican que "*el desarrollo evolutivo de la personalidad desde la infancia no avala las características mecanicistas, nemoreactivas y fragmentadas que las teorías conductistas atribuyen a la percepción y al procesamiento humano de la recepción*"⁴⁰.

En contraposición, la teoría cognitiva se basa en que "*el niño es visto como un agente activo que a través de una maduración e interacción con el entorno, desarrolla con mayor eficiencia las habilidades cognitivas*"⁴¹.

Así, los estudios que surgen tratan de investigar lo que aprenden los niños de manera activa de la televisión y no los efectos que ésta les produce. Un ejemplo es el estudio que Salomon (1979) realiza acerca de la influencia de los códigos visuales en los procesos y habilidades mentales de los niños. Según este investigador, con la edad y la experiencia cambian los niveles de atención, comprensión y comportamiento de los niños, éstos entienden mejor el lenguaje del medio, tanto las convenciones como los contenidos televisivos (Vilches, 1993: 66).

Collins (1983) dirigió varios estudios sobre el desarrollo cognitivo de los niños y su comprensión de los programas de televisión.. Para este investigador, "*los niños son procesadores activos del medio, utilizando forma y contenido para*

⁴⁰ Fuenzalida, V. y Hermsilla, M^a E. (1991): *El televidente activo (Manual para la recepción activa de televisión)*. Corporación de Promoción Universitaria, Santiago de Chile, pág. 34.

⁴¹ Vilches, L. (1993), op. cit., pág. 65.

*interpretar los mensajes de la televisión*⁴² y, según la edad que tengan, prestan más atención a los aspectos formales, en el caso de los más pequeños, o a la información relativa al significado de los mensajes, conforme aumenta edad.

Hodge y Tripp (1986) también examinaron, entre otras cuestiones, cómo describían los niños algunos programas televisivos en función de su desarrollo, del que se derivan diferentes patrones de percepción, lenguaje y pensamiento. Como principales métodos de recogida de información, utilizaron las dinámicas de grupo y las redacciones para analizar el contenido de la conversación o la escritura, desde una perspectiva semiótica, a través de los planos sintagmático y paradigmático, y para confrontar los resultados obtenidos en función del desarrollo cognoscitivo, social e ideológico. Estos autores entienden que la televisión es un medio que sirve a los niños para pensar, pero ese pensamiento se adapta según capacidad que se tenga en cada periodo. De esta manera, determinan que los niños más pequeños tienen capacidades sintagmáticas y paradigmáticas pero aún están algo limitadas y que la diferencia más importante que los distingue de los niños mayores es la ausencia de capacidad transformacional. En palabras de estos investigadores, esta capacidad consiste en *“la condición previa de toda estructura compleja paradigmática o sintagmática, y de la abstracción, la extrapolación, la crítica, la intervención, o del reconocimiento y aprehensión de estas operaciones. De los 9 a los 12 años es una fase crucial para el desarrollo de estas capacidades”*⁴³.

Desde la perspectiva de la publicidad como instrumento de socialización infantil⁴⁴, los primeros trabajos desarrollados en los años sesenta tenían como referente el marco de los efectos y partían del análisis del contenido de anuncios (Winick, Williamson y Chuzmir, 1973). También desde la teoría del aprendizaje social surgieron estudios basados en que ver ciertos anuncios hace que los niños muestren apetencia por los productos o marcas que representan (Atkin y Block, 1973; Meringoff y Lesser, 1980 y Bryant, 1985). Sin embargo, desde la década de

⁴² En García Galera, M^a C. (2000), op. cit., págs. 124-125.

⁴³ Hodge, B. y Tripp, D. (1988): *Los niños y la televisión*. Planeta, Barcelona, pág. 97.

⁴⁴ Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (1996), op. cit., págs. 381-388.

los setenta, gran parte de la investigación se ha focalizado hacia la vertiente de la teoría del desarrollo cognitivo y tiende a aplicar este enfoque en la comprensión de los anuncios televisivos, utilizando lógicamente como variable esencial la edad.

Ward, Reale y Levinson (1972) midieron el nivel de conocimiento de la publicidad en función de la diferencia o no que establecían entre los anuncios y los programas y entre el anuncio y el contenido que se anunciaba. Para ello, realizaron una encuesta a 67 niños de entre cinco y doce años y concluyeron que, mientras que la mitad de los niños entre cinco y siete años confundían dichas distinciones, del grupo de los de mayor edad sólo un 13% presentaba consideraciones que resultaran erróneas. Por su parte, Ward, Levinson y Wackman (1972) utilizaron la técnica de la observación, con plantillas que debían rellenar las madres de los participantes, en las que se preguntaba sobre el grado de atención mostrado en los descansos publicitarios por sus hijos. El resultado fue que los niños entre 5 y 7 años, aunque rebajaban su atención, lo hacían en menor medida que el segmento de niños mayores, lo que revelaría como conclusión su mayor dificultad a la hora de diferenciar entre programas y anuncios.

En el marco de la teoría⁴⁵, algunos autores han advertido las limitaciones que los niños con menor edad y consiguiente desarrollo evolutivo tienen para comprender formas y contenidos televisivos. Tada (1969) señaló que los niños en el periodo “preoperatorio”⁴⁶ no comprenden algunas técnicas de presentación y montaje. Noble (1975) indicó que los niños en edad preescolar tienen dificultades para entender que los programas de televisión no son reales y que los personajes son actores. Wartella (1980) recuerda que la capacidad de distinción entre los programas y la publicidad no comienza hasta los 4 años. Costley y Brucks (1987) compararon el grado de conocimiento del producto anunciado en situaciones de

⁴⁵ Wimmer, R. D. y Dominick, J. R. (1996), op. cit., pág. 383-387.

⁴⁶ Atendiendo a la clasificación que establece Piaget, J. (1977), en su libro *Seis estudios de psicología* (Seix Barral, Barcelona) y que citamos en este mismo apartado, esta etapa se corresponde con las edades comprendidas entre los 2 y los 7-8 años.

publicidad engañosa, en distintos grupos de edad, y dedujeron que ésta era un factor importante en el hallazgo de diferencias en la comprensión de esos anuncios.

De este modo, los diferentes períodos evolutivos del niño determinarán las maneras de implicarse o vincularse en el proceso comunicativo. La teoría del desarrollo cognitivo articulada por Piaget (1977), que ya hemos adelantado en el apartado anterior, distingue cuatro grandes periodos en el desarrollo de la lógica infantil:

- 1) El periodo sensorio-motor, desde el nacimiento hasta el año y medio o dos años, es anterior al lenguaje, aún no existen operaciones y las formas de transmitir información son acciones de carácter reflejo, por ejemplo el llanto o la succión.
- 2) El periodo preoperatorio, de los 2 a los 7-8 años, en el que empieza el pensamiento ligado al lenguaje, la imitación diferida, el juego de ficción o simbólico adquiere mucha importancia y la relación con sus iguales, aprender a conocerlos y a interpretar sus estados psicológicos. A pesar de que las acciones se interiorizan y representan en formas simbólicas, todavía no comienzan a ejecutar operaciones mentales de tipo lógico.
- 3) El periodo de las operaciones concretas, de 7-8 hasta los 11-12 años de edad⁴⁷ (las edades intermedias varían en función de las circunstancias particulares -familiares y escolares, entre otras- de cada niño). Esta etapa se caracteriza por el inicio del desarrollo de la capacidad lógica, aunque las operaciones realizadas no respondan a abstracciones verbales, sino que están más relacionadas con acciones materializadas sobre objetos. Los juegos simbólicos serán sustituidos por los de reglas, los niños deberán comprenderlas y practicarlas, lo que supone una

⁴⁷ Nuestra tesis está precisamente centrada en este periodo evolutivo por lo que desarrollamos las peculiaridades de este estadio en el siguiente capítulo: "*Condicionantes o mediaciones en el proceso comunicativo*".

primera aproximación a la vida en democracia. Además, una de las necesidades prioritarias es la comunicación y participación activa en el entorno familiar y escolar.

- 4) El periodo de las operaciones formales o de la “lógica de proposiciones”, desde los 11-12 años hasta aproximadamente los 18, es en el que aparece gradualmente el razonamiento hipotético-deductivo, con capacidad de abstracción aplicable a cualquier contenido y situación. Junto con el aumento de las capacidades cognitivas, esta etapa está determinada por los cambios biológicos y por el desencadenante de las relaciones amorosas. La autonomía se hace necesaria, para adaptarse de forma progresiva a la vida adulta, en un principio desde la crítica y la ruptura que conlleva un desplazamiento de los contextos escolar y familiar, para otorgar más relevancia al grupo de iguales. Precisamente, será junto con sus amigos con quienes compartan su tiempo libre, dejando de lado los juegos infantiles para encontrar lugares de diversión o práctica de deportes, entre otras opciones.

Han sido varios los autores que se han basado en esta clasificación piagetiana para, desde diferentes disciplinas, relacionar cada uno de los periodos del desarrollo infantil con diversas habilidades sociales. En el campo que nos ocupa, en una reciente publicación, García Matilla (2003) parte de los citados estadios evolutivos para abordar la relación entre el niño y el medio televisivo desde la etapa preescolar hasta la adolescencia. A través de un pormenorizado análisis, concreta las características en el desarrollo de cada uno de los tres periodos en los que el niño puede concebirse como sujeto activo en el proceso comunicativo (correspondientes al *preoperatorio*, de las *operaciones concretas* y de las *operaciones formales*). Asimismo, realiza un repaso por diferentes ejemplos de programas con finalidad educativa, realizados en diversos países y en el contexto de España, destinados a cada uno de los distintos estadios de la infancia. Entre los modelos que desarrolla y critica, incluye la serie “*Sesame Street (Barrio Sésamo)*”

junto con otros programas para el periodo preescolar; espacios informativos producidos en diferentes países de Europa, Asia y América para el periodo de las operaciones concretas; y otros ejemplos significativos para la etapa adolescente⁴⁸.

Como variante a la distribución que hace Piaget, Mantovani (1980, 53-54), desde el análisis del niño como “espectador” de obras teatrales, distingue tres etapas en el desarrollo infantil: en la primera que transcurre, según este autor, entre los 2 y 5 años, sus percepciones son inmediatas y fragmentadas y tienen que ver con lo afectivo y con el comportamiento motor, los elementos que más le influyen son los sonidos, los colores y las formas en movimiento. En la segunda etapa, entre los 5 y 9 años, el niño va afianzando su facultad de observación, aunque su capacidad de análisis aún es endeble, corrige o suplanta con su imaginación las concepciones recibidas de forma incompleta. Y, como ya hemos indicado en el capítulo anterior, entre los 9 y 12 años, forma una conciencia moral autónoma, comienza a sacar conclusiones y a desarrollar el espíritu crítico y la facultad de comparar. Por otra parte, cabe considerar que este autor concibe el elemento *participación* dentro de “*la poética del teatro para niños como el hecho de no imponer al espectador una creación elaborada y cerrada y sí con la idea de proponerle una creación artística en la que el niño pueda contribuir con su influencia*”⁴⁹. De este modo, considera que hay que inducirles a participar en todas las edades para que se sientan co-protagonistas y utilicen el teatro como un juego más, interesante reflexión que desde nuestro planteamiento también puede adaptarse al medio televisivo.

Más allá de la distribución por grupos de edad atendiendo al desarrollo del niño, Vygotski (1979) critica y da un paso más, entre otras teorías, a la de Piaget, por no atender al aprendizaje como un proceso que activa las características evolutivas y, por tanto, por suponer que los procesos de desarrollo son

⁴⁸ Véase García Matilla, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Gedisa, Barcelona, págs. 71-104.

⁴⁹ Mantovani, A. (1980): *El teatro: un juego más*. Nuestra cultura, Serie Pedagogía de cero a seis, Granada, pág. 33.

independientes del aprendizaje: *“En investigaciones experimentales acerca del desarrollo del pensamiento en los niños de edad escolar, se ha partido de la suposición de que procesos tales como la deducción y la comprensión, la evolución de nociones acerca del mundo, la interpretación de la causalidad física y el dominio de formas lógicas de pensamiento y lógica abstracta se producen por sí solos, sin influencia alguna del aprendizaje escolar”*⁵⁰. Este teórico de origen ruso concibe que la aportación de otras personas en la realización de determinadas tareas es también un indicativo del nivel de desarrollo mental, al estar directamente relacionado con el aprendizaje de ciertas funciones que están madurando y que en un futuro próximo funcionarán de forma completa porque el niño las interioriza hasta convertirlas en parte de su proceso evolutivo, así llega a la concepción de “zona de desarrollo próximo”, que define como *“la distancia entre el nivel real de desarrollo, determinado por la capacidad de resolver independientemente un problema, y el nivel de desarrollo potencial, determinado a través de la resolución de un problema bajo la guía de un adulto en colaboración con otro compañero más capaz”*⁵¹. El desarrollo dependerá, pues, de los procesos previos de aprendizaje, que acontecen cuando el niño entra en interacción con personas de su entorno y, por supuesto, en la etapa escolar, con los integrantes del contexto de la educación formal. Y, *“una vez se han internalizado estos procesos, se convierten en parte de los logros evolutivos independientes del niño. (...) El proceso evolutivo va a remolque del proceso de aprendizaje; esta secuencia es lo que se convierte en zona de desarrollo próximo”*⁵².

Bruner (1989) también considera la educación como un factor clave en el desarrollo infantil, puesto que entiende que *“la acción sobre los demás no se organiza a partir de presiones internas sino de determinantes externos mediatizados por el adulto”*⁵³. En este aspecto, como indica Linaza (1989), se contraponen a las tesis de Piaget, en las que *“se ha acentuado el surgimiento de la representación a*

⁵⁰ Vygotski, L. S. (1979): *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Crítica, Barcelona, pág. 124.

⁵¹ Ibid, pág. 133.

⁵² Ibid, pág. 139.

⁵³ Linaza, J. L. (1989), en la parte introductoria de la compilación de la obra de Bruner, J. (1989): *Acción, pensamiento y lenguaje*. Alianza Psicología, Madrid, pág. 27.

partir de la interiorización de los actos sensorio-motores, y ha dado lugar a una separación máxima entre la función comunicativa y la función semiótica. Para Bruner las técnicas de representación, de las que forma parte el lenguaje, son objetos materiales de los que el niño debe apropiarse antes de que puedan constituirse en medios de acción o de expresión”⁵⁴.

La disyuntiva entre la correspondencia o diferencia de la edad biológica del niño con su grado de desarrollo es un tema de gran interés en el ámbito de la psicología evolutiva. De esta forma, como expone Wallon (1984), para algunos autores existe continuidad o sucesión en el desarrollo psíquico por lo que hay coincidencia exacta entre el nivel de evolución y la edad del niño, “*la sucesión de las edades es la de los progresos*”. Mientras que, desde la perspectiva contraria, “*los sistemas de la vida psíquica no son simplemente capas que se superponen unas a otras mediante la combinación de elementos gradualmente organizados, pues hay momentos de la evolución psíquica en que las condiciones son tales que hacen posible un nuevo tipo de hechos*”, en este sentido las edades del niño no se corresponden con las de la infancia”⁵⁵. Tras un detallado análisis de las distintas aportaciones que en este sector de la psicología han hecho muchos estudiosos e investigadores, Wallon concluye que el desarrollo infantil es fruto de la conjunción de ambas consideraciones, el momento de madurez biológica y los condicionantes del medio, “*esas revoluciones de edad en edad no son improvisadas por cada individuo, son la razón misma de la infancia, que tiende a la realización del adulto. Las incitaciones del medio son indispensables para que se manifiesten y cuanto más se eleve el nivel de la función, tanto más sufrirá sus determinaciones. (...) El organismo debe llevar a esta función a su madurez para que el medio la despierte. Así, el momento de las grandes mutaciones psicológicas está marcado en el niño por el desarrollo de las etapas biológicas*”⁵⁶.

⁵⁴ Linaza, J. L. (1989), op. cit., pág. 27.

⁵⁵ Wallon, H. (1984): *La evolución psicológica del niño*. Crítica, Barcelona, págs. 171-172.

⁵⁶ Ibid., pág. 172.

En cuanto a los modelos del aprendizaje cognitivo que consideran al alumno como un sujeto activo, encontramos: el *aprendizaje significativo*, según el cual, se le presenta el contenido total de lo que va a aprender al alumno y éste relaciona los nuevos aprendizajes con los previamente adquiridos, parte de su propia experiencia o estructura existente de conocimiento para interiorizar el nuevo material adquirido en su memoria y poder recuperarlo en un futuro; y el *aprendizaje por descubrimiento*, en el que el contenido principal del aprendizaje no se facilita, tiene que descubrirlo el alumno, antes de incorporarlo a su estructura cognoscitiva, por lo que, de manera inductiva, ensaya soluciones a los problemas que se le plantean (Ausubel, Novak y Hanesian, 1990: 34-35).

Las mencionadas variantes podrían relacionarse con el modelo educativo “endógeno” que propone Freire (1969), que pone “énfasis en el proceso” y se centra en la persona. Este modelo surge en Latinoamérica como propuesta para una “pedagogía del oprimido”, pero puede trasladarse al resto del mundo, dado la importancia que tiene la participación activa del sujeto, más allá del proceso de aprendizaje, en una sociedad democrática. Esa forma de hacer partícipes a los educandos y, por extensión, a los ciudadanos es esencial para llegar a la autonomía o a la “autogestión” porque, como señala Kaplún (1998), “*sólo participando, involucrándose, investigando, haciéndose preguntas y buscando respuestas, problematizando y problematizándose se llega al conocimiento. Se aprende de verdad lo que se vive, lo que se recrea, lo que se reinventa y no lo que simplemente se lee y se escucha*”⁵⁷.

Desde la educación para los medios, Martínez de Toda (1999) propone una teoría multidimensional que alberga proceso en el que el sujeto pasa por diferentes niveles (*alfabetizado, consciente, activo, crítico y social*) hasta convertirse, de manera integral, en un *sujeto creativo* “*para que así pueda participar más*

⁵⁷ Kaplún, M. (1998): *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre, Madrid, págs. 47-57.

*plenamente en la cultura popular contemporánea, tal y como es presentada a través de los medios masivos*⁵⁸.

Por otro lado, desde el punto de vista metodológico, la concreción de la audiencia desde un enfoque activo, lleva a algunos autores (Morley, 1996; Lull, 1990) a desarrollar sus estudios a partir de métodos cualitativos de investigación, como expone Callejo (1995), quien añade que *“dentro del variopinto desarrollo actual de las investigaciones y reflexiones sobre medios de comunicación, destaca el paso del interés desde lo que pasa en la pantalla a lo que pasa frente a ella. Este cambio fundamental en el interés de los especialistas se acompaña de la percepción de que la relativa limitación de los constantes estudios cuantitativos ha de complementarse con un mayor desarrollo de investigaciones sociales de carácter cualitativo*⁵⁹. En este sentido, atendiendo a la predisposición de conocer los principales motivos por los que la audiencia ve la televisión, así como las circunstancias y contexto en que se mira, Callejo plantea que *“la extensa y diaria información sobre quiénes y cuántos ven la televisión está escasamente compensada con la información sobre el cómo, el porqué y qué es lo importante para los sujetos en su relación con este medio de comunicación*⁶⁰.

De este modo, el cambio de los análisis desde una perspectiva cuantitativa hacia concreciones cualitativas en contextos específicos supondrá una transformación importante en la investigación del medio televisivo. Como se propone en el Informe Marco sobre la televisión educativa en España (1996): *“existe una urgente necesidad de dar respuestas acerca de la calidad de la recepción televisiva, de lo que significa el que unos determinados hogares tengan la televisión encendida frente a lo que realmente representa el atender con interés a unos u otros programas. La investigación cuantitativa rara vez se ha preguntado las relaciones de interacción entre los miembros del grupo familiar, o los usos y las mediciones con respecto al medio televisión. En un futuro, en el que las posibilidades de interacción*

⁵⁸ Martínez de Toda, J. (1999), op. cit., pág. 251.

⁵⁹ Callejo, J. (1995), op. cit., pág. 253.

⁶⁰ Ibid., pág. 2.

con el medio se van a ir ampliando de forma geométrica, no tiene sentido remitirse exclusivamente a los estudios cuantitativos como forma hegemónica de seguimiento de las audiencias televisivas”⁶¹.

Con el citado planteamiento cualitativo, encontramos los trabajos de Fiske (1978), Masterman (1994), Llull (1990), Kaplún (1985), Martín-Barbero (1987, 1990), García Canclini (1990), Orozco (1990, 1996), Fuenzalida y Hermosilla (1991). Estos últimos autores, en el contexto latinoamericano han venido realizando numerosos estudios fundamentados en la teoría de la recepción activa de la audiencia, utilizando técnicas grupales con el fin de que los diferentes participantes reflexionen, de modo creativo, sobre los mensajes televisivos.

En nuestro país, encontramos también interesantes investigaciones cualitativas relacionadas con la recepción infantil:

Uno de los más completos análisis, por integrar a todos los participantes en el proceso de aprendizaje: el propio niño, la familia y el medio televisivo, ha sido “*Televisión, Currículum y Familia*” (1995). Este estudio utiliza, además de la técnica cuantitativa de análisis de las “representaciones y valores transmitidos en la programación”, el método cualitativo de diferentes grupos de discusión, de niños, padres y profesores. Asimismo, en un capítulo final, se recogen una serie de alternativas y propuestas para que las instancias familiares, educativas y mediáticas afronten, desde sus diferentes posibilidades, la importancia que tiene la televisión como medio de aprendizaje en el niño⁶².

⁶¹ AA. VV.: (Dirección Ejecutiva Agustín García Matilla) (1996): *La televisión educativa en España. Informe Marco*. Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid, pág. 43.

⁶² Aparici, R. y García Matilla, A. (Dirección) y otros (1995): *Televisión, Currículum y Familia*. MEC, Madrid.

También es interesante, por su planteamiento y resultados, la investigación empírica “*El tercero ausente*” coordinada por García de Cortázar y Callejo (1998) en la que se analiza el papel de los adultos en la relación entre niños y televisión⁶³.

Por otro lado, Callejo (1995), con un enfoque próximo a los referentes etnográficos, parte de la premisa de que la audiencia es activa y realiza un completo estudio de la relación entre la televisión y diferentes grupos sociales (con distintas edades, géneros y ocupaciones), entre ellos niños y adolescentes, a través del análisis del discurso recopilado mediante el ejercicio de veinticuatro grupos de discusión⁶⁴.

Por su parte, Younis (1988) aborda, entre otros aspectos, las formas de comprensión e identificación de los niños con la serie “*Los Pitufos*” y sus personajes⁶⁵. En esta investigación, realiza un original y detallado análisis de resultados a partir de la utilización de encuestas y entrevistas como métodos de recogida de datos.

Entre los análisis más recientes, destaca el realizado por García Matilla y Callejo Gallego (2003) relativo al estado actual de los medios de comunicación y nuevas tecnologías en relación con los sectores infantil y adolescente⁶⁶.

Asimismo, respecto a la audiencia infantil de televisión, Pérez Ornia y Núñez Ladevéze (2003) llevan a cabo una investigación “audimétrica y estadística” en la que a partir del análisis de datos de TN Sofres y de otras fuentes, como GECA o el CIS, recopilados entre los años 1999 y 2002, tiene como finalidad conocer los

⁶³ García de Cortázar, M.; Callejo Gallego, J.; del Val Cid, C.; Camarero Rioja, L. A. y Arranz Lozano, F. (1998): “El tercero ausente. Investigación empírica sobre el papel de los adultos en la relación entre niños y televisión”. Estudios de la UNED, Madrid. Citado por García Matilla, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Gedisa, Barcelona, pág. 186 y ss.

⁶⁴ Callejo, J. (1995), op. cit.

⁶⁵ Younis, J. A. (1988): *El niño y la cultura audio-visual*. Coedic. Ayuntamiento de Santa Lucía de Tirajana, Ayuntamiento de Agüimes y Centro de La Cultura Popular Canaria, Santa Cruz de Tenerife.

⁶⁶ García Matilla, A. y Callejo Gallego, J. (2003): *Situación de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información en España en el ámbito de la infancia y la adolescencia*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid.

hábitos de consumo televisivo en los niños entre 4 y 12 años de edad, además de estudiar la correlación entre la oferta de la programación infantil y la demanda por parte de los niños⁶⁷.

⁶⁷ Pérez Ornia, J.R. y Núñez Ladevéze, L. (2003): "Programación infantil en la televisión española: Inadecuada relación entre oferta y demanda", en TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, nº 54 segunda época. Fundación Telefónica, págs. 103-113.

CAPÍTULO 3:

MEDIACIONES EN EL PROCESO COMUNICATIVO

Tras la exposición del marco teórico relativo a los desarrollos que ha seguido la investigación en materia de recepción y, en concreto, en lo que tiene que ver con la infancia, pasamos a centrarnos en las posibles mediaciones que determinan el proceso comunicativo. De esta manera, recogeremos todos los sistemas o contextos que pueden intervenir, directa o indirectamente, en la manera en que el niño se interrelaciona o interactúa con los mensajes televisivos, desde los de su entorno más próximo hasta los círculos más amplios y lejanos.

La expresión “no hay dos personas que sean iguales”, con su correspondiente derivación “no hay dos niños iguales” es bastante consecuente, ya que cada ser actúa de manera diferente atendiendo al contexto en el que se desarrolla una situación concreta y son muchos los factores que median en el comportamiento de los niños, personas que comienzan desde que nacen a asentar unos patrones de conducta en función de las múltiples relaciones interdependientes que en torno a ellos se desencadenan. Por tanto, sería un equívoco generalizar sus actuaciones en un sentido reduccionista próximo a las categorías conductistas, ya que partimos de la base de que ante un determinado estímulo mil niños pueden tener mil respuestas diferentes. No obstante, basándonos en la Teoría del desarrollo cognitivo sí que pueden apreciarse ciertas similitudes en el nivel de madurez del niño en función de su edad. De esta forma, “*en la inmensa mayoría de los niños, podrán advertirse ‘perfiles de comportamiento tipo’ cuyas variaciones serán infinitas*”¹.

¹ Cornejo, C. A. (Dirección editorial) (1978): *Enciclopedia de la psicología y la pedagogía*. Sedmay, París, Tomo 3 (Psicología Evolutiva), pág. 32.

Al igual que es difícil entender la función de un planeta aislado del cosmos, de una senda de la que no se sepa su principio y su fin, o de un microbio alejado de cualquier forma de vida, por su carácter fragmentario e inconexo, también es poco congruente estudiar al niño separadamente de su hábitat, en el que se conjugan múltiples interrelaciones. Como derivación, cualquier proceso comunicativo está determinado por una serie de factores o mediaciones, desde las características propias del individuo, como primera referencia, hasta llegar a las de la sociedad y cultura en las que le ha tocado vivir.

Como ya hemos ido exponiendo a lo largo de la presente tesis, entendemos el concepto de “mediación” en el sentido que le otorga Martín-Barbero (1987) como una reapropiación de significado y del sentido del proceso comunicativo por parte del público. Este autor en un principio relacionaba este término con la identidad cultural de los sujetos, en el sentido de participantes en movimientos sociales y culturales, por tanto, con la llamada cultura popular. Más tarde, Martín-Barbero (1990) abordará dicho concepto como un proceso estructurante de las prácticas comunicativas específicas de la audiencia. Orozco (1996) retoma esa concepción y la perfila en mayor medida, como un *“proceso estructurante que configura y reconfigura tanto la interacción de los miembros de la audiencia con la TV como la creación por ellos del sentido de esa interacción”*². A partir de esta definición, Orozco establece una tipología en la que distingue cuatro categorías de mediaciones y que, en sentido plural y más específico, las concibe como procesos *“derivados de acciones concretas o intervenciones en la televidencia”*³. Precisamente, con esta dimensión más precisa es con la que coincidimos en nuestro análisis referente a la interrelación entre la figura del niño como perceptor participante de mensajes y el resto de sistemas de los que se rodea que, en definitiva, ‘median’ en sus prácticas comunicativas. Asimismo, nos parece interesante la distinción que realiza Orozco entre las mediaciones y las fuentes de

² Orozco, G. (1996): *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Ediciones de la Torre, Madrid, pág. 84.

³ Ibid.

éstas (cultura, política, economía, clase social, género, edad, medios de comunicación, instituciones,...). Del mismo modo, advertimos la diferenciación entre los contextos en los que se desarrolla el niño o los componentes de cada uno de ellos y las posibles acciones que en cada cual pueden desencadenarse fruto de las relaciones que se entablan.

Los cuatro tipos de mediaciones que Orozco (1996) formula en su clasificación son las siguientes:

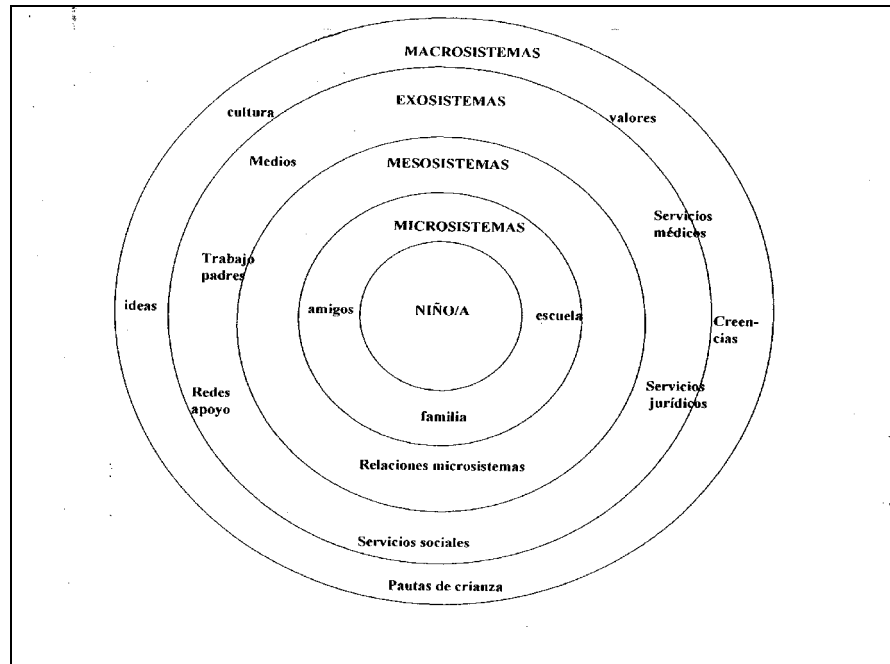
- *Mediación individual:* es la que surge del propio sujeto y considera tanto su desarrollo cognoscitivo como su referente cultural, es decir, características individuales y sociales integradas en la persona. Las fuentes que contempla en esta mediación son: el sexo, la edad o la etnicidad.
- *Mediación situacional:* la más frecuente es el hogar (familia), como lugar donde se produce la interacción con la televisión o la reapropiación del significado, puesto que el proceso de recepción trasciende la pantalla. Entre estas fuentes, encontramos: la escuela, la calle, las reuniones con amigos, el lugar de trabajo, las reuniones de barrio o la asistencia a la iglesia, entre otras.
- *Mediación institucional:* hace referencia a cómo las instituciones tratan de socializar a sus miembros, conforme a unas pautas de actuación, procedimientos de negociación o reglas instauradas. Y cada una se distingue por las diferencias en su actuación o forma de establecer el poder, autoridad, recursos y mecanismos de mediación. Por ejemplo, la familia 'como institución social primaria' suele legitimarse por su autoridad moral y la escuela, por su autoridad académica.
- *Mediación tecnológica:* en la que se recoge la televisión como fuente que produce su propia mediación y como medio que utiliza recursos para

imponerla a la audiencia, por ejemplo a través de sus mecanismos videotecnológicos o la presentación de los mensajes en distintos géneros.

Como señala Orozco, la tipología que propone no es excluyente sino analítica y se presta a posteriores revisiones. En nuestro caso, relacionaremos esta clasificación con el modelo sistémico, puesto que ambos presentan bastantes analogías en su estructura y configuración, al tiempo que poseen diferencias que también reflejaremos.

De esta forma, con el fin de explicar el mapa de interrelaciones que afectan al desarrollo psicológico, al aprendizaje y a los procesos comunicativos de los niños adaptaremos la teoría creada por Bronfenbrenner (1979), el modelo ecológico o sistémico. Este modelo sostiene que en el hábitat o “medio ambiente” en el que reside un sujeto, se integran un elenco de subsistemas cuyo núcleo o eje central parte de las propias características personales biológicas y psicológicas del niño (*mediación individual*), a las que se añaden los distintos contextos con los que se relaciona, que se representan cómo círculos concéntricos en función de la proximidad o posible grado de afectación para su propio desarrollo. Entre los más cercanos, denominados “microsistemas”, se encuentran la familia, la escuela o el grupo de iguales y los más alejados o “macrosistemas” corresponden a la cultura, las ideas, las creencias y los valores que son fruto de las premisas de socialización determinadas espacial y temporalmente por el lugar y época en los que transcurre o se ubica la vida de cada persona. Este último contexto no está contenido en el compendio de los cuatro tipos de mediaciones que contempla Orozco (1996), ya que entiende que la cultura impregna todas ellas.

MODELO ECOLÓGICO DE BRONFENBRENNER ⁴



Además del grado de distanciamiento entre el niño y los subsistemas que le son más lejanos, pero no por ello resultan menos condicionantes de su conducta en según que etapas de su proceso de desarrollo, otro rasgo distintivo de las distintas tipologías que simboliza cada uno de los círculos es su amplitud y tamaño. Así, los medios de comunicación suponen una esfera superior en cuanto al grado de focalización o repercusión que pueden tener, en el sentido que su programación y difusión es la misma para gran número de niños y, por tanto, el número de referentes son menores que, por ejemplo, el de las familias. De este modo, se puede establecer una relación inversamente proporcional entre el tamaño del sistema, teniendo en cuenta su proximidad con el núcleo, y el cómputo cuántico de elementos integrantes. El número de niños es superior al de familias y éste más elevado que el de escuelas, que a su vez es mayor que el de medios de

⁴ Fuente: extraído de Ochaíta, E. y Espinosa, M. A. (1999): "Dificultades en el desarrollo de origen social: el maltrato y las necesidades infantiles", en Nicasio, J.: *Dificultades en el desarrollo*. Pirámide, Madrid.

comunicación y así, sucesivamente de manera correlativa, hasta llegar al concepto más amplio: sociedad del siglo XXI, calificada como “de la información”, que solamente es una y que, a pesar de ello, no todos la vivimos de la misma manera, pues la información no es igual para el común de los habitantes del planeta, pero este no es el tema que nos ocupa. No obstante, cabe señalar que hace sólo dos siglos, este trabajo no hubiera tenido razón de ser porque los medios de comunicación audiovisuales no existían y, posiblemente, en ese momento, uno de los aspectos más importantes relativos a la infancia hubiera sido el estudio de su explotación en largas cadenas de producción y su adiestramiento para ser operativos lo antes posible sin importar en demasía la educación que recibieran. Con esta lectura, sólo queremos enfatizar en la importancia que tiene la sociedad en la articulación de todos los fenómenos y situaciones que en ella se desencadenan.

Si hacemos un breve repaso histórico, nos encontramos con que la concepción que hoy se tiene de la infancia como sujeto activo de derechos es relativamente reciente, ya que todavía no ha cumplido ni un siglo. Surge a partir de la Declaración de los Derechos del Niño, aprobada el 24 de septiembre de 1924 en la V Asamblea General de la Sociedad de Naciones, en Ginebra. En esta Declaración se hace referencia, por primera vez, al desarrollo integral de la personalidad del menor. Hasta entonces, la plasmación en materia legislativa de la protección de la infancia había sido inexistente, aunque ya a finales del pasado siglo se apreciara cierto interés en movimientos a favor de este grupo social y de la escolarización obligatoria. Sin embargo, a pesar del cambio radical de orientación que se produce en el primer cuarto del presente siglo, materializado en dicha Declaración Internacional de voluntades asentada legislativamente, los derechos de la infancia serán violados con motivo de la Segunda Guerra Mundial. Como consecuencia, la Asamblea General de las Naciones Unidas vuelve a firmar el 20 de noviembre de 1959 otra Declaración en la que, tras la consideración en su Preámbulo de que *“el niño, por su falta de madurez física y mental, necesita protección y cuidados especiales, incluso la debida protección legal, tanto antes como después de su nacimiento”*, incluye de manera ampliada en diez principios, el

“interés superior del niño quien, como se indicaba en el Principio 2, *gozará de una protección especial y dispondrá de oportunidades y servicios, dispensando todo ello por la ley y por otros medios, para que pueda desarrollarse física, mental, moral, espiritual y socialmente en forma saludable y normal, así como en condiciones de libertad y dignidad...”*⁵. Sin embargo, se trataba de un documento de carácter no vinculante que careció de eficacia jurídica. El 20 de noviembre de 1989 será cuando, finalmente, se firme la Convención de los Derechos del niño, que completa la anterior e introduce, como novedad, la consideración de los menores no sólo como objetos de protección sino también como sujetos de derechos. Este instrumento jurídico pasará a formar parte de la legislación interna de los países que la ratifican. En el caso de España, la firmó el 26 de enero de 1990 y entró en vigor el 5 de enero de 1991. En la actualidad, están incorporados 191 países y como excepciones cabe destacar las de EEUU y Somalia.

Posteriormente, cuando nos centremos en los “exosistemas”, desarrollaremos la legislación vigente en relación con los derechos de los niños, no sólo en el espectro internacional, sino también en el ordenamiento jurídico español y en el ámbito de las Comunidades Autónomas.

⁵ El texto completo puede consultarse en la web de la Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos (www.unhchr.ch).

3.1. DESARROLLO COGNITIVO DEL NIÑO: PERIODO DE LAS OPERACIONES CONCRETAS.

Comenzamos por el núcleo del modelo sistémico a partir del cual se estructuran las múltiples “*transacciones o relaciones multidireccionales o multicausales*”⁶. Este nexo es el niño o niña cuyos rasgos biológicos o psicológicos son distintos en función de las mediaciones o de los contextos en los que se desenvuelve su vida, al tiempo que las características de estos sujetos también influyen en sus contextos más próximos, como la familia o la escuela. Y, en general, los rasgos comunes a los niños de una determinada época derivan de las relaciones del entramado social, en el que también se producen cambios dependiendo, a su vez, de las peculiaridades de la infancia. Un ejemplo de esto lo encontramos en la expresión popular “los niños de hoy no son como los de antes”, porque tampoco las características de las familias actuales son las mismas que las de hace algunas décadas, ni tampoco las de la sociedad en su conjunto, los niños también son diferentes, por eso lo que ellos demandan como grupo social también es distinto.

Desde la perspectiva del conjunto de “*transacciones*”, podemos afirmar que conforme el niño avanza en las distintas etapas de desarrollo pasa a otorgar más importancia a unos microsistemas que a otros. Así, conforme va creciendo, la influencia de la escuela o del grupo de pares será mayor que la de la familia, aunque ésta no deje de ser importante. Por otra parte, es en los primeros años de la vida de una persona cuando se forman sus rasgos conductuales básicos y los patrones culturales y sociales. Por todo ello, hemos elegido una de las etapas decisivas en el desarrollo evolutivo, el grupo de edad de niños y niñas entre 7 y 12 años, como segmento de nuestro estudio, ya que, por un lado, comienzan a formar parte de un grupo más amplio que la familia y establecen nuevas relaciones y, por otro, valoramos que, atendiendo a su nivel de desarrollo, comienzan a estar preparados para entender de forma más razonada y lógica los mensajes televisivos.

⁶ Ochaíta, E. y Espinosa, M. A. (1999), op., cit.

Antes de especificar cuáles son las particularidades de la etapa de desarrollo correspondiente, denominada de las “operaciones concretas” y, con el fin de advertir, los cambios sustanciales que se producen en el niño respecto al periodo previo, pasamos a resumir cuáles son las características evolutivas en el estadio precedente, denominado “preoperatorio”, que alberga de los 2 a los 7-8 años de edad. Uno de los principales distintivos del pensamiento es, para Piaget (1977), el egocentrismo o dificultad del infante para contemplar su propio punto de vista como uno más entre los posibles. También Vygotski (1962) defiende la existencia de un período egocéntrico, aunque difiere de la teoría de Piaget en que la dirección del desarrollo del pensamiento no va, según el autor soviético, de lo individual a lo socializado sino de lo socializado a lo individual, así cuando un niño tiene dificultades ante la realización de una tarea, aumenta su coeficiente de egocentrismo. Otro rasgo del periodo preoperatorio es que el razonamiento se sirve de conceptos, es de tipo transductivo -no inductivo ni deductivo-, ya que no va de lo general a lo particular ni viceversa, sino de lo particular a lo particular y opera mediante la yuxtaposición de partes o unidades mutuamente independientes sin lograr una auténtica articulación entre ellas, es decir, es sincrético. Todas estas limitaciones hacen que los niños, que tienen una tendencia irrefrenable a buscar sentido a todo lo que experimentan, interpreten los fenómenos de la realidad de un modo chocante desde el punto de vista de los adultos. Igualmente, consideran los fenómenos físicos como productos de la creación humana, lo que es otra de las manifestaciones de sus tendencias egocéntricas. Esta conducta cognitiva es conocida como “artificialismo”. Sin embargo, a partir de los 5-6 años, se produce una significativa transición desde lo pre-lógico o pre-conceptual a lo intuitivo, a través de las “regulaciones”, que son el paso previo para la construcción de operaciones lógico-mentales.

Si pasamos a los rasgos de los niños durante el periodo en el que se adquieren las competencias cognoscitivas llamadas por Piaget (1977) “operaciones concretas de la lógica”, uno de los más destacados es que comienza el desarrollo de la “personalidad”, “con la organización autónoma de las reglas, de los valores y la

*afirmación de la voluntad como regulación y jerarquización moral de las tendencias*⁷.

Con el fin de detallar las diferentes características que configuran este periodo evolutivo, entre los 7 y los 12 años de edad, seguiremos las partes que propone Piaget (1977: 61-93):

- *Los progresos de la conducta y su socialización.* Al tiempo que el niño se concentra cuando trabaja en solitario, colabora cuando realiza labores conjuntamente con otros. En las relaciones personales, se vuelve cooperador y solidario porque deja de confundir su propia opinión con la de los demás y es comprensivo con las diferentes versiones y argumentos que se ofrecen desde posiciones contrarias. En este sentido, el lenguaje egocéntrico de la etapa anterior desaparece y en los discursos espontáneos el niño razona, conectando las ideas que expone con argumentos de tipo lógico. Del mismo modo, sus conductas dejan de ser impulsivas, puesto que reflexiona antes de actuar. Esa reflexión es una conducta social, pero interiorizada, de forma que uno se aplica a sí mismo, a través de un lenguaje interior, las conductas adquiridas de los otros. Por ello, Piaget afirma que *“toda conducta humana es a la vez social e individual”*⁸. Con esta consideración, coincide Vygotski (1979), quien manifiesta que el mayor cambio en esta etapa del desarrollo infantil respecto a la egocéntrica es la capacidad en el uso del lenguaje para resolver problemas, ya que el lenguaje socializado se interioriza y *“en lugar de acudir al adulto, los niños recurren a sí mismos; de este modo, el lenguaje adquiere una función **intrapersonal** además de su uso **interpersonal**. En el momento en que los niños desarrollan un método de conducta para guiarse a sí mismos, y que antes había sido utilizado en relación con otra persona, en el momento en que se organizan sus propias actividades de acuerdo con una forma de conducta*

⁷ Piaget, J. (1977): *Seis estudios de psicología*, Seix Barral, Barcelona, págs. 100-101.

⁸ *Ibid*, pág. 65.

*social, consiguen aplicar una actitud social a sí mismos. La historia del proceso de **internalización del lenguaje social** es también la historia de la socialización de la inteligencia práctica del niño”⁹.*

- *Los progresos del pensamiento.* En esta fase, se adquieren muchos principios de conservación, por ejemplo de longitudes en el caso de transformación de caminos recorridos o de las superficies con modificaciones en su estructura. Asimismo, se producen dos grandes descubrimientos, las nociones racionales de espacio y tiempo (y dentro de él, la de velocidad), muy importantes en la captación de los mensajes que proporciona un medio que se basa la exposición de sus contenidos en estas dos dimensiones espacial y temporal: el sistema audiovisual, a través del soporte pantalla de televisión.
- *Las operaciones racionales.* Las intuiciones de la etapa anterior se transforman en operaciones lógicas de todo tipo (composición de un sistema de conceptos, de relaciones u operaciones aritméticas, de operaciones geométricas, temporales, ...) y cada una no se trabaja de forma aislada, sino que se integran dentro de su organización conjunta de operaciones pertenecientes a la misma tipología. De ahí, surge la cualidad de saber clasificar o agrupar los elementos pertenecientes a un mismo rango y de entender que las relaciones entre ellos no se producen de manera separada.
- *La afectividad, la voluntad y los sentimientos morales.* En este periodo, aparecen nuevos sentimientos morales, más allá de su respeto a los padres y a los adultos, que derivan en un respeto mutuo hacia sus semejantes. Los juegos simbólicos pasan a ser sustituidos por los de reglas, en los que hay que respetar unas pautas sobre las que los jugadores deben ponerse de acuerdo. Estos juegos sirven para el desarrollo moral de los niños, en cuanto

⁹ Vygotski, L. S. (1979): *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Crítica, Barcelona, pág. 52.

a que se aprenden a respetar las normas establecidas democráticamente. Uno de los valores fundamentales que se desarrollan es el de justicia, que marca las relaciones con sus iguales y con los adultos. A este sentimiento, tenemos que añadir la honradez en el respeto por las normas y la colaboración en el compartir juegos y tareas. Asimismo, se desarrolla la voluntad, entendida como el acto consistente en reforzar la tendencia superior y débil, al principio de la conducta, por encima de la inferior o fuerte.

Para resumir, en palabras de Piaget, *“por lo que respecta a la afectividad, el sistema de coordinaciones sociales e individuales engendra una moral de cooperación y autonomía personal... Este nuevo sistema de valores representa en el terreno de lo afectivo lo que la lógica para la inteligencia. En cuanto a los instrumentos mentales que habrán de permitir esta doble coordinación lógica y moral, están constituidos por la operación, en lo que concierne a la inteligencia, y por la voluntad, en el plano afectivo: dos nuevas realidades, muy emparentadas una con otra, puesto que resultan ambas de una misma inversión o conversión del egocentrismo primitivo”*¹⁰.

En este periodo de las operaciones concretas, la capacidad de pensamiento de los niños se asemeja ya más a la de los adultos que a la de los preescolares (Ochaíta y Espinosa, 1999). Como señala Wallon (1984), *“la objetividad sustituye al sincretismo y la red de categorías produce el auge de las clasificaciones y las relaciones más diversas”*¹¹, por lo que comienzan a ser mejor comprendidos por los mayores. Estas competencias les llevan a una creciente necesidad de comunicación, a expresar sus opiniones y a participar de manera activa en la vida familiar y escolar. En palabras de Boada (1986), *“el niño va formando en su desarrollo sus representaciones, dentro de un sistema cultural a través de distintos intercambios, entre los cuales el diálogo ocupa un lugar preferente”*¹².

¹⁰ Piaget, J. (1977), op. cit., págs. 65-66.

¹¹ Wallon, H. (1984): *La evolución psicológica del niño*. Crítica, Barcelona, pág. 174.

¹² Boada, H. (1986): *El desarrollo de la comunicación en el niño*. Anthropos, Barcelona, pág. 80.

Ochaíta y Espinosa (1999) especifican cuáles son las diferentes necesidades básicas en cada una de las etapas del desarrollo propuestas por Piaget y las diferencian en función de tres parámetros: necesidades biológicas; sexuales; y psicológicas y sociales. Atendiendo a esta última tipología, por ser la que más nos interesa para nuestra investigación, estas autoras exponen que, en la fase evolutiva de las operaciones concretas, la necesidad primordial del niño/a es el aprendizaje de las actividades básicas para integrarse de manera satisfactoria en la sociedad y, como consecuencia, para conseguir desarrollar su autonomía.

Por un lado, la familia debe proporcionarle la posibilidad de aprender a participar en la toma de las decisiones que le incumban, combinando ciertas dosis de exigencia o guía, con el afecto y discusión verbal de los problemas. Por lo que respecta a la escuela, ésta debe propiciar la construcción activa del conocimiento, la participación y el aprendizaje de los hábitos de convivencia democrática. En la actualidad, debido al considerable caudal de contenidos que forman parte de la cultura es importante abordarlos desde el contexto escolar. La educación formal -sin desechar, en lo posible, la informal- es el marco idóneo en el que aprender las pautas para interpretar con mirada crítica y de manera participativa los mensajes que ofrecen los medios de comunicación. Como posteriormente desarrollaremos, la educación para la lectura de los mensajes con los que diariamente convive es esencial, pues sólo el conocimiento le permitirá adoptar decisiones autónomas, libres y con criterio.

Otra de las necesidades que apuntan Ochaíta y Espinosa es la de relacionarse cada vez más con su grupo de iguales, al igual que la de ir explorando autónomamente el mundo que les rodea, saliendo de su entorno doméstico. Desde la perspectiva de cubrir esta necesidad, Corkille (1987) considera la importancia que tiene el aprendizaje fruto de las vivencias directas: *“Los niños no sólo necesitan una atmósfera que estimule la curiosidad y la exploración; también necesitan amplias exposiciones a una gran variedad de experiencias (...). El niño necesita el máximo*

*posible de experiencia directa. Sólo en esas condiciones puede llegar a conocer personalmente lo que le rodea*¹³.

Como ya hemos indicado, las características del contexto en el que habita el niño son determinantes en su grado de desarrollo. Por este motivo, los estadios en los que se estructura la evolución psicológica del menor varían de generación en generación atendiendo a los rasgos sociales y culturales que distinguen cada momento o época. Y uno de los componentes de mayor peso en la sociedad y cultura actuales son los medios de comunicación, principalmente la televisión, por el grado de aceptación que tiene entre los niños y, como consecuencia, por las derivaciones en su aprendizaje.

- Como primer parámetro, la integración del medio televisivo en la vida de los escolares queda demostrada, desde el punto de vista cuantitativo, por la enorme cantidad de tiempo que pasan, diariamente, delante de la pantalla. Los datos, así, lo demuestran.

Según el informe, que ya hemos mencionado, realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), elaborado con datos recopilados en los meses de febrero y marzo de 2002, a niños entre 8 y 13 años de edad, el promedio semanal de minutos que ven la televisión de lunes a domingo es de 186, rebajándose en diez minutos (176) de lunes a viernes¹⁴.

En cuanto a los datos completos de todo el año 2002, relativos a niños entre 7 y 12 años¹⁵, nos encontramos con una media de lunes a domingo de 149 minutos (2 horas 29 minutos) para este segmento del público. No obstante, es interesante observar que la media del total de la población es de 211 minutos (3 horas 31

¹³ Corkille Briggs, D. (1987): *El niño feliz. Su clave psicológica*. Gedisa, México, pág. 197.

¹⁴ EGM / AIMC (2002): Informe especial "Audiencia Infantil / Juvenil de Medios en España", pág. 69.

¹⁵ Véase, en el Anexo IX, el gráfico correspondiente a la "Distribución por targets del consumo de minutos en el día" (Fuente: Sofres A.M.), con datos del año 2002, en el que llevamos a cabo el trabajo de campo de nuestra investigación.

minutos), lo que significa que el estrato analizado ve una hora y dos minutos menos al día que el total de individuos¹⁶, lo que representa un 29,38% menos. Respecto a la distribución por subgrupos de edad, el promedio para los niños entre 7 y 9 años es de 147 minutos; mientras que para los de 9 a 12 años alcanza los 151, siendo 4 minutos más elevado su consumo.

Si consideramos los datos del total de la semana, las cifras disminuyen en un 5'3% los días lectivos, siendo de 141 minutos el tiempo medio diario que dedican los niños entre 7 y 12 años, de lunes a viernes, (139 para los niños de 7 a 9 años; y 144 para los de entre 9 y 12); mientras que los 211 minutos del promedio para el total individuos permanece invariable.

Los contrastes y explicaciones de las elevadas cifras que reiteradamente se obtienen en los estudios llevados a cabo desde las empresas dedicadas a la investigación de audiencias o en diferentes estudios han sido materia de explicación por parte de diferentes autores. Por ejemplo, Urra, Clemente y Vidal (2000) reseñan un análisis realizado por Country (1998) en Estados Unidos con niños entre 3 y 11 años de edad y exponen que *“en una semana tipo, de las 112 horas de vigilia, un niño norteamericano pasa 40 delante de la televisión o distrayéndose con videojuegos. Si añadimos otras 40 horas que están en la escuela, tan sólo quedan 32 horas de socialización con sus familiares y compañeros. Esto significa que el 35,7% del tiempo de vigilia semanal el niño lo pasa normalmente solo delante de una pantalla”*¹⁷. Los distintos resultados obtenidos sobre el consumo televisivo, según Ochaíta (1998), *“permiten afirmar que la influencia (positiva o negativa) de este medio en el desarrollo del aprendizaje de los niños y niñas es innegable. Así, por ejemplo, una persona que actualmente tenga 18 años ha pasado en su vida más*

¹⁶ En el Anexo IX, pueden consultarse las *“Curvas de targets distribuidas por horas (en función de la variable audiencia media)”*, donde también queda patente que los distintos targets infantiles presentan un consumo menor que el resto de los segmentos de la audiencia a lo largo de la mayoría de los tramos horarios.

¹⁷ Urra, J.; Clemente, M. y Vidal, M. (2000): *Televisión: Impacto en la infancia*. Siglo veintiuno de España editores, Madrid, págs. 54-55.

*tiempo viendo la televisión que haciendo cualquier otra actividad simple, excepto dormir*¹⁸.

Teniendo en cuenta los grupos de edad coincidentes con los cursos de enseñanza obligatoria, a partir del análisis de los datos proporcionados por Sofres A.M.¹⁹ de la temporada escolar 2000-2001, Martínez y Marugán (2002) extrapolan que *“a lo largo del curso escolar, el grupo de 4 a 9 años suma un total de 554 horas de visionado de televisión, mientras que el grupo de 10 a 15 años sobrepasa las 683 horas. Si queremos rizar el rizo a cada una de estas cantidades les sumamos el consumo televisivo que se hace en la etapa de vacaciones de verano, concluiremos que el tiempo anual que el público más joven pasa frente a la tele se aproxima al mismo número de horas lectivas que permanece en clase*²⁰. Sin embargo, al igual que evidenciamos en los datos de la temporada 2002 que hemos señalado más arriba, afirman que los niños son el estrato de edad que menos ve la televisión. Otra cosa es, según advierten, los horarios en los que la ven y el tipo de programas que consumen.

Atendiendo a estas cuestiones, según cifras de T.N. Sofres²¹, observamos que los niños entre 7 y 12 años presentan un mayor consumo en el horario nocturno, correspondiente al prime time televisivo, que en el resto de las franjas horarias. También cabe considerar que, en el tramo de la *“Noche II”* (de 0:00 a 2:30 horas), se registra un consumo que, a pesar de ser más reducido que en las demás bandas horarias -excepto en la de madrugada- no deja de ser significativo, no por la

¹⁸ Ochaíta, E. (1998): “La violencia en el desarrollo social y psicológico de la infancia”, en *Jornadas sobre la violencia en TV y su repercusión en la infancia*. Facultad Ciencias de la Información de la UCM y Comité Español del UNICEF, Madrid. Edición de la autora.

¹⁹ Esta empresa de medición de audiencias cambió su nombre en el año 2003, pasando a denominarse T.N. Sofres. En las próximas citas, nos referiremos a ella con su nombre actual.

²⁰ Martínez, L. M. y Marugán, Y. (2002): “El consumo de televisión de los niños españoles (Temporada escolar 2001)”, en Rivera, M. J.; Walzer, A. y García Matilla, A. (*dirección y coordinación*) (2002): Libro interactivo *Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia*. Master de Televisión Educativa de la Universidad Complutense y Corporación Multimedia, Madrid.

²¹ Véase el Anexo IX, en el que se introducen estos datos referentes al *“Consumo en minutos por franjas y targets”* y al *“Ranking de las 50 primeras emisiones más vistas”*, pertenecientes al año 2002.

cantidad de tiempo, sino por el hecho de permanecer delante de la pantalla en un horario en el que, supuestamente, deberían estar descansando.

Por lo que respecta al tipo de espacios que ven los niños en ese segmento de edades, en el ranking de las cincuenta primeras emisiones que mayor consumo registraron en el 2002, se constata que todas ellas pertenecen a la clasificación de “*familiares*” en cuanto a su público objetivo y ninguna es “*infantil*”. Por tanto, los niños ven, en mayor medida, espacios que están orientados a un target general que los programas dirigidos específicamente a ellos.

- En segundo lugar, si además tenemos en cuenta las interacciones con los mensajes en el plano cualitativo de la recepción (entendida como un proceso que trasciende el momento de estar frente a la pantalla y que se extiende a otras situaciones y relaciones de la vida del niño), observamos como la televisión es una fuente importante de enseñanzas y puede variar algunos de los aprendizajes, comportamientos o actitudes de los niños.

Desde el análisis de los efectos sociales de la televisión, Halloran (1974) examina los contenidos que los niños aprenden del medio y resalta el conocimiento de aspectos del mundo que le son lejanos, procedimientos de hacer las cosas –que no significa que les lleve a aplicarlos en la vida real- y actitudes y valores. Asimismo, de manera negativa, considera que pueden aprender nociones incorrectas o estereotipos de grupos, situaciones u ocupaciones, entre otros, cuando desconocen de qué se trata o han tenido escasa relación con ellos. Esto se debe a que necesitan buscar un significado a todo y encontrar definiciones. Como señala, “*precisamente en las zonas de lo poco familiar, lo inseguro y lo desconocido es en las que la televisión puede tener un efecto máximo sobre las actitudes y los valores*”, pero matiza que ello dependerá de las pautas que el niño haya adquirido a través de otros agentes socializadores: “*Es fácil que los niños sean particularmente vulnerables a las influencias externas, incluida la influencia de la televisión, si tienen pocas guías de conducta, carecen de experiencia relevante o si la familia y otros*

*agentes primarios del proceso de socialización no han aclarado suficientemente su punto de vista o no han ofrecido las normas necesarias. Si estas fuentes convencionales en el proceso de aprendizaje no están a mano o aparecen como inadecuadas, entonces es muy probable que se usen otras fuentes, incluida la televisión". Pero, en contraposición, "allí donde las actitudes y valores se encuentran bien formados es difícil que la televisión ejerza gran influencia"*²².

Charles y Orozco (1990: 36-37) también establecen que el niño como receptor activo es un 'aprendiz' constante de televisión, de la que aprende información, conceptos, actitudes, conductas, valores y significados. Muchas veces, como señalan, aprende aspectos que no se le quieren enseñar, en primer lugar, porque la programación 'instructiva' conforma una minoría de la oferta televisiva y, en segundo lugar, debido a que ningún espacio educativo garantiza que sólo se aprenda lo que se busca enseñar. Estos autores definen como 'mediaciones de aprendizaje en el proceso de ver la televisión' a las formas en que se concreta lo que el niño aprende y exponen las tres modalidades de denominarlas, en función de las teorías basadas, en mayor medida, en el campo de la psicología, o bien, en el de la sociología. De este modo, exponen que "*a diferencia de un **patrón cognoscitivo**, que subraya el procesamiento de la información y la estructura mental para llevarla a cabo y de un **repertorio**, que destaca lo sociocultural del conocimiento y da prioridad a la interpretación, un **guión** define secuencias específicas de acción y de interpretación*"²³. Desde el enfoque crítico que defienden, se quedan con el último concepto de 'guión', el cual afirman que se aprende a través de interacciones con el medioambiente y con los demás. Y, entre las 'instituciones sociales' en las que se otorga 'significación a los guiones del niño' destacan: la familia (la autoridad de los padres juega un papel central en la esfera de significación); la escuela (educa al niño como sujeto social, por lo que inculca normas sociales de conducta, valores, disciplina y respeto por las autoridades); y la televisión 'comercial' (en la que, en

²² Halloran, J. (Coordinación) (1974): *Los efectos de la televisión*. Editora Nacional, Madrid, pág. 63.

²³ Charles, M. y Orozco, G. (Coordinación) (1990): *Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios*. Trillas, México, pág. 41.

cambio, según indican, el niño es considerado como *“un receptor de entretenimiento y un consumidor potencial de programación, artículos y servicios (...) por lo general, sus guiones responden a metas económicas y políticas de los patrocinadores y los dueños de las cadenas de televisión”*²⁴ -este aspecto lo retomaremos cuando profundicemos en la oferta televisiva actual-). Sin embargo, arguyen que *“mientras prevalezca la idea de que no hay mucho por hacer en la relación del niño con la televisión, esta ganará más terreno como educadora indiscriminada del niño. Con base en estudios empíricos recientes, los investigadores comenzamos a entender cómo la influencia socializante de la escuela y la familia incide en el aprendizaje que los niños hacen de la programación televisiva”*²⁵.

Si bien es cierto que la saturación de contenidos mediáticos a los que nos exponemos diariamente puede producir una adquisición fragmentaria de contenidos aislados, sin coordinación o estructura alguna, al igual que los autores que hemos integrado en las referencias anteriores, Campuzano (1992) sostiene que para entender los mensajes será importante la interrelación con otros sistemas del entorno en el que se desarrolla el niño: *“en una situación en la que el ciudadano recibe más información de la que puede asimilar, la población infantil y juvenil obtiene mayor cantidad fuera de la escuela que dentro, los conocimientos que adquiere se muestran inconexos y sin relación aparente y los efectos de esta comunicación dependen en gran parte del ambiente en que se recibe...”*²⁶.

Los contenidos programáticos son muy denunciados por distintos sectores de la sociedad, como los padres, profesores, colectivos concienciados en el tema, asociaciones de usuarios, etc., no sólo por la ausencia de una oferta de calidad para la infancia y por la escasez de programas destinados a este segmento del público, sino también por las pautas negativas que transmite, a modo de contravalores.

²⁴ Charles, M. y Orozco, G. (*Coordinación*) (1990), op. cit., pág. 42.

²⁵ Ibid., pág. 46.

²⁶ Campuzano Ruiz, A. (1992): *Tecnologías audiovisuales y educación. Una visión desde la práctica*. Ediciones Akal, Madrid, pág. 19.

Después de realizar un repaso por el tipo de contenidos que la televisión emite para los niños y de la violencia que introducen esos programas, Urra, Clemente y Vidal (2000) concluyen que, en la actualidad, los niños y jóvenes son considerados como unidades de consumo, en mayor medida, que como ciudadanos que deben ser educados, formados y socializados en valores positivos. Asimismo, exponen como desde la televisión, imperan mensajes que ponen en tela de juicio el reflejo de la ética de nuestra sociedad: *“La televisión es violenta: esto es cierto e innegable. Tan cierto como que es mucho más violenta en los programas destinados al público infantil. Pero también es otras cosas: es tremendamente machista, favorece descaradamente a las clases medias y altas, y fomenta una serie de valores individualistas y hedonistas: el egoísmo y la satisfacción personal de casi todos los argumentos de los dibujos animados. Y ése es un problema muy serio: los niños, al igual que los mayores, están siendo socializados en valores que hacen que la violencia no sea sino un instrumento para alcanzar los fines deseados, los valores socializantes citados. Es por esta razón por la que el hecho de que aparezca o no violencia en la televisión no es tan importante como el que los valores de nuestra sociedad, reflejados en los medios de comunicación de masas, no son excesivamente éticos”*²⁷. No obstante, como señaló Postman (1991), ningún medio es excesivamente peligroso si se conocen sus peligros, para lo que hay que aprenderlos. En este sentido, los citados autores ofrecen una serie de pautas de actuación, para conocer el medio y aprovechar los aspectos positivos de la televisión, destinadas a padres y madres; maestros y maestras; niños y niñas; administraciones y televisiones (Urra, Clemente y Vidal, 2000: 91-128).

Desde un enfoque demoledor de la era actual, caracterizada por la ‘primacía de la imagen’ en contraposición con la de la lectura, Sartori (1998) etiqueta con calificativos relacionados con la imagen al hombre ‘homo videns’ y al ‘vídeo-niño’ y define a este último como *“un novísimo ejemplar de ser humano educado en el tele-ver -delante de un televisor- incluso antes de saber leer y escribir”*²⁸. Entre otras derivaciones que, según este autor, tiene que la televisión sea la primera escuela

²⁷ Urra, J.; Clemente, M. y Vidal, M. (2000), op. cit., pág. 73.

del niño, destaca que éste no lee, está ‘reblandecido por la televisión’ y será un adicto a los videojuegos. Y, entre los muchos perjuicios que tiene la televisión apunta que *“produce imágenes y anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender”*²⁹. No obstante, Sartori no aporta soluciones esperanzadoras a este desalentador panorama, sólo advierte que hay que tomar conciencia de la situación en la que la televisión parece la culpable de todos los males sociales, en especial, de los que conciernen a la infancia: *“Los padres, aunque como padres ya no son gran cosa, se tendrían que asustar de lo que sucederá a sus hijos: cada vez más almas perdidas, desorientados, anónimos, aburridos, en psicoanálisis, con crisis depresivas y, en definitiva, ‘enfermos de vacío’. Y debemos reaccionar con la escuela y en la escuela. La costumbre consiste en llenar las aulas de televisores y procesadores. Y deberíamos, en cambio, vetarlos (permitiéndoles solamente el adiestramiento técnico, como se haría con un curso de dactilografía). En la escuela los pobres niños se tienen que ‘divertir’. Pero de este modo no se les enseña ni siquiera a escribir y la lectura se va quedando cada vez más al margen”*³⁰. Por tanto, las instancias que, según este autor, deben tomar conciencia son los padres y la escuela, pero en lugar de utilizar un criterio constructivo, a su juicio, deberán intentar omitir este medio tan perjudicial de la vida de los niños, independientemente de que sea el que caracterice la sociedad actual, no sólo por su presencia sino también por su alcance.

A partir de la consideración de la influencia que la televisión ejerce en la educación del ciudadano y más en edades tempranas, en las que *“aumenta su receptividad para admitir como patrones de comportamiento los modelos que crea el medio audiovisual”*³¹, Chivelet (2002) denuncia la escasez de beneficios que posee ver la televisión en pro de la realización de otras actividades más dinámicas como el

²⁸ Sartori, G. (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus, Madrid, pág. 12.

²⁹ Sartori, G. (1998), op. cit., pág. 47.

³⁰ Ibid., pág. 150.

³¹ Chivelet, M. (2002): “Televisión y lectura, un proyecto común”, en Rivera, M. J.; Walzer, A. y García Matilla, A. (dirección y coordinación) (2002): Libro interactivo *Educación para la Comunicación*,

juego o la lectura *“enriquecedora de la imaginación, el lenguaje y la memoria inteligente”*. Chivelet advierte que el proceso de aprendizaje que experimenta el niño leyendo es inverso al de ver la televisión, puesto que en éste último se empieza por el todo y no por las partes, se conoce el objeto antes que la palabra que lo designa y se merma la curiosidad de saber dado que no se *“necesita llamar aquello que se cree poseer”*. Por estas razones, aporta la propuesta de un proyecto conjunto *“televisión y lectura”*, con el objetivo de fomentar las potencialidades de la segunda y aprovechar, como incentivo, la aceptación del soporte y los hábitos ya instaurados de la primera.

En el caso de los beneficios vs. desventajas del uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y, haciéndolo extensible también al medio televisivo, Espinosa y Ochaíta (2002) exponen el enfrentamiento entre dos posturas teóricas. La primera denuncia los perjuicios que conllevan en la interacción del niño con su grupo de iguales y con los adultos, además de en la realización de otras actividades de ocio y tiempo libre. Mientras que la segunda apuesta por las opciones que posibilitan los nuevos medios. Espinosa y Ochaíta se aproximan, en mayor grado, a esta última lectura, sin olvidar el valor que tienen los agentes de socialización tradicionales, y apuntan la incidencia de las nuevas tecnologías en el desarrollo infantil: *“influyen en su estilo de vida, modifican sus formas de entretenimiento y de relación, estimulan determinadas capacidades y sirven para enseñar ciertos valores”*³². Asimismo, consideran que ya que las nuevas tecnologías, y en especial la televisión, forman parte de la vida de los niños habría que reflexionar sobre la forma y el contenido que deben adoptar con el fin de contribuir positivamente a su desarrollo. Además, añaden los beneficios que puede tener la televisión en la autonomía del niño: *“puede jugar un importante papel respecto a satisfactores como la relación con los adultos, la interacción con iguales,*

Televisión y Multimedia. Master de Televisión Educativa de la Universidad Complutense y Corporación Multimedia, Madrid.

³² Espinosa, M^a A. y Ochaíta, E. (2002): *“¿Quién es el niño?”*, en Rivera, M^a J.; Walzer, A. y García Matilla, A. (Dirección y coordinación) (2002): Libro interactivo *Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia*. Master de Televisión Educativa de la UCM y Corporación Multimedia, Madrid.

la educación formal, la educación informal, el juego y tiempo de ocio, la protección de los riesgos psicológicos y la aceptación y adecuada satisfacción de necesidades sexuales". Por estos motivos, estiman necesario "adoptar todo tipo de medidas encaminadas tanto a regular los contenidos televisivos como el uso que nuestros niños, niñas y adolescentes hacen de este medio, para potenciar al máximo su autonomía"³³.

Es curioso que, dentro de las distintas funciones familiares, sean los padres (cabezas de familia) quienes consideran que la televisión rompe las relaciones entre los miembros de la familia, debido a que perciben una pérdida de dominio o de autoridad hacia sus hijos, como expone Callejo (1995: 176-177) cuando fundamenta el análisis de los discursos más destacados que tuvieron lugar en los grupos de discusión que realizó como metodología de su investigación. Sin embargo, este sociólogo se opone a dicho juicio, ya que aboga porque la televisión "no es la institución-sujeto que desune la familia. Es más, puede decirse que en muchos sentidos la une. Lo que principalmente hace el uso televisivo es inscribirse en las relaciones familiares. La televisión puede ser fuente de problemas en el interior de la familia cuando ya existe conflicto en la familia, cuando la asunción y distribución de los papeles en la microestructura familiar no está suficientemente sostenida..."³⁴.

Asimismo, atendiendo a las relaciones entre televisión y vida cotidiana, Silverstone (1994: 71-76) reseña que este medio ya no se concibe sólo como un elemento que desplaza otras actividades diarias ni se reduce a ser un enemigo de las relaciones familiares, sino que, al contrario, comienza a considerarse como un generador de la actividad familiar, incluso se convierte en un miembro más de la familia, "en la medida que se la ha incorporado a la pauta cotidiana de relaciones sociales domésticas y constituye el foco de cierta energía emocional o cognitiva que, por ejemplo, libera o contiene tensiones o brinda una sensación de seguridad o

³³ Espinosa, M^a A. y Ochaíta, E. (2002), op. cit.

³⁴ Callejo, J. (1995): *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*. Centro de Investigaciones Sociológicas, Siglo Veintiuno de España Editores, Madrid, pág. 176.

comodidad. También puede decirse que es un miembro más de la familia en tanto expresa la dinámica de la interacción familiar, la dinámica de las identidades y relaciones tanto de género como de edad...³⁵.

Es un hecho que la televisión, para bien o para mal, ha adquirido cada vez mayor protagonismo como agente socializador. Su función como principal compañera en el tiempo de ocio de los niños resta tiempo al ejercicio de otras alternativas no sólo la lectura sino también la práctica de deportes, el juego en la calle con su grupo de iguales y la convivencia ciudadana. No obstante, compartimos la postura de que la práctica televisiva, los hábitos de consumo y el aprendizaje de los mensajes que este medio proporciona dependerán de otras mediaciones, entre las que la familia y la escuela ocupan un papel fundamental. Por ello, es interesante saber convivir con la televisión, sin caer en lo fácil de quejarnos de todos sus peligros, como correspondería a una postura 'apocalíptica'; ni aplaudir todas las virtudes del medio sin considerar sus desventajas, desde una visión 'integrada', haciendo uso de los términos que propuso Eco (1968). Se trata de utilizar sus potencialidades conociendo su uso, a través de la competencia televisiva requerida, y contrastarlas con el resto de agentes mediadores, no sólo por el hecho de comparar los significados, sino para enriquecer la lectura desde varias perspectivas e interpretaciones que no sólo la unitaria del que la percibe y también para prolongar al máximo el proceso de interacción con el medio o el acto de negociación del significado y, así, profundizar en él con el fin de mejorar el conocimiento presente y las futuras experiencias con el medio televisivo.

³⁵ Silverstone, R. (1994): *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu editores, Buenos Aires, pág. 76.

3.2. LOS “MICROSISTEMAS”: LA FAMILIA, LA ESCUELA Y EL GRUPO DE IGUALES.

El nivel de desarrollo cognitivo supone, pues, el primer condicionante a la hora de recibir e interpretar los mensajes de la televisión. No obstante, como mantiene Halloran (1974: 64), igual que la edad puede ser un importante factor de diferenciación con relación a los comportamientos televisivos y sus efectos, también pueden serlo, entre otros, la clase social, el nivel de educación, la influencia de los padres, las formas de amistad y la afiliación a otros grupos. De todos estos, serán la familia, la escuela y el grupo de amigos los que conformarán el segundo estrato o círculo del modelo ecológico, los denominados “**microsistemas**”. Así, las distintas variantes en las ‘maneras de entender y ejercer’ que se produzcan en cada uno de estos contextos cambiará la forma de interacción que el niño mantenga con los medios. Por cierto, estas mediaciones coinciden con las denominadas por Orozco (1996) de tipo de “*situacional*”, haciendo referencia a los contextos más habituales de recepción y reapropiación de los significados de los contenidos televisivos.

En este sentido, el microsistema familiar supone el “*primer escenario de apropiación del contenido televisivo*”³⁶, así los hábitos de consumo que se tengan en el hogar influirán en el sentido que el niño otorgue a los mensajes. La investigación “TV, Currículum y Familia” propone, precisamente como una de las alternativas para “*recrear la televisión*”³⁷, el alcance que puede tener para el niño compartir con sus padres el tiempo dedicado al medio, a partir de la instauración de un diálogo entre ellos: “*Ver la TV con los hijos y comentar con ellos los programas al finalizar los mismos, constituye uno de los mejores caminos para lograr una auténtica comunicación en familia y un conocimiento por parte de los padres de los gustos, aficiones y actitudes de los hijos. Los comentarios de los adultos, receptivos y respetuosos con las opiniones de los ‘pequeños’ pueden suponer una ayuda para la*

³⁶ Orozco, G. (1996), op. cit., pág. 41.

³⁷ Véase en Aparici, R. y García Matilla, A. (*Dirección*) y otros (1995): *Televisión, Currículum y Familia*. MEC, Madrid, capítulo V “Recrear la televisión: Alternativas y Propuestas”, págs. 294-306.

*interpretación y comprensión de los contenidos televisivos y de la propia sociedad*³⁸.

Como consecuencia, la soledad o compañía será un primer factor determinante de la relación entre el niño y el medio. Básicamente, el comentario de la programación con los padres supone un mayor distanciamiento de lo transmitido, al menos se cuenta con más lecturas e interpretaciones; mientras que ver la televisión en solitario puede implicar -si el sujeto no está preparado para ello- una falta de cuestionamiento de lo emitido. A este respecto, los autores del libro *“El tercero ausente”*, donde se publica el proceso y resultados de la investigación que hemos citado relativa a la función que juegan los adultos en la relación entre niños y televisión, exponen que *“La ausencia de adultos en la relación entre niño y televisión deslegitima las mediaciones posteriores. Pero tal vez no sea demasiado tarde para empezar. Si se considera a la televisión como un notable enemigo para la educación y para el desarrollo del niño, tal vez lo mejor sea unirse a él y utilizar el medio y la relación del niño con el medio, para formarle en la recepción crítica de los mensajes televisivos y, en definitiva, de los mensajes del mundo”*³⁹.

El lugar de emplazamiento de la pantalla también influye en mantener una interrelación diferente con el medio. Tradicionalmente, ha estado ubicada en el centro del salón en la gran mayoría de los hogares, como gran referente con el que se come y se cena, alrededor del cual se sitúan todos los miembros de la familia.

Como ya destacamos en el capítulo referente a los desarrollos que ha seguido la investigación en materia de recepción, la relación entre televisión y familia ha sido un tema de especial interés dentro de la corriente de los estudios culturales, desde la perspectiva del espacio doméstico como lugar natural en el que

³⁸ Aparici, R. y García Matilla, A. (*Dirección*) y otros (1995), op. cit., pág. 296.

³⁹ García de Cortázar, M.; Callejo Gallego, J.; del Val Cid, C.; Camarero Rioja, L. A. y Arranz Lozano, F. (1998): “El tercero ausente. Investigación empírica sobre el papel de los adultos en la relación entre niños y televisión”. Estudios de la UNED, Madrid, pág. 207. Citado por García Matilla, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Gedisa, Barcelona, pág. 187.

se 'mira'. La televisión ha sido considerada en el contexto de las relaciones de poder, dependientes de variables como el género o la edad. Como señalan Grimson y Varela (1999), "el estudio de los modos de ver en el contexto doméstico implica el estudio de las 'políticas del living-room', de la negociación en las elecciones de programas"⁴⁰. Un ejemplo es el mencionado trabajo *Family Television* realizado por Morley (1986) en el que entrevistó a las familias en el seno de sus propios hogares para observar las diferencias, principalmente de género, en los modos de relacionarse con la televisión entre los distintos miembros de la familia. En cuanto a la diferencia de roles entre sexos, apunta que el modelo dominante de la sociedad actual se aplica a la investigación de la televisión, en el sentido que es una práctica de ocio de la que los hombres pueden disfrutar plenamente, mientras que las mujeres sólo lo hacen con culpa, debido a su sentimiento de responsabilidad. Morley estudia las diferencias de género en aspectos tan interesantes como el poder de elección de programas, los estilos de mirar televisión, la planificación o no de esta práctica o las preferencias de tipos de programas y en todos los casos encuentra particularidades relativas a cada uno de los sexos (1986: 210-229). Respecto al control sobre la elección de programas, destaca que el poder masculino es el factor determinante cuando hay distintas peticiones, lo que se hace evidente en el manejo del mando a distancia: "*Es característico que el aparato de control remoto sea posesión simbólica del padre (del hijo, si aquel está ausente); su lugar es el 'brazo del sillón de papá', y él es casi el único que lo usa. El aparato de control remoto es un símbolo muy visible que condensa relaciones de poder*"⁴¹.

Aunque la pantalla sigue estando ubicada en el lugar privilegiado de la casa, como centro neurálgico, comienza a ser habitual tener instalados, además, receptores en las habitaciones de cada uno de los miembros del hogar. Por lo tanto, los niños empiezan a contar con un aparato propio en su dormitorio rodeado de sus juguetes y enseres. Las estadísticas así lo confirman, como reseñan Urrea, Clemente

⁴⁰ Grimson, A. y Varela. M. (1999): *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Eudeba (Editorial Universitaria de Buenos Aires), Buenos Aires, pág. 21.

⁴¹ Morley, D. (1996): *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires, Amorrortu editores, pág. 213.

y Vidal (2000), según la Comisión Especial de Contenidos Televisivos, en 1995, trece de cada cien niños disponían de televisión en su habitación. Y, sólo cuatro años después dicha cifra pasa a duplicarse: *“tenemos datos que constatan que algo más del 30% de los niños evaluados por nosotros en Madrid y A Coruña poseen televisión en su habitación”*⁴². Esta situación puede ser un reflejo de que, en muchos casos, los padres no sólo no ven la televisión con sus hijos, sino que no saben lo que están viendo ni a qué hora la apagan.

A este respecto, Ochaíta (1998) señala que la televisión y el vídeo, junto con los videojuegos y ordenadores, se están convirtiendo en los nuevos compañeros de los niños. Prueba de ello son las cifras que apunta, citando a Rico (1992), quien en su libro novelado *“TV fábrica de mentiras”* refleja, en la coyuntura que vive un personaje de ficción y que podría corresponderse con cualquier niño actual, cuál es la situación real a la que nos enfrentamos en nuestro país: *“Lo grave es que Cardito (nombre del protagonista) en vez de relacionarse con sus padres, sus hermanos y sus amigos –un 31 por 100 de los niños ven siempre solos la televisión y otro 35 por 100 solamente en ocasiones la ven con sus padres- establezca una relación unilateral y exclusiva con la pequeña pantalla”*⁴³.

Además, Ochaíta recoge que *“en un estudio semejante realizado por Del Río y Álvarez en 1993 se puso de manifiesto que el 100% de los niños españoles de entre 10 y 15 años veían la televisión y que sólo el 36,4% lo hacía junto con sus padres”*. Y, entre los motivos que influyen en el elevado consumo en solitario de la televisión por parte de los niños, apunta los siguientes: *“los cambios en la estructura y dinámica de las nuevas familias españolas, con la incorporación de la mujer al trabajo productivo que puede disminuir el tiempo que padres y madres dedican a estar con sus hijos; la baja tasa de natalidad de la población española que hace que*

⁴² Urra, J.; Clemente, M. y Vidal, M. (2000), op. cit., pág. 55. (Javier Urra fue Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid en el periodo que se cita).

⁴³ Rico, L. (1992): *TV: Fábrica de mentiras*. Espasa Calpe, Madrid, pág. 22.

la mayor parte de los niños no tengan hermanos o hermanas; el aislamiento de los niños en las grandes ciudades, etc."⁴⁴.

Todas las causas citadas hacen que la televisión haya adquirido un rol como acompañante o institutriz de los niños en el tiempo de ocio, por ello, se la ha bautizado como "niñera electrónica".

De hecho, en la investigación llevada a cabo por Callejo (1995), en la que se indagaba sobre las formas de consumo y uso de la televisión por parte de diferentes estatus sociales, en función de las variables edad, género y ocupación, las mujeres activas con hijos eran las que más reafirmaban esa característica en la representación de la televisión como niñera o "*aliada imprescindible para mantener a los niños quietos en un lugar de la casa*"⁴⁵.

Sanz Rubiales (1995) cuestiona y crítica esta situación: "*La televisión se encarga de todo lo que no hacen papá y mamá. Indica a los pequeños que hay que ir al colegio, los despierta y les da las buenas noches antes del sueño. Pero no se puede hablar con ella. Un niño pequeño se pregunta constantemente el porqué de casi todo. '¿Por qué la luna no se cae?', '¿Por qué ese señor es negro?', '¿Por qué el mar tiene tanta agua?', '¿Por qué tengo que ir al colegio?' Estos enigmas los resolvían papá y mamá, pero la pequeña pantalla no contesta. Se limita a presentar una sucesión de imágenes y diálogos que, muchas veces, provocan un caos en el pequeño televidente. Luego vienen las pesadillas y la confusión entre realidad y ficción. Y los padres comentan que 'este niño es muy raro'. Cuando lo que resulta 'raro' es que tengan un hijo para que lo eduque la televisión*"⁴⁶.

Vallejo-Nágera (1987) valora esta circunstancia como contradictoria: "*...son los propios padres quienes estimulan y facilitan a sus hijos la prolongada exposición*

⁴⁴ Ochaíta, E. (1998), op. cit., edición de la autora.

⁴⁵ Callejo, J. (1995), op. cit., pág. 98.

⁴⁶ Sanz Rubiales, J. (1995): *Medios de comunicación: Aprender a ser críticos*. Ética, Madrid, pág. 97.

*ante la pequeña pantalla, aunque paradójicamente son ellos los que más se alarman por los efectos poco beneficiosos que, inconscientemente, presuponen al televisor, al que adjudican calificaciones como la de 'caja tonta', 'come cocos', etc."*⁴⁷.

En este sentido, son significativos los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a padres dentro de la investigación elaborada por Marta y De Ángel (1997), en los que destaca que *"a la pregunta acerca de qué tipo de contenidos desearía que se emitieran para el público infantil hay clara unanimidad en que lo deseable serían 'programas educativos y entretenidos de calidad'. El calificativo 'entretenidos' predomina considerablemente en las respuestas de los padres en los casos que trabajan fuera del hogar ambos miembros de la pareja, ya que arguyen no disponer de demasiado tiempo para jugar y ver la televisión con sus hijos..."*⁴⁸. A pesar de que, en este estudio, se concluye que los contenidos es lo que más preocupa a la mayoría de los padres, porque consideran que en la programación televisiva existen más aspectos negativos que positivos (violencia y agresividad, manipulación política o propaganda, subjetividad informativa, consumismo/anuncios, falta de calidad, programas basura, falta de oferta infantil, pornografía, ...), junto con las consecuencias que causa ver la televisión (falta de comunicación familiar, 'comedura de coco' y crea dependencia) se especifica que *"un 20% de los encuestados reconoce abiertamente no comentar ni explicar a sus hijos nada de lo que ven. En la mayoría de los casos, alegan no sentirse preparados ante los cambios tecnológicos de los medios, asimismo tampoco conocen bien los formatos y contenidos, con lo cual no se creen capacitados para transmitir una buena información y educación televisiva a sus hijos"*⁴⁹.

⁴⁷ Vallejo-Nágera, A. (1987): *Mi hijo ya no juega, sólo ve la TV. ¿Qué puedo hacer?*. Ediciones Temas de Hoy, Madrid, pág. 14.

⁴⁸ Marta Lazo, C. y De Ángel García, N. (1997): "Análisis empírico sobre la decodificación del mensaje televisivo, según el proceso evolutivo en niños de clase media de 4 a 7 años". Investigación realizada en el marco del curso de doctorado *"Televisión y multimedia para la educación"*, dirigida por Agustín García Matilla, en el Departamento de Periodismo II de la UCM. Edición de las autoras, Madrid.

⁴⁹ Marta Lazo, C. y De Ángel García, N. (1997), op. cit.

Nos encontramos, pues, con un doble dilema: los padres estiman que la televisión transmite valores negativos a sus hijos y, sin embargo, no disponen de tiempo suficiente ni consideran que tienen la formación necesaria para prepararles ante todo el caudal de referentes provenientes de la pantalla. No obstante, podrían intervenir en el uso que los más pequeños hacen de la televisión puesto que ellos mismos, como padres, suponen un modelo de consumo para sus hijos. Como señala Agueda (1999): *“la actitud familiar ante la televisión tiene mayor trascendencia si consideramos que ésta comienza a influir de forma sistemática desde la primera infancia, ya que los modelos paternos de esta época se mantienen en los períodos de mayor plasticidad en la evolución de los niños”*⁵⁰.

Por su parte, Younis (1993) establece un símil entre una casa y la mente de los niños y asegura que, si los educadores (padres y maestros) intervienen, los pequeños ‘amueblarán’ mejor su mente, porque la capacidad de influir de la televisión dependerá de la cantidad de ‘habitaciones’ y de la calidad de los ‘muebles’ (experiencias y conocimientos) que tengan los niños, para los que la ayuda de un adulto en su construcción es básica. Como argumentos, que además han sido demostrados, apunta, entre otros, que lo fundamental no consiste en lo que el niño vea sino en cómo lo vea, es decir, si está su padre o madre a su lado para explicarle lo que no entienda de la televisión. Al mismo tiempo, señala que los niños de familias que valoran el aprendizaje de principios como la solidaridad, el respeto mutuo o la cooperación estarán menos influidos por los mensajes (se supone que integran *contravalores*) que los niños de familias que prestan menos atención a los citados valores. Asimismo, afirma que algunos estudios han mostrado que *“la credibilidad que los padres asignan a la televisión, y en general su actitud hacia ella, influye en cómo se relacionará después ese niño con la televisión. Si los padres se pasan buena parte del tiempo viendo televisión, están invitando a que los hijos los imiten...”*⁵¹. Aquí, no hay que olvidar que las cifras delatan a los propios padres cuyo

⁵⁰ Agueda, J. I. (1999): *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Paidós, Barcelona, pág. 31.

⁵¹ Younis, J. A. (1993): *El aula fuera del aula. La educación invisible de la cultura audiovisual*. Librería Nogal Ediciones, Las Palmas de Gran Canaria, pág. 175.

consumo es bastante más elevado que el que realizan sus hijos⁵², este es el ejemplo que les dan, aunque su problema para ver la televisión con ellos sea, paradójicamente, la “escasez de tiempo”.

En palabras de Serrano (2003), la ‘experiencia’ es la única que nos enseña a ver la televisión. En ello, radica la importancia que tiene establecer criterios razonables con los hijos en la planificación del consumo televisivo. De esta forma, en su ‘guía para padres y educadores’ propone una serie de diversas pautas de actuación que pueden seguir los padres:

1. *“No use el televisor como ‘canguro’. Proporcione al niño otras alternativas para mantenerse entretenido y ocupado: jugar, conversar, estudiar, ver a sus amigos,...*
2. *Sea siempre directo y claro cuando quiera que el niño deje de ver la televisión. Procure que coincida el fin de la sesión pactada con él con el final de un programa, ya que a nadie le gusta dejar un programa a medias.*
3. *Si un programa interfiere con la cena, con el momento de acostarse o con otros planes de la familia, es preferible no dar permiso para verlo.*
4. *Evite las escenas de violencia cargadas de realismo. No pasa nada por apagar el televisor ante determinadas imágenes siempre que se dé una explicación.*
5. *Observe cuáles son los programas favoritos de sus hijos y por qué.*
6. *Controle el tiempo que están frente al televisor. Actualmente los niños ven una media de tres horas y media de televisión al día. Lo recomendable es que no supere la hora.*
7. *No deje que los niños se peguen demasiado al televisor, para que su vista no salga perjudicada.*
8. *Es importante observar qué ven los niños (los contenidos de la televisión) y cómo la ven. Deben estar acompañados de adultos que contribuyan a*

⁵² Véanse, en el Anexo IX, los datos de audiencia correspondientes al año 2002, en los que se observa que los adultos realizan un consumo más elevado que los niños. Fuente: T.N. Sofres.

*explicar lo que se está viendo y den un sentido o censuren aquello que sea criticable)*⁵³.

De igual modo, entre otras formas de intervención desde el núcleo familiar, Espinosa y Ochaíta (2002) proponen las siguientes funciones: *“dosificar el consumo televisivo, establecer hábitos de ocio alternativo, seleccionar los contenidos televisivos, aprovechar el acceso a realidades desconocidas con fines formativos, enseñar aspectos básicos del código televisivo, así como contextualizar y valorar los programas”*⁵⁴. Algunas de estas tareas no poseen un grado excesivo de dificultad para los padres, únicamente exigen un compromiso para con sus hijos, mostrando interés por una cuestión tan importante como es el aprendizaje que la televisión proporciona a los niños y prestando el tiempo necesario. Sin embargo, como apuntan dichas autoras, la responsabilidad de la formación de los niños y niñas en lo referente a la televisión no puede recaer sólo en los progenitores, precisamente por las advertidas limitaciones. *“De ahí la necesidad de que tanto la escuela como los responsables de las cadenas televisivas y los poderes públicos tomen conciencia de la importancia que este medio tiene a la hora de formar a los jóvenes”*⁵⁵.

En un estudio titulado *“La televisión y los niños”* realizado por el CIS (2000)⁵⁶, resulta interesante que aunque un 42% de los padres contesta que *“preocuparse por los programas de televisión que ven los niños y adolescentes es una labor exclusiva de los padres”*, también un significativo 30% responde que *“los verdaderos responsables de lo que ven nuestros hijos en televisión son los programadores de las distintas cadenas”*. Además, un 25% opina que *“los padres no*

⁵³ Serrano, J. F. (2003): *¿Medios de comunicación?. Guía para padres y educadores*. Bilbao, Editorial Desclée de Brouwer, págs. 86-87.

⁵⁴ Espinosa, M^a A. y Ochaíta, E. (2002), op. cit.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ La población objeto de estudio era de niños con edades comprendidas entre 7 y 16 años. La finalidad era “conocer los hábitos y comportamientos de los niños españoles ante la televisión”. En el cuestionario, también se introducía un conjunto de preguntas realizadas a los padres. Los resultados de este estudio, que se corresponde con el nº 2.391, se encuentran publicados en el Boletín del Centro de Investigaciones Sociológicas, CIS, nº 26, que puede consultarse en la web <http://www.cis.es/boletin/26/tele.htm>.

pueden estar en todo, y necesitan también el apoyo de los maestros y profesores para enseñar a ver la televisión a sus alumnos”.

La escuela supone, por tanto, otra “comunidad de apropiación del contenido televisivo”, siguiendo, de nuevo, la expresión de Orozco (1996), para quien, “*el ambiente escolar, la actitud del maestro frente a la televisión, el clima pedagógico que impera en el salón de clase y la organización escolar inciden en delimitar el tipo de intercambio que realizan los alumnos, tanto dentro del aula como en los espacios para el juego*”⁵⁷.

Los alumnos pueden aplicar también en su hogar lo relativo a la lectura de medios que aprenden en el aula: las técnicas, sistemas y códigos que se utilizan para conseguir el significado de las imágenes, además de la clara diferenciación entre realidad y su representación a través de los medios o de la ideología a la que responde cada mensaje, según el medio del que provenga. Todo ello formará parte de su competencia televisiva. Y, como participantes en el proceso de interacción con el medio, podrán también adquirir o fomentar la capacidad de ofrecer alternativas y crear nuevos mensajes.

Con el fin de perseguir esa finalidad práctica mediante la educación en televisión, Pérez Tornero (1994) plantea que la comprensión desde una perspectiva crítica no es suficiente, sino que hay que llegar a una ‘praxis activa ante el televisor’ y reivindicar ‘la primacía del usuario, su autonomía y su libertad’. Para lograr esos objetivos, considera que “*obliga a formar en la libertad en el uso del medio: en la libertad que provoca la comprensión inteligente; libertad asociada a la posibilidad de recreación de sentidos y de reinterpretación de los mensajes; libertad, finalmente, para usar -tanto en el terreno privado como público- las potencialidades del medio en función de nuestros proyectos e intereses*”⁵⁸.

⁵⁷ Orozco, G. (1996), op. cit., pág. 41.

⁵⁸ Pérez Tornero, J. M. (1994): *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*. Barcelona, Paidós, pág. 138.

Para ello, García Matilla (2002) argumenta, siguiendo la terminología de Kaplún, que los profesores deben ser más que nunca “facilitadores” del aprendizaje para dar a los alumnos instrumentos para la creatividad y para desarrollar sus posibilidades expresivas. Esta formulación, según plantea, requiere tres cambios en el sistema escolar, en general, y en los profesionales de la educación, en particular:

1. *“Lo primero que habrá que cambiar es esa mentalidad funcionarial tan instaurada entre los responsables de la educación de muchos países. Una mentalidad que también se extiende a muchos de los profesionales de la educación que han creado sus propias corazas para defenderse de lo que ellos perciben como incomprensión y falta de reconocimiento social.*
2. *En segundo lugar, habrá que cambiar también el discurso con respecto a los contenidos y a los diferentes niveles educativos. Si, por un lado, sigue siendo imprescindible reforzar los conocimientos tradicionales de la lectura o de la escritura, como útiles imprescindibles para entender el mundo, o de las matemáticas, como base del conocimiento científico, o de la cultura clásica y de la historia, como contenidos necesarios para la conservación de nuestra propia memoria histórica, también lo será promover los conocimientos que ayuden a la persona a ser autónoma y a tener un pensamiento crítico propio y fundamentado.*
3. *En tercer lugar, habrá que pensar que los seres humanos son seres nacidos para la comunicación y no para el silencio y la sumisión, por lo tanto, la educación para la comunicación deberá desarrollarse como un contenido fundamental en todos los niveles educativos. Para ello, habrá que evitar el fenómeno que se ha producido hasta ahora y que lleva aparejado que el currículo se nutra de asignaturas que crecen como hongos según coyunturas políticas: por ejemplo, la informática pasa a ser una prioridad o el conocimiento de Internet desbanca a la enseñanza de los audiovisuales, o dado que el consumo del alcohol en los jóvenes alarma a la sociedad, se propone la creación de una asignatura de*

*educación para la salud. Muchos de esos contenidos que aparecen o desaparecen de forma arbitraria y caprichosa deberían vincularse con ese gran contenido que es la **educación para la comunicación** –un contenido que, por otra parte, debería atravesar todo el currículo-⁵⁹.*

Hace casi tres décadas que Francisco Gutiérrez (1975) planteaba las nuevas necesidades que habían surgido ya en el sector de la enseñanza: *“La empresa en la que estamos metidos -la educación más que ninguna otra- exige imperiosamente que pongamos la vista en el futuro. Pero no estamos educados para ello; más bien, tratamos de ver el porvenir ‘a través del retrovisor’. Esta crisis existencial debe ser atribuida, como afirma M. Mead, a la abrumadora celeridad del cambio que nos ha obligado a entrar en un período sin precedentes en la historia, en el que los jóvenes asumen una nueva autoridad mediante su captación prefigurativa del futuro aún desconocido”⁶⁰.*

Ese futuro, que Gutiérrez fechaba en el año 2000 ya ha quedado desfasado y la situación del sistema educativo sigue siendo la misma. Por este motivo, en ese futuro en pretérito perfecto, sigue estando vigente el modelo del “lenguaje total” que Gutiérrez retomó de Vallet y llevó a la práctica en Costa Rica. Ese modelo es el equivalente, como él mismo contempla, al lenguaje “audio-scripto-visual” de Cloutier, es una síntesis de todos los lenguajes o lenguaje integral como pedagogía, que ofrece al educando la posibilidad de *“pasar del status de receptor-consumidor al de perceptor-creador”⁶¹*. Desde este modelo (1975: 134), los medios pasan a ser agentes de expresión en los que los educandos participan, las técnicas de comunicación dialógica aportan nuevas formas de convivencia más humanizantes y la pedagogía pasa a ser ‘no-directiva’ sino creadora y dinámica, convirtiendo a los educandos en ‘gestores de su propia historia’.

⁵⁹ García Matilla, A (2002): “Una Televisión para la Educación en el siglo XXI. Mucho más que un servicio público esencial”, en Rivera, M. J.; Walzer, A. y García Matilla, A. (dirección y coordinación) (2002): Libro interactivo *Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia*. Master de Televisión Educativa de la Universidad Complutense y Corporación Multimedia, Madrid.

⁶⁰ Gutiérrez, F. (1975): *Pedagogía de la comunicación*. Humanitas, Buenos Aires, pág. 17.

⁶¹ Ibid., pág. 126.

El desarrollo de la convergencia multimedia ha creado nuevos sistemas expresivos y fórmulas de comunicación, sirviendo de soporte medios tradicionales como la pantalla de televisión, pero con mayor número de posibilidades, tanto por el incremento geométrico de las ofertas como por las nuevas opciones que presentan, por ejemplo las ofertas de las plataformas digitales y por cable. Esta nueva concepción de destinatario, que a su vez es cliente de múltiples servicios a los que puede acceder directamente, genera nuevas necesidades de formación para el ejercicio autónomo y crítico y ese aprendizaje debe plantearse y potenciarse desde la escuela.

Como indica Cebrián Herreros (1995), enseñar a ver y a analizar televisión *“se hace más imprescindible a partir de las tendencias narrativas audiovisuales que incorporan nuevas dificultades a la lectura por la aceleración de la cadencia de planos, por la complejidad del montaje, por el ritmo expositivo y por la densidad de información que se acumula en cada situación”*⁶².

Por lo tanto, es de suma importancia que la escuela se replantee la preparación de sus alumnos para el mañana inmediato, ya que igual que no se puede entender el presente sin asentar las bases de la historia, tampoco se podrá vivir el futuro ya presente sin aprender los retos que nos plantean las nuevas tecnologías y sus derivaciones (canales temáticos, multimedias, redes,...) con un uso individualizado de las mismas.

Si bien cada vez es mayor el caudal de ámbitos de conocimiento que se exige a la educación, la televisión ha adquirido tal preponderancia y trascendencia en la sociedad actual que, desde el sistema educativo, debe plantearse como una de sus “prioridades”. En este sentido, como se refleja en los argumentos que expone García Matilla (2003) como respuesta a *“¿Por qué necesitamos la televisión para educar?”*, razones no faltan, ni en cantidad ni en grado de justificación:

⁶² Cebrián Herreros, M. (1995): *Información audiovisual: Concepto, Técnica, Expresión y Aplicaciones*. Síntesis, Madrid, pág. 512.

“Simplemente porque es un medio importante de socialización, porque su nivel de implantación en la sociedad actual hace que no tenga competidor posible, porque esto la convierte potencialmente en un medio capaz de compensar ciertas desigualdades sociales, porque es transmisor de normas, valores y conceptos que compiten con las que suministran la familia y el sistema educativo, porque a pesar de las críticas de algunos intelectuales es un medio que da facilidades para acceder a determinados conocimientos, porque sirve de contraste permanente con la escuela, porque las horas de inversión de capital humano e intelectual que requiere le suponen un gran esfuerzo a la sociedad, porque ese esfuerzo es pagado de manera más o menos directa por todas las ciudadanas y ciudadanos, porque la escuela está perdiendo la batalla de la educación y necesita más apoyos que nunca, porque existen experiencias emblemáticas que demuestran las inmensas posibilidades del medio, porque la nueva televisión va a permitirnos llevar a la práctica un concepto de educación integral que implica identificar a este medio con otros servicios de valor añadido, incluyendo el acceso a Internet, etcétera”⁶³.

Aguaded (1999) también arguye que desde las aulas no puede olvidarse la televisión, con el fin de que los alumnos aprendan su uso, *“si la escuela ha de tender a la educación armónica de los alumnos para que adquieran, tanto plena conciencia de sí mismos, como autonomía en su actuación, ¿cómo ignorar la poderosa influencia del medio televisivo y no ayudarles a conocer, comprender, interpretar y usar la televisión? Es necesario por ello que, desde el aula, se aprovechen las indudables potencialidades educativas del medio y que, al mismo tiempo, se favorezca que los chicos y chicas puedan defenderse del acoso manipulativo que con mucha frecuencia -y no siempre de forma patente- está explícito en los mensajes audiovisuales”⁶⁴.* Y más teniendo en consideración que se trata de una generación que *“por su edad, no sólo ha crecido con la existencia de la televisión, sino que ha nacido y crecido en un entorno televisivo plenamente*

⁶³ García Matilla, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Gedisa, Barcelona, pág. 28.

⁶⁴ Aguaded, J. I. (1999), op. cit., pág. 112.

*formado, por lo que ven la televisión como un elemento 'natural' en su vida cotidiana y no se plantean el 'para qué'... No perciben la existencia de un 'poder tras el medio', lo asumen como algo intrínseco al medio'*⁶⁵.

Charles y Orozco (1990) consideran una *obligación* integrar este tipo de enseñanza en el sistema educativo y exponen los siguientes criterios: "*Ya que los medios de comunicación son elementos importantes en la conformación de la visión de la realidad y del entendimiento que del entorno tienen los educandos, el aparato escolar no puede tomar una posición pasiva ante este problema; más bien tiene la obligación de proveer los elementos necesarios para que los educandos puedan establecer una distancia crítica y reflexiva ante los mensajes a los que están expuestos*". Como señalan, esa distancia reflexiva ha sido bautizada de diversas maneras "*educación para los medios, recepción crítica o recepción activa y hay un gran número de experiencias en diversos países del mundo a este respecto, tanto en programas de educación formal como no formal*"⁶⁶.

Las experiencias y programas más significativos para fomentar la competencia mediática de los alumnos desde un enfoque didáctico y escolar se han llevado a cabo en América, Europa y Australia. En estos contextos, Aguaded (1999) realiza un repaso de las que han sido más interesantes⁶⁷, desde el planteamiento de que se han consolidado o de que se citan en textos científicos, por tener vías de comunicación más fluidas:

- En Europa, los proyectos más destacados se han desarrollado en Francia (la campaña nacional *Jeune Téléspectateur Actif* -finalizó en 1982-. En la actualidad, el organismo que se ocupa de la educación en medios es el *Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information*); en Bélgica (el *Conseil de l'Éducation aux Médias* con

⁶⁵ Callejo, J. (1995), op. cit., págs. 27-28.

⁶⁶ Charles, M. y Orozco, G. (*Coordinación*) (1990), op. cit., pág. 77.

⁶⁷ Véase en Aguaded, J. I. (1999), op. cit., el desarrollo de algunas de las características, objetivos y contenidos de estos proyectos, págs. 283-317.

programas de integración de la televisión y los medios en los currículos escolares. En el ámbito televisivo, el programa *Télécole*; en Suiza (programas escolares desarrollados por los *Centres d'Initiation aux Médias* en algunos cantones); en el Reino Unido (el *British Film Institute* con cursos especializados en medios y el programa para la educación *Understanding the Media* en el que colaboró la BBC); en Portugal (no se ha consolidado ningún proyecto, sólo existen algunas propuestas y actividades puntuales, por ejemplo *Educação para os media no Ensino Secundario. Sugeseões de actividades* y el proyecto *A escola o os media*, pero ninguno se centra en exclusiva en el ámbito de la educación televisiva).

- En América, nos encontramos con dos situaciones muy diferenciadas. Por un lado, en el Norte, tanto en Estados Unidos como en Canadá, existe una larga tradición y consolidación de los programas de educación de la competencia televisiva, debido a “*la notable influencia que este medio de comunicación ejerce en estos países con altos niveles de tecnologización*”⁶⁸; mientras que, por otro lado y con unas coyunturas muy distintas, en Iberoamérica, “*El rechazo a las teorías funcionalistas, la impronta de la educación popular y la defensa de los paradigmas críticos de la comunicación y de la educación de la televidencia han dejado una impronta original en estos países que han desarrollado múltiples experiencias, proyectos, análisis e investigaciones*”⁶⁹. Por tanto, en este continente y con dos amplios contextos casi antagónicos, el resultado ha sido similar, con una rica actividad, con la generación de numerosos proyectos y la consolidación de variadas prácticas. Veamos las más sobresalientes:

⁶⁸ Aguaded, J. I. (1999), op. cit., pág. 291.

⁶⁹ Ibid., págs. 300-301.

- En Norteamérica: en Estados Unidos (los proyectos *Critical Television Viewing*, dirigido a alumnos de educación secundaria, y *Media & You*, destinado a escolares de primaria); en Canadá (uno de los países más fecundos en esta materia, entre las asociaciones que han llevado a cabo iniciativas para el fomento del uso de los medios en el currículo escolar, nos encontramos ya en los sesenta con la *Canadian Association for Screen Education* y, en la actualidad, con la *Media Association for Media Literacy* en la Columbia Británica, la Asociación para la Alfabetización Audiovisual de SasKatoon, la *Manitoba Association for Media Literacy* en las provincias occidentales, el Centro para la Alfabetización de Montreal, la Asociación de Enseñanza de los Medios de Comunicación de Québec, la Asociación para la Alfabetización Audiovisual de Ontario y el *The Jesuit Communication Project* de Toronto. En cuanto a los programas didácticos encontramos *La compétence médiatique*, editado por el Ministerio de Educación de Ontario y *Inside the Box* de la Canadian Broadcasting Corporation. Este país también es pionero en el desarrollo de programas educativos del telespectador a través de Internet, por ejemplo la página del Grupo Réseau Éducation-Médias -www.media-awareness.ca-).
- En Iberoamérica: en Chile (el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística, CENECA, ha sido uno de los impulsores de los estudios de recepción por todo el cono sur del continente, con un proyecto de educación para la recepción activa de la televisión y varios programas: *TV y Recepción Activa*⁷⁰; *Módulo de Educación para la TV*; *Mujer-TV*; *El televidente creativo*; *Explorando la recepción*

⁷⁰ Este programa ha tenido varios destinatarios. En la línea educativa: los miembros del sistema escolar formal (tanto alumnos como profesores), grupos y movimientos sociales, sectores populares (principalmente, campesinos) y organizadores (animadores socio-culturales) y en la línea de políticas de televisión: productores de televisión y vídeo, dirigentes en políticas televisivas, actores y organizadores sociales.

televisiva; Unidades de capacitación en recepción activa de TV. En otras instituciones, también encontramos programas como *Aprender a ver. Curso de TV* del Colegio la Maisonnette de Santiago de Chile; *Educación para la TV. Currículum para la escuela* de la Fundación Bellarmino; y el proyecto de *Educación del Telespectador Activo* de la Academia Superior de Ciencias Pedagógicas de la Universidad de Playa Ancha en Valparaíso); en México (Colectivos como *Mejor TV para niños*, *La televisión y los niños* publicaron numerosos materiales pero pronto fracasaron. Otros organismos que han elaborado materiales han sido la asociación *Televidentes Alerta*; el *Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario*, IMDEC, y el *Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa*, ILCE, cuyos talleres de educación para los medios han destacado especialmente. También cabe señalar los trabajos teóricos y prácticos relativos a la recepción activa de Guillermo Orozco y Mercedes Charles); en Brasil (la *União Cristã Brasileira*, UCB, ha llevado a cabo un consolidado proyecto de lectura crítica de la comunicación por todo el continente; el Servicio Pastoral de Comunicación que pretende desmitificar los medios; la *Escola de Comunicações e Artes de la Universidade de São Paulo* que organiza en 1998 un Congreso Internacional y la Cumbre Mundial de Comunicación para los Medios; y la revista *Comunicação y Educação* que ha publicado numerosos materiales y propuestas didácticas para enseñar a ver la televisión. También hay que mencionar la labor desarrollada por Ismar de Oliveira); en Perú (el *Proyecto de Recepción Activa de la Televisión* con talleres para escolares y profesionales, realizado desde el Centro de Investigación en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima, por iniciativa de M^a Teresa Quiroz); en Venezuela (el proyecto *Niños y televisión: comunicación y educación para la percepción activa de la televisión*, desarrollado por el Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad

Central de Venezuela); en Uruguay (los trabajos sobre lectura crítica elaborados por Mario Kaplún y el *Programa de Investigación y Sistematización de educación para los medios* de la Universidad de la República); en Costa Rica (el Instituto Latinoamericano de Pedagogía de la Comunicación, ILPEC, dedicado a la investigación con sectores populares, además de al desarrollo de cursos, talleres y materiales para la educación de los televidentes, desde la perspectiva del Lenguaje Total); en Colombia (la Universidad Industrial de Santander ha puesto en práctica un programa para enseñar a los alumnos a interpretar los mensajes); en Argentina (el proyecto *La televisión en la escuela* elaborado por la Universidad de Mendoza, dirigido a escuelas primarias; el proyecto de la Escuela Superior de Periodismo Obispo Trejo de Córdoba con cursos de formación crítica destinados a niños de educación primaria y secundaria; el *Proyecto de investigación sobre recepción activa y crítica de los medios masivos* de la Universidad Nacional de San Luis; y el *Programa de educación para la recepción* de la Universidad Nacional de Córdoba).

- En Australia, la alfabetización audiovisual viene formando parte de los currículos escolares desde las décadas de los sesenta y setenta, por lo que ya es una materia muy asentada. Entre las experiencias más representativas: En Nueva Gales del Sur, el programa *Mass Media Education K-12* integra en los programas escolares la enseñanza de la televisión. En Australia Meridional, se han seguido los programas R-7 Media Lab y 8-12 Media Lab. Y en Australia Occidental, McMahon y Quin han publicado manuales con el fin de facilitar el estudio de los medios en el aula.

Una vez mencionadas las distintas experiencias que se han desarrollado en diferentes países pasamos a abordar las que han tenido lugar en el seno de nuestro país, no sin antes advertir que la trayectoria de proyectos educativos relacionados

con la competencia televisiva que se ha seguido no ha sido tan fructífera como en otros contextos y la consolidación de programas ha resultado prácticamente nula.

En relación a la utilización de la televisión escolar, Pérez Tornero (1994) apunta que no se concibe en directo, sin la utilización de un vídeo, debido *“tanto a la falta de tradición estable de televisión educativa, como a la escasísima preocupación que durante décadas han mostrado por el fenómeno de la televisión educativa las autoridades de la educación”*⁷¹. Y esta ausencia de interés se relaciona también, en su opinión, con el escaso desarrollo de producción de programas educativos.

Asimismo, Aguaded (1999: 227) considera que la preocupación en España ha sido más de orden tecnológico que comunicativa y aunque el Sistema Educativo haya sido dinámico en las últimas dos décadas, entre otras causas, por la apertura al medio que posibilitó la Reforma, no se han realizado programas concretos en el ámbito de la televisión. No obstante, indica que *“son muchas las actividades, las experiencias, las investigaciones y los programas de formación, así como los materiales didácticos que han ido viendo la luz en los últimos años, como prueba de la sintonización también de nuestro país, con este movimiento cada vez más universal”*⁷². Entre las experiencias que apunta este autor, destaca los cursos de formación del profesorado organizados desde la UNED y la labor de los Centros de Profesores (CEPS) que han impartido múltiples cursos relacionados con los medios y la televisión. En lo referente a los contenidos de los diseños curriculares de las Autonomías que cuentan con competencias en Educación, afirma que no existe ningún crédito variable o materia optativa en secundaria vinculados directamente con la enseñanza crítica de la televisión. Como aproximaciones, en Cataluña se ofrece el módulo en Bachillerato *Fer televisió*, destinado al proceso de producción, y dentro de la E.S.O. y del Bachillerato también se da cabida a la optativa *L'Educació Audiovisual*, con la televisión como uno de sus ejes de contenidos. Además, el

⁷¹ Pérez Tornero, J. M. (1994), op. cit., pág. 181.

⁷² Aguaded, J. I. (1999), op. cit., pág. 317.

Departament d'Ensenyament publicó orientaciones de carácter transversal para la educación infantil y primaria sobre materia audiovisual. Por otro lado, en la Comunidad Valenciana, en educación secundaria, dentro de la optativa de Educación Plástica y Visual se incluyen interesantes materiales sobre *El cine y la televisión*, que incorporan pautas para realizar análisis de la programación televisiva. Por lo que respecta al País Vasco, en las materias optativas de secundaria también se incluye un *Taller de Comunicación Audiovisual*. En el ámbito de Andalucía, destacan el Plan Alhambra y el Plan de Integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la Educación.

Asimismo, cabe destacar la conformación de colectivos de periodistas y docentes que se han agrupado para colaborar conjuntamente en el intercambio de experiencias relacionadas con la finalidad de enseñar a ver la televisión, entre otras: en Cataluña, **Mitjans** (centra sus actuaciones, entre otras cuestiones de educación mediática, en la publicación de boletines y en la organización de Jornadas sobre Comunicación y Educación)⁷³, **Spectus** (el aspecto más interesante de este grupo son las innovaciones que proponen, prueba de ello son las experiencias audiovisuales que integran en su web, por ejemplo la introducción en el lenguaje audiovisual a partir de la elaboración de una telenovela)⁷⁴ y **Teleduca** (este colectivo se organiza en tres áreas: de investigación (de audiencias, consumo de medios, recepción, estudios de contenido, etc.); de formación (mediante cursos, talleres, seminarios y encuentros dirigidos a profesores, educadores, periodistas, comunicadores, padres o adultos); y de edición y producción (edita materiales didácticos para alumnos y profesores; coordina actividades de producción en centros educativos; y promueve el acceso del alumnado y de la ciudadanía a los medios locales)⁷⁵; en el País Vasco, **HEKO Kolektiboa** (con análogos objetivos a

⁷³ Las diferentes actividades que ha llevado a cabo esta asociación se recogen en su web: <http://mitjans.pangea.org>.

⁷⁴ En su web: <http://www.spectus.net> también se introducen interesantes aportaciones de educación en comunicación: "La TV en el aula", "La prensa en el cine" o "Niños, medios de comunicación y su conocimiento".

⁷⁵ Para consultar más información de este colectivo puede verse su web: <http://www.aulamedia.org/teleduca.htm>.

“Mitjans”, pretende “*emprender acciones diversas de divulgación y formación de educadores y periodistas*”, entre otras actuaciones)⁷⁶; en Andalucía, **Comunicar** (este colectivo se dedica a realizar numerosas actividades formativas, entre ellas la publicación de guías curriculares para trabajar de manera práctica la televisión y los medios en las optativas de ESO, la edición de murales para trabajar en el aula o la organización de jornadas y simposios)⁷⁷; en la Comunidad Valenciana, **Entrelinies** (entre sus objetivos, podemos destacar el de “*establecer y buscar diferentes formas de intervención y de acceso a los medios para divulgar el tema y concienciar a la opinión pública sobre su abastecimiento, con el fin de incidir en la mejora de contenidos, principalmente de los televisivos*”)⁷⁸, en Galicia, **Pé de Imaxe**⁷⁹ organiza congresos periódicos relacionados con la reflexión y análisis de los medios de comunicación; en Madrid, **APUMA**⁸⁰ (parte del objetivo “*de unir un amplio grupo de profesores/as en un marco que permita su coordinación y la comunicación para mejorar su práctica docente con medios audiovisuales e informáticos en todos sus aspectos: uso didáctico, enseñanza de los medios, repercusiones en los procesos de aprendizaje, su papel en la transmisión de valores, efectos de la televisión y los videojuegos en niños/as y jóvenes, etc.*”) y **Aire Comunicación** (es una asociación que promueve la ‘*educomunicación*’, en este sentido, promulgan que “*es posible lograr una educación que comunique y una comunicación que haga un hueco a la educación, que piense en educación*”)⁸¹; en Aragón, **COMETA** (nace con el propósito, entre otros, de “*Diseñar y aplicar un plan permanente de formación sobre*

⁷⁶ Su web <http://home.worldonline.es/hekokole/> especifica cuáles son el resto de sus objetivos y la filosofía de esta asociación.

⁷⁷ Otras de sus realizaciones, como la publicación periódica de la Revista de Educación en Medios de Comunicación **COMUNICAR**, pueden consultarse en su web: <http://www.grupo-comunicar.com>.

⁷⁸ El resto de sus objetivos y directrices pueden consultarse en la web: <http://teleline.terra.es/personal/elinies>.

⁷⁹ La web de Pé de Imaxe es <http://www.corevia.com-pdi>.

⁸⁰ La Asociación de Profesores Usuarios/as de Medios Audiovisuales, APUMA, ha desarrollado varias Jornadas Educativas y edita la revista “Educación y Medios”. Algunos de sus artículos se incorporan también en su web: <http://www.arrakis.es/^apuma/>.

⁸¹ La mayoría de sus socios más jóvenes han realizado el Master de Televisión Educativa de la UCM o el de Nuevas Tecnologías de la UNED y los más veteranos llevan varias décadas trabajando en la pedagogía de la imagen. Entre las actividades de esta Asociación, destaca la realización de cursos de formación, de producciones audiovisuales y de homenajes. La información de todas ellas se contiene en su web: <http://www.airecomun.com>.

el conocimiento y la integración de los medios en los entornos educativos formales y no formales”)⁸².

Siguiendo con la enseñanza reglada, por lo que al territorio perteneciente al Ministerio de Educación se refiere, en sus programas Prensa Escuela, relacionado con la utilización didáctica de periódicos; el Proyecto Atenea, sobre el uso de la informática; y el Proyecto Mercurio, relativo a la integración del vídeo en las distintas áreas del currículo; no se atendió de manera particular a la enseñanza de la competencia televisiva, o bien porque se fundamentaban en la tecnología de los medios y en los procesos de producción, o bien porque la televisión no formaba parte de los contenidos de estas experiencias. No obstante, cuando se desarrollaron, en el transcurso de las décadas de los ochenta y noventa, había una óptima predisposición por parte del MEC de integrar este tipo de materias en el ámbito de la educación, al tiempo que este organismo publicó numerosos materiales y propuestas curriculares, pero quedaron al margen de la educación en televisión. Con la instauración de la LOGSE, en los diseños curriculares, también se dio cabida a algunas optativas como *Los procesos de comunicación; Imagen y Expresión; Imagen y Comunicación Audiovisual* que integran un uso didáctico de los medios, pero tampoco se centran en la adquisición de la competencia televisiva.

Respecto a la política educativa que se ha llevado a cabo en los últimos años, García Matilla (2003), sostiene que *“no sólo no se ha apoyado, sino que se ha tendido a torpedear el avance de una educación en materia de comunicación... se ha quitado peso a asignaturas vinculadas con una visión amplia de la E.P.C. (Educación para la Comunicación) y se ha dado un peso casi ‘definitivo’ a la enseñanza de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC), entendiendo éstas como la transmisión de un conocimiento pragmático en el uso de informática, de Internet y de determinadas aplicaciones multimedia. Paralelamente,*

⁸² Las siglas COMETA responden a la Coordinadora de Medios Educativos sobre la Televisión en Aragón. Para obtener información sobre esta asociación puede consultarse la web: <http://www.cometatv.com>.

*se ha desactivado en gran medida la orientación crítica para dar paso a un tipo de formación muy complaciente y que en algunos casos ha mostrado casi una fe ciega en el poder de la tecnología para resolver los problemas*⁸³. Ante esta situación, García Matilla valora la contrarreforma de los sistemas educativos, ocurrida en el final de los años noventa y principio de la década de los dos mil, como ‘muy negativa’ en el ámbito de la Educación para los medios, respecto a los avances que se habían alcanzado en décadas anteriores. Como consecuencia, concluye que “*hoy se hace más necesaria que nunca esa reorientación de la enseñanza como proceso con el que los alumnos han de ser protagonistas de su propio aprendizaje, y por ello es preciso no renunciar a plantear estrategias para una mediación eficaz*”⁸⁴.

No se trata de formar a los niños desde la escuela para que sean periodistas, como desde algunos círculos académicos se entiende, pero sí para que sepan reconducir la información, reflexionar sobre ella y reconstruir su significado. Al igual que desde la escuela se les enseña educación vial y no se pretende que sean guardas de tráfico o se les enseña educación para el medio ambiente y la misión no es convertirlos en agentes forestales, también es conveniente educarles en materia de comunicación, no como profesionales pero sí como usuarios avanzados de los medios con oportunidades de expresarse y, por consiguiente, como ciudadanos que tengan posibilidades de acceso y demanda a unas cadenas de televisión cuyo fin, al menos en la consideración normativa, es hacer frente al servicio público.

El objetivo que acabamos de mencionar no es nada fácil pero sí alcanzable. A este respecto, Pérez Tornero (1994: 45) sostiene que, desde el sistema televisivo, se ha concebido el poder de decisión del usuario como algo prescindible, en pro de una voluntad de manipulación y de los beneficios económicos, entre otras finalidades menos éticas. No obstante, para este autor, ‘el camino está trazado’: el usuario sólo tiene que comprender esa situación, habiendo adquirido la

⁸³ García Matilla, A. (2003), op. cit., págs 181-182.

⁸⁴ Ibid., pág. 182.

“**competencia televisiva**” correspondiente, para cambiarla y conseguir una actividad más libre y útil ante la televisión. Según Pérez Tornero, esta actividad debe proyectarse desde diferentes dimensiones:

a) desde el punto de vista del *espectador*: en la selección, el uso y la utilización de los programas.

b) desde el punto de vista del *decodificador* de los mensajes: teniendo la posibilidad de realizar una lectura crítica, no mistificada y libre de manipulaciones abusivas.

c) desde el punto de vista del *usuario* de la televisión: utilizándola como instrumento práctico bien para el aprendizaje, para la indagación o para la comunicación.

d) desde el punto de vista de la *expresión*: pudiendo ser el telespectador activo en la confección del mensaje televisivo, sea encontrando el modo de trasladar a él las demandas que se efectúen, o bien participando, de modo directo o indirecto en su elaboración.

Esta última dimensión es la que se persigue, no sin antes haber logrado las anteriores, para alcanzar la ‘praxis activa’: “*Es ésta la fase creativa, la que realiza plenamente la televisión como un instrumento al servicio de la humanidad*”⁸⁵.

El grupo de iguales adquiere según Piaget (1977), como ya hemos apuntado, una especial relevancia en estas edades en las que se desarrolla el respeto mutuo entre sus compañeros y amigos, junto con la práctica de cooperación en las diferentes tareas. Además, los juegos colectivos se caracterizan por aflorar valores morales, tan importantes como la igualdad o la justicia distributiva. Y, al ser juegos fundamentados en reglas con las que todos los participantes se

comprometen plenamente, la honradez también es uno de los sentimientos que se comparten. Por otro lado, Vygotski (1979) también sostiene la valía del juego, como medio que dirige el desarrollo del niño y que, mediante las leyes que gobiernan este tipo de actividades, alcanza un primer dominio del pensamiento abstracto. De forma textual, expone que *“durante el mismo (el juego), el niño está siempre por encima de su edad promedio, por encima de su conducta diaria; en el juego, es como si fuera una cabeza más alto de lo que en realidad es. Al igual que en el foco de una lente de aumento, el juego contiene todas las tendencias evolutivas de forma condensada, siendo en sí mismo una considerable fuente de desarrollo”*⁸⁶. Este teórico establece también un símil entre el juego y la escuela, puesto que en su opinión en ambos contextos se crea una “zona de desarrollo próximo” y los niños establecen habilidades sociales y conocimientos que van interiorizando.

Por tanto, los juegos son esenciales para desarrollar los valores morales y el aprendizaje de normas y conductas sociales. De forma extensible, las conversaciones mantenidas entre amigos y compañeros adoptan un interés especial, al poder compartir así sus mismas o distintas experiencias. Desde esta perspectiva, el grupo de iguales es otro microsistema que interfiere directamente en los aspectos que se comparten respecto a lo visto y adquirido por el niño a través de la pantalla, ya que *“negocia con sus compañeros sus significados provisionales con respecto a lo visto en la televisión el día anterior y la televisión continúa siendo referente importante de sus juegos o simplemente objeto de intercambio de su conversación”*⁸⁷. De este modo, *“en su interacción con los demás niños, en la escuela o en el barrio, se dan una o dos reapropiaciones y se reproduce el sentido de lo visto en televisión”*⁸⁸.

Por dicho motivo, no haber visto lo mismo que el resto de los amigos supone no tener el referente para poder intervenir en la conversación. Esta es una de las

⁸⁵ Pérez Tornero, J. M. (1994), op. cit., pág. 44.

⁸⁶ Vygotski, L. S. (1979), op. cit., pág. 156.

⁸⁷ Orozco, G. (1996), op. cit., pág. 28.

⁸⁸ Ibid., pág. 39.

razones por las que el niño selecciona los programas y series que ven sus amigos, con el fin de no caer en “la espiral del silencio”. Esta situación supone para los padres un dilema porque no dejar ver a sus hijos los programas que ven los demás niños tiene como consecuencia que, en ocasiones, queden excluidos del juego o de la conversación. Ante esta disyuntiva, se plantea una posible solución: dejarles ver esos espacios, pero verlos con ellos para conversar sobre lo visto y que comprendan mejor los mensajes. En este sentido, los niños que comparten las horas de visionado con sus padres cuentan con más pautas para reinterpretar los contenidos, que tan sólo las propias y las que les proporciona su grupo de iguales. Además, ante una discrepancia con el resto del grupo, suelen argumentar que es cierto porque se lo han dicho sus padres y no se dejan convencer tan fácilmente ante las opiniones del resto, ya que para ellos prevalece lo que sus progenitores les comentan. No obstante, también es una realidad que, a medida que los niños crecen, van dando mayor relevancia a las consideraciones de su grupo de iguales, en detrimento de las de sus padres. *“De hecho, los niños, niñas y adolescentes reconocen que sus interlocutores preferidos para hablar de esas cuestiones son los amigos y sus propios hermanos...”*⁸⁹.

⁸⁹ Espinosa, M^a A. y Ochaíta, E. (2002), op. cit.

3.3. LOS “MESOSISTEMAS”: RELACIONES ENTRE LOS “MICROSISTEMAS”.

En el siguiente círculo o estrato del modelo ecológico, nos encontramos con los “**mesosistemas**”, que son las relaciones existentes o inexistentes entre los contextos primarios o microsistemas. De este modo, la conexión entre la familia y el grupo de amigos, entre éstos y la escuela, o entre familia y escuela supondrá también un condicionante a la hora de conferir un significado a los mensajes provenientes de los medios de comunicación. Así, las posibles convergencias potenciarán en mayor medida o las discrepancias harán que el niño rebata en cierto sentido lo que ha recibido, como ya hemos indicado en la relación entre grupo de iguales con la familia.

La escuela y la familia, con sus diferentes modalidades de autoridad, académica y moral, que señala Orozco (1996) y que ya hemos indicado, suponen dos tipos de “*mediación institucional*”, puesto que mediante una serie de normas establecidas, comparten la función de educar al niño en la enseñanza de los medios. Ante esta labor conjunta, como los padres argumentan que no disponen ni del suficiente tiempo ni de la requerida preparación, la escuela puede constituirse en su aliada, desde dos vertientes:

Por una parte, educando a sus hijos como ciudadanos que sean capaces de seleccionar y mirar con criterio autónomo y crítico los mensajes televisivos. Desde la óptica de los pedagogos, Raigón y Pérez de la Concha (1997) defiende que “*la escuela es un contexto activo de recepción y procesamiento y un lugar en el que se cultivan capacidades para el análisis y la interpretación; puede ser, por tanto, el ámbito dónde se recicle toda la información relevante que reciba el alumno en el resto de los entornos y donde aprenda a realizar autónomamente estas operaciones*”⁹⁰.

⁹⁰ Raigón y Pérez de la Concha, G. (1997): *Periodismo y reforma educativa*. Grupo de Investigación en Teoría y Tecnología de la Comunicación. Ediciones Alfar, Universidad de Sevilla, pág. 49.

Por otra parte, abriendo las puertas también a los padres para que la educación en medios sea en realidad una tarea compartida, puesto que si bien el contexto escolar cuenta con el tiempo y las herramientas metodológicas de los que los padres no disponen, es en el contexto familiar en el que se produce el contacto con la televisión. Por ello, la intervención de los padres es de indudable relevancia y necesidad. Desde esta premisa, habría que considerar que *“La educación de los niños telespectadores debe iniciarse con la de los padres telespectadores. Sólo un currículum organizado por la escuela, estructurado y sistematizado, hará más efectivo el papel de mediador de los padres frente al televisor. Al menos, esto facilitaría la labor de mediación educativa de los padres en el hogar”*⁹¹.

⁹¹ Raigón y Pérez de la Concha, G. (1997), op. cit., pág. 64.

3.4. LOS “EXOSISTEMAS”: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, TRABAJO DE LOS PADRES, SERVICIOS JURÍDICOS Y MÉDICOS, REDES DE APOYO.

El siguiente círculo lo componen los “**exosistemas**”, entornos en los que el niño no está presente, pero que afectan a sus condiciones de vida, como son el trabajo de los padres, los servicios médicos, jurídicos y las redes de apoyo con las que pueda contar la familia. También, en este estrato, se sitúan los **medios de comunicación** entre ellos la televisión (“*mediación tecnológica*”, según Orozco, 1996), en la que se basa nuestro estudio. Si bien nos estamos centrando en el niño, teniendo en consideración de qué manera las interrelaciones que se producen entre él y cada uno de los subsistemas afectan al significado que puede hacer de los contenidos mediáticos, en este apartado, concretaremos también en qué medida y de qué formas los niños son tenidos en cuenta por los medios.

En cierto modo, ya hemos apuntado la relación entre el trabajo de los padres y la forma en la que el niño ve la televisión. Por un lado, si ambos padres trabajan fuera del hogar es más frecuente que permanezca en solitario, junto con el ‘canguro televisivo’, cuando se dispone a ver lo que se emite y, por otro, también dependerá de las características del trabajo y del tipo de jornada laboral que los progenitores realicen. Además, al trabajo de los padres, hay que agregar la formación de éstos, puesto que es probable que cuanto mayor nivel de estudios tengan más posibilidades hay, no de que vean la televisión con sus hijos, ya que eso es independiente, pero sí de que cuando permanezcan junto a ellos puedan enseñarles mejor a seleccionar los programas que se ofrecen y a comprender e interpretar los contenidos que elijan ver.

La oferta televisiva destinada al sector infantil, como la globalidad de su programación, se plantea desde dos parámetros: la rentabilidad económica y la influencia social.

Atendiendo, en concreto, a los contenidos culturales ofrecidos por el medio, Pastoriza (2003) señala que “... *El concepto mercantilista de empresa televisiva colisiona con la función social y cultural de los contenidos de su programación. Los métodos de financiación de las televisiones y su competencia agresiva las fuerzan a vigilar milimétricamente los **ratings** de audiencia y a dejar en manos de la tiranía del consumidor los criterios de calidad de sus productos. Pero que las audiencias de los programas culturales sean minoritarias no significa que esta programación no sea rentable. Podrá no serlo en términos económicos (...), pero nunca en términos sociales y de servicio público...*”⁹². Esta misma reflexión puede hacerse extensible a la oferta infantil, ya que al igual que los contenidos culturales, los relativos a la infancia también son marginados en la programación por responder a intereses de una minoría. Un sector, sin embargo, digno de tener muy presente en cuanto a la prospectiva social y cultural de un futuro cercano.

De manera contraria, es un hecho que a través de los medios se prepara a los niños para el consumo, o mejor dicho, se les ‘educa’ en el contravalor del “consumismo”, contra el que el sistema educativo intenta luchar a través de la inclusión en el Diseño Curricular de una materia transversal, “*Educación para el consumidor*”. Así, se les inicia en la sociedad de mercado, además de enraizar otro tipo de *contravalores* socialmente denostados -sexismo, violencia, agresividad verbal, competitividad,...- y potenciar estereotipos como, por ejemplo, la búsqueda de un cuerpo perfecto, que ha sido tan denunciada por fomentar la anorexia en los más jóvenes.

A su vez, sólo basta consultar varios libros sobre consumo para concretar la notable influencia que los niños ejercen en la compra familiar de los productos que se promocionan. A este respecto, Solé Moro (1999) señala que “*el hijo se ha convertido en el centro de atención de un gran número de hogares, llegando a lo que algunos estudiosos han denominado ‘filiarquía’ u orientación de la familia a la*

⁹² Rodríguez Pastoriza, F. (2003): *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*. Gedisa, Barcelona, pág. 41.

*figura de los hijos...*⁹³, mientras que Dubois y Rovira (1998) califican a este segmento de consumidores como “kid generación” y recogen en palabras de Neyraud y Guillot (1989) que “los niños entre 9-13 años (el mercado de los ‘kids’) son en España alrededor de 2,8 millones. Tienen sus pasiones, su lenguaje, su look y su moral. Ellos lanzan las modas y las estrellas. Su consejo e influencia sobre buena parte del presupuesto familiar, han hecho de ellos un blanco para numerosas empresas (productos alimentarios, discos, ropa, juegos electrónicos)”⁹⁴. Por este motivo, los anunciantes no dudan en introducir sus marcas en programas destinados a este target bajo múltiples fórmulas de publicidad encubierta, “los personajes de ficción se transforman en personajes objeto de consumo, las series tienen una función publicitaria”⁹⁵. Sólo basta ver una o dos comedias de situación en las que, incluso, algunas de sus escenas y tramas están condicionadas por la inserción de publicidad. Lo mismo ocurre en los programas contenedores infantiles en los que los concursos son patrocinados por la ‘merienda favorita de los niños’ o ‘las zapatillas de moda’. En estos casos, también se incluye la imagen de esos artículos, buscando los mejores planos, y los presentadores repiten una y otra vez cuáles son las cualidades y enfatizan en los eslóganes de los productos.

La figura del niño es tenida en cuenta por los programadores de televisión para venderle los productos que se anuncian. Sin embargo, no es considerado en una oferta pensada y asentada ex profeso para este sector de la audiencia, puesto que en la actualidad la oferta de programas para niños resulta muy escasa. Los datos así lo corroboran. En el 2002, la media que destinaron las cinco principales cadenas a la programación infantil se limitó a un 12,2% respecto del total de sus emisiones. No obstante, no todas destinaron el mismo tiempo, habiendo una gran distancia entre las de mayor porcentaje, alcanzando más de una quinta parte de sus

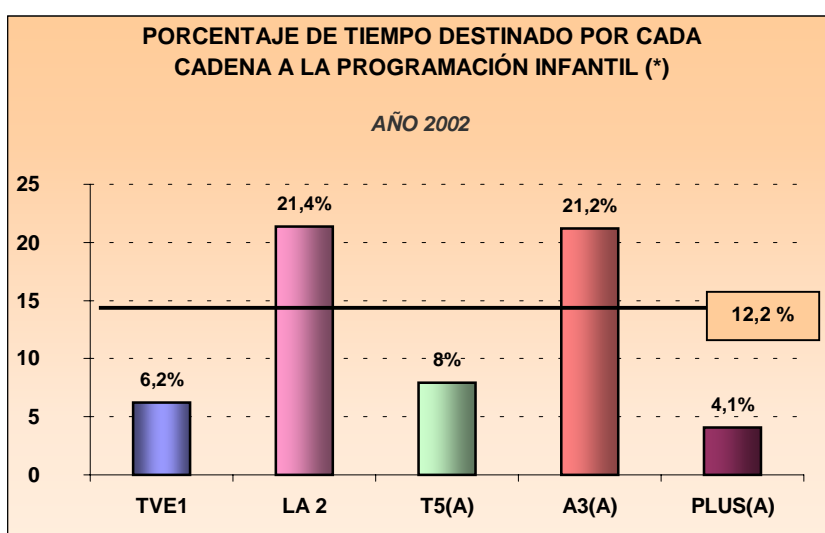
⁹³ Solé Moro, M^a L. (1999): *Los consumidores del siglo XXI*. ESIC Editorial, Madrid, pág. 85.

⁹⁴ Neyraud, G. y Guillot, G. (1989): “Entre Clips et Looks: Les Practiques de Consommation des Adolescents”, L’Harmattan. Citado por Dubois, B. y Rovira Celma, A. (1998), en *Comportamiento del consumidor. Comprendiendo al consumidor*. Prentice Hall, Madrid, pág. 43.

⁹⁵ Younis, J. A. (1988), op. cit, pág. 63.

emisiones: La 2 (21,4%) y Antena 3 (21,2%); y las que dedicaron un tiempo mínimo: Canal Plus (4,1%) y TVE1 (6,2%)⁹⁶.

Dichos porcentajes representan que tanto La 2 como Antena 3 ofrecieron un promedio de casi cinco horas diarias a la programación infantil⁹⁷; Telecinco, casi dos horas; TVE 1 alrededor de una hora y media; y Canal Plus rondó la hora de emisión.



FUENTE: T.N. SOFRES

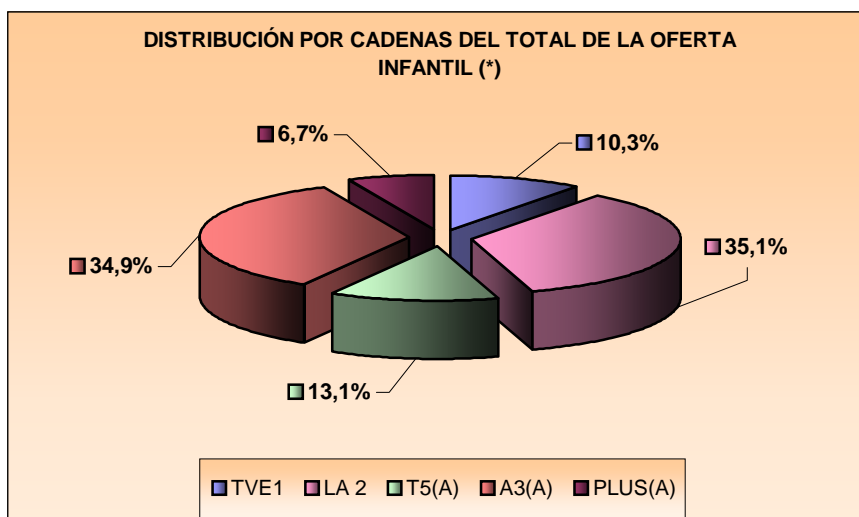
Elaboración propia.

(*) Nota: En estos porcentajes, está incluido el tiempo destinado a interrupciones publicitarias dentro de los programas contenedores infantiles.

⁹⁶ En cuanto a la audiencia que, en el año 2002, obtuvieron estas cadenas, en el Anexo IX, dentro de los gráficos relativos a la "Distribución del consumo de minutos por cadenas" (Fuente: T.N. Sofres), observamos que si bien Antena 3 es a la que más tiempo le destinan los niños entre 7 y 12 años, La 2 presenta un escaso consumo, superado por Telecinco, TVE 1 y las autonómicas. Por lo que podemos afirmar que, no en todos los casos, una mayor oferta infantil se ve compensada con un consumo más elevado. Por otra parte, también se desprenden algunas diferencias, en el tiempo que se dedica a ver cada cadena, en función de la edad. Así, los niños entre 10 y 12 años siguen, en mayor medida, Antena 3, Telecinco, TVE 1 y Canal Plus que los niños entre 7 y 9 años, mientras que estos últimos ven más La 2, las cadenas autonómicas y el resto de canales que el otro segmento de edad.

⁹⁷ No obstante, como se indica en los gráficos que se introducen a continuación, en este cómputo se cuenta también el tiempo destinado a interrupciones dentro de los programas contenedores infantiles.

Por otra parte, teniendo en consideración únicamente la oferta específica dirigida al sector infantil en el año 2002, entre La 2 y Antena 3, con un 35,1% y un 34,9% respectivamente, dedicaron casi el 70% del total. El resto se repartió entre las otras tres cadenas, siendo Canal Plus (con un 6,7%) la que presentó menos tiempo de contenidos para el público infantil.



FUENTE: T.N. SOFRES

Elaboración propia.

(*) Nota: En estos porcentajes, está incluido el tiempo destinado a interrupciones publicitarias dentro de los programas contenedores infantiles.

En el contexto norteamericano, ya hace casi tres décadas que, Liebert, Neale y Davidson (1976) dejaban constancia de este fenómeno de pobreza de la programación infantil, restringida a un programa 'insoportable' en la franja matinal de los sábados y a unos pocos espacios los días laborables a última hora de la tarde. Por este motivo, alegaban que la mayor parte de los contenidos que ven los niños en la televisión están destinados a adultos, por lo que *"como espectadores de TV, los niños son esencialmente unos intrusos, unos extraños, unos invitados sin invitación. Son mirones de escenas pensadas para otros ojos, son orejas que*

*escuchan palabras destinadas a otros oídos*⁹⁸. En aquel momento en nuestro país, teníamos sólo dos canales públicos pero la oferta infantil, en proporción, era más abundante y de mayor calidad que en los últimos años.

En el ámbito español, existe como relatan Pérez Ornia y Núñez Ladevéze (2003), una *“inadecuada relación entre oferta y demanda”*⁹⁹, en lo que a la programación infantil se refiere. Entre las conclusiones a las que llegan en el análisis abordado por ambos autores, se cuestiona la calidad de los productos destinados a este sector de la audiencia: *“... el gran grueso de la oferta de las cadenas españolas está integrado por programas enlatados y de producción extranjera, mayoritariamente estadounidense. Los contenedores son principalmente una operación de marketing para fidelizar a la audiencia infantil y para comercializar productos de merchandising de las cadenas o de los programas que se emiten para niños. La parte de producción propia de un contenedor es minoritaria, respecto al volumen total del contenedor, y “barato”, es decir “pobre” en términos de recursos económicos destinados a realizarla y, por tanto, pobre en recursos técnicos, artísticos (reparto de actores y presentadores) y expresivos. En suma, es, como su nombre indica, un contenedor de contenidos foráneos y muchas veces antiguos, previamente enlatados en origen y empaquetados en destino”*¹⁰⁰.

En palabras de García Matilla (2002), la programación infantil ha sido ‘la gran sacrificada’, tanto en las cadenas públicas como en las privadas. Por una parte, señala que es la que más ha sufrido la falta de una política de servicio público en las cadenas públicas españolas, pero cita como excepciones algunos programas: en La 2, la versión española de *“Barrio Sésamo”*, espacios aislados fruto de los acuerdos firmados con la Unión Europea de Radiodifusión (UER), el *“TPH Club”* y *“El Conciertazo”*. Y, por otra, en cuanto a las cadenas privadas y autonómicas,

⁹⁸ Liebert, R. M.; Neale, J. M. Y Davidson, E. S. (1976): *La televisión y los niños*. Editorial Fontanella, Barcelona, pág. 12.

⁹⁹ Con dicha frase, titulan un artículo relacionado con el análisis de la programación infantil en la televisión de nuestro país, publicado en TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, nº 54 segunda época. Fundación Telefónica, págs. 103-113.

¹⁰⁰ Pérez Ornia, J.R. y Núñez Ladevéze, L. (2003), op. cit., pág., 113.

plantea también que “*los programas contenedores han proliferado y los clubes infantiles han encubierto grandes operaciones publicitarias y de marketing en detrimento de un mínimo respeto a la infancia y sacrificando la creatividad de niños y jóvenes*”, aunque considera que “*en ocasiones, esos contenedores infantiles han incorporado en sus segmentos de continuidad ideas con una intencionalidad educativa: talleres de creatividad en el Club Megatrix de Antena 3 y en el canal del mismo nombre, propuestas similares en Tele 5 desde el espacio Art Attack, mensajes para el cuidado medioambiental en el caso del Cyberclub de Telemadrid o el Club Super 3 de TV3 o el Canal 33 de Cataluña, o en otras iniciativas en las televisiones autonómicas de Andalucía, Galicia o Valencia. En Cataluña, el informativo Info K constituye un buen ejemplo de lo que se puede conseguir si se considera a los jóvenes espectadores sensibles e inteligentes y no meros consumidores compulsivos.*”¹⁰¹.

Al menos, desde los citados programas se observa cierta inquietud por no inculcar valores que puedan resultar negativos para los niños, si bien hay que apostillar que este especial cuidado no es común al global de programas y series de animación destinadas al target infantil. Conseguir la diversión es el único afán de la mayoría, sin importar el potencial educativo que supone el medio, no sólo en la enseñanza de valores o concienciación ciudadana ante determinados temas, sino como soporte donde los niños encuentren pautas para saber “mirar” el resto de la programación que no está destinada a ellos y que es la mayoría.

Pérez Tornero (1997) sostiene que “*la propia televisión debe amparar, si es democrática, el enriquecimiento de la comprensión del lenguaje de la misma televisión por parte del usuario. Se trata de fomentar la competencia televisiva, no tanto como una telealfabetización -que sería plegarse a la hegemonía del medio-*

¹⁰¹ García Matilla, A (2002), en Rivera, M. J.; Walzer, A. y García Matilla, A. (dirección y coordinación) (2002), op. cit.

*sino como una mejora de las capacidades comunicativas, expresivas y críticas del propio usuario*¹⁰².

Por el contrario, a través de una “*hiperestimulación sensorial*”¹⁰³, mediante atractivas presentaciones con collage de múltiples imágenes, elipsis narrativas, colores vivos y un ritmo desenfrenado, se pretende captar e impactar al niño por la forma o el signifiante, sin que ni siquiera tenga tiempo de adentrarse en los contenidos o significados. ¿Y así es cómo la televisión pretende ejercer su condición de servicio público?...

A partir de un completo análisis de la programación televisiva a lo largo de una semana, entre el 23 y 29 de julio de 1992, Vega Martín-Lunas (2002) propuso una alternativa de programa infantil que, bajo el título “*¡Cuéntamelo tú!*”, perfilaba una serie de ideas dirigidas a un diseño sellado por la calidad. Recogemos, seguidamente, varias de las conclusiones y recomendaciones de la citada investigación relacionadas con las carencias programáticas existentes en ese momento, puesto que siguen estando vigentes en el momento actual:

- “*Se aprecia un gran vacío en lo referente a grandes **obras televisivas infantiles** que tratan de crear opinión, conciencia crítica, estimulación de la capacidad de reflexión, difusión de la cultura española, de sus nacionalidades, sus regiones, buscando la integración.*
- *El público infantil, como cualquier otro público, es **merecedor de respeto**. Y éste hay que anteponerlo a intereses económicos o políticos.*
- *La televisión debe incidir en la **culturización** de la sociedad promocionando aquello que sea bueno para el niño, deporte, juego, lectura, escritura, dibujo, creatividad, participación y evitando la*

¹⁰² Pérez Tornero, J. M. (1997): “Educación en televisión”, en Aguaded, J. I., *La otra mirada de la tele. Propuestas para un consumo inteligente de la televisión*. Consejería de Trabajo e Industria, Sevilla, pág. 27.

¹⁰³ Joan Ferrés (1996:28) y (2000: 26 y 27) denomina así a la saturación de estímulos que utiliza la televisión para mantener la mirada del espectador atenta en todo momento.

competitividad, la violencia, la humillación, el mito del superhombre, el mejor, el que domina, el primero.

- *La programación infantil debe inculcar en su audiencia valores **de igualdad, respeto y tolerancia**, valores auténticos que componen el verdadero esqueleto del ser humano, propios de una convivencia en armonía, y evitar todo aquello que vaya en contra de los derechos fundamentales del hombre, **discriminaciones sexuales y raciales y la marginación***¹⁰⁴.

Es el momento de cuestionarnos cuál es la respuesta de los productores de televisión al respecto. El Director de la Producción Ejecutiva de Programas Infantiles y Juveniles de TVE, Enric Frígola (1994), parece comprometerse y mantiene que lo óptimo sería buscar una programación atractiva desde el punto de vista estético y que cumpla los compromisos éticos exigidos. Su planteamiento es el siguiente: “*A los profesionales nos compete el estudio y la ejecución final del producto. Nuestra obligación, entre otras muchas, es la de plantear a los poderes correspondientes los elementos imprescindibles para poder llevar nuestro trabajo de acuerdo con las exigencias éticas y estéticas necesarias. Investigando, asesorándonos, arriesgando. Buscando las fórmulas televisivas adecuadas para transmitir con eficacia valores como la solidaridad, sentido crítico y de justicia, la ecología, la imaginación, el respeto, la generosidad... contra la violencia por la violencia, el sexo por el sexo, la filosofía del éxito inmediato, etc. Una programación –y no sólo infantil- atractiva, audaz, moderna, ágil, que se base en el espíritu de los valores apuntados, y que fuera aceptada por el público infantil y juvenil, de forma mayoritaria, seguramente es nuestro reto, hoy por hoy*”¹⁰⁵. A esta acertada reflexión, simplemente, habría que

¹⁰⁴ Vega Martín-Lunas, A. (2002): “El aprendizaje observacional y la televisión”, en Rivera, M. J.; Walzer, A. y García Matilla, A. (*dirección y coordinación*) (2002): Libro interactivo *Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia*. Master de Televisión Educativa de la Universidad Complutense y Corporación Multimedia, Madrid. (Las anotaciones en negrita coinciden con las partes destacadas por la autora).

¹⁰⁵ Frígola Viñas, E. (1994): “Ocio y televisión en la infancia y la juventud”, en AA. VV: *Televisión, niños y jóvenes*, Ente Público RTVV, Valencia, pág. 237.

replicar que en el mañana, que supone una década después, también sigue siéndolo...

Desde el punto de vista jurídico, tanto en el ordenamiento español como en la normativa europea y en la Convención sobre los Derechos del Niño de carácter internacional, se pretende salvaguardar a los niños ante los contenidos de los medios y se está incorporando reciente legislación ante los servicios que ofrecen las Nuevas Tecnologías. A continuación, recogemos la normativa¹⁰⁶ relacionada con el tema que nos ocupa, partiendo del ámbito internacional hasta centrarnos en las leyes españolas y también en las específicas de cada Comunidad Autónoma. Cabe advertir que, si bien pudiéramos haber integrado este apartado completo en un anexo, nos parece más interesante recopilar aquí los extractos de las leyes o artículos concretos referentes a la protección del menor ante los contenidos de medios de comunicación o los derechos que tienen los niños relacionados con la materia que estudiamos, con el fin de que haya una continuidad en la lectura. No obstante, en los casos en los que todo el texto se relaciona directamente con el tema que abordamos, como es el caso del Libro Verde, o que la suma de los artículos relacionados es muy amplia, por ejemplo la normativa autonómica, consideramos más conveniente llevarlos a anexos por exigencias de tamaño.

NORMATIVA INTERNACIONAL

* La **Convención sobre los Derechos del Niño** aprobada el 20 de noviembre de 1989 por la Asamblea General de las Naciones Unidas contempla, en sus artículos 12 y 13 los derechos de los niños a expresar su opinión y a ser escuchados y en el artículo 17 a recibir una información adecuada.

¹⁰⁶ Véanse, en el apartado de bibliografía, las fuentes consultadas para elaborar este extracto de materia legislativa.

Art. 12.1.: *“Los Estados Partes garantizarán al niño que esté en condiciones de formarse un juicio propio, el derecho a expresar su opinión libremente en todos los asuntos que le afectan, teniéndose debidamente en cuenta sus opiniones, en función de la edad y la madurez del niño”.*

Art. 13.1.: *“El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier medio elegido por el niño”.*

Art. 17: *“Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a la información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto:*

- a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y material de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del artículo 29 (derecho a la educación);*
- b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esta información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales;*
- c) Alentarán la producción y difusión de libros para niños;*
- d) Alentarán a los medios de comunicación a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño perteneciente a un grupo minoritario o que sea indígena;*
- e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar, teniendo en cuenta las disposiciones de los artículos 13 (derecho a la libertad de expresión) y 18 (obligaciones de los padres y madres)”.*

NORMATIVA EUROPEA¹⁰⁷

* La **Directiva 89/552/CEE** del Consejo de 3 de octubre de 1989 sobre **La coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva**, considerando en su preámbulo que es necesario prever normas relativas a la protección del desarrollo físico, mental y moral de los menores en los programas y en la publicidad televisiva, recoge en el artículo 22 del capítulo V, bajo el epígrafe “Protección de los menores” la siguiente disposición:

Artículo 22. “Los Estados miembros adoptarán las medidas oportunas para garantizar que sus emisiones de televisión no incluyan programas que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores y, en particular, programas que incluyan escenas de pornografía o violencia gratuita. Esta disposición se extenderá asimismo a los programas que puedan perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores, salvo que se garantice, por la elección de la hora de emisión o mediante toda clase de medidas técnicas, que dichos menores en el campo de difusión no ven ni escuchan normalmente dichas emisiones.

Los Estados miembros velarán asimismo para que las emisiones no contengan ninguna incitación al odio por motivos de raza, sexo, religión o nacionalidad”.

La protección de los menores es una materia a la que el Consejo ha dedicado un especial interés, en palabras de Gay Fuentes (1994), que ha llevado a este organismo a introducir “en su posición común la posibilidad de suspender la

¹⁰⁷ Las leyes 25/1994 y 22/1999 se han introducido en este apartado, aunque pertenezcan a legislación española, por consistir en incorporaciones al Ordenamiento Jurídico Español de normativa europea, en concreto de la Directiva 89/552/CEE, con el propósito de facilitar el seguimiento de la materia que disponen.

*retransmisión de programas procedentes de otros Estados miembros cuando incumplan de forma manifiesta y grave las obligaciones que señala la Directiva*¹⁰⁸.

* La **ley 25/1994**, de 12 de julio, conocida como “**Televisión sin fronteras**” por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE, sobre *la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva*, destina el capítulo IV (artículos 16 y 17) a la *protección de los menores en la programación televisiva, tanto frente al contenido de la publicidad para no explotar su inexperiencia, la confianza en sus padres o tutores o su credulidad sobre las características de los productos anunciados, como frente al resto de la programación, a fin de preservar su correcto desarrollo físico, mental y moral, estableciendo para ello la necesidad de advertir sobre el contenido de la programación que pueda atender al desarrollo del menor* (apartado 4 del Preámbulo de la Ley). Por su especial interés, detallamos íntegramente el texto de la Ley referente al Capítulo IV “De la protección de los menores”:

Artículo 16. *Protección de los menores frente a la publicidad.*

“La publicidad por televisión no contendrá imágenes o mensajes que puedan perjudicar moral o físicamente a los menores. A este efecto, deberá respetar los siguientes principios:

- a) No deberá incitar directamente a tales menores a la compra de un producto o de un servicio explotando su inexperiencia o su credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores, o a los padres o tutores de terceros, para que compren los productos o servicios de que se trate.*
- b) En ningún caso deberá explotar la especial confianza de los niños en sus padres, profesores u otras personas.*
- c) No podrá, sin un motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas”.*

¹⁰⁸ Gay Fuentes, C. (1994): *La televisión ante el derecho internacional y comunitario*. Marcial Pons Ediciones Jurídicas, Madrid, pág. 241.

Artículo 17. *Protección de los menores frente a la programación.*

“1. Las emisiones de televisión no incluirán programas ni escenas o mensajes de cualquier tipo que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores, ni programas que fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social.

2. La emisión de programas susceptibles de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores y, en todo caso, de aquellos que contengan escenas de pornografía o violencia gratuita sólo podrá realizarse entre las veintidós y las seis horas y deberá ser objeto de advertencia sobre su contenido por medios acústicos y ópticos.

Lo así dispuesto será también de aplicación a los espacios dedicados a la promoción de la propia programación”.

* La **Ley 22/1999, de 7 de junio**, modifica la ley anterior 25/1994, en lo referente a la normativa relacionada con los menores en los apartados 18 y 19, en los términos que pasamos a concretar:

“Dieciocho.

1. La rúbrica del artículo 16 queda redactada de la forma siguiente:
Protección de los menores frente a la publicidad y televenta.

2. El texto del artículo, pasa a ser apartado 1 del mismo, con las siguientes modificaciones:

a. El texto de la letra b) se sustituye por el siguiente:

b. En ningún caso, deberá explotar la especial confianza de los niños en sus padres, en profesores o en otras personas, tales como profesionales de programas infantiles o, eventualmente, en personajes de ficción.

- b. Se añade una letra d) al apartado 1 con el siguiente texto:
- d. En el caso de publicidad o televenta de juguetes, éstas no deberán inducir a error sobre las características de los mismos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el niño para utilizar dichos juguetes sin producir daño para sí o a terceros.*
- c. Se crea un apartado 2 en el artículo 16 con el texto siguiente:
- 2. La televenta deberá respetar los requisitos que se prevén en el apartado 1 y, además, no incitará a los menores a adquirir o arrendar directamente productos y bienes o a contratar la prestación de servicios”.*

“Diecinueve.

Se modifica el apartado 2 y se crean dos nuevos apartados con los números 3 y 4, dentro del artículo 17 de la Ley 25/1994 con la siguiente redacción:

2. La emisión de programas susceptibles de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores sólo podrá realizarse entre las veintidós horas del día y las seis horas del día siguiente, y deberá ser objeto de advertencia sobre su contenido por medios acústicos y ópticos.

Cuando tales programas se emitan sin codificar, deberán ser identificados mediante la presencia de un símbolo visual durante toda su duración.

Lo aquí dispuesto será también de aplicación a las emisiones dedicadas a la publicidad, a la televenta y a la promoción de la propia programación.

3. Al comienzo de la emisión de cada programa de televisión y al reanudarse la misma, después de cada interrupción para insertar publicidad y anuncios de televenta, una advertencia, realizada por medios ópticos y acústicos, y que contendrá una calificación

orientativa, informará a los espectadores de su mayor o menor idoneidad para los menores de edad.

En el caso de películas cinematográficas esta calificación será la que hayan recibido para su difusión en las salas de cine o en el mercado del vídeo, de acuerdo con su regulación específica. Ello se entiende sin perjuicio de que los operadores de televisión puedan completar la calificación con indicaciones más detalladas para mejor información de los padres o responsables de los menores. En los restantes programas, corresponderá a los operadores, individualmente o de manera coordinada, la calificación de sus emisiones.

En el supuesto de que en el plazo de tres meses desde la entrada en vigor de la Ley, los operadores de televisión no se hubieran puesto de acuerdo respecto de un sistema uniforme de presentación de estas calificaciones, el Gobierno dictará las normas precisas para asegurar su funcionamiento.

4. En las emisiones realizadas por operadores de televisión bajo jurisdicción española, habrán de respetarse, en todo caso, los preceptos constitucionales”.

* El **Libro Verde sobre la protección de los derechos de los menores y la dignidad humana en los nuevos servicios audiovisuales y de información (0621/96)**¹⁰⁹ supone un documento normativo exhaustivo en cuanto a los cauces de protección para la infancia en los medios y nuevos servicios de información dentro del contexto de la Unión Europea, entre ellos la educación de medios de comunicación.

Como respuesta al citado documento, de carácter integral, el Parlamento Europeo, publica la **Resolución A4-0227/97** sobre el Libro Verde, en la que incorpora una pormenorizada valoración. Destacan, entre otras premisas, la insistencia *en el papel fundamental que desempeñan la responsabilidad y la*

capacidad crítica individual y familiar, cuya acción no puede sino complementarse con la intervención de los poderes públicos (epígrafe 15). Asimismo, se solicita textualmente la incorporación en el sistema educativo de la enseñanza para los medios: (El Parlamento) pide insistentemente a los Gobiernos de los Estados miembros que introduzcan en el sistema educativo una enseñanza adecuada para el desarrollo de una capacidad crítica de análisis por parte de los menores con respecto a los mensajes audiovisuales (epíg. 21) y pide a la Comisión que promueva a nivel europeo iniciativas de sensibilización y participación de los adultos en la educación relativa a los medios de comunicación (epíg. 22). Por otro lado, como medio para salvaguardar a los niños de la programación televisiva no apta para ellos, manifiesta su satisfacción por el sistema de pictogramas adoptado por algunas cadenas nacionales para indicar el grado de violencia respectivo del programa que se transmite y espera que, a falta de un filtrado más sofisticado (tipo chip antiviolencia), los Estados miembros recurran a dicho sistema (epíg. 27).

* En la **Recomendación 1286 (1996), de la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, sobre una estrategia europea para los niños, de 24 de enero de 1996**, consta en el apartado 8 que, entre otros aspectos:

“El Comité de Ministros debería instar insistentemente a los Estados:

- a informar a los niños, así como a sus padres, sobre sus derechos mediante una amplia difusión del texto de la Convención sobre los derechos del niño, por cualquier medio posible, incluyendo los medios de comunicación e introduciendo en los programas escolares desde el ciclo de primaria, una enseñanza sobre los derechos y las responsabilidades del niño;

- a animar a los medios de comunicación, especialmente a los visuales, a favorecer el derecho del niño a un desarrollo sano y equilibrado, y a eliminar

¹⁰⁹ Por la amplitud del texto, pasamos a incluirlo en el Anexo X.

la violencia e ilustrar los valores positivos de la sociedad particularmente en las producciones destinadas a los niños;...”.

* En lo concerniente a la normativa relacionada con nuevas tecnologías, en la **Resolución del Parlamento Europeo**, adoptada el **24 de abril de 1997**, como respuesta a la Comunicación de la Comisión relativa a los contenidos ilícitos y nocivos en Internet (0592/96), se recogen en los epígrafes 28, 33 y 36 medidas tendentes a la protección de los menores en la red:

28. *“Pide a la Comisión que, tras consultar con el Parlamento Europeo, proponga un marco común para la autorregulación; en este marco habrán de figurar: los objetivos que se han de alcanzar para la protección de los menores, de los intereses de los consumidores y de la dignidad humana..”.*

“Por lo que concierne a los contenidos nocivos:

33. *Insiste en la primacía de la responsabilidad individual, en particular en el seno de la familia, pero considera que la intervención de los servicios públicos podrá ser complementaria;*

36. *Pide al Consejo que adopte medidas para fomentar la utilización de sistemas de control parental a través de las nuevas técnicas de filtrado, iniciativas de autorregulación, el establecimiento de sistemas europeos de codificación que hagan posible el control por parte de los padres al final del proceso, así como el establecimiento de mecanismos de denuncia (‘líneas directas’).*

* En la **Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo**, de 8 de junio de 2000, relativa a *determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico)*, en el artículo 16.1.e. se establece que *“Los Estados miembros y la Comisión fomentarán la elaboración de códigos de conducta en materia de protección de menores y de la dignidad humana”.*

* La normativa más actual llega con la **Resolución del Consejo sobre los contenidos de los medios interactivos en Europa, de 19 de diciembre de 2002 (2003/C 13/04)** en la que se parte de un primer epígrafe en el que el Consejo de la Unión Europea *toma nota de la amplia utilización de los medios interactivos especialmente entre las generaciones más jóvenes cuya vida cotidiana, condiciones y educación se ven cada vez más influidos por los ordenadores, Internet y los servicios de comunicaciones móviles*. Por este motivo, el citado organismo *destaca la importancia de la protección de los consumidores y de los jóvenes en este contexto, así como la necesidad de fomentar el acceso de todos los ciudadanos a los medios interactivos* (epígrafe 9).

NORMATIVA ESPAÑOLA

* En la **Constitución Española de 1978**, el artículo 18 garantiza *el derecho al honor, a la intimidad personal y a la propia imagen y a la protección de la infancia y juventud* y en el artículo 20.4. se reconoce el derecho a la libertad de expresión y se establecen como límites los expuestos en el artículo 18. Asimismo, en el artículo 39.4. se recoge que *los niños gozarán de la protección prevista en los acuerdos internacionales que velan por sus derechos*.

* La **Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión**, en algunos de sus apartados dentro de los artículos 4 y 5 alude a la protección de los menores. En el apartado 5º del artículo 4, consta que *la actividad de los medios de comunicación social del Estado se inspirará, entre otros principios, en “La protección de la juventud y de la infancia”*. En el apartado 1º del artículo 5, se establece que las programaciones de RTVE deberán, entre otras medidas, *“promover el respeto de la dignidad humana y, especialmente, los derechos de los menores... y propiciar el acceso de todos a los distintos géneros de programación y a los eventos institucionales, sociales, culturales y deportivos, dirigiéndose a todos los segmentos de audiencia, edades y grupos sociales...”*.

* Del mismo modo, el citado artículo 4 es el que se aplica en las cadenas y canales privados, puesto que en el artículo 3º de la **Ley 10/1988, de Televisión Privada**, contempla que la gestión indirecta (del servicio público esencial de la televisión) por parte de las Sociedades concesionarias se inspirará en los mismos principios de la Ley 4/1980.

* La **Ley 34/1988, de 11 de noviembre, Ley General de Publicidad**, refleja en su artículo 3.a. que *es ilícita la publicidad que atente contra la dignidad de la persona o vulnere los valores y derechos reconocidos en la Constitución, especialmente en los que se refiere a la infancia, juventud y la mujer.*

* La **Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil**, destina el Título I a establecer los derechos del menor, así como las medidas y principios rectores de la acción administrativa. Por la relevancia de esta ley, enunciamos los artículos y, posteriormente, introducimos su desarrollo¹¹⁰.

- Artículo 1. Ámbito de aplicación.
- Artículo 2. Principios generales.
- Artículo 3. Referencia a Instrumentos Internacionales.
- Artículo 4. Derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen.
- Artículo 5. Derecho a la información.
- Artículo 6. Libertad ideológica.
- Artículo 7. Derecho a la participación, asociación y reunión.
- Artículo 8. Derecho a la libertad de expresión.
- Artículo 9. Derecho a ser oído.
- Artículo 10. Medidas para facilitar el ejercicio de los derechos.
- Artículo 11. Principios rectores de la acción administrativa.

¹¹⁰ Véase el Anexo XI.

* La **Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones**, incluye dentro de los objetivos y principios de la ley, en el Artículo 3 (epígrafe e), *“Defender los intereses de los usuarios, asegurando su derecho al acceso a los servicios de comunicaciones electrónicas en adecuadas condiciones de elección, precio y calidad, y salvaguardar, en la prestación de éstos, la vigencia de los imperativos constitucionales, en particular, el de no discriminación, el de respeto de los derechos al honor, a la intimidad, a la protección de los datos personales y al secreto en las comunicaciones, el de la **protección a la juventud y a la infancia**,... A estos efectos, podrán imponerse obligaciones a los prestadores de los servicios para la garantía de dichos derechos”*.

NORMATIVA AUTONÓMICA

En el ámbito autonómico, la mayoría de las Comunidades de nuestro país cuentan con legislación específica en el campo de protección de la infancia. No obstante, no todas afrontan de igual modo la protección de los niños en las publicaciones, medios de comunicación y publicidad ni los derechos a la información, el honor, la intimidad y la propia imagen. La integración en las distintas leyes de estas salvaguardas y derechos varía en cada territorio de forma sustancial. Las leyes en las que se incorporan, en mayor medida, son las que conciernen a la Comunidad de Madrid, Castilla-León y Cataluña; mientras que en Cantabria, Aragón o Extremadura no se contempla de manera específica. Pasamos a detallar la normativa relacionada con los medios de comunicación y con los derechos citados, e incluiremos las distintas leyes autonómicas en un listado decreciente en cuanto a la aportación de los mismos¹¹¹.

¹¹¹ Dada su amplia extensión, incorporaremos el desarrollo de los artículos citados dentro del Anexo XII.

* La **ley 6/1995, de 28 de marzo, de garantías de los derechos de la infancia y la adolescencia en la Comunidad de Madrid**, contempla, en el Título II (*Fomento de los derechos del bienestar de la infancia y de la adolescencia*), el Capítulo VI destinado a los Medios de Comunicación (*Artículo 17*). Además, en el Título III (*Garantías de atención y protección de la infancia y la adolescencia*), dentro del Capítulo I (*Protección Sociocultural*), se incorporan las Secciones II (*Publicaciones. Art. 32*) y III (*Medios Audiovisuales. Art. 33-35*); y el Capítulo II se dedica íntegramente a la *Protección ante la publicidad y el consumo (Art. 36-40)*.

* La **ley 14/2002, de 25 de julio, de Promoción, Atención y Protección a la Infancia en Castilla y León**, es la más reciente en la materia que nos ocupa, recoge todos los derechos y protecciones, además de introducir, como novedad, limitaciones en los medios de telecomunicaciones y telemáticos. De este modo, en el Capítulo II (*Derechos específicos de especial protección y promoción*), constan todos los derechos del menor, entre ellos, el *Derecho al honor, la intimidad y la propia imagen (Artículo 21)*, el *Derecho a la información y a la libertad de expresión (Art. 23)* y el *Derecho a ser informado y oído (Art. 25)*. De manera específica, dentro del Capítulo III (*Prohibiciones, limitaciones y actuaciones sobre determinadas actividades, medios y productos*) se insertan, entre otras, las relativas a *Publicaciones; Medios audiovisuales, de telecomunicaciones y telemáticos; Publicidad; y Consumo y comercio (Art. 31-34)*.

* La **ley 8/1995, de 27 de junio, de atención y protección de los niños y los adolescentes** y de modificación de la Ley 37/1991, de 30 de diciembre, sobre medidas de protección de los menores desamparados y de la adopción **de Cataluña**, destina en el Capítulo V (*El niño y el adolescente en el ámbito social*), la Sección II a (*Publicidad, medios de comunicación y espectáculos. Artículos 33-39*). Además, dentro del Capítulo II (Principios básicos relativos a los derechos del niño y el adolescente) se incluyen todos los derechos del menor, entre ellos, *el Derecho al honor, la intimidad y la propia imagen (Art. 9)*.

En el marco de esta Comunidad Autónoma, la **Ley 2/2000, de 4 de mayo**, regula **el Consejo del Audiovisual en Cataluña**, el primero que se creó en un ámbito autonómico¹¹². Entre las funciones que presenta, contempladas en el Artículo 10, las siguientes se relacionan directamente con la protección de la infancia: “Asegurar el cumplimiento y la observancia de lo dispuesto en la Ley 8/1995, de 27 de julio, de Atención y Protección de los Niños y Adolescentes...” (epígrafe k); “Velar, en el ámbito de sus competencias, por el cumplimiento de la normativa de la Unión Europea, especialmente en los ámbitos relativos a la televisión sin fronteras, así como de la normativa contenida en los tratados internacionales relativa a los medios de comunicación audiovisual” (epíg. l); y “Adoptar, en el marco de las atribuciones reconocidas en la presente Ley, las medidas necesarias para restablecer los efectos de la difusión o la introducción en la programación o la publicidad de mensajes o contenidos que atenten contra la dignidad humana y el principio de igualdad, y muy particularmente cuando estos mensajes o contenidos hayan sido difundidos en horarios de audiencia de público infantil o juvenil” (epíg. m).

* Asimismo, Navarra es la otra Comunidad española que cuenta con un organismo de estas características y, aunque no hemos encontrado ninguna ley específica relacionada con la protección del menor, en la **Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra**, se destina el Capítulo IV precisamente a dicho cometido. De esta forma, en el artículo 15 se concreta la *Protección de los menores frente a la publicidad y la televenta* y el 16 se destina a la *Protección de los menores frente a la programación*.

¹¹² Su creación se recoge en la Ley 8/1996, de 5 de julio, de Regulación de la Programación Audiovisual Distribuida por Cable.

* La **ley 1/1997, de 7 de febrero, de atención integral a los menores en Canarias**, incorpora en el Capítulo III del Título III (*Actuaciones sobre determinadas actividades, medios y productos*) los *artículos del 34 al 38*, en los que se recogen acciones relativas a *Publicaciones, Medios Audiovisuales, Publicidad dirigida a menores, Publicidad efectuada por menores y Publicidad prohibida*, respectivamente.

* La **ley 4/1998, de 18 de marzo, del menor, en el ámbito de La Rioja**, alberga en la Sección II (*De los derechos del menor*), dentro del Capítulo I, el *derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen (Artículo 15)* y el *derecho a la libertad de expresión (Art. 31)* y establece una serie de protecciones, entre ellas, las relacionadas con *Imágenes, mensajes y objetos; Publicaciones; y Material Audiovisual (Art. 27-29)*.

* La **ley 1/1998, de 20 de abril, de los Derechos y la Atención al Menor en Andalucía** integra en su Capítulo II del Título I (*De la promoción de los derechos de los menores*) el *derecho al honor, la intimidad y la propia imagen (Artículo 6)* y el *derecho a la información y publicidad (Artículo 7)*.

* La **ley 3/1999, de 31 de marzo, del Menor de Castilla-La Mancha**, inserta en el Capítulo II del Título I (*De los derechos, su promoción y protección*) dentro de los *artículos 11 y 12*, el *derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen, y el derecho a la información*.

* La **ley 7/1994, de 5 de diciembre, de protección de la infancia, en la Comunidad Valenciana**, destina, dentro del Título II (*Programas, recursos y equipamientos*), el Capítulo I a *Programa de Información* y, en concreto, el *artículo 17* de la misma a *Campañas autonómicas y servicios de diagnóstico especializado*, dentro de la que se subraya que se evitará la violencia en los programas de televisión dentro de los medios públicos y que se promocionarán video-juegos contrarios a la violencia.

* La **ley 3/1997, de 9 de junio, de la Familia, la Infancia y la Adolescencia, de Galicia**, se limita a establecer entre otras *medidas de prevención* (Capítulo I), dentro del Título III (*De la protección de la infancia y la adolescencia*), *prohibiciones relativas a publicaciones y material audiovisual* (Artículo 16).

* La **ley 7/1999, de 28 de abril, de protección de la infancia y adolescencia, en el ámbito de Cantabria**, si bien no concreta referencias a la extensión en los medios de comunicación, alberga, entre otros, *los derechos al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen* (Artículo 10), *a la información* (Art. 11) y *a la libertad de expresión* (Art. 14).

* La **ley 1/1995, de 27 de enero, de protección al menor, en Asturias**, integra el derecho *al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen* (Artículo 13).

* La **ley 3/1995, de 21 de marzo, de la infancia en la Región de Murcia**, refleja el derecho *a la intimidad y a la propia imagen* en el artículo 8 de la misma.

* Las **leyes 10/1989, de 14 de diciembre, de Protección de Menores, en Aragón**, y **4/1994, de 10 de noviembre, de Protección y atención a menores, en Extremadura**, no consideran, de manera específica los derechos de la infancia que hemos expuesto. No obstante, al igual que en las leyes citadas anteriormente, entre los principios rectores de la protección de menores, de manera genérica, se introducen en el caso de la Ley 10/1989, dentro del Artículo 2, *El respeto de los derechos constitucionales del menor, La responsabilidad pública de la protección de menores y La prevalencia del interés del menor sobre cualquier otro concurrente*. Asimismo, en la Ley 4/1994 (Art. 3), también consta dicha prioridad del interés del menor por encima de cualquier otro, además de la actuación de la Junta Extremeña en algunos de los siguientes términos *Remover todo tipo de obstáculos que impidan la formación integral del menor; y Fomentar la realización, por parte de las distintas Administraciones Públicas, de programas culturales, recreativos, de ocio y tiempo*

libre tendentes a evitar situaciones sociales de riesgo para la formación de los menores.

* Por último, el País Vasco cuenta con la publicación del **Dictamen 5/2000 sobre el Anteproyecto de Ley de Atención y Protección a la Infancia y a la Adolescencia en garantía de sus derechos y de sus responsabilidades**. En el Título II, se contemplan los *Derechos de los niños, niñas y adolescentes y su ejercicio*, entre ellos, se establecen el derecho a la cultura y protección sociocultural, al tiempo libre activo, a la participación social y a la integración y protección social.

Como queda instaurado a través de las leyes expuestas, la protección de los niños ante el medio televisivo y nuevas tecnologías está ampliamente regulada. A partir de ahí, lo importante es que los distintos medios se comprometan a cumplirlas. En referencia a ello, Ochaíta (1998) destaca que existen *“suficientes recursos para controlar tanto los programas dirigidos a los niños -o emitidos en la franja horaria que estos suelen ver-, como la imagen que los medios ofrecen de los niños y adolescentes. Sin embargo, en el debate entre los límites de la libertad de expresión y los derechos de los niños, hay que apelar, indudablemente a la responsabilidad de los propios medios de comunicación”*¹¹³.

Con ese sentido, se firmó el 26 de marzo de 1993 el **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 juventud, formulado por el Ministerio de Educación y Ciencia, las Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas y las cadenas de televisión**¹¹⁴. En este documento, se postulan una serie de estrategias en la programación de las cadenas relativas a la difusión de valores y al control de los mensajes que puedan resultar perjudiciales para los menores. Estas líneas de actuación en el contenido audiovisual, tanto en los programas como en la

¹¹³ Ochaíta, E. (1998), op. cit., edición de la autora.

¹¹⁴ Véase texto íntegro en Anexo XIII. Fuente: www.cnice.mecd.es/tv_mav/tvedu/convenio/texto.htm.

publicidad, se basan en una triple dirección: 1. “favorecer... los valores de respeto a la persona, de tolerancia, solidaridad, paz y democracia (en el marco establecido por la normativa existente)...” y, en consecuencia, 2. “difusión de valores educativos y formativos, cultivando el potencial formativo de la televisión”, como medidas de conducta tendentes a optimizar la oferta televisiva para el estrato infantil y juvenil. Y, desde el parámetro de limitaciones de mensajes o imágenes no aptos o “susceptibles de vulnerar de forma gravemente perjudicial los valores de protección”, 3. “evitar... la violencia gratuita, la discriminación por cualquier motivo, el consumo de productos perniciosos para la salud, las escenas de explícito contenido sexual y el lenguaje innecesariamente indecente”. Mediante la firma de este código, el Ministerio de Educación y Ciencia (actualmente, Ministerio de Educación y Cultura) también se comprometió a realizar un seguimiento e impulsar, a través de sus unidades especializadas, estudios teóricos y prácticos relacionados con la influencia de la televisión en el público infantil y juvenil y en el medio escolar. Y, además, a desarrollar una campaña entre los profesores, alumnos y padres tendente a promover los valores citados que la experiencia televisiva puede aportar.

Fruto de las últimas premisas, cuatro años después, en enero de 1997, la Secretaría General de Educación y Formación Profesional del MEC creó un grupo de trabajo en el Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (PNTIC), con el fin de planificar el seguimiento del Convenio. De esa forma, surgen una serie de acciones¹¹⁵, cuyos objetivos se centran en: Ofrecer a las entidades firmantes resultados y conclusiones de estudios analíticos realizados para conocer el grado de cumplimiento del Convenio; Controlar las disposiciones establecidas en la Ley 25/1994 y promover acciones de adecuación a esta normativa; y Concienciar a los colectivos profesionales y sociales, y al público destinatario de las emisiones televisivas, de la necesidad de emprender acciones

¹¹⁵ Recogidas en “Informe de seguimiento acerca del 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 juventud, formulado por el Ministerio de Educación y Ciencia, las Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas y las cadenas de televisión”. (www.pntic.es).

para la defensa de la infancia y la juventud y, en general, al fortalecimiento del espíritu crítico de los telespectadores ante los mensajes emitidos por las cadenas de televisión.

Entre 1995 y 1996, se llevaron a cabo varios estudios e investigaciones realizadas por el MEC, a través del Centro de Investigación, Documentación y Evaluación, CIDE, relacionadas con la televisión, la imagen y sus efectos ¹¹⁶.

Asimismo, en 1997, el MEC, por medio del PNTIC, encargó tres estudios de carácter práctico:

Uno, centrado en la publicidad emitida en la franja de tarde en un día previo a la Navidad, llevado a cabo por profesionales de las Facultades de Ciencias de la Información, coordinado por Enrique Castelló Mayo, en la UCM, y Carmen Ciller Tenreiro, Antía M^a López Gómez y Manuel Martínez Nicolás, en la Universidad de Santiago de Compostela.

Un segundo, relativo al contenido de la programación emitida durante la segunda quincena del mes de noviembre, también en la franja vespertina, elaborado por los profesores Carmen Alba Pastor, Marisol Jiménez Benedit y Evaristo Nafría López de la Facultad de Ciencias de la Educación de la UCM.

Y, un tercer estudio, consistente en el análisis de la programación televisiva emitida entre los meses de noviembre y diciembre de ese mismo año, en el que se valora el cumplimiento e incumplimiento, por las cadenas de televisión, de los

¹¹⁶ En la web del PNTIC (www.pntic.mec.es/tele/seguim/seguim.htm), se pueden consultar los textos íntegros de algunas de estas investigaciones: Marinas Herrera, J. y otros, "Ver la televisión con los niños"; García Cortázar, M^a L. y otros, "La influencia de la familia y los educadores en la percepción y asunción de los mandatos sobre la televisión"; Aparici Marino, R. y García Matilla, A. y otros, "Televisión, Currículum y Familia"; Área Moreira, M., "La educación audiovisual como tema transversal del currículum..."; Gallego Arrufat, M^a J., "El profesor (educador, enseñante y televidente) y la programación televisiva". También pertenecen a la citada contribución para el MEC, las investigaciones "La televisión educativa en España". Informe Marco para el desarrollo de la televisión educativa, 1996; "Educación del consumidor: Publicidad", Materiales didácticos cedidos por la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) y "La imagen. Elementos Estructurales" (García E.).

compromisos adquiridos en el Convenio, realizado por un grupo de alumnos de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, bajo la dirección de la Profesora Avelina Vega¹¹⁷.

Un año después, en 1998, se encarga a la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR), un informe acerca de las incidencias observadas en los programas televisivos en los meses de abril a junio de este año¹¹⁸.

Por otro lado, en lo relativo a los Códigos éticos y deontológicos que regulan la profesión periodística también se ofrecen protecciones para los menores de edad. Sírvanos como ejemplo el **Código Europeo de Deontología del Periodismo** (Consejo de Europa, 1993), en el capítulo "*Situaciones de conflicto y casos de protección especial*", dentro del artículo 35 se hace particular referencia a la infancia y juventud y se contempla que "*Teniendo en cuenta la especial influencia de los medios de comunicación, fundamentalmente la televisión, y la sensibilidad de los niños y los jóvenes, se evitará la difusión de programas, mensajes o imágenes relativas a la exaltación de la violencia, el sexo y el consumo y el empleo de un lenguaje deliberadamente inadecuado*". Para vigilar el cumplimiento de éste y el resto de principios que se incluyen, este mismo Código aboga en su artículo 37 por la creación de "*organismos o mecanismos de autocontrol, integrados por editores, periodistas y asociaciones de ciudadanos usuarios de la comunicación, representantes de la Universidad y de los jueces, que emitirán resoluciones sobre el cumplimiento de los preceptos deontológicos en el periodismo...*".

En la actualidad, se producen desobediencias no sólo de las premisas que señalan los códigos sino también las leyes. A este respecto, según advierte Coca

¹¹⁷ Los tres estudios están publicados dentro de los informes de seguimiento de la web del CNICE. El primero de ellos, contenido bajo el título "*Signos con que habitar en el mundo*", lo encontramos en www.cnice.mecd.es/tv_mav/tvedu/convenio/signossinf.htm; el segundo, en la misma página, con la extensión "/convenio/análisis.htm"; y, el tercero, publicado en 1998, con la extensión "/convenio/informeavelina.htm".

¹¹⁸ Las incidencias observadas por la ATR en dicho periodo de análisis pueden consultarse en www.cnice.mecd/tv_mav/tvedu/convenio/informeatr.htm.

(1997), “se pueden sostener, como casi siempre, dudas razonables sobre si su cumplimiento es exacto en todos los casos. Así, por ejemplo, la legislación sobre publicidad prohíbe expresamente que se use a los niños para anunciar productos o servicios que no sean infantiles. Cualquier espectador avisado encontrará en casi cualquier bloque publicitario de cualquier cadena de televisión anuncios en los que resulta muy difícil encontrar la relación entre el producto promocionado y los niños, y sin embargo éstos aparecen allí”¹¹⁹.

La respuesta de los ciudadanos ante este tipo de incumplimientos es de insatisfacción ante un medio que consideran que no responde al servicio público esencial que las leyes le exigen. A ésta y otras conclusiones se llegó en una encuesta titulada “*Hábitos y formas de consumo de los usuarios de los medios de comunicación*” realizada en 1995 por la Confederación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU)¹²⁰. Así, un 65% de los encuestados considera que la televisión es el medio que más vulnera sus derechos (el resto del porcentaje se reparte entre revistas, periódicos y radio). Además, según un 79%, las televisiones no se ajustan a su condición de servicio público ni responden al interés de los ciudadanos. Un 87% considera que éstos no están suficientemente representados en las decisiones que afectan a la televisión. El principal interés de las cadenas es ‘ganar dinero’ (el 51% de las respuestas), seguido de ‘tener poder e influencia’ (31%). Por otro lado, un 74% de los participantes consideran que no debe emitirse un programa que no reúna la suficiente calidad e interés por el hecho de tener mucha audiencia.

El mismo año en que se elaboró dicho informe, en 1995, la CEACCU publicó con motivo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor un decálogo para reivindicar los *Derechos de los usuarios de los medios de comunicación*. Dos de las

¹¹⁹ Coca, C.: “Códigos éticos y deontológicos en el periodismo español”, en Zer, “Revista de Estudios de Comunicación”, núm. 2, mayo 1997.

¹²⁰ Los resultados de este estudio, junto con su ficha técnica, se publican en Quintana, Y. (1996): “Sociedad, consumidores y medios de comunicación”. “Estudios y Documentación”, nº 3, CEACCU, Madrid, págs. 204-227.

demandas que se solicitan a los medios desde este escrito hacen referencia expresa a la infancia:

“5º- Los niños como público particularmente protegido por la ley, tienen derecho a que los medios de comunicación, y muy en especial la TV: respeten su intimidad, les faciliten la información necesaria para su desarrollo, y no emitan contenidos violentos accesibles para ellos.

6º- Más en concreto, y para garantizar el ‘derecho a la información de los niños’, tienen derecho a que las televisiones: programen sus contenidos infantiles para satisfacer esta demanda, que los programas respondan a criterios pedagógicos y que indiquen previamente el contenido y la edad para la que están dirigidos” ¹²¹.

En 1997, comienza a funcionar el Observatorio Europeo de la TV Infantil (OETI), entidad sin ánimo de lucro cuya premisa es *“conseguir que los programas de televisión destinados a la infancia sean educativos, formativos y entretenidos”*¹²². Si bien se creó en 1988, fue en 1997 cuando inicia su labor actual, mediante la agrupación del Festival Internacional de Televisión de Barcelona, el Foro Mundial de la TV Infantil y las Jornadas del Observatorio.

En cuanto a los objetivos que se propone alcanzar el Observatorio, son los siguientes:

“- Constituirse como un centro de observación y seguimiento de las diversas acciones relacionadas con la televisión infantil: legislaciones, producciones, consumo, etc.

¹²¹ El resto de las peticiones realizadas a los medios de comunicación desde este decálogo pueden consultarse en su web: <http://www.ceaccu.org>.

¹²² Las actividades y líneas de actuación del Observatorio Europeo de la TV Infantil (OETI) pueden consultarse en la web de dicha entidad: <http://www.oeti.org>.

- *Estudiar y analizar la evolución de los contenidos de los programas de televisión infantil y de sus derivados multimedia, proponiendo modelos de análisis y realizando investigaciones sobre su evolución en el tiempo y de comparación entre diferentes países y televisiones.*

- *Promover una red de cooperación estable (RCE), gabinetes de estudio, etc. entre los diversos grupos que desde las universidades, los centro de investigación y las televisiones se ocupan de estudiar la televisión infantil.*

- *Crear y desarrollar temas adecuados para la formación continua en materia de televisión y multimedia para niños. Con esta finalidad el OETI cooperará con universidades, centro educativos y, en general, con entidades vinculadas al mundo de la formación.*

- *Y publicar periódicamente informes que analicen los diversos aspectos de la televisión infantil y propongan acciones y soluciones para el futuro: Los Trabajos del Naos¹²³.*

¹²³ <http://www.oeti.org>, op. cit.

3.5. LOS “MACROSISTEMAS”: CULTURA, IDEAS, VALORES, CREENCIAS SOCIALES Y PAUTAS DE CRIANZA.

El último círculo del modelo ecológico corresponde al “**macrosistema**” que, como su propio nombre indica, es el de mayores dimensiones y el que afecta en su globalidad a todo el conjunto de niños que habitan en una sociedad. En él, se encuentran representados la cultura¹²⁴, ideas, valores, creencias y pautas de crianza en la forma de educar a los niños que caracterizan al gran contexto social.

Si nos remitimos al campo de la psicología, Vygotski ha sido considerado como “*el primer psicólogo moderno que mencionó los mecanismos a través de los cuales la cultura se convierte en una parte de la naturaleza del individuo*”¹²⁵. La importancia del aprendizaje a través de la relación con otros en el desarrollo del niño es una de las claves que para este autor fundamenta su condición evolutiva, como ya vimos.

Desde parámetros análogos, Bruner (1995) propugna que el concepto fundamental de la psicología es el ‘significado’ y los procesos y transacciones que se dan en su construcción. Asimismo, argumenta que para comprender al hombre, primero, hay que entender la forma en que sus experiencias están moldeadas por sus estados intencionales y, en segundo lugar, que esos estados sólo se pueden plasmar en sistemas simbólicos de cultura. A su vez, matiza que la cultura es “*constitutiva de la mente*” y “*en virtud de su actualización (de la mente) en la cultura, el significado adopta una forma que es pública y comunitaria en lugar de privada y autista*”¹²⁶. Con similares términos, manifiesta que “*el niño no entra en la vida de su grupo mediante la ejercitación privada y autista de procesos primarios, sino como participante en un proceso público más amplio en el que se negocian significados*

¹²⁴ Consideramos el término “cultura” en su acepción sociológica y no elitista o restringida.

¹²⁵ Vygotski, L. S. (1979), op. cit. en introducción realizada por Cole, M. y Scribner, S. pág. 24.

¹²⁶ Bruner, J. (1995): *Actos de significado. Más allá de la revolución cognitiva*. Alianza Editorial, Madrid, pág. 47.

*públicos. Y, en este proceso, los significados no le sirven de nada a menos que consiga compartirlos con los demás*¹²⁷.

A este respecto, Santiuste Bermejo (2001) advierte que *“los procesos psicológicos son de un sujeto que vive en un medio cultural dado. La interacción del ser humano con su medio está mediatizada por la Cultura. Los padres, abuelos, educadores y, en general, todos los seres humanos son los agentes mediadores. Gracias a la interacción con los agentes mediadores, el ser humano puede desarrollar los procesos psicológicos superiores. El desarrollo personal es el proceso mediante el cual el ser humano hace suya la Cultura del grupo social al que pertenece, de tal manera que en este proceso el desarrollo de la competencia cognitiva está estrechamente vinculado a los aprendizajes específicos*¹²⁸.

Por tanto, las características del sujeto, como ser social, van más allá de él mismo debido a las relaciones sociales que establezca. *“El niño desarrolla sus necesidades, se aproxima a la televisión y reacciona frente a ella no como un individuo aislado, sino como alguien inserto en la sociedad, alguien con experiencia pasada, afiliaciones presentes y expectativas futuras*¹²⁹.

Las dimensiones individual y social, lejos de estar determinada una por otra, según Morley (1996: 129-131), están relacionadas, por lo que también entiende la respuesta individual en función de los recursos culturales del contexto social al que pertenezca el sujeto.

En el ámbito de la investigación, que ya abordamos en el capítulo precedente, desde las mismas consideraciones de “lo individual y lo social”, Silverstone (1994: 241) nos recuerda como los primeros estudios de carácter conductista se limitaban a analizar a los individuos de manera aislada y

¹²⁷ Bruner, J. (1995), op. cit., pág. 29.

¹²⁸ Santiuste Bermejo, V. (Coordinación) (2001): *El pensamiento crítico en la práctica educativa*. Pro-Logos Educación, Madrid, pág. 43.

¹²⁹ Halloran, J. (Coordinación) (1974), op. cit., pág. 64.

descontextualizada de su situación social; mientras que a partir de la idea de sociabilidad introducida por Katz y Lazarsfeld (1955) comenzaron a discernirse en una esfera amplia de mediaciones pertinentes para el estudio de la audiencia, que empezó a desempeñar un papel activo en su relación con el medio, aunque se restringía al sentido de utilidad o función, por lo que no se tenían en cuenta aspectos como el carácter impredecible de la práctica televisiva, se olvidaba el contexto político, económico e ideológico del individuo y no se concebía la relación temporal a largo plazo con los mensajes vistos. En relación al papel de la televisión en los cambios a largo plazo de los valores y creencias, Silverstone menciona los trabajos relativos al análisis del cultivo, como el Morgan y Signorielli (1990) y expone que estos autores afirman que *“la ubicuidad de la televisión, su persistencia, su redundancia, su omnipresencia en el corazón mismo de la cultura contemporánea son precisamente los rasgos que garantizan su posición singular, y su fuerza quizás impar, para definir la realidad cultural, en particular la de quienes la miran con mucha frecuencia (...) Teniendo en cuenta esa ubicuidad y el hecho de que todos miramos algo de televisión, las variaciones pequeñas pero constantes en las actitudes y su correlación con la intensidad y la densidad de la práctica de ver televisión deben de ser significativas”*¹³⁰.

Postman (1991) manifiesta que *“los medios disponibles en cada cultura constituyen una influencia dominante en la formación de las preocupaciones intelectuales y sociales de la cultura”*¹³¹. Y este reconocido pedagogo sostiene que uno de los medios más destacados en la configuración de la cultura y, de manera extensible, de la sociedad en la era actual es la televisión, *“el centro de mando de la nueva epistemología. No hay audiencia tan joven como para que se le excluya de la televisión. No hay pobreza tan abyecta como para que se vea privada de la televisión. No hay educación tan elevada que no pueda ser modificada por la televisión. Y lo más importante de todo, no hay temas de interés público -la política,*

¹³⁰ Silverstone, R. (1994), op. cit., págs. 231-232.

¹³¹ Postman, N. (1991): *Divertirse hasta morir (El discurso público en la era del “show business”)*. Ediciones la Tempestad, Barcelona, pág. 13.

las noticias, la educación, la religión, la ciencia o los deportes- que no lleguen a la televisión. Lo que significa que toda la comprensión pública de estos temas está influida por ella (...). Por lo tanto -y éste es el punto realmente crítico- la manera en que la televisión escenifica el mundo se convierte en el modelo de cómo se ha de organizar adecuadamente el mundo”¹³².

Ferrés (2000) califica la cultura actual como ‘del espectáculo’, cuyo principal exponente es la televisión, que ‘fagotiza’ toda clase de espectáculos, sirve de soporte a la realidad como fuente de espectáculo y también crea los suyos propios. En este tipo de cultura, la atmósfera que predomina es la imagen, por lo que considera que vivimos en la ‘iconosfera’, en la que se han desarrollado unas formas de expresión que se han convertido en hegemónicas y que se diferencian especialmente de las que primaban en la cultura de la palabra escrita o ‘logosfera’. Las características diferenciales de la ‘iconosfera’ se basan en la potenciación de:

- ‘lo sensorial sobre lo conceptual’.
- ‘lo narrativo sobre lo discursivo’.
- ‘lo dinámico sobre lo estático’.
- ‘lo emotivo sobre lo racional’.
- ‘lo sensacional sobre lo cotidiano’.

Para Ferrés, el hecho de que las nuevas generaciones hayan nacido y crecido en una cultura del espectáculo hace que estén ‘en otra frecuencia de onda perceptiva, mental y actitudinal’ respecto a las nacidas hace unas décadas, con modificaciones perceptivas (en la ‘*capacidad perceptiva*’ diferente, ‘*zapping sensorial: voracidad perceptiva*’ y ‘*necesidad de concreción*’); en la onda mental (‘*herramientas y procesos mentales*’ distintos, ‘*apertura contra concentración*’, ‘*zapping mental: una nueva manera de pensar*’ y ‘*cultura mosaico* o conocimientos inconexos’) y actitudinales (‘*zapping actitudinal* que trasciende el ámbito de los

¹³² Postman, N. (1991), op. cit., págs. 83-96.

comportamientos televisivos', '*sentido de la inmediatez y de la impaciencia*' y '*respuestas emotivas*').

Este autor utiliza la metáfora como recurso integrador entre las ondas de las generaciones actuales y las de las anteriores, ya que en la metáfora conviven dos lógicas, una emotiva y otra racional. Con el fin de unir la cultura popular o de la imagen y la oficial que se proporciona desde las aulas, parte de la '*metáfora del navegante*' o educador, que tiene que tomar '*conciencia de los vientos que soplan en cada momento, conocer su naturaleza, fuerza y dirección, y sobre todo saber cómo controlarlos y manejarlos*'. Así, para poder comunicar de manera eficaz utiliza la '*metáfora de la sintonía*' ya que es la única forma de ser capaz de conectar con los receptores. Y, desde una perspectiva no apocalíptica ni integrada sino que podemos calificar de conciliadora, con objeto de conectar ambas orillas aplica la '*metáfora del puente*', éste sigue siendo el educador, quien en su función de buen mediador será capaz de unir los contrarios que están a ambos lados de la orilla: '*el cerebro pensante y el emotivo*', '*el hemisferio izquierdo y el derecho*', '*la abstracción y la concreción*' y '*el aula y la vida cotidiana*'. Estos interesantes símiles ("*navegante, sintonía y puente*"), junto con otros muy ocurrentes, son los que sugiere Ferrés como posibles soluciones a una realidad que explica en los siguientes términos: "*Si los nuevos medios han modificado profundamente la cultura en la que surgieron y si ésta ha modificado a su vez profundamente la manera de ver, de sentir y de pensar la realidad por parte de las nuevas generaciones, es imprescindible que la educación y la cultura sepan modificar también profundamente sus propias estructuras, esquemas y criterios para adecuarse a unos sujetos modelados por la sociedad en la que nacieron. Y, por el mismo motivo, los medios de comunicación audiovisuales, que tienen una importancia decisiva en los cambios sociales y culturales, serán los recursos más adecuados para propiciar el necesario cambio del sistema educativo*"¹³³.

¹³³ Ferrés, J. (2000): *Educación en una cultura del espectáculo*. Paidós, Madrid, págs. 64-65.

Por su parte, Fontcuberta (1999) también argumenta que los medios son referentes imprescindibles en nuestra vida, tanto en el proceso de adquisición de información como fuente de aprendizaje y que el tipo de conocimiento que transmiten es muy singular porque *“se ofrece sin tiempo para analizarlo con una cierta perspectiva, pero anclado en el contexto social más cercano e inmediato, mezcla emociones e intelecto que suelen llegar al receptor desestructurado y con el denominador común del conflicto”* y coexiste al que se ofrece desde las aulas que es *“descontextualizado, unívoco, esquematizado y ordenado en parcelas estancas según cada disciplina o ramo”*. Esta autora asume que *“el sistema educativo actual se caracteriza por establecer un divorcio entre uno y otro y las consecuencias son claramente negativas para ambos”, por lo que propone como “el desafío al que nos enfrentamos tanto los que trabajamos en comunicación como los que trabajamos en educación: complementarlos”*¹³⁴.

El futuro de la formación-aprendizaje en el campo de los medios y de las nuevas tecnologías debe ser, por tanto, fruto de una alianza entre la educación y la comunicación, contando con el requerido compromiso por parte de los padres. Éste será el modo en el que se recolecte la mejor cosecha del tercer milenio en un hábitat democrático en toda su extensión, donde el niño sepa labrar su aprendizaje para un futuro en armonía con unos medios que le sirvan para expresarse, dialogar, participar, actuar y, en definitiva, desarrollarse como ciudadano.

Ante los cambios mediáticos, el incremento del caudal informativo y las múltiples posibilidades que permiten los nuevos medios se hace en mayor medida necesaria la formación del alumnado -como hemos venido reiterando-. Desde esta perspectiva, hemos concretado la propuesta de inserción de un tema transversal en el currículo de la enseñanza formal, consistente en *“Educación en materia de comunicación”*¹³⁵, pues si bien la Ley de Ordenación General del Sistema Educativo,

¹³⁴ Fontcuberta, M. (1999): “Educación para la Comunicación en la Sociedad del Conocimiento”, en Florenzano, R. y Molina, J. (coordinadores): *Televisión y niños*, Corporación de Promoción Universitaria y Televisión Nacional de Chile, Santiago de Chile, pág. 193.

¹³⁵ La citada propuesta se detalla en el capítulo 6 de esta tesis doctoral.

LOGSE, contempla, de manera indirecta, los medios de comunicación en el marco educativo, no se plantea como una materia con el peso que la realidad social exige.

En el preámbulo de la LOGSE, se contempla cómo desde el sistema educativo existe conciencia de que se comparte la educación con otros agentes socializadores, entre los que estarían presentes, aunque no se citan directamente, los medios de comunicación. Además, asume un mayor peso en la valoración personal y moral de las informaciones y conocimientos, estableciendo un orden desde la crítica, y haciendo especial referencia a los valores existentes relacionados con el individuo y con la sociedad.

“En esa sociedad del futuro, configurada progresivamente como una sociedad del saber, la educación compartirá con otras instancias sociales la transmisión de información y conocimientos, pero adquirirá aún mayor relevancia su capacidad para ordenarlos críticamente, para darles un sentido personal y moral, para generar actitudes y hábitos individuales y colectivos, para desarrollar aptitudes, para preservar en su esencia, adaptándolos a las situaciones emergentes, los valores con los que nos identificamos individual y colectivamente” (párrafo 28 del Preámbulo de la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre de 1990).

Como también se detalla en el preámbulo, el objetivo básico de la educación es proporcionar una formación plena *“dirigida al desarrollo de su capacidad para ejercer, de manera crítica y en una sociedad axiológicamente plural, la libertad, la tolerancia y la solidaridad”* (párrafo 2º). Dichos valores, como ha podido advertirse, son los que se asientan en el marco de nuestra constitución y en la Ley Orgánica 8/1995 reguladora del Derecho a la Educación, y en ellos están basados los fines de la LOGSE, que se establecen en su artículo 1.

Asimismo, en el artículo 2.3., se recogen los principios en los que se desarrollará la actividad educativa. En ellos, podemos destacar la referencia a la educación integral en conocimientos, procedimientos y valores morales en todos los ámbitos de la vida de los alumnos; la participación de los padres en el proceso

educativo; el desarrollo de la capacidad creativa y crítica mediante la participación activa del alumno; y la interrelación con todos los ámbitos de su entorno.

“a) La formación personalizada, que propicie una **educación integral** en conocimientos, destrezas y valores morales de los alumnos en todos los ámbitos de la vida, personal, familiar, social y profesional.

b) La **participación y colaboración de los padres o tutores** para contribuir a la mejor consecución de los objetivos educativos.

c) La efectiva **igualdad de derechos** entre los sexos, y el rechazo a todo tipo de discriminación, y el respeto a todas la culturas.

d) El desarrollo de las **capacidades creativas y del espíritu crítico**.

e) El fomento de los **hábitos de comportamiento democrático**.

f) La autonomía pedagógica de los Centros dentro de los límites establecidos por las leyes, así como la actividad investigadora de los Profesores a partir de su práctica docente.

g) La atención psicopedagógica y la orientación educativa y profesional.

h) La **metodología activa** que asegure la participación del alumnado en los procesos de enseñanza y aprendizaje.

i) La evaluación de los procesos de enseñanza y aprendizaje, de los Centros docentes y de los diversos elementos del sistema.

j) La **relación con el entorno social, económico y cultural**.

k) La formación en el respeto y defensa del medio ambiente.” (artículo 2 epígrafe 3 de la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre de 1990).

Las enseñanzas de régimen general se concretan en el *Título 1* de la Ley, dentro del cual el *Capítulo II (artículos 12 a 16)* se destina, de manera específica, a la *Educación Primaria*. Este ciclo, como se aborda, en el artículo 12 comprende seis cursos, desde los 6 a los 12 años, coincidiendo con las edades que estudiamos en nuestra investigación.

Entre las capacidades que se desarrollarán en esta etapa educativa, se incluyen en el artículo 13: “Adquirir las habilidades que permitan **desenvolverse con autonomía** en el ámbito familiar y doméstico, así como en los grupos sociales con los que se relacionan” (epígrafe d); “Apreciar los **valores básicos que rigen la vida y la convivencia humana** y obrar de acuerdo con ellos” (epígr. e); “Utilizar los diferentes **medios de representación y expresión artística**” (epígr. f); y “Conocer las **características fundamentales de su medio físico, social y cultural**, y las **posibilidades de acción** en el mismo” (epígr. g).

En cuanto a las áreas de este nivel educativo son las siguientes, según establece el artículo 14.2:

- “a) Conocimiento del medio natural, social y cultural.
- b) Educación artística.
- c) Educación física.
- d) Lengua castellana, lengua oficial propia de la correspondiente Comunidad Autónoma y literatura.
- e) Lenguas extranjeras.
- f) Matemáticas.” (artículo 14 epígrafe 2 de la Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre de 1990).

Entre los contenidos de estas áreas, es desde donde se abordará la “Educación en materia de comunicación”. En la LOGSE, como hemos visto, no se hace alusión expresa a esta materia ni tampoco se recoge entre los temas transversales que establece el Ministerio de Educación y Ciencia (1993):

- “Educación moral y cívica
- Educación para la paz
- Educación para la igualdad de oportunidades entre sexos
- Educación para la salud / Educación sexual
- Educación ambiental

- Educación del consumidor
- Educación vial”.

Los temas transversales son concebidos por Martínez-Fresneda (2000), como una respuesta a *“unas necesidades de base social que, entendidas como carencias y posibilitadoras de una mejor convivencia entre personas se introducen en el currículum como una oferta de formación, de sensibilización hacia esas necesidades”*¹³⁶. En su opinión, desde la definición que establece el MEC en el DBC, en la que concibe los temas transversales como *“contenidos educativos valiosos que responden a un proyecto válido de la sociedad y de la educación y que, por consiguiente, están plenamente justificados dentro del marco social en el que ha de desarrollarse toda la educación,... no queda suficientemente claro si los temas transversales se consideran como un plus a añadir a la educación de un alumno o si por el contrario impregnan toda la actividad escolar”*. Y llega a la estimación de que no pueden considerarse *“como asignaturas independientes dentro de uno, varios o todos los cursos escolares, sin ninguna conexión entre ellos ni entre ellos y el conjunto de la actividad escolar. Deben formar parte del diseño curricular del centro e impregnar toda su estructura”*¹³⁷.

Por otra parte, desde el MEC (1993), se valoran los temas transversales como cuestiones que reclaman en la época actual una atención prioritaria. De este modo, los grandes conflictos contemporáneos del mundo como la violencia, las desigualdades, la escasez de valores éticos, el despilfarro, la degradación del medio ambiente o hábitos que atentan contra la salud, no pueden pasar desapercibidos para el sistema educativo¹³⁸. A este respecto, como se propone desde la Secretaría de Estado de Educación (1994): *“El sistema educativo tiene entre sus finalidades proporcionar a los niños y jóvenes una formación que favorezca todos los aspectos*

¹³⁶ Martínez-Fresneda Osorio, U. (2000): “La educación e materia de comunicación en los Centros de Enseñanza”. Tesis doctoral inédita, leída el 19-12-00 en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Edición del autor, págs. 73-77.

¹³⁷ Ibid.

¹³⁸ MEC (1993): *Temas transversales y desarrollo curricular*. Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid.

de su desarrollo, y que no puede considerarse completa y de calidad si no incluye la conformación de un conjunto de valores que no siempre se adquieren de manera espontánea. Algunos de estos valores, englobados en el ámbito de la educación moral, se refieren a las actitudes personales ante los problemas básicos de la convivencia. Problemas cuya evolución reciente ha ido generando la necesidad de que los ciudadanos adopten principios y desarrollen hábitos en ámbitos, hasta hace poco, ajenos a los contenidos escolares, y sobre los que es preciso que los alumnos de las distintas etapas educativas tengan la ocasión de reflexionar. Se trata, en definitiva, de abordar un conjunto de cuestiones que contribuyen a proporcionar una verdadera educación y a adecuar la enseñanza a las exigencias de nuestro tiempo”¹³⁹.

En este punto, deberíamos defender que también los medios de comunicación requieren un tratamiento en el mismo sentido, además de por otras muchas causas que ya hemos ido detallando, principalmente porque no sólo son un agente básico de socialización en la cultura actual¹⁴⁰ sino también una fuente muy caudalosa de transmisión de valores¹⁴¹.

De momento, la existencia de “*Educación en materia de comunicación*” queda restringida a la aportación en algunos contenidos de las distintas áreas curriculares, desde diferentes parámetros. Dichos contenidos se fijan en el Real Decreto 1006/1991, de 14 de junio *por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Primaria*¹⁴².

¹³⁹ Resolución de 7 de septiembre de 1994, de la Secretaría de Estado de Educación, *por la que se dan orientaciones para el desarrollo de la educación en valores en las actividades educativas de los centros docentes* (primer párrafo del citado texto).

¹⁴⁰ En el documento elaborado por el MEC (1993), se hace referencia explícita a que los medios de comunicación tienen una importancia especial en la socialización del niño: “*Son agentes socializadores la familia, la escuela o, en nuestra época, los medios de comunicación de masas, especialmente la televisión, cuyo protagonismo en el proceso de socialización es cada vez mayor*”, op. cit., pág. 25.

¹⁴¹ Desde este planteamiento, téngase en cuenta que la “*Educación moral y cívica*” es el eje referencial en torno al cual se articulan el resto de los temas transversales por sus dos dimensiones: la moral como promotora del juicio ético acorde con unos valores democráticos, solidarios y participativos, y la cívica porque incide sobre esos mismos valores en el ámbito de la vida cotidiana. MEC (1993), *Ibid.*

¹⁴² Por su extensión, recogemos en el Anexo XIV las referencias a la educación en materia de comunicación que se plantean en los distintos apartados del Real Decreto 1006/1991.

Cabe reiterar que la televisión no sólo contribuye a la adquisición de valores en sentido prosocial o positivo sino también en el polo opuesto de *contravalores*. Estos últimos, en opinión de Alonso, Matilla y Vázquez (1995), son más habituales en la pantalla que los políticamente correctos: *“Las actitudes y valores que predominan en los programas infantiles, así como en el particular universo de los anuncios publicitarios, se identifican con la competitividad y el individualismo, el recurso a la violencia como medio para resolver conflictos, la estimulación del consumo y de la adquisición de cosas como forma de satisfacer los deseos, etc. La solidaridad y la cooperación, el pacifismo, el igualitarismo y la búsqueda de la realización personal por medios diferentes del consumo de mercancías son actitudes y valores mucho menos frecuentes..”*. Al contrario de este modelo que, según ellos, refrenda ‘estereotipos permanentes’, estos autores defienden la construcción de una cultura infantil que fomente las potencialidades del desarrollo autónomo de los niños y niñas, dentro de un sistema de *“valores congruentes con el ideal de una sociedad democrática, igualitaria, solidaria, emancipadora, superadora de las desigualdades entre sexos y las razas, y respetuosa con los derechos de mercancías”*¹⁴³ y en esta cultura consideran que la televisión también jugará un papel relevante.

En el informe de la Comisión Especial sobre los Contenidos Televisivos elaborado por el Senado en 1996, se recoge que *“la televisión no es una ayuda si no es capaz de cooperar con el proceso educativo. Extremo al que no parece muy dispuesta, como tampoco al de poner un cierto empeño en transmitir otros valores que los realmente existentes, esto es, los valores que trae consigo un sistema económico consumista, competitivo y agresivo, que promueve el éxito y el dinero fácil, la lucha por el poder y las actitudes hedonistas”*¹⁴⁴.

¹⁴³ Alonso, M.; Matilla, L.; y Vázquez, M. (1995): *Teleniños Públicos, Teleniños Privados*. Ediciones de la Torre, Madrid, págs. 135-136.

¹⁴⁴ AA. VV. (1996): *Informe de la Comisión Especial sobre contenidos televisivos*. Senado, Madrid, pág. 130.

Estos valores en sentido negativo, a los que nosotros hemos denominado *contravalores*, son los que caracterizan a la sociedad actual en la que “*cada día se habla más de una crisis de valores. Percibimos una realidad donde el individualismo prima sobre el asociacionismo, y en consecuencia, se produce un debilitamiento de aquellos valores relacionados con lo colectivo. Una realidad donde los intereses económicos están por encima de los sociales, donde la mentira gana a la verdad, donde la injusticia vence a la justicia, donde el egoísmo ignora el respeto de la dignidad humana. Constatamos día a día una supervaloración de lo efímero, una ambición desmesurada por lo novedoso, lo aparente y superfluo, un excesivo culto a la imagen y al cuerpo, una sub-valoración de bienes que para algunos son el único vínculo de conservación de raíces culturales*”¹⁴⁵. En este ennegrecido panorama que describe Relinque (2002), que nos ‘aleja de lo bueno, lo justo y lo verdadero, y nos enfría de nuestra realidad y de la del resto de personas’, estima que “*se hace necesaria una formación integral del individuo mediante la cual él pueda hacer un uso responsable y crítico de su libertad de elección ante tan abominable cantidad de información, unas veces constructiva, y con frecuencia, destructiva*”¹⁴⁶. Además, apuesta porque los medios y, en especial la publicidad, renazcan los valores necesarios para una sociedad más plural, en lugar de ‘coartar el potencial con el que cuenta la humanidad’.

Muchos autores defienden también esta recuperación y fomento de los valores positivos. En este sentido, Camps (1998), tras plantear si “*¿vale la pena enseñarlos contra una realidad que los repele?*”, aboga por conservarlos porque “*aunque no sean rentables económica o incluso socialmente, son valores imprescindibles para llevar adelante tanto la democracia como la autonomía individual. Nuestra ética es, básicamente, una ética de derechos, y si exigimos el respeto a los derechos, alguien tendrá que hacerse cargo de los deberes correspondientes, que también son de todos, universales. La libertad, la igualdad, la*

¹⁴⁵ Relinque Feijoo, S. (2002): “Publicidad y Educación en Valores ¿posible encuentro?”, en Cebrián Herreros, M. y Bartolomé Crespo, D. (Editores) (2002): *Investigación sobre medios de comunicación* (Seminarios Internacionales Complutense). Departamento de Periodismo II, UCM, Madrid, pág. 295.

¹⁴⁶ Ibid, pág. 302.

*vida y la paz nos obligan a ser más justos, más solidarios, más tolerantes y más responsables. A todos y cada uno. Sólo con esos objetivos en el horizonte es posible formar a unos individuos que no renuncien a ninguna de sus dos dimensiones: la dimensión social y la dimensión individual*¹⁴⁷.

La actual crisis de valores o “modelo del vacío moral” (Stephenson, Ling, Burnan; Cooper, 2001: 296) deriva, según estos autores, de la transición de una sociedad tradicional a un periodo muy distinto caracterizado por el avance de la tecnología y la comunicación y su efecto sobre la reducción del tiempo y del espacio, que explica en gran medida la globalización social, política y económica. En este contexto, también consideran que es fundamental la educación en valores como estímulo para que los estudiantes:

- “- desarrollen sus propios códigos morales y se interesen por los otros;*
- reflexionen sobre sus experiencias y busquen el sentido y las pautas de esas experiencias;*
- se respeten a sí mismos y respeten los valores compartidos tales como la honradez, veracidad y la justicia;*
- emitan juicios socialmente responsables y sean capaces de justificar sus decisiones y sus acciones*¹⁴⁸.

Esta perspectiva estaría relacionada con la dimensión más operativa del concepto de *valor* que recoge González Lucini (1992), entre otras que aborda. Dentro de este enfoque, define los valores como “*ideales por los que se opta y en los que se cree, prescriben la acción y el comportamiento humano y, en consecuencia, mueven la conducta, orientan la vida y marcan la personalidad*”¹⁴⁹. A esto añade que son “*un sistema de interpretación y de atribución de significados a*

¹⁴⁷ Camps, V. (1998 –1ª edición: 1994-): *Los valores de la educación*. Anaya, Madrid, pág. 23.

¹⁴⁸ Stephenson, J.; Ling, L.; Burman, E. y Cooper, M. (compiladores) (2001): *Los valores en la educación*. Gedisa, Barcelona, pág. 233.

¹⁴⁹ González Lucini, F. (1992): *Educación en valores y Diseño curricular*. Alhambra Longman, Madrid, pág. 26.

*los hechos y a los acontecimientos que en cada circunstancia la vida nos ofrece*¹⁵⁰. Precisamente, esta será la acepción que utilizaremos en nuestro estudio, en el sentido de que los niños captan los aspectos positivos y negativos que se integran en los mensajes televisivos en función de los valores que ellos mismos poseen y de los referentes con los que cuentan, de antemano, y que marcan su comportamiento en cuanto a la manera de reinterpretar los significados.

De este modo, incorporamos en uno de los ejes temáticos del análisis cualitativo de nuestra investigación la manera en que los niños perciben los *valores* y *contravalores* que aprecian en varias secuencias televisivas, utilizando como hipótesis que las diferencias en la percepción dependerán de varios factores, entre ellos, que cuenten o no con pautas previas ofrecidas desde el hogar y desde la escuela. En este sentido, advertiremos qué referencias tienen en cuanto a educación en valores, en aspectos como la salud, el cuidado de los animales, el ahorro, la educación vial o el consumo de televisión. En algunos de estos contenidos, presentamos los dos polos, el positivo y su opuesto, con el fin de analizar también qué criterios utilizan cuando perciben *contravalores* y cuáles son sus defensas, experiencias previas y conocimientos, al respecto.

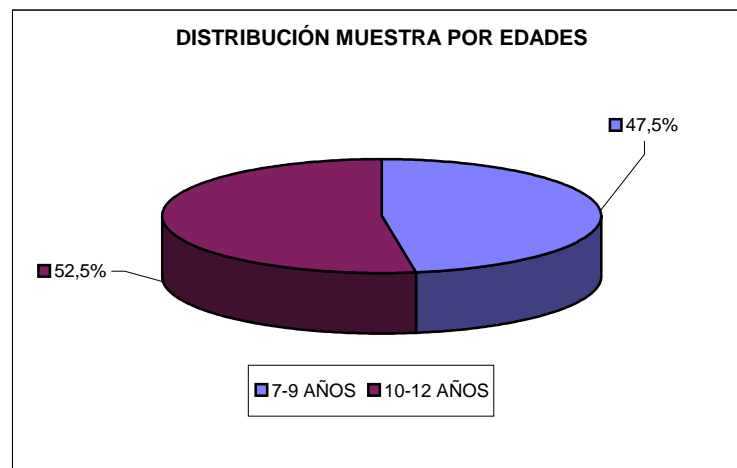
¹⁵⁰ González Lucini, F. (1992), op. cit., pág. 28.

CAPÍTULO 4:

RESULTADOS ANÁLISIS CUANTITATIVO¹

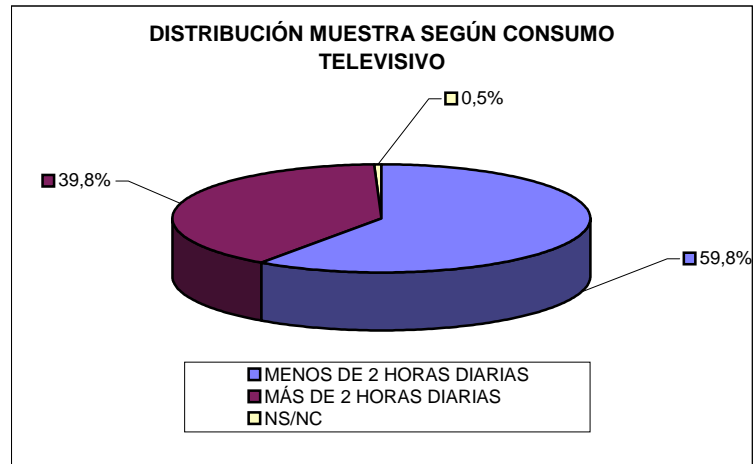
Antes de pasar al análisis de los datos, cabe reseñar la distribución del total de los 440 niños que compusieron la muestra teniendo en cuenta las variables que se utilizaron en el estudio.

En cuanto a la variable independiente, *la edad*, la composición de la muestra se repartió así: 209 niños pertenecientes al tramo de edades entre 7 y 9 años; mientras que 231 se situaban en el intervalo entre 10 y 12 años. Porcentualmente, queda representado del siguiente modo:

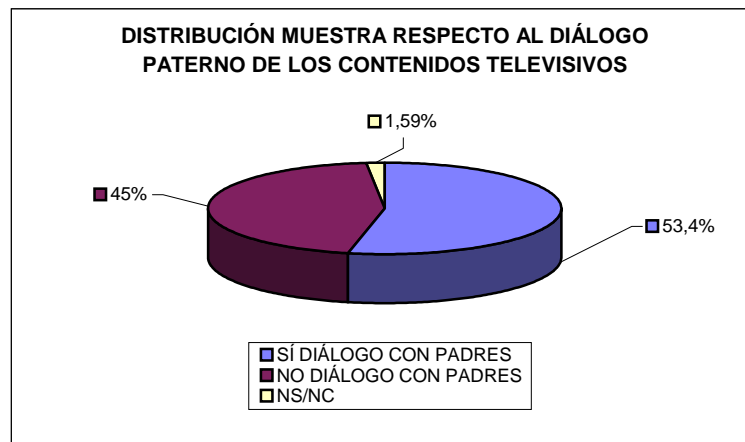


¹ Los datos registrados en este capítulo no son representativos del total de la población infantil con edades entre 7 y 12 años, pero sí nos sirven para analizar tendencias en el marco de nuestra investigación.

La variable dependiente, *tiempo diario destinado al consumo televisivo los días lectivos*, se distribuyó en dos niveles: menos de 2 horas (con un total de 263 niños) y más de 2 horas (con 175 niños). A estos hay que sumar, dos casos que no respondieron y que forman parte del NS/NC.



La otra variable dependiente, *el diálogo habitual con los padres respecto a los contenidos vistos en la televisión*, se dividió en dos segmentos: los niños que suelen conversar con sus padres sobre lo que ven en la tele, 235 del total, y los que no dialogan habitualmente, 198 niños. A estas cifras, hay que añadir 7 casos de NS/NC.



Para establecer la configuración de la muestra en cada una de las variables que acabamos de describir, hemos considerado el total de casos que la componen, tanto los válidos como los perdidos (respuestas no contestadas o respondidas de manera errónea). Sin embargo, para el análisis de las diferentes preguntas que se plantearon en el cuestionario -y que pasamos a desarrollar- únicamente tendremos en cuenta el porcentaje de casos válidos, es decir, de quienes contestasen debidamente a cada cuestión y no el del total de la muestra, con el propósito de desechar los casos perdidos que no nos aportan información que consideremos relevante para abordar en el estudio².

² Los resultados para el total de la muestra, tanto de los casos válidos como de los perdidos, en cada una de las preguntas pueden consultarse en el compendio de tablas de frecuencia y de contingencia que reunimos en los Anexos IV y V.

4.1. ACTIVIDADES EN EL TIEMPO LIBRE

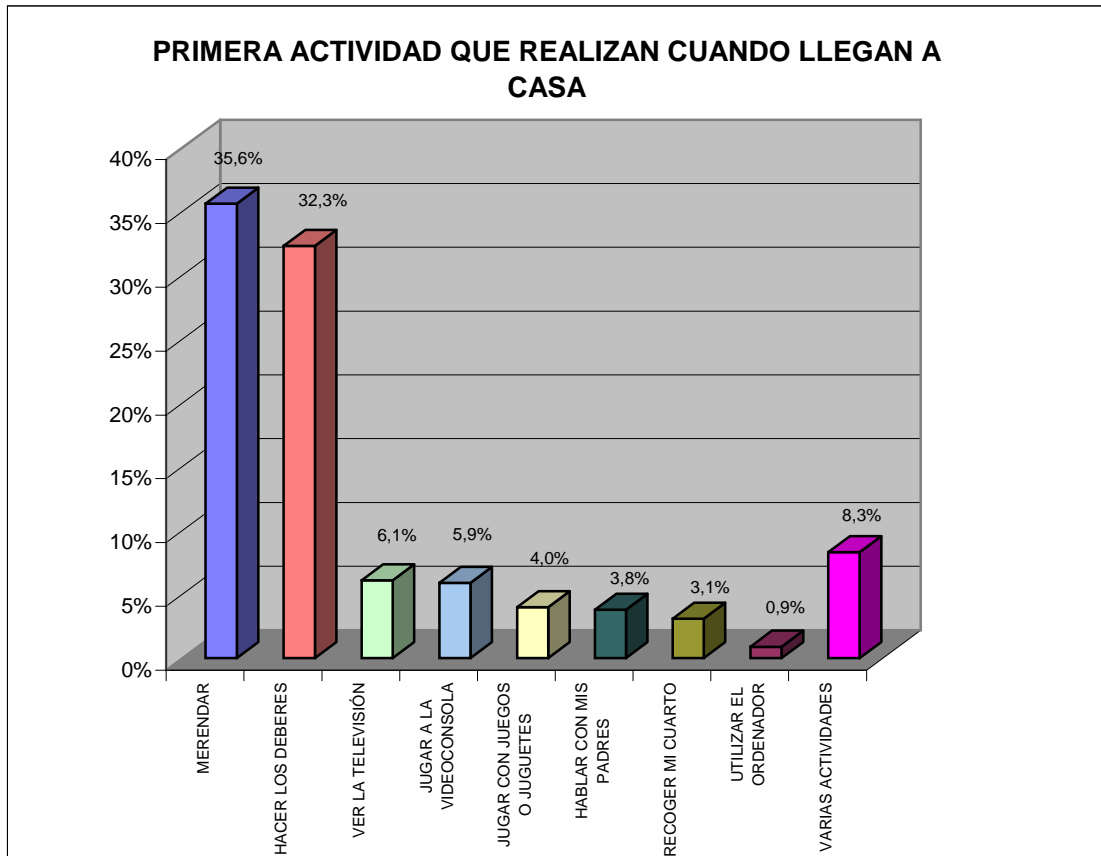
Tras la salida del centro escolar, los niños optan como primera opción³ por *irse a su domicilio* (71%); seguida de *practicar deportes* (45,4%); estar apuntado fuera del ámbito escolar a *clases de distintas disciplinas* (35,6%)⁴; *quedarse en el colegio* para desarrollar variadas actividades (16,9%)⁵ y, por último, el *juego en la calle* es la respuesta menos frecuente, sólo un 8,7% de los escolares realiza esta práctica de manera habitual.

Teniendo en cuenta la totalidad de la muestra, la primera labor que realizan, en su mayoría, los escolares cuando regresan a casa es *merendar* (35,6%), seguida de *hacer los deberes* (32,3%). Como tercera actividad más frecuente (un 6,1%), se sitúa ***ver la televisión***, que puede considerarse la primera realización de recreo en el tiempo libre, no así las dos anteriores. A continuación y a escasa distancia se incluye *jugar a la videoconsola*, con un 5,9% de las respuestas, por delante de *jugar con juegos y juguetes*, con un 4%. *Hablar con mis padres* (3,8%), *recoger mi cuarto* (3,1%) y *utilizar el ordenador* (0,9%) son las prácticas menos habituales como primer ejercicio al llegar al domicilio. La tabla se completa con un 8,3% de los componentes de la muestra que contestan que realizan varias actividades de manera simultánea.

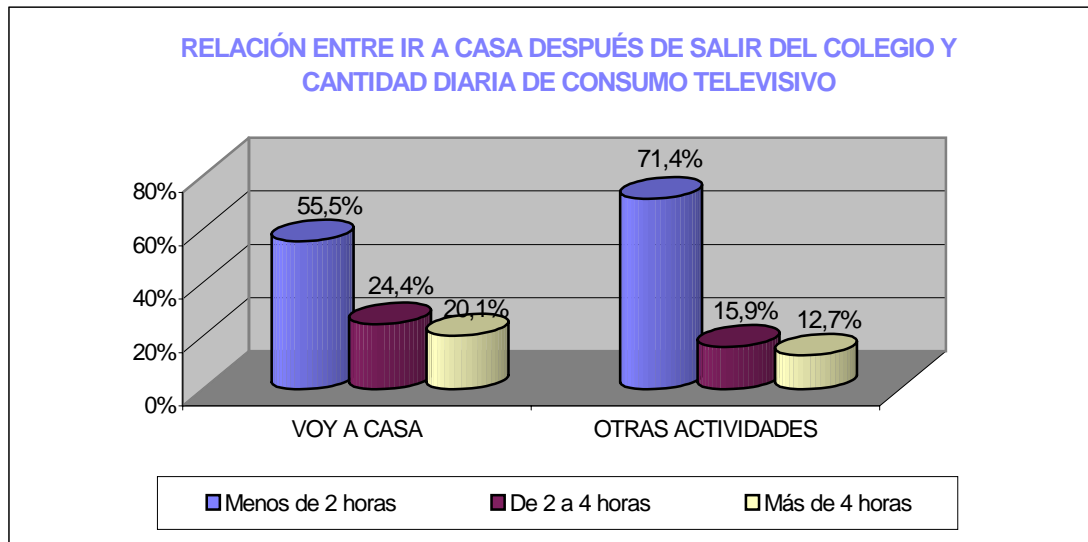
³ Al tratarse de una respuesta de tipo múltiple, por tener la opción de varias contestaciones a la misma pregunta, consideraremos los porcentajes horizontales acumulados por número de casos y no los verticales por respuestas –como ocurre en el caso de las de tipología simple, con una sola opción-, cuya suma total es del cien por cien. Véanse, en el Anexo IV, las preguntas que siguen cada uno de estos parámetros ya que, en este capítulo destinado al análisis de datos, introduciremos sus porcentajes de distinto modo dependiendo de cada caso.

⁴ La tipología de clases a las que está apuntado el 35,6% de niños que componen la muestra -y contestaron esta opción- es bastante variada. Los *idiomas* (35,7%) es la elección más habitual, seguida de *música y baile* (16,8%), *informática* (7,7%), *pintura y plástica* (6,3%), *catequesis* (5,6%) y *teatro* (2,1%). El porcentaje restante hasta llegar a la totalidad, un 25,9%, se completa con la opción de estar apuntado a *varias clases*.

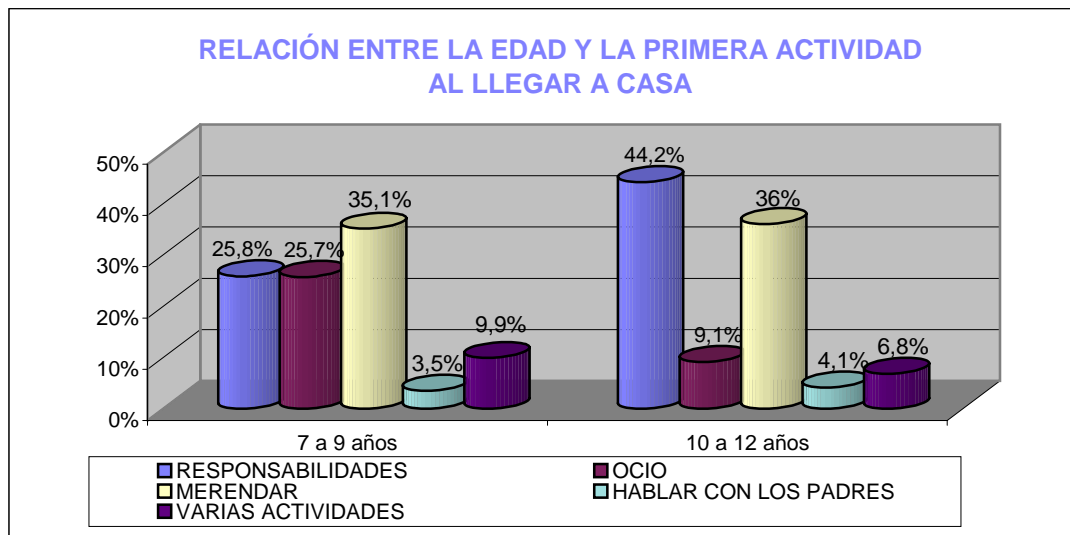
⁵ La mayoría de los escolares que se quedan en el colegio, tras finalizar la jornada lectiva, -cifra que representa un 9,5% del global de la muestra- aprovechan su tiempo en el ejercicio de *actividades extraescolares* (un 65,1%); para *comer* se queda un 19%; con el fin de *jugar* un 11,1% y con objeto de *hacer los deberes* un 4,8%.



Se confirma que los niños que acostumbran a irse a su casa después de acabar la jornada escolar, en lugar de realizar otras actividades fuera de su domicilio, ven un mayor número de horas de televisión al día.



Por otra parte, se comprueba que cuanto mayores son los niños más aumentan sus *responsabilidades* (*hacer los deberes y recoger su cuarto*) y más *hablan con los padres* como primera dedicación nada más llegar al hogar; mientras que en el caso de los más pequeños, son las *actividades de ocio* (*ver televisión, utilizar el ordenador, jugar a la videoconsola y jugar con juegos o juguetes*) las primeras que realizan. En cuanto a *merendar*, apenas se aprecian diferencias entre los dos grupos de edad.



Además de preguntar cuál era la primera actividad desarrollada al llegar a casa, también nos interesamos por el orden de preferencias, con el fin de establecer qué lugar ocupa ver la televisión entre un listado de posibles actividades. De las ocho opciones que se apuntaban, junto con un amplio y abierto “*otros*”, los participantes debían clasificar del 1 al 6 cuáles eran sus favoritas.

TABLA DE FRECUENCIA DE LAS ACTIVIDADES PREFERIDAS

	1ª PREFERENCIA	2ª PREFERENCIA	3ª PREFERENCIA	4ª PREFERENCIA	5ª PREFERENCIA	6ª PREFERENCIA
JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	17,5%	11,8%	7,1%	6,7%	6,4%	7,6%
VER LA TELEVISIÓN	15,4%	17,4%	20,5%	12,5%	14,5%	11,8%
JUGAR CON JUEGOS O JUGU	14,9%	11,5%	14,5%	17,2%	15,8%	12,4%
HACER LOS DEBERES	13,0%	14,6%	10,0%	12,2%	12,1%	17,3%
MERENDAR	11,8%	17,6%	14,5%	14,7%	14,2%	12,4%
UTILIZAR EL ORDENADOR	11,1%	15,5%	16,0%	12,5%	9,4%	6,4%
HABLAR CON MIS PADRES	9,5%	7,5%	8,6%	13,2%	14,7%	15,5%
RECOGER MI CUARTO	2,8%	3,1%	8,6%	10,2%	11,5%	15,5%
DEPORTES	1,9%	0,0%	0,2%	0,5%	0,3%	0,3%
LEER	1,20%	0,90%	0,0%	0,2%	1,1%	0,3%
MÚSICA	0,70%	0,00%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%

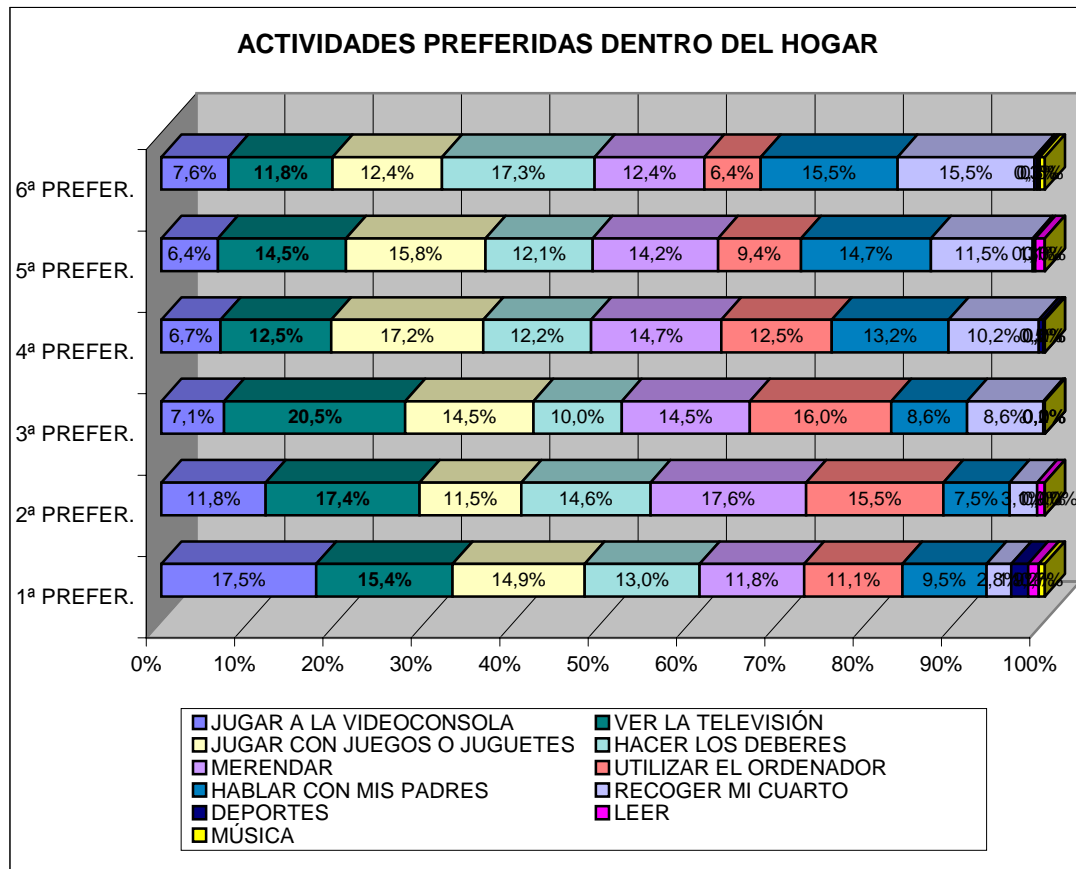
1ª ELECCIÓN

2ª ELECCIÓN

3ª ELECCIÓN

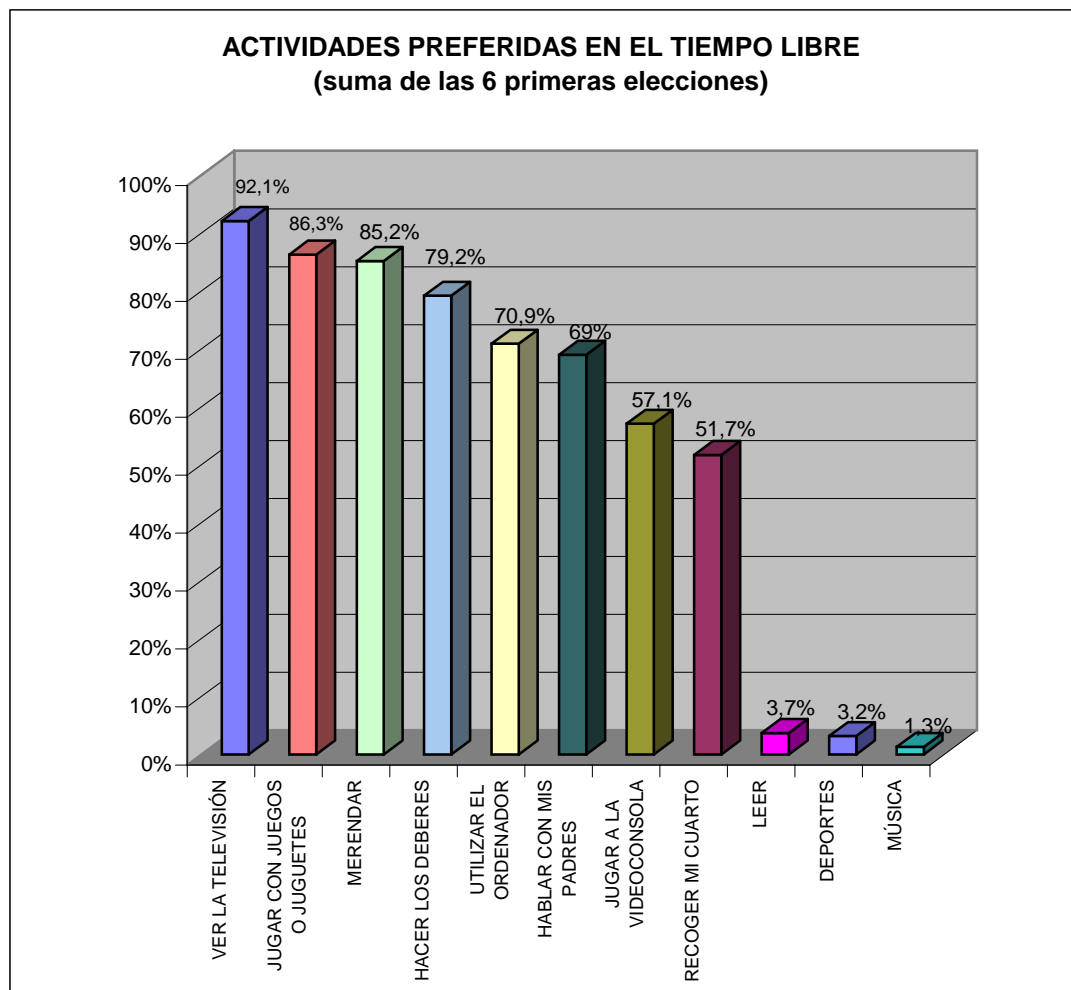
En el siguiente gráfico, queda ilustrado que **ver la televisión** se sitúa como segunda alternativa preferida entre la primera elección de lo que más les gusta, con un 15,4%, precedida de jugar a la videoconsola, que alcanza un 17,5% de las respuestas. Como segunda elección, también es superada por merendar, con un 17,6% de las contestaciones frente a un 17,4%. Y ya, en la designación de una tercera actividad, pasa a ser la televisión la predilecta de los encuestados, con un 20,5%. Mediante la suma de dichos porcentajes, podemos establecer que más de la mitad de los escolares encuestados, un 53,3%, escogen esta alternativa entre las tres primeras preferencias. Por otro lado, según se van agotando las respuestas, en cuarto, quinto y sexto lugar, descienden las posiciones en la clasificación de esta posibilidad en el tiempo de ocio, incorporándose en cuarto (12,5%)⁶, tercer (14,5%) y sexto puesto (11,8%), respectivamente.

⁶ Con este mismo porcentaje, un 12,5%, comparte el 4º lugar en cuanto a preferencias, con *utilizar el ordenador*.



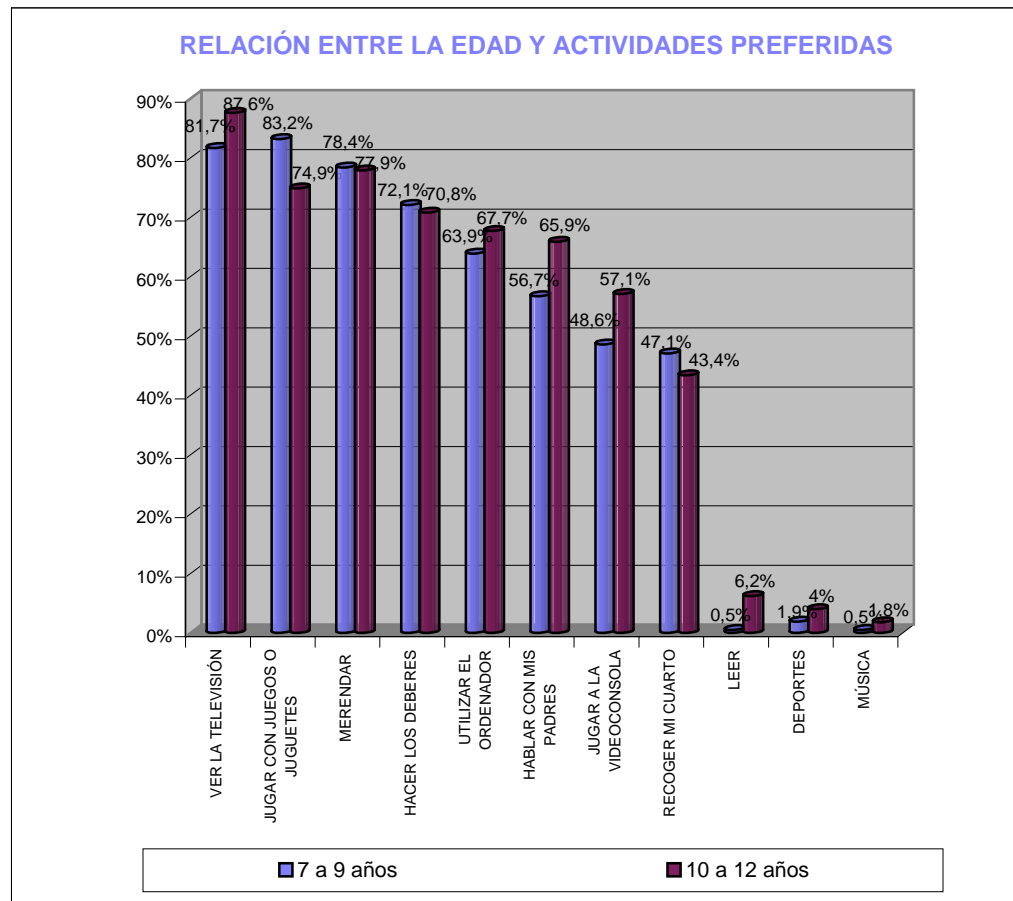
La suma global de todos los porcentajes de cada una de las opciones de respuesta sitúa **ver la televisión** como actividad preferida, ascendiendo a un 92,1% el cómputo total. En la clasificación, le siguen *jugar con juegos o juguetes* (86,3%), *merendar* (85,2%) y *hacer los deberes* (79,2%). Cabe añadir que, como se refleja en el gráfico que se presenta a continuación, actividades como *utilizar el ordenador*, *hablar con los padres* o *jugar a la videoconsola* quedarían situadas en posiciones inferiores. La última posibilidad de respuesta que constaba en el cuestionario⁷, *recoger mi cuarto*, queda en el último lugar, como alternativa que menos agrada a los niños.

⁷ Las tres últimas opciones que aparecen en los gráficos (*leer*, *practicar deportes* y *escuchar música*) no estaban reflejadas en el cuestionario, sino que las añadieron los encuestados de manera abierta y pertenecen a la respuesta "otras actividades".

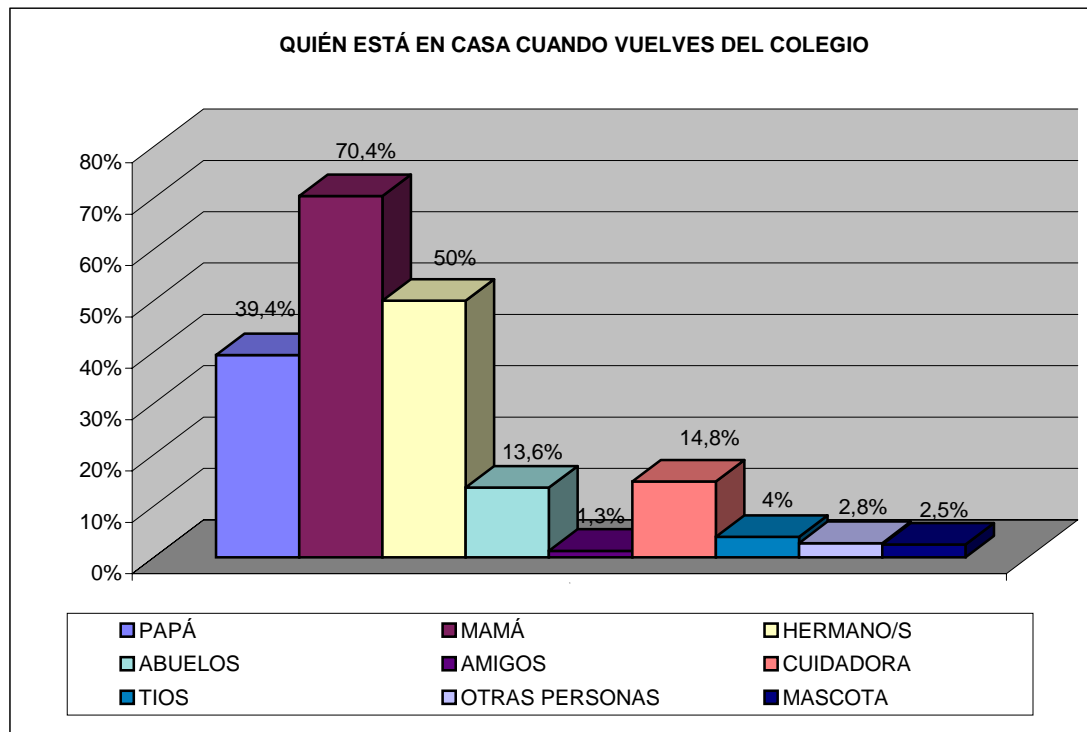


En cuanto a si son diferentes los gustos en relación a la edad, el segmento entre 7 y 9 años opta, en superior porcentaje que los niños mayores, por jugar con juegos o juguetes y por actividades que hemos calificado como “responsabilidades” -*hacer los deberes y recoger su cuarto*-. A pesar de que, como hemos detallado anteriormente, estas actividades se realizan al llegar al hogar en menor índice que el otro estrato de edad, se citan más entre las preferencias de este segmento. Con similar tendencia, los niños entre 10 y 12 años eligen, en mayor cuantía que el otro grupo, alternativas relacionadas con el ocio -*ver la televisión, jugar a la videoconsola o utilizar el ordenador*- y también optan en superior índice por *hablar con sus*

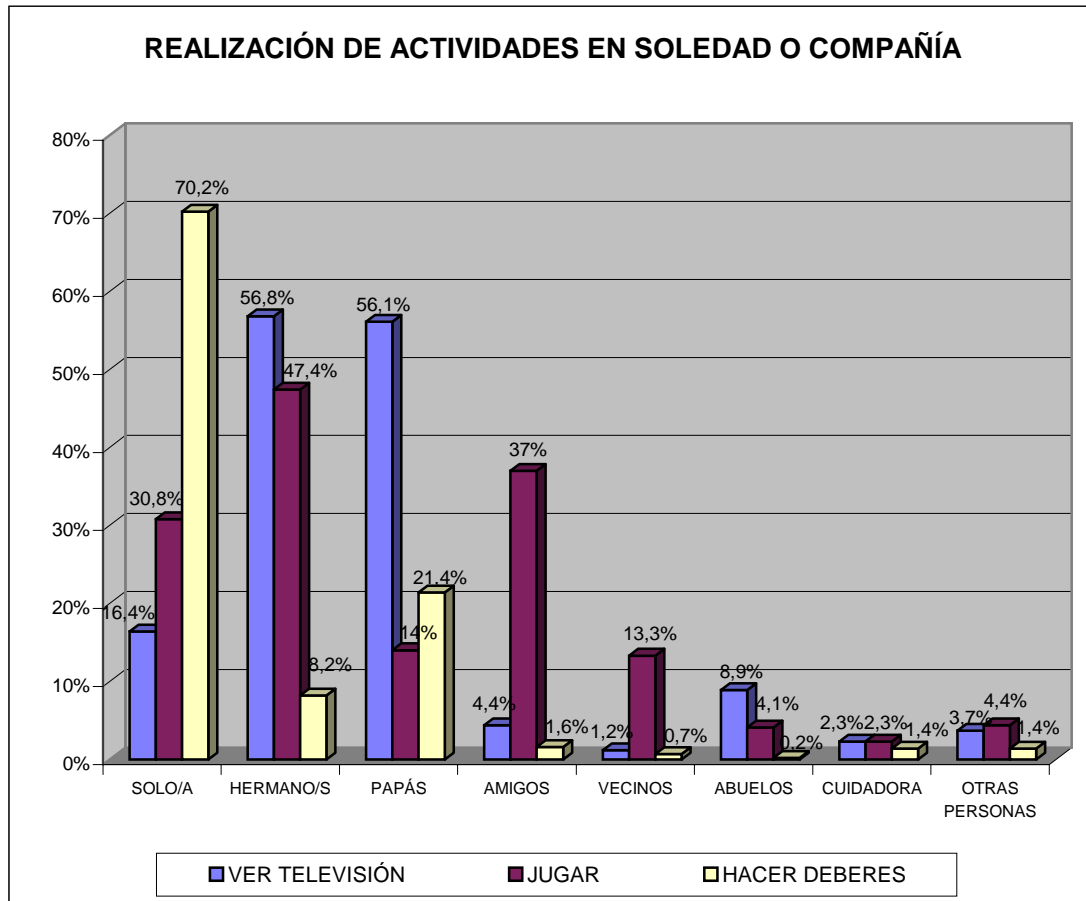
padres. La actividad que menos diferencias presenta entre sendos grupos de edad en cuanto a porcentaje vuelve a ser *merendar*.



La mayoría de los niños, un 91,3%, cuando vuelven a casa están acompañados, mientras que un 8,7% contestan que no hay nadie en su hogar cuando salen del colegio. La *madre* (70,4%), el ó los *hermano/s* (50%) y/o el *padre* (39,4%) son las personas que suelen estar en su domicilio en su regreso a casa. Asimismo, en un 14,8% de los hogares está la *cuidadora* y en un 13,6% los *abuelos*. Por otro lado, resulta curioso que, pese a no estar recogida en el cuestionario como respuesta, en un 2,5% de los casos se señala la compañía de la mascota, en el apartado “*otros*”.

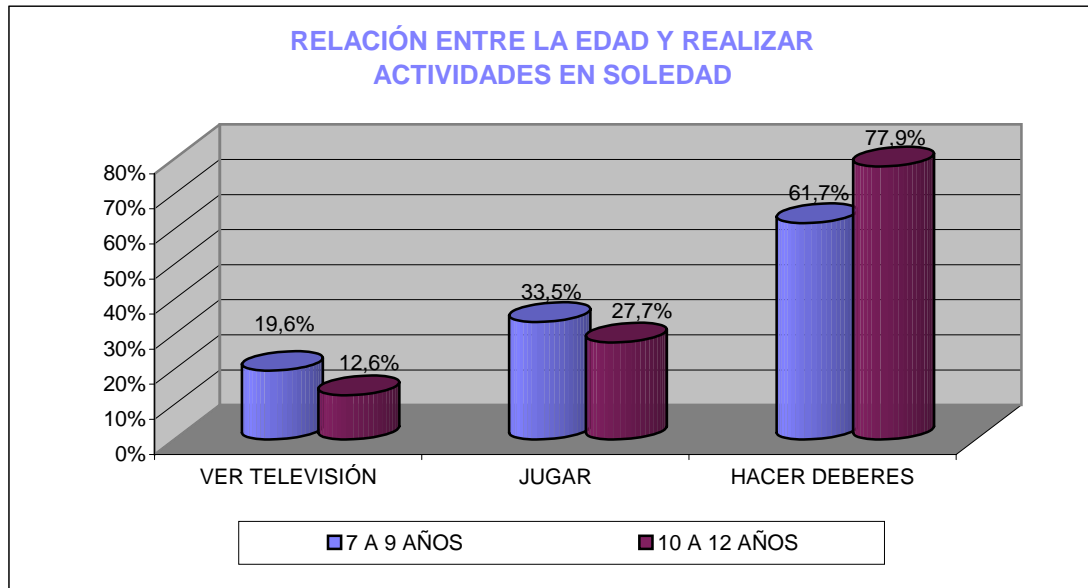


A las cuestiones relativas a “¿Con quién realizas, habitualmente, una determinada actividad...?”, de las tres posibilidades que se les preguntaba, la acción que más realizan en soledad es *hacer los deberes* (70,2%), seguida de *jugar* (30,8%) y *ver la televisión* (16,4%). Esta última suelen verla acompañados de sus *hermanos* (56,8%) y/o *padres* (56,1%) y, en menores cifras, por sus *abuelos* (8,9%) y *amigos* (4,4%). Por otra parte, suelen jugar con personas de similares edades, sus *hermanos* (47,4%) y *amigos* (37%), aunque en menor medida también juegan con sus *padres* (14%). La acción que suele ejecutarse en soledad es la que requiere una mayor obligación, los deberes. Cuando se realiza en compañía, son los *padres* (21,4%) y los *hermanos* (8,2%) quienes están junto con los encuestados.

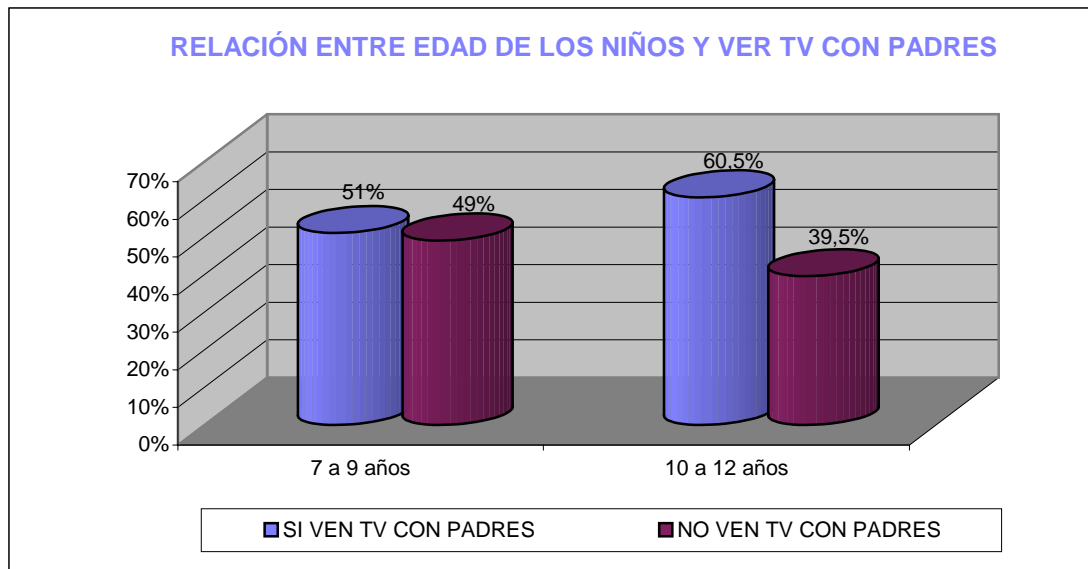


La edad también determina que algunas tareas se realicen en soledad o en compañía. Los niños entre 7 y 9 años suelen ver la televisión solos en mayor porcentaje que los escolares entre 10 y 12 años. Sin embargo, hacer los deberes presenta la tendencia inversa. Por lo que respecta a jugar, la diferencia entre ambos grupos es poco significativa, por lo que podemos afirmar que no existe relación entre la edad y el ejercicio en solitario de esta actividad⁸.

⁸ Véase en el Anexo V (tabla 12) que, en este caso, el estadístico *Chi cuadrado*, que muestra si la hipótesis de independencia o relación entre variables es válida, asciende a un 0,188. Esto representa que en esta tabla de contingencia no existe asociación entre las variables estudiadas (edad y jugar en soledad o compañía), puesto que este estadístico es mayor de 0,05.

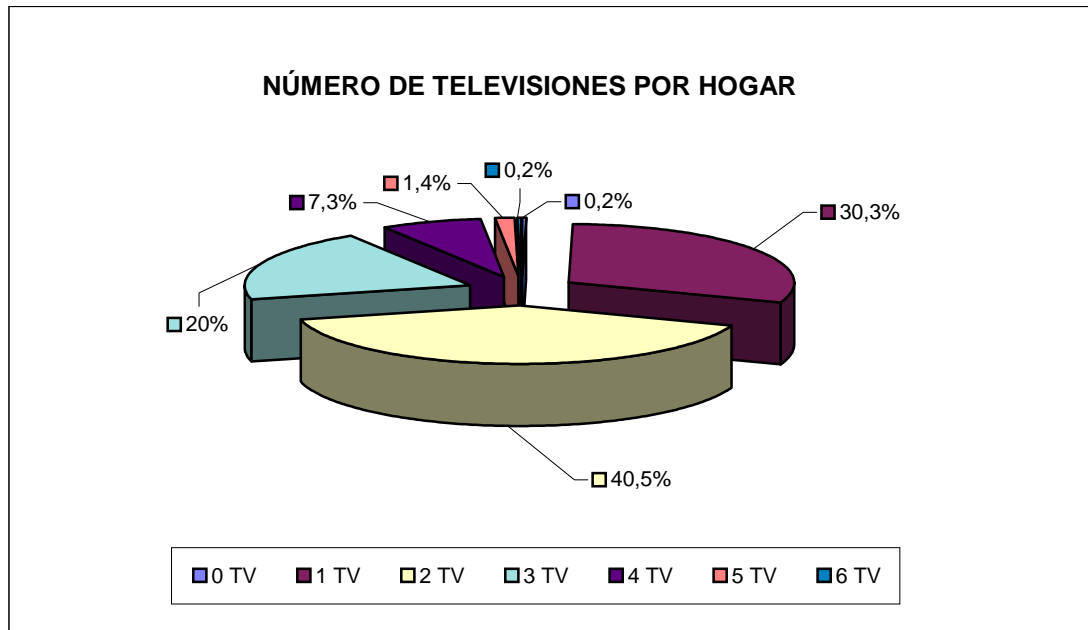


Asimismo, si nos adentramos en la distribución por edades, respecto a ver la televisión junto con los padres o no, concluimos también que los niños menores, de 7 a 9 años, están en menor medida acompañados de sus padres mientras ven la televisión que los niños entre 10 y 12 años.

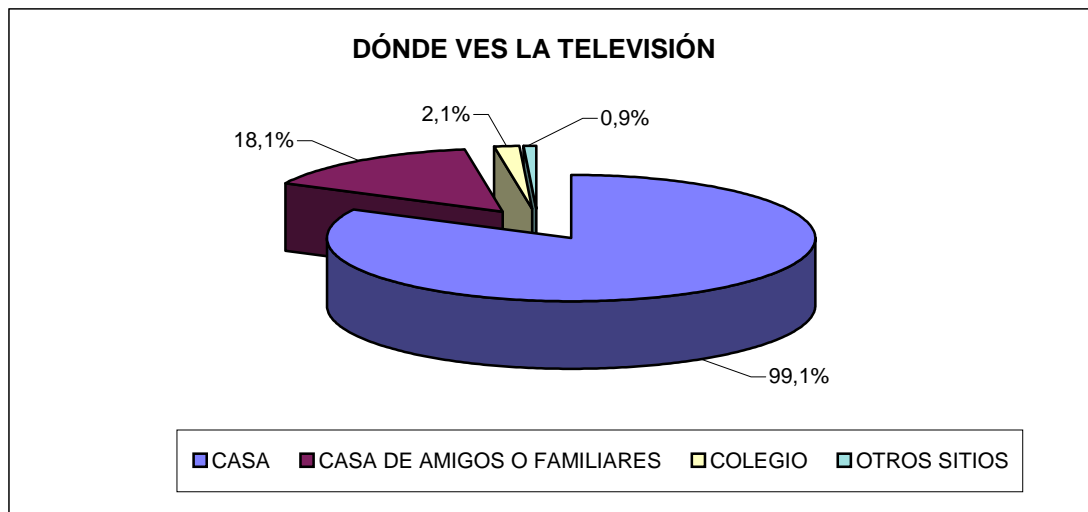


4.2. HÁBITOS DE CONSUMO TELEVISIVO

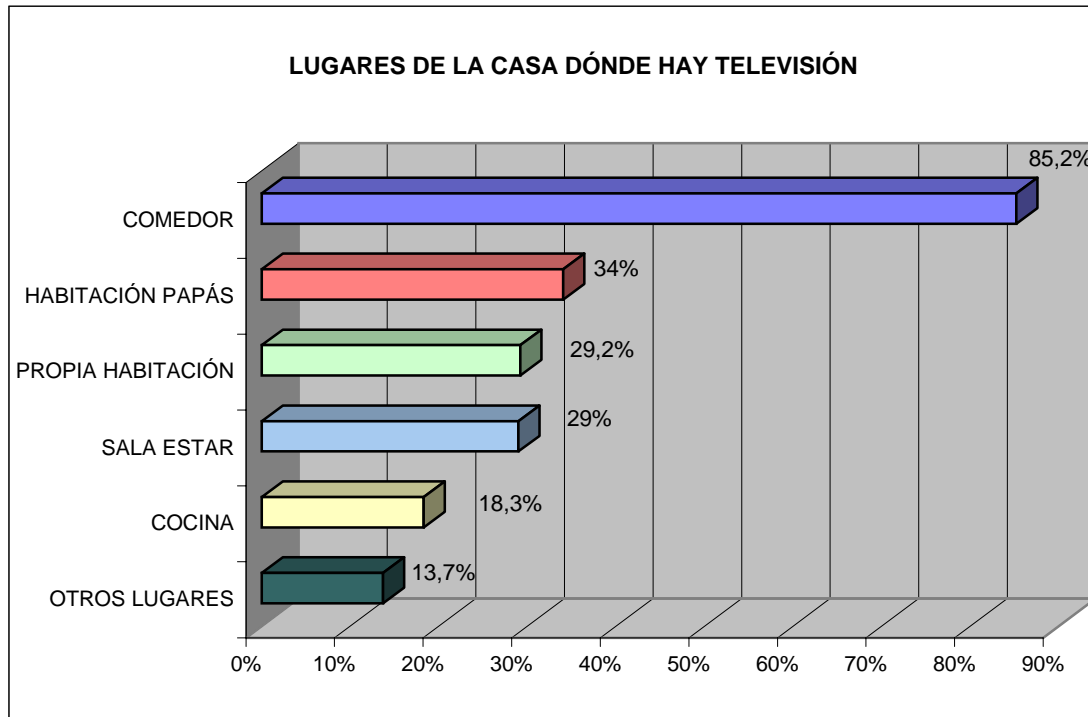
El número medio de equipos de televisión es de 2,1 por hogar. Así, la mayoría de las familias (40,5%) cuentan con dos aparatos; le siguen en cómputo quienes poseen sólo un equipo (30,3%) y los que tienen tres televisores (20%). Como casos extremos, un entrevistado indica que no tiene televisión en su domicilio habitual, aunque la vea en otros lugares, mientras que otro participante cuenta con seis equipos en su casa.



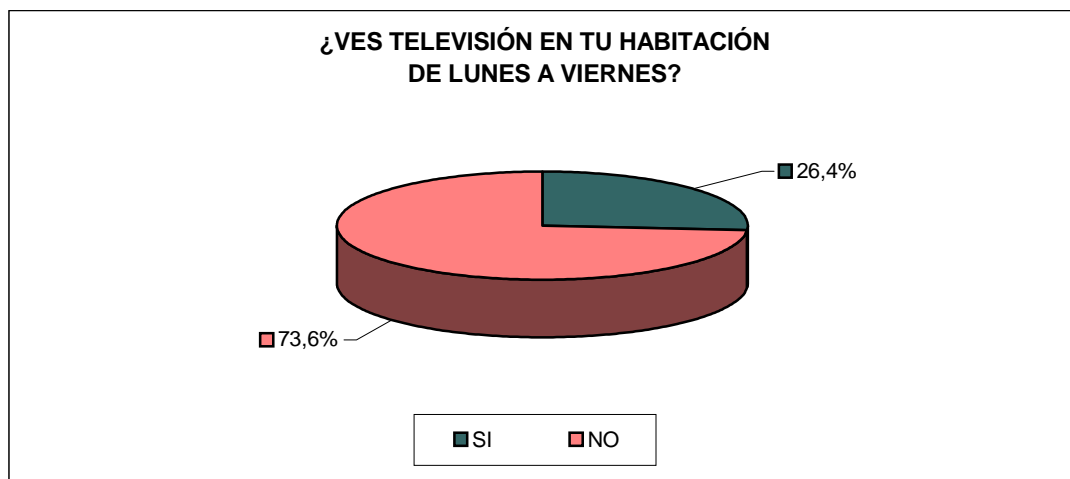
El espacio en el que se suele ver la televisión es, pues, en el contexto del hogar. Así, un 99,1% de los encuestados responde que su casa es el centro de consumo televisivo, a bastante distancia (18,1%) se sitúa la casa de amigos o familiares y tan apenas un 2,1% apunta ver televisión en el colegio.



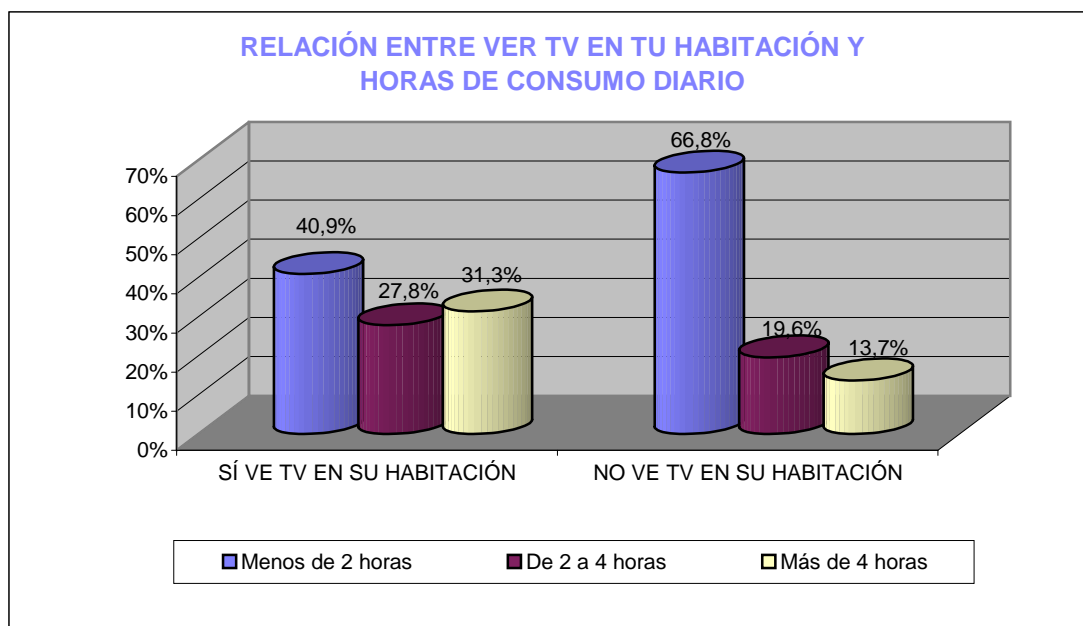
Respecto a los lugares de la casa donde hay televisión, el sitio que mayor número de ocasiones suele contar con este equipamiento es el *comedor* (85,2%), seguido de la *habitación de los padres* (34%). La tercera ubicación en la que se suele tener instalado el receptor de televisión es en la *habitación del propio niño* (29,2%), por encima a corta distancia de la *sala de estar* (29%), la *cocina* (18,3%) y *otros lugares de la casa* (13,7%).



La mayoría de los niños que cuentan con televisión en su habitación, suelen verla con regularidad en dicha estancia durante los días lectivos, un 26,4% del total de los encuestados. Esto supone que sólo un 2,8% de los niños que poseen equipo propio no ven televisión en su cuarto entre semana.



Además, los niños que poseen televisión en su cuarto la ven, en comparación, un mayor número de horas que quienes no tienen equipo propio.

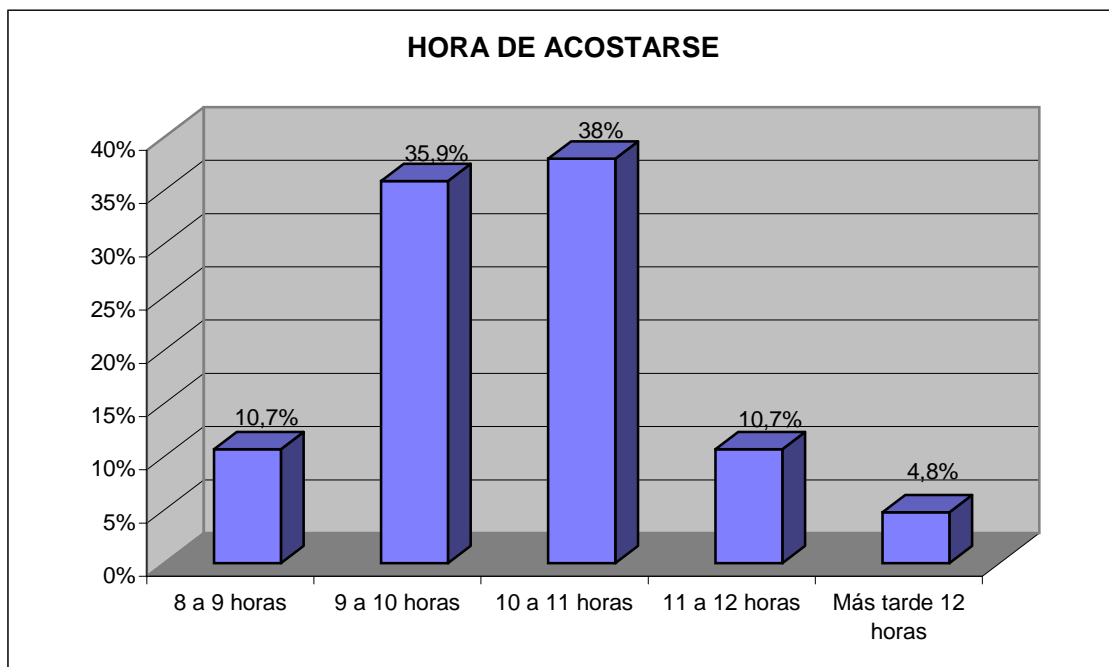


Por lo que respecta a la franja horaria, cuando los niños ven más la televisión los días lectivos es en la nocturna (78,1%), seguida de la vespertina (59,9%), matinal (55,1%)⁹ y mediodía (35,2%)¹⁰.

En cuanto a la hora que suelen acostarse, la respuesta más frecuente es entre *las 10 y las 11 de la noche* (38%); seguida de *9 a 10* (35,9%). Por tanto, la amplia mayoría (73,9%) se acuesta entre *las 9 y las 11 de la noche*. Por otra parte, la cifra coincide en un 10,7%, tanto para los que se acuestan entre *las 8 y 9 de la noche* como para los que se van a dormir *entre las 11 y 12*. El porcentaje restante, un 4,8%, pertenece a los niños que trasnochan, *más tarde de las 12 de la noche*.

⁹ Lógicamente, en la franja matinal, los niños estaban en el colegio, por lo que entendían como *matinal*, la/s hora/s previas a asistir a sus clases.

¹⁰ Un 19% de los escolares respondieron que se quedaban en el colegio para comer al mediodía. Este puede ser el motivo por el que la sobremesa es la franja que menos consumo presenta, de las cuatro señaladas, en nuestro estudio. Esta tendencia es distinta a los datos del total de la población con las mismas características, extraídos de T.N. Sofres, en los que la cifra del consumo en minutos de la

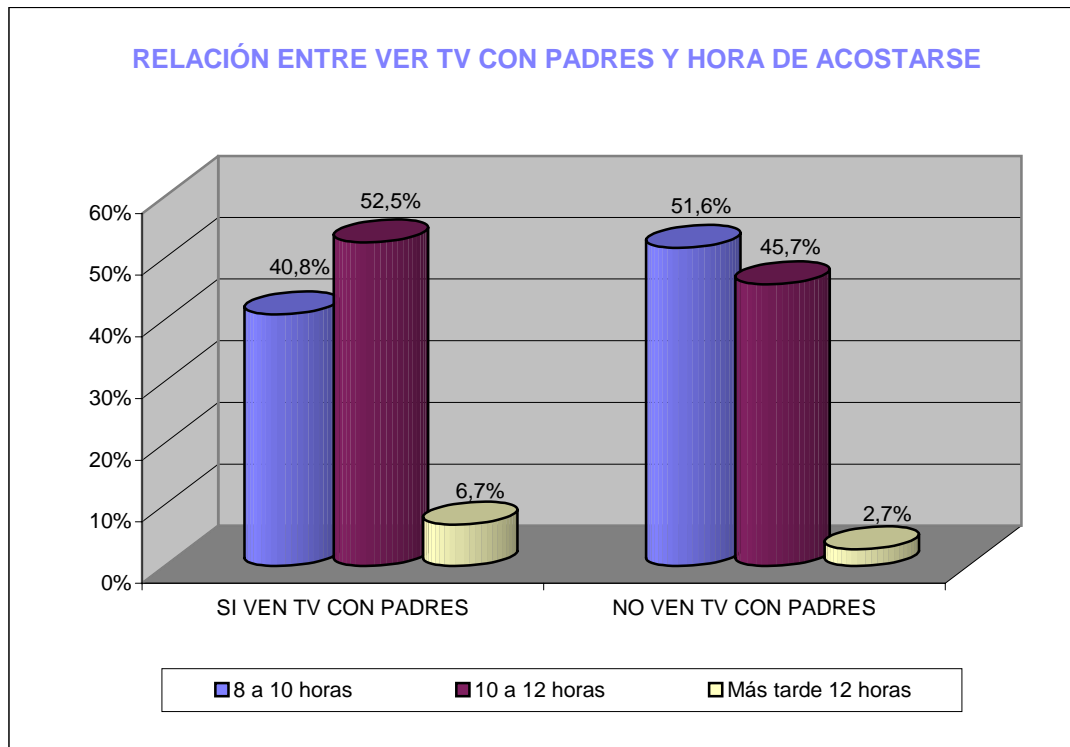


Si consideramos el reparto por edades, los niños de entre 7 y 9 años suelen acostarse, en mayor medida, *antes de las 10 de la noche* (62,2%); mientras que un 32,5% se iría a dormir *entre las 10 y 12 horas*; y un 5,3%, *más tarde de las 12*. Por lo que respecta a los niños con edades comprendidas entre los 10 y 12 años, suele ser más frecuente que su hora de acostarse se instaure *entre las 10 y las 12* (un 63,2%); seguida de hasta las *10 horas* (un 32,5%) y *más tarde de las 12* (un 4,3%). Por tanto, los niños más pequeños, de 7 a 9 años, se acuestan antes que los mayores, de 10 a 12 años.

Si bien pudiera parecer que el hecho de ver la televisión con los padres, significa un límite horario en cuanto a la hora de acostarse, sucede lo contrario. A los niños que acostumbran a ver la tele acompañados (un 56,1% del total), les dejan verla durante más tiempo, por lo que, terminan acostándose más tarde. Así, la mayoría de estos niños se va a dormir entre las 10 y las 12 horas; mientras que, en

sobremesa se sitúa en segundo lugar, tras el horario de noche, correspondiente con el prime-time. La distribución del tiempo de consumo por franjas puede consultarse en el Anexo IX.

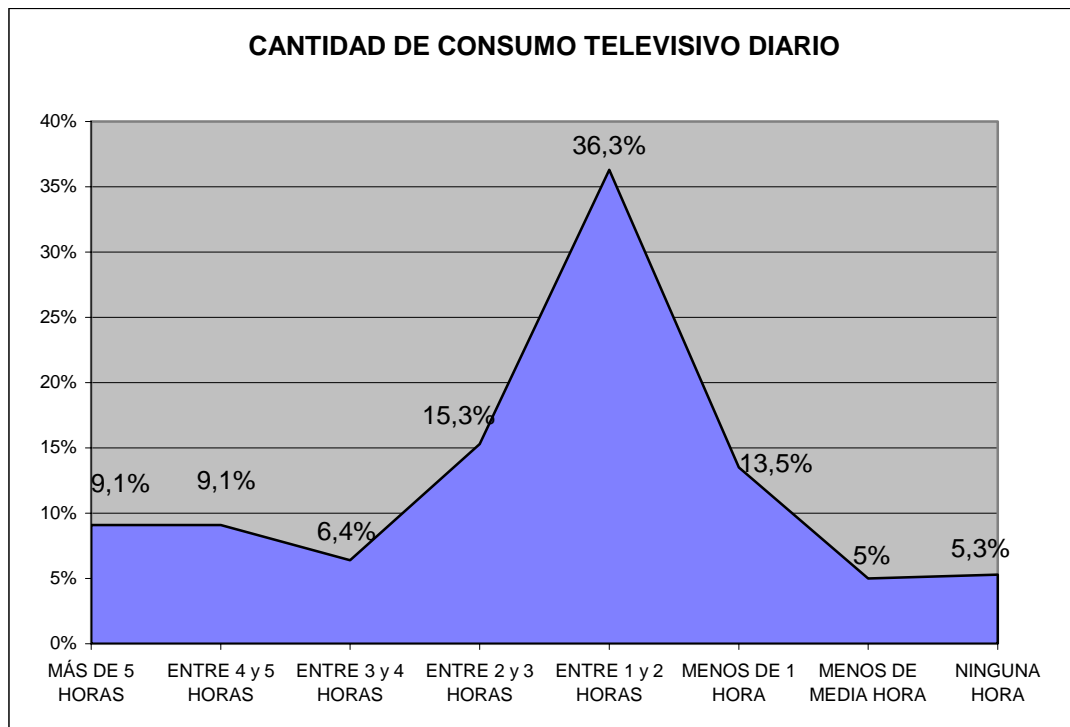
el caso opuesto de quienes no ven la tele con sus padres (43,9% restante), la mayor parte se acuestan de 8 a 10 horas.



En lo concerniente a la cantidad de consumo, como variable dependiente, ya hemos señalado anteriormente, que la distribución de la muestra quedaba repartida, con un 59,8% que veían la televisión *menos de 2 horas diarias* y un 39,8% que pasaban de dicha cuantía (sin olvidar un 0,5% de ns/nc). Pasamos a concretar cuáles son los porcentajes si dividimos dichas estratificaciones en fragmentos de horas y/o medias horas.

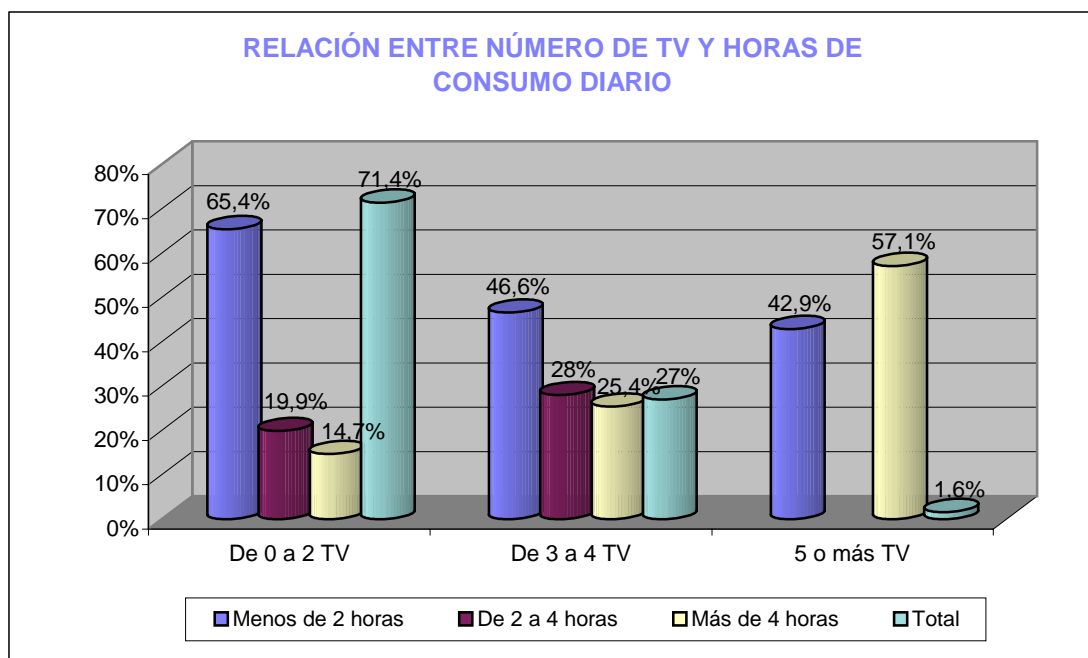
La cuota más abundante de consumo se sitúa *entre 1 y 2 horas diarias*, con un 36,3% de las respuestas. En este intervalo, se situaría la media diaria de consumo televisivo de la muestra seleccionada. A continuación, le siguen las cantidades más próximas por ambos lados: *entre 2 y 3 horas* (15,3%) y *menos de 1 hora* (13,5%). Resulta significativo que un 9,1% de los encuestados vea la televisión

más de 5 horas, dicho porcentaje coincide con los que la ven entre 4 y 5 horas, por lo que un 18,2% consume más de 4 horas diarias de televisión. Este extremo llega casi a duplicar al polo opuesto, en el que un 5,3% apunta que entre semana no ve ninguna hora, mientras que otro 5% indica que su consumo es menor de media hora diaria.

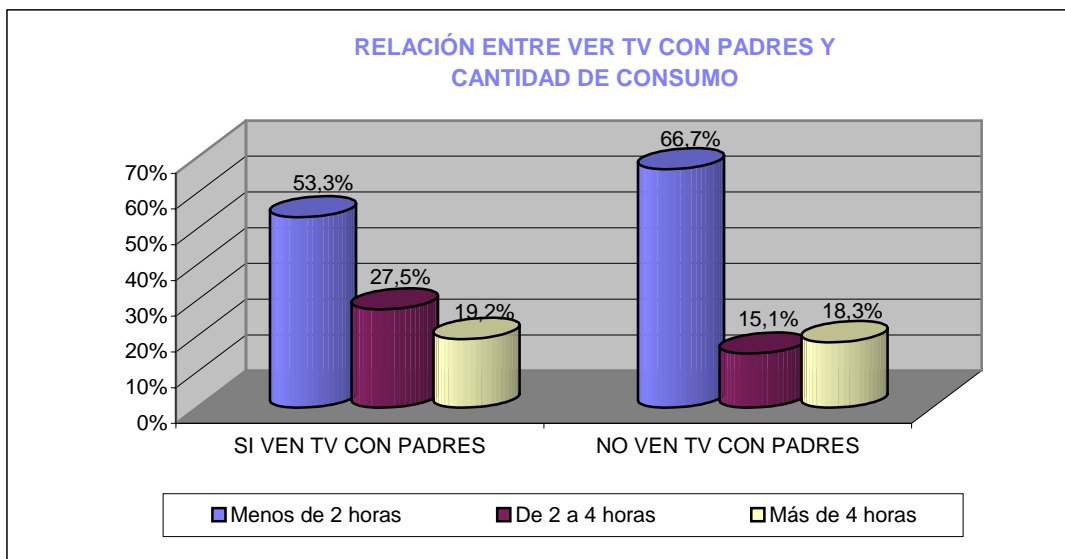


Respecto a la distribución por edades, los niños de entre 7 y 9 años, en su mayoría, ven *menos de 2 horas la televisión* (61,8%); mientras que un 21,3% consume *más de 4 horas* y un 16,9% la ve dentro de la cantidad establecida en el intervalo del medio, *entre 2 y 4 horas diarias*. Con análogo comportamiento, el grupo de niños entre 10 y 12 años suelen verla *menos de 2 horas* (58,4%), en cambio, le siguen los que la ven *entre 2 y 4 horas* (26%) y, por último, los que llegan a consumir *más de 4 horas al día* (15,6%).

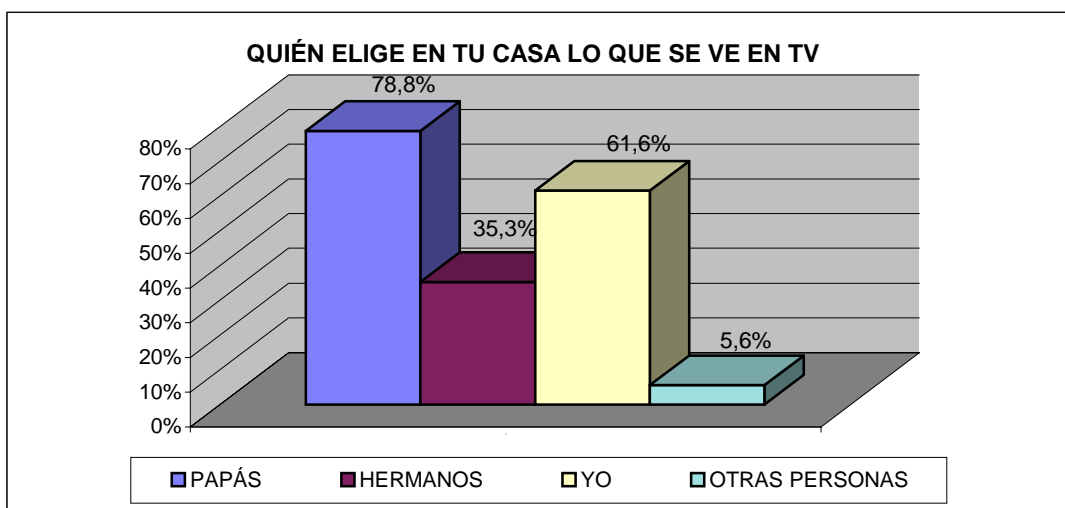
En cuanto al número de televisiones que hay en su hogar, existe una relación directamente proporcional entre contar con más equipamiento y ver mayor número de horas la televisión. Así, los que le destinan menos tiempo son quienes se ubican en el tramo de 0 a 2 televisores. Debido a la considerable diferencia en cuanto al porcentaje que representa cada grupo referente a la posesión de un número de televisiones, añadimos también en el siguiente gráfico los totales de cada uno de los tramos.



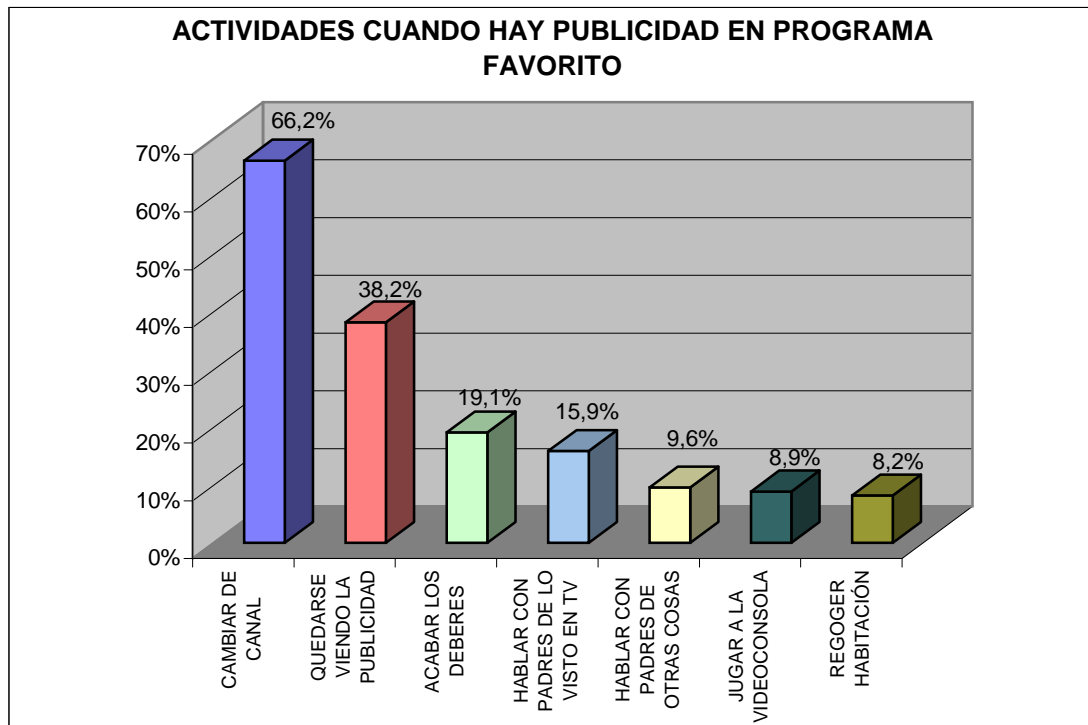
Al contrario de lo que pudiera pronosticarse, los niños que ven la televisión junto con sus padres consumen más horas, en porcentaje, que los que la ven sin ellos. De esta manera, un 66,7% de quienes afirman que no suelen verla junto con sus padres la ven menos de 2 horas, reduciéndose a un 53,3% para los que indican que sí la ven con ellos.



En lo relativo a la elección de los contenidos televisivos, son los *padres* quienes, con mayor frecuencia, deciden qué se va a ver en la pantalla (78,8%), *el propio niño* que rellena el cuestionario afirma que él los selecciona en un 61,6% de los casos. Los *hermanos* (35,3%) y *otras personas* (5,6%) son quienes menos deciden al respecto. No obstante, casi la mitad de los encuestados (un 44,8%) afirman que se trata de una decisión conjunta entre los distintos miembros de la familia, incluidos ellos.

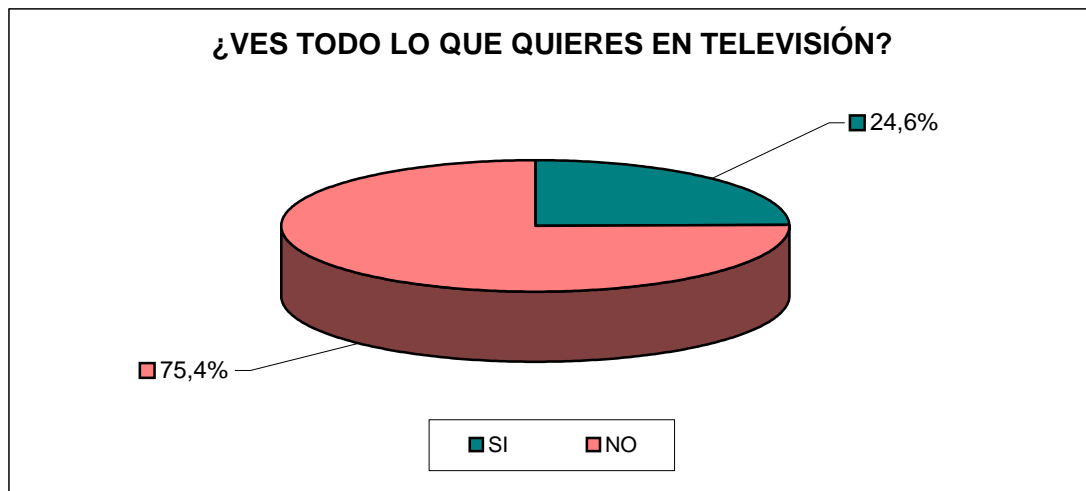


Para concluir el bloque de *hábitos de consumo televisivo*, nos fijaremos en qué suelen hacer los niños cuando hay publicidad en medio de su programa favorito. A esta cuestión, la mayoría (66,2%) responde que *cambiar de canal*, aunque un significativo porcentaje decide *quedarse viendo la publicidad* (38,2%). Las siguientes opciones más seguidas son *acabar los deberes* (19,1%) y, en cuarto lugar, *hablar con los padres de lo visto en televisión* (15,9%).

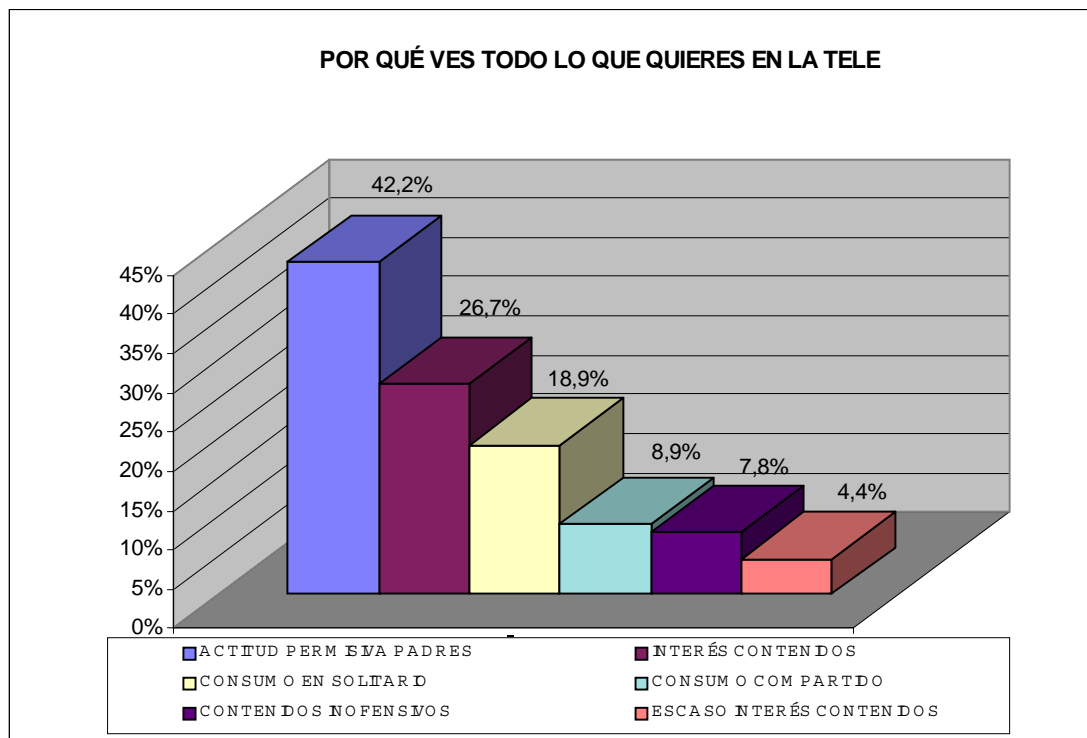


4.3. SATISFACCIÓN Y LÍMITES EN EL CONSUMO TELEVISIVO

La amplia mayoría de los encuestados (75,4%) responden que *no ven todo lo que quieren en televisión* frente a un restante 24,6%, que muestran un consumo satisfecho.

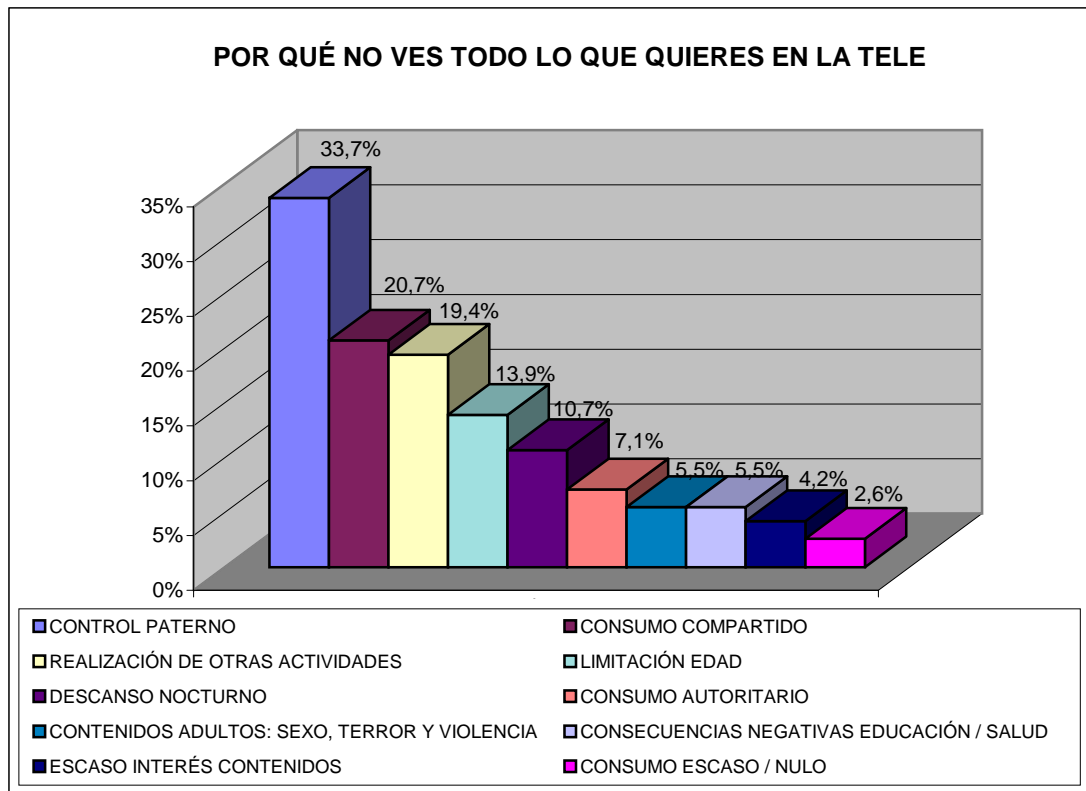


Entre los motivos que arguyen los niños que *sí ven todo lo que quieren*, los más reiterados son la *actitud permisiva* de los padres (42,2%) y ver todos los *contenidos que les interesan* (26,7%). Además, resulta significativo que un 18,9% afirme que ve todo lo que quiere porque realiza un *consumo en solitario*; mientras que un 8,9% apunta que se debe a mantener un *consumo compartido* entre los miembros de su hogar. *Ver contenidos inofensivos* (7,8%) y tener *escaso interés en los contenidos que se emiten* (4,4%) son las razones que completan los argumentos de quienes contestan que sí ven lo que quieren. Pasamos a representar gráficamente los citados porcentajes.



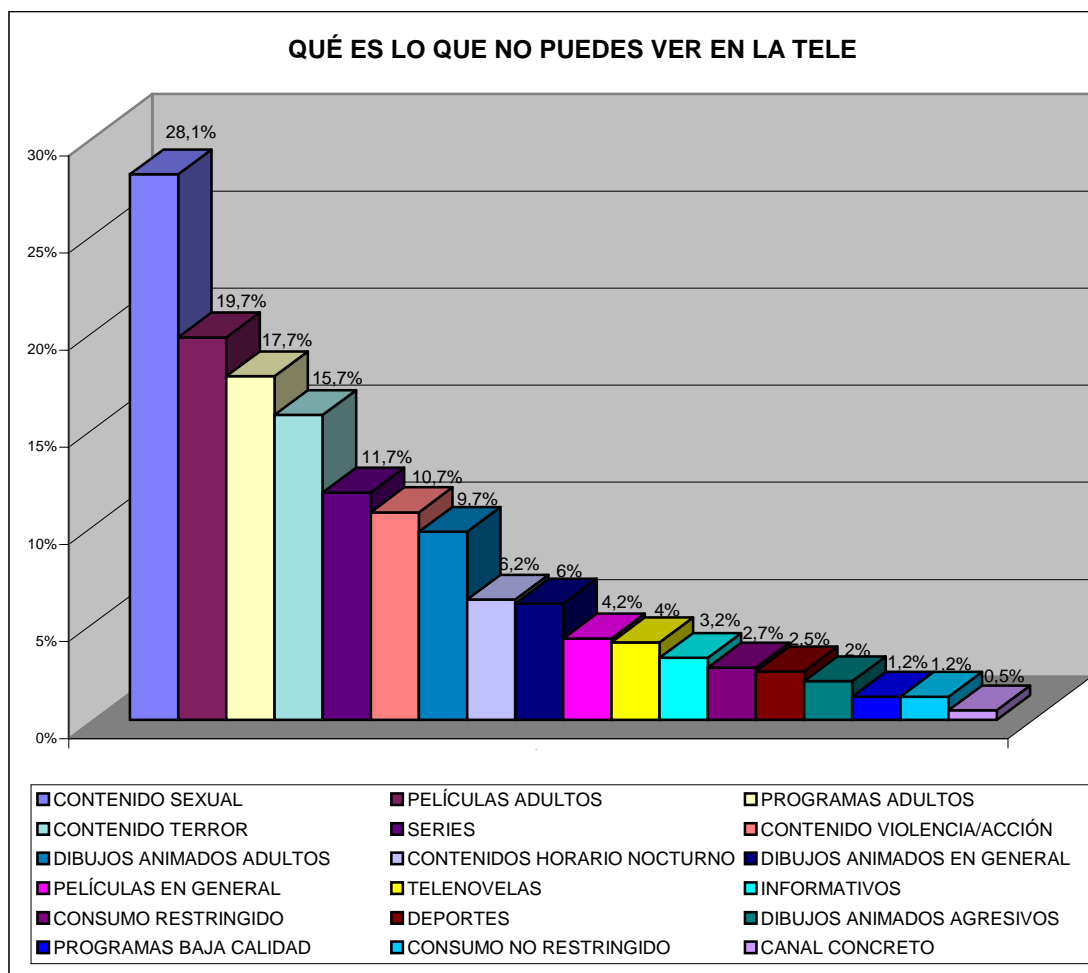
La actitud de los padres vuelve a intervenir en la razón mayoritaria, en el caso contrario al precedente, de *por qué los niños no ven todo lo que quieren en la televisión*. De esta manera, el *control paterno* es el principal motivo (33,7 %) por el que los escolares contestan que no consumen todos los contenidos que desearían. Asimismo, si bien el *consumo compartido* era una respuesta por la que los niños veían todo lo que querían, también se encuentra entre las justificaciones de la causa contraria y, esta vez, se ubica como segunda razón (20,7%) en el orden de contestaciones más habituales. Lógicamente, la *realización de otras actividades* (19,4%) también imposibilita ver la televisión en horarios en los que los niños están ocupados. La *limitación en su temprana edad* (13,9%); el *descanso nocturno* (10,7%) y el *consumo autoritario por parte de otras personas de su familia* (7,1%) se sitúan entre las siguientes razones. Por otro lado, es interesante considerar que, como razones de su insatisfacción en el consumo televisivo, apuntan la *imposibilidad de ver contenidos para adultos*, entre ellos los relacionados con sexo, terror o violencia y, desde otra perspectiva, las *consecuencias negativas que*

algunos espacios pueden tener para la educación o para la salud, sendas causas se sitúan en un 5,5% de las respuestas, respectivamente.



Como puede obviarse, entre los espacios que afirman no poder ver los niños, destacan los que no están destinados a ellos como público objetivo. De esta manera, los *contenidos para adultos* –en los que hemos incluido *contenido sexual, terror, violencia o acción y contenidos en horario nocturno*- que manifiestan que no pueden ver suman un 60,7% y los *espacios para adultos* –*películas para adultos, programas para adultos y dibujos animados para adultos*-, un 47,1%. Los casos restantes se reparten entre *contenidos y tipo de espacio de carácter general* (31,6%) –entre los que se integran *series, dibujos animados en general, películas en general, telenovelas, informativos y deportes*-; y un *otros*, que aglutina todas las demás y llega a un 7,6%.

En cuanto al listado detallado y conjunto de los espacios restringidos para los niños, el *contenido sexual* (28,1%) es el más limitado, según indican los encuestados. Después, se sitúan los espacios para target adulto *películas para adultos* (19,7%) y *programas para adultos* (17,7%). El *contenido de terror* obtiene un 15,7% de las respuestas; el “formato” *series*, un 11,7% y el *contenido de violencia o acción*, un 10,7%. Los *dibujos animados dirigidos a adultos* (9,7%), los *contenidos en horario nocturno* (6,2%) y los *dibujos en general* (6%) ocupan las siguientes posiciones en cuanto a orden en las respuestas. A continuación, introducimos un gráfico en el que se completan todas las opciones ofrecidas en el cuestionario por los sujetos de la muestra.



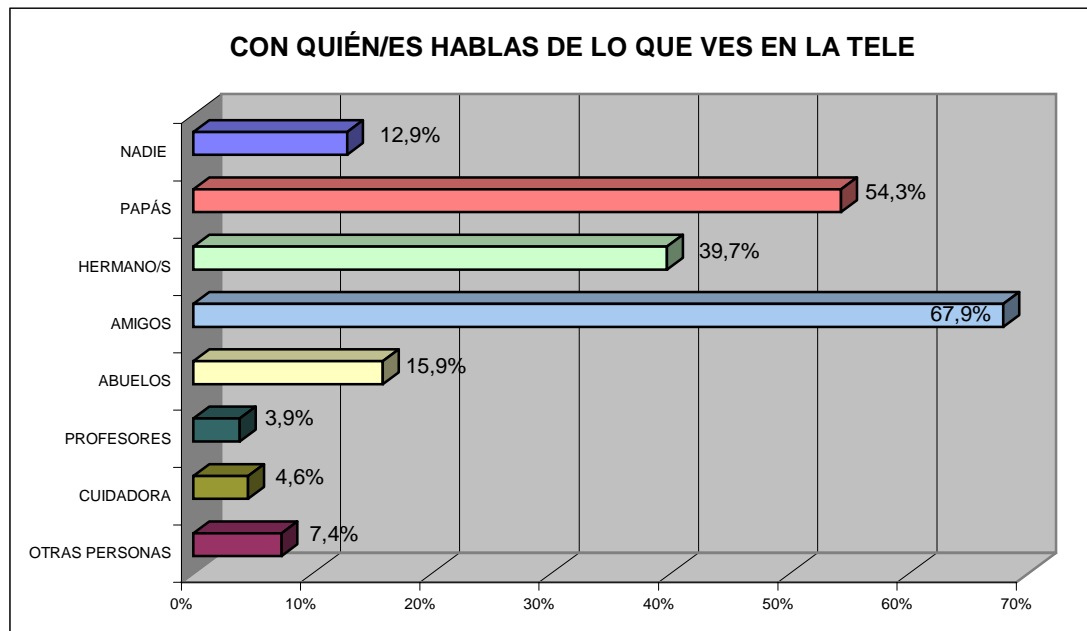
La causa más repetida por la cual no pueden ver los contenidos citados es *la limitación en su edad* (30,8%), seguida del *control paterno* (22,5%). La inherente razón de tratarse de *contenidos para adultos: violentos* (11,5%), *de terror* (9,7%) y *sexuales* (9,1%) suma un 30,3%. El *descanso nocturno* (10,4%) y la *realización de otras actividades* (4,2%) son otros motivos por los que el niño está ausente de la pantalla, a los que se añaden el *escaso interés por los contenidos* (7%), *compartir el consumo* con otros miembros de su familia (5,2%), el *consumo autoritario* por parte de otras personas (4,7%), las *consecuencias negativas para la salud o educación* (3,4%) o el *consumo escaso o nulo* que se realiza (2,6%). Para completar todos los motivos que argumentan los escolares, hay que añadir un 0,3% relativo a un *prejuicio sexista*, ya que una niña afirma que no puede ver “*el fútbol, porque es de chicos*”.

4.4. DIÁLOGO CON LOS PADRES Y OTRAS PERSONAS RESPECTO A LOS CONTENIDOS TELEVISIVOS

A la pregunta *¿Hablas con otras personas de lo que ves en la tele?*, la mayoría de los encuestados, un 67,9%, responden que con sus *amigos* es con quienes mantienen más conversaciones respecto a lo visto en los programas televisivos. Un 54,3%¹¹ de los niños dialogan con sus *padres* de manera habitual. En menor porcentaje, aparecen los *hermanos* (39,7%) y los *abuelos* (15,9%). Un 4,6% habla con la *cuidadora* de lo visto en televisión y solamente un 3,9% con sus *profesores*.

Resulta significativo que un 12,9% de la muestra respondiera que no habla con *nadie* de lo que ve en televisión, por tanto el intercambio de opiniones e inquietudes, en este sentido, es nulo. Veamos, gráficamente, como se completan las cifras relativas a esta cuestión.

¹¹ En el cálculo de este porcentaje, sólo hemos tenido en consideración los casos válidos, como se indica al principio de este capítulo. Sin embargo, para determinar la composición de la variable dependiente relacionada con los niños que dialogaban con sus padres respecto a lo visto en televisión, tuvimos en cuenta también los casos perdidos. Por este motivo, el porcentaje varía de un 53,4% seleccionando el total de la muestra a un 54,3% si sólo utilizamos los casos válidos.



A pesar de que, como hemos indicado, un equilibrado 54,3% de los niños dialoga con sus padres respecto a lo visto en televisión, un porcentaje más elevado (77,5%), *pregunta a sus padres, con regularidad, lo que no entiende en la televisión*. No obstante, no todos estos niños la ven con sus padres, ya que si tenemos en cuenta la pregunta “¿Con quién ves la tele más a menudo?”¹², un 56,1% de los encuestados responden que con sus padres. Por este motivo, podemos afirmar que un 21,4%¹³ de los niños pregunta a sus padres lo que no entiende de la televisión, aunque no ve, habitualmente, con ellos las emisiones.

Si recordamos también la cuestión referente a las actividades preferidas dentro del hogar¹⁴, la sexta de las propuestas que elegían los encuestados -de las ocho que se realizaban, sin considerar el “otros”- era *hablar con los padres*, por detrás de alternativas como *ver la televisión, jugar con juegos o juguetes, merendar, hacer los deberes o utilizar el ordenador* y sólo por delante de *jugar a la*

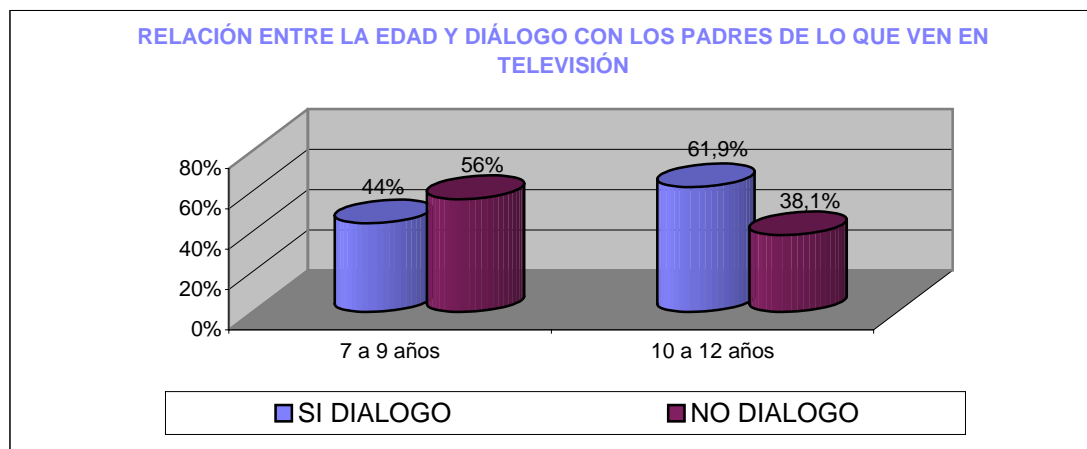
¹² Véase gráfico “Realización de actividades en soledad o compañía” en el primer epígrafe de este capítulo “Actividades en el tiempo libre”.

¹³ Este porcentaje representa la diferencia entre los encuestados que afirman que preguntan a sus padres lo que no entienden en televisión (77,5%) y los que indican que suelen compartir con ellos el consumo televisivo (56,1%).

videoconsola o recoger el cuarto. El diálogo con los padres alcanzaba un 69% de las respuestas, sumando las seis elecciones posibles que se realizaban y en las tres primeras votaciones sólo alcanzaba un 9,5%; 7,5% y 8,6%, respectivamente (lo que suma un 25,6% en total). En este sentido, si valoramos la relativa aceptación que tiene entre los niños el diálogo familiar en pro de otras actividades, puede considerarse elevado que un 54,3% converse con sus padres respecto a los contenidos vistos en televisión.

Además, cabe recordar que, entre las actividades que realizaban los participantes en la encuesta en medio de su programa favorito¹⁵, un 15,9% afirmaba que solía conversar con sus padres en referencia a lo visto en televisión, siendo ésta la cuarta opción más frecuente en cuanto a respuestas.

Por otro lado, teniendo en consideración el reparto por edades, se establece una correlación positiva entre dialogar con los padres de los contenidos televisivos y la edad. De esta manera, conforme aumenta la edad de los niños, también se incrementa el porcentaje de estar habituados a hablar con los padres respecto a lo visto en televisión.



¹⁴ Véase también en el primer apartado del presente capítulo (4.1.), “*Actividades en el tiempo libre*”.

¹⁵ Véase segundo apartado de este capítulo, “*Hábitos de consumo televisivo*”.

4.5. PREFERENCIAS EN EL CONSUMO TELEVISIVO

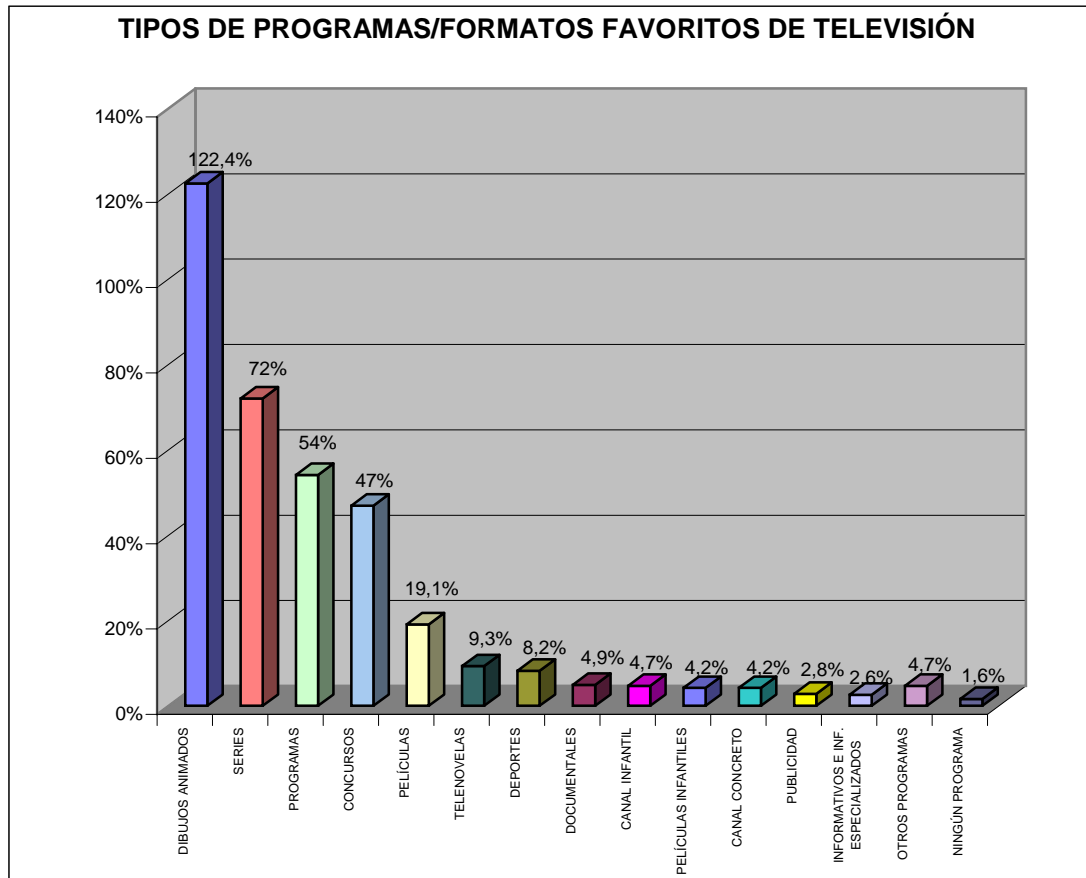
Los cinco “formatos”¹⁶ favoritos de los encuestados, teniendo en cuenta el porcentaje acumulado de casos, son *dibujos animados* (122,4%)¹⁷, *series* (72%), *programas*¹⁸ (54,1%), *concursos* (46,9%) y *películas generales* (19,1%)¹⁹. Del resto de preferencias, ninguna alcanza el 10% y, entre ellas, encontramos opciones que no responden a la consideración de programas en sentido estricto, como son *canales de televisión* (entre los generales -4,2%- y los infantiles -4,7%-, alcanzan un 8,9%) o *publicidad* (2,8%). Asimismo, no deja de ser curioso que siete niños, lo que representa un 1,6% del total, respondieran que no les gusta *ningún programa*.

¹⁶ A lo largo de este capítulo, introduciremos el concepto de “formato” en lugar de “tipo de programa” que sería la forma correcta de nombrarlo, dado que también hacemos uso del término “programa”, con el fin de evitar confusiones. Por lo tanto, pese a que no son sinónimos y puede resultar errónea su utilización en el sentido indicado, ya que el “formato” hace referencia a la forma de estructurar las partes de un programa, realizaremos este cambio en las acepciones por cuestiones de operatividad. En el resto de los capítulos, trataremos de referirnos en todos los casos a los “tipos de programas” con el significado válido que les otorga Cebrián Herreros (2002) en la siguiente definición: “conjunto de contenidos seleccionados, agrupados y distribuidos conforme a una intención homogeneizadora”. Véase la distinción entre ambos términos y el concepto de género en Cebrián Herreros, M. (2002): “Géneros formales televisivos”, en Rivera, M. J.; Walzer, A. y García Matilla, A. (dirección y coordinación) (2002): *Libro interactivo Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia*. Madrid, Master de Televisión Educativa de la Universidad Complutense y Corporación Multimedia.

¹⁷ El porcentaje se eleva a un 122,4% debido a que, al ser una respuesta múltiple y preguntarse por los cinco programas favoritos de televisión, puede contestarse, en más de una ocasión, el mismo tipo de espacios, por ejemplo, hacer referencia dos veces a títulos de dibujos animados. En este caso, al haber elegido más de una vez este formato (un total de 525 veces repartidas entre la muestra de 440 niños), el porcentaje se dispara. Véase el Anexo IV para comparar con los porcentajes verticales y establecer las proporciones cuya suma alcanza el cien por cien.

¹⁸ Hemos conjuntado dentro de este “formato”, diferentes tipos de programas: los contenedores infantiles, los magazines y los de variedades/humorísticos y los talk shows, entre otros.

¹⁹ Si a este porcentaje de películas generales, le sumamos el derivado de las películas infantiles (4,2%), obtenemos un 23,3% en total.



Además de incluir un cómputo global de los “formatos” elegidos por los niños, con el fin de conocer cuáles son las categorías más nombradas, también realizaremos un desglose por orden de preferencias para saber el lugar que ocupan en la clasificación de cada una de las cinco elecciones que efectuaron los encuestados.

En la totalidad de los casos, los cuatro “formatos” más votados coinciden con los que se establecen en el gráfico anterior, que representa los porcentajes globales. Así, los *dibujos animados* se sitúan, en las cinco ocasiones, en el primer puesto, como “formato” predilecto entre los niños, y todas las veces consigue alrededor de una tercera parte del total de las preferencias. Las *series*, segundo “formato” en la lista general, se sitúa en tercer puesto en la primera opción de voto y

se remonta a la segunda posición en las cuatro decisiones restantes, salvo en la cuarta que desciende un puesto. También el tercero de los “formatos”, los *programas*, se ubica en las dos primeras elecciones en cuarto lugar, pero en la tercera y quinta avanza al tercer puesto, coincidiendo con el del total, y en la segunda llega hasta el segundo lugar. Lo contrario sucede con los *concursos*, cuarto en la clasificación general, ya que si bien en las dos primeras elecciones ocupa el segundo y tercer puesto de la tabla, respectivamente, en las restantes ocasiones se posiciona en el cuarto lugar.

TABLA DE FRECUENCIA DE LOS 5 PRIMEROS PROGRAMAS FAVORITOS

	1º FAVORITO	2º FAVORITO	3º FAVORITO	4º FAVORITO	5º FAVORITO
DIBUJOS ANIMADOS	36,6%	33,3%	35,3%	31,7%	28,5%
SERIES	16,6%	22,4%	21,6%	17,9%	22,7%
PROGRAMAS	14,2%	13,8%	15%	19,1%	13,4%
CONCURSOS	17,9%	15,1%	6,9%	9,8%	11,6%
PELICULAS	3,5%	5,5%	5,3%	5,7%	8,7%
TELENOVELAS	2,1%	2,6%	3,4%	2,4%	2,3%
DEPORTES	1,6%	1,6%	2,2%	4,1%	2,9%
DOCUMENTALES	1,9%	1,6%	0,9%	0%	2,3%
CANAL INFANTIL	0,7%	1%	1,9%	1,2%	2,3%
PELICULAS INFANTILES	0,2%	0%	1,6%	3,7%	1,7%
CANAL CONCRETO	0,7%	1%	1,9%	1,2%	1,2%
PUBLICIDAD	0,2%	0,8%	0,6%	1,6%	1,2%
INFORMATIVOS E INF. ESPECIALIZADOS	0,9%	0%	1,6%	0,4%	0,6%
OTROS PROGRAMAS	1,2%	1,3%	1,9%	1,2%	0,6%
NINGÚN PROGRAMA	1,6%	0%	0%	0%	0%

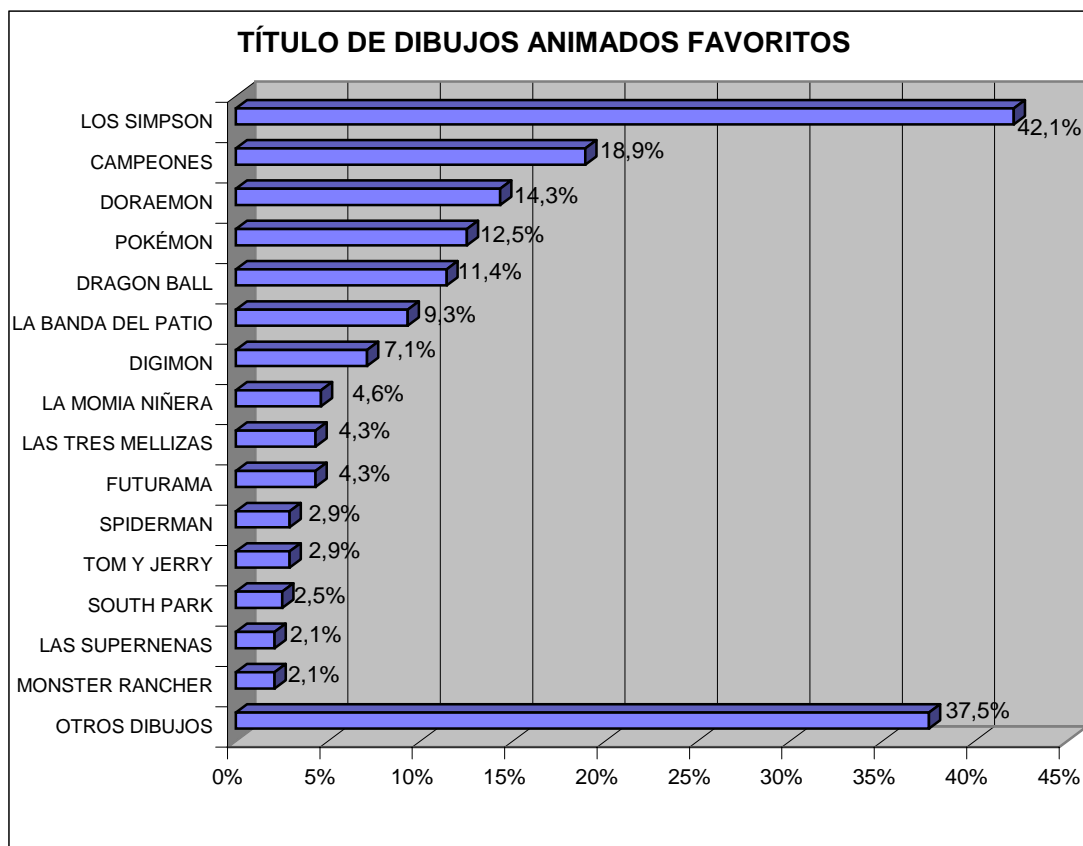


Con objeto de especificar los títulos²⁰ concretos preferidos, detallaremos cómo se distribuye cada uno de los cuatro “formatos” mencionados con mayor frecuencia. En cada uno de ellos, hemos registrado los nombres de los más significativos, por ser enunciados en una cantidad considerable de ocasiones y

²⁰ La encuesta se realizó entre marzo y mayo de 2002, por lo que algunos de los espacios que citan los componentes de la muestra pueden haber desaparecido de la oferta actual de televisión o haber cambiado su franja horaria de emisión.

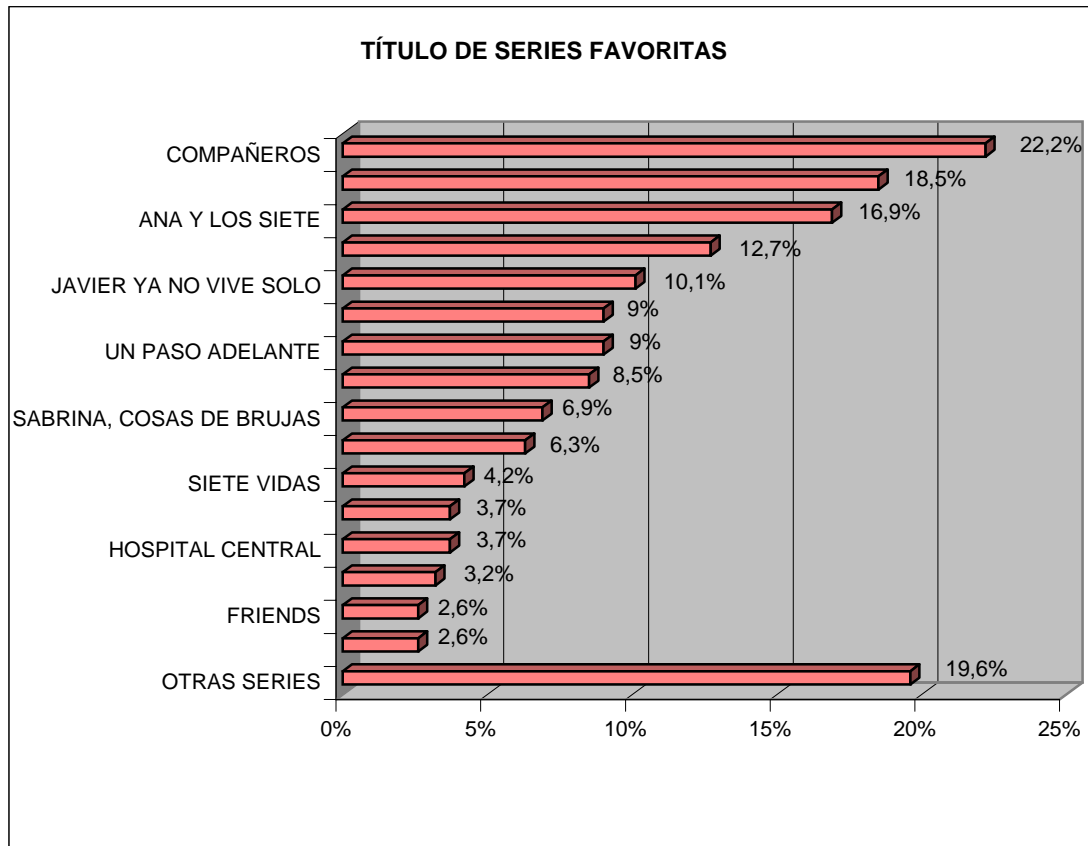
hemos incluido en un *otros* conjunto todos aquellos espacios que no cuentan con suficiente representatividad, al ser expuestos un número escaso de veces.

Por lo que se refiere al listado de *dibujos animados*, son “*Los Simpson*” (42,1%), cuyo target no coincide precisamente con el público infantil, los que lideran la clasificación, seguidos de “*Campeones*” (18,9%), “*Doraemon*” (14,3%), “*Pokémon*” (12,5%) y “*Dragon Ball*” (11,4%). Hasta los puestos número 11 y 12 no encontramos clásicos de animación, en este caso, “*Spiderman*” y “*Tom y Jerry*” son los únicos que aparecen, con un 2,9% cada uno de ellos. Resulta curioso que una serie emitida en horario de madrugada y dirigida a adultos como es “*South Park*” salga entre las quince primeras elegidas por los niños, en 13ª posición, con un 2,5% del total.

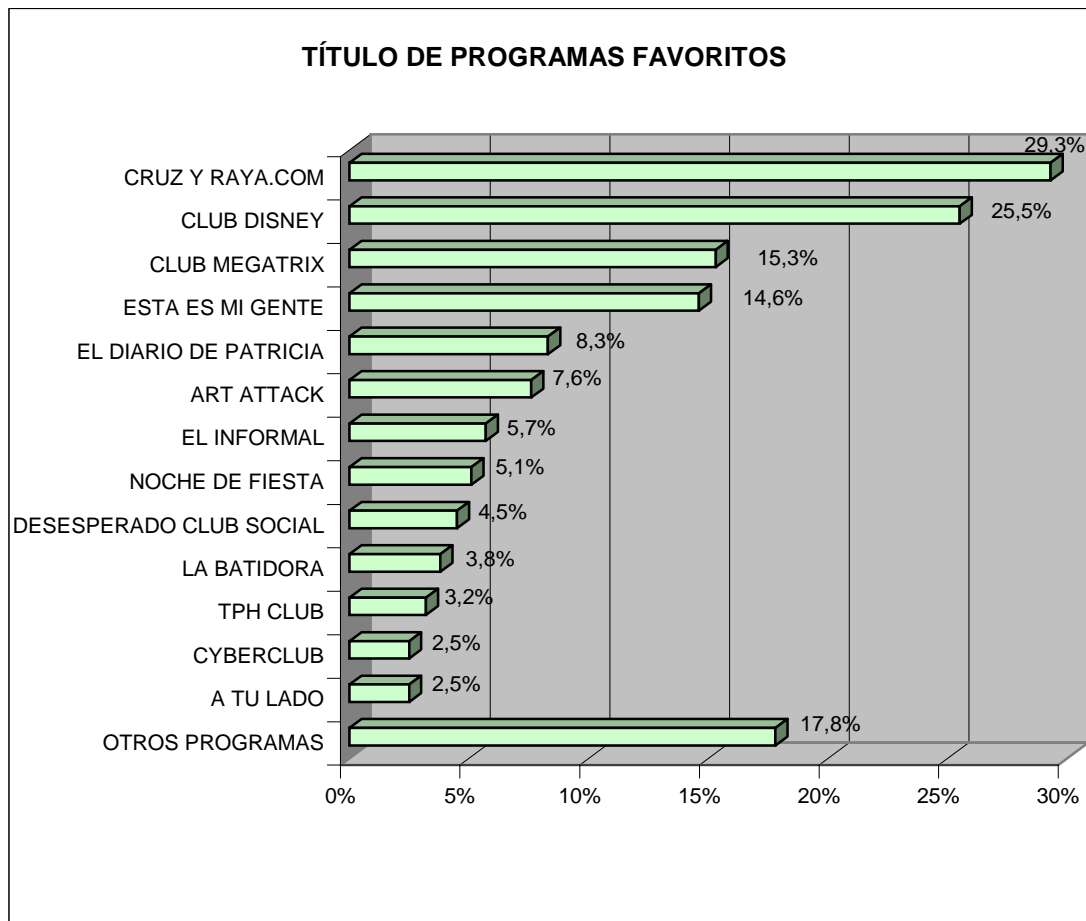


Entre las series, en los primeros lugares nos encontramos títulos de la franja nocturna prime time, tales como “*Compañeros*” (22,2%), “*Cuéntame cómo pasó*” (18,5%), “*Ana y los siete*” (16,9%) o “*Javier ya no vive solo*” (10,1%).

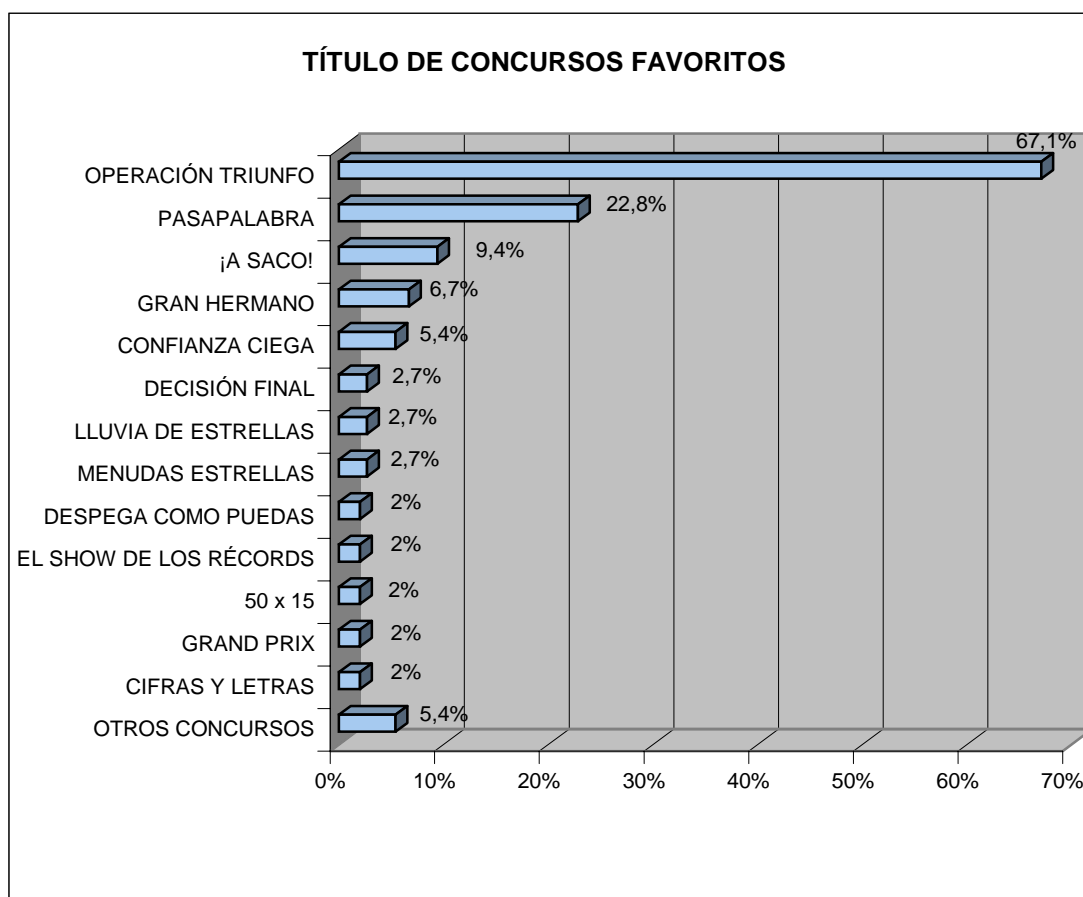
En cuanto a las destinadas a un target familiar, pero de carácter más juvenil que las anteriores y emitidas durante el periodo de análisis en las franjas de mediodía y tarde, se registran tan solo “*Al salir de clase*” (12,7%), en 4º puesto; “*Embrujadas*” (9%), en 6ª posición; “*Sabrina, cosas de brujas*” (6,9%), en 9ª; y “*Alf*” (3,7%), en 12ª. La clasificación se completa con las series que recogemos a continuación:



En lo referente a los programas favoritos, el espacio humorístico “Cruz y raya.com” es el preferido, con un 29,3% del total. En los dos siguientes lugares, se sitúan los programas infantiles “Club Disney” (25,5%) y “Club Megatrix” (15,3%). Los talk shows “Esta es mi gente” (14,6%) y “El Diario de Patricia”(8,3%) ocupan unos destacados 4º y 5º puesto, respectivamente. Y el resto de los espacios de carácter infantil y juvenil se reparten entre las posiciones 6ª -el divulgativo “Art Attack” (7,6%)-; 9ª -“Desesperado Club Social” (4,5%)-; 11ª -“TPH Club” (3,2%)- y 12ª -“Cyberclub” (2,5%)-. “A tu lado” (17,8%) también figura en el gráfico.



Por lo que respecta a los concursos, “Operación Triunfo” despunta respecto al resto, llegando a obtener más de la mitad del porcentaje global de este “formato”, con un 67,1%. De este modo, el éxito demostrado en los índices de audiencia generales de nuestro país se focaliza también en nuestro estudio. Los siguientes que aparecen en la clasificación, con porcentajes considerablemente menores, son los concursos de conocimiento “Pasapalabra” (22,8%) y “¡A saco!” (9,4%). Los concursos de gran formato “Gran Hermano” (6,7%) y “Confianza Ciega” (5,4%) se ubican en cuarta y quinta posición, siendo emitidos en la franja nocturna y no estando destinados precisamente al target familiar, sobre todo, el último de ellos. Entre los últimos del listado, aparecen concursos programados por la tarde, como “50x15” ó “Cifras y Letras”, que coinciden en un 2%.



Respecto a si la edad determina las preferencias televisivas²¹, en los cinco primeros lugares de la tabla, no observamos destacadas diferencias entre ambos grupos, salvo que los niños entre 10 y 12 años prefieren las series por encima de los programas, al contrario que los más pequeños. Por otra parte, el segmento de niños mayores realiza, en general, más referencias a la mayoría de los “formatos” que el grupo entre 7 y 9 años, que sólo sobrepasa en porcentaje al otro estrato de edades en lo que a gustos televisivos se refiere en el caso del *canal infantil, películas infantiles, informativos e informativos especializados y otros programas*. A estas opciones, también se añade en cifras más elevadas, en este grupo, la opción de *ningún programa*.

Dentro de los dibujos animados, se aprecian algunas distancias. Aunque “*Los Simpson*” y “*Campeones*” ocupan los dos primeros lugares en la clasificación de ambos estratos de edad, los más pequeños se deciden en los siguientes puestos por “*Pokémon*” (empatado en porcentaje con “*Campeones*”), “*Doraemon*” y “*Digimon*”; y el grupo de mayores elige “*Doraemon*”, “*Dragon Ball*” y “*La banda del patio*”. Por otro lado, si tenemos en cuenta los porcentajes individuales de cada serie en función de cada segmento de edad, nos encontramos con interesantes diferencias. Así, el grupo de menor edad elige, con cifras más elevadas, títulos como “*Pokémon*”, “*Digimon*”, “*Las tres mellizas*”, “*Spiderman*”, “*Tom y Jerry*” o “*Las Supernenas*”; es significativo que el porcentaje es muy superior en los niños mayores en el caso de series para adultos como “*Los Simpson*” o “*South Park*”, además de otras que sí están destinadas al target infantil, como “*Campeones*”, “*Doraemon*”, “*Dragon Ball*”, “*La banda del patio*”, “*La momia niñera*”, “*Futurama*” o “*Monster Rancher*”.

Los programas que encabezan el listado, “*Cruz y raya.com*” y “*Club Disney*”, coinciden en los dos grupos. Sin embargo, tras estos se aprecian algunas oscilaciones en el orden de los espacios, entre otras, los niños entre 7 y 9 años

²¹ Los datos relativos a esta cuestión, junto con los específicos de los formatos dibujos animados, programas, concursos y series se presentan en la tabla de contingencia nº 15 y siguientes dentro del Anexo V.

optan, en las siguientes posiciones, por “*Art Attack*”, “*Club Megatrix*” y “*Esta es mi gente*”; y el segmento de mayores por “*Club Megatrix*”, “*Esta es mi gente*” y “*El informal*”. Respecto a la comparación de cuotas que alcanza cada espacio en función de la edad, los programas infantiles, “*Club Disney*”, “*Art Attack*”, “*TPH Club*” o “*Cyberclub*” suelen contar con mayores índices en el grupo entre 7 y 9 años, salvo “*Club Megatrix*” y el espacio juvenil “*Desesperado Club Social*”, ambos emitidos en Antena 3, que cuentan con cifras más elevadas en cuanto a preferencias entre los más mayores. A excepción de “*Esta es mi gente*”, los talk shows de tarde “*El diario de Patricia*” y “*A tu lado*” tienen más seguidores en el primer estrato de edad, mientras que los programas en prime-time “*El informal*”, “*La batidora*” o “*Noche de fiesta*” resultan favoritos para los niños entre 10 y 12 años, salvo “*Cruz y raya.com*”, más nombrado por el grupo de menor edad.

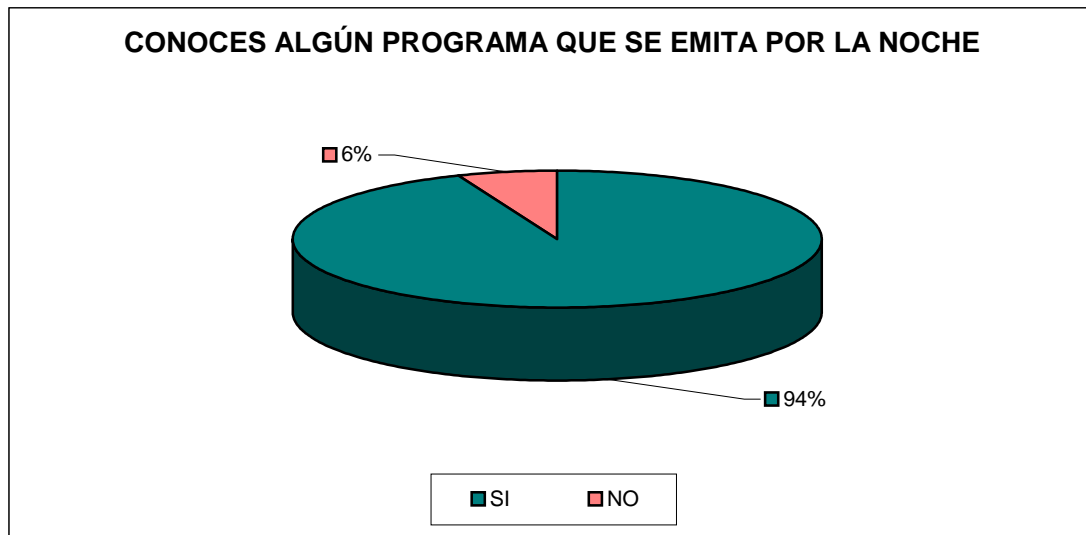
En cuanto al orden que siguen los concursos, también los dos primeros - “*Operación Triunfo*” y “*Pasapalabra*”- coinciden en ambos grupos; pero los que aparecen a continuación presentan algunas variaciones. Así, en el estrato de los niños menores, le siguen en cuanto a puestos “*¡A saco!*”, “*Gran Hermano*” y “*Menudas Estrellas*”; y en el de los más mayores, “*Confianza Ciega*”, “*Gran Hermano*” y “*¡A saco!*”. Y teniendo en consideración los índices que consigue cada título en sendos subgrupos de edad, cabe señalar que, a excepción de los concursos de gran formato “*Operación Triunfo*” y “*Confianza Ciega*”, citados en mayor porcentaje por el segmento de niños entre 10 y 12 años; y “*Gran Hermano*” y “*Lluvia de estrellas*”, que empatan; el resto de los concursos, en los que se integran los de conocimiento, -“*Pasapalabra*”, “*¡A saco!*”, “*Menudas estrellas*”, “*Decisión final*”, “*Grand Prix*”, “*Despega como puedas*”, “*El show de los récords*”, “*50x15*” o “*Cifras y letras*”- son elegidos con mayores índices por el grupo entre 7 y 9 años.

El listado de series es el que más cambios presenta entre ambos grupos. En los primeros lugares, los niños entre 7 y 9 años eligen “*Cuéntame cómo pasó*”, “*Ana y los siete*”, “*Embrujadas*” (en las tres mencionadas coincide el porcentaje), “*Compañeros*” y “*Al salir de clase*”; mientras que en el estrato entre 10 y 12 años

observamos un orden bastante diferente: “*Compañeros*”, “*Cuéntame cómo pasó*”, “*Ana y los siete*”, “*Al salir de clase*” y, en un quinto lugar empatadas, “*Javier ya no vive solo*” y “*Un paso adelante*”. En cuanto a la cantidad de menciones que hicieron los grupos de cada una de las series, salvo “*Embrujadas*”, la totalidad de los títulos fueron nombrados en más ocasiones por el estrato entre 10 y 12 años.

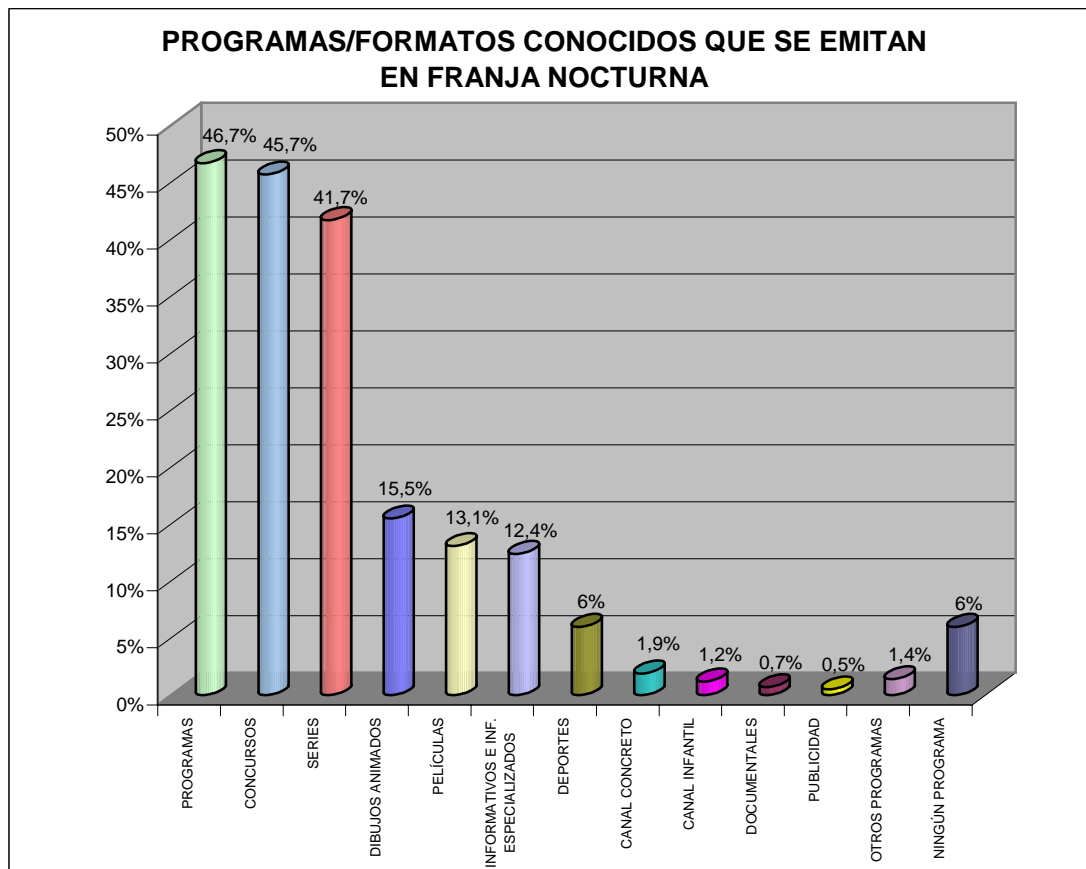
Por otro lado, con el fin de establecer diferencias entre los programas, que conocen y prefieren los niños, emitidos en las distintas bandas horarias a lo largo del día y los ofrecidos en la franja nocturna, por ser ésta en la que manifiestan que más ven la televisión y, por otro lado, en la que los contenidos no están dirigidos a este target, delimitaremos cuáles son los espacios que conocen en esta franja y, entre ellos, cuáles son sus favoritos.

Un 94% de los encuestados señalan que *conocen algún programa que se emita por la noche*; mientras que el 6% restante indica que *no conoce ninguno*.



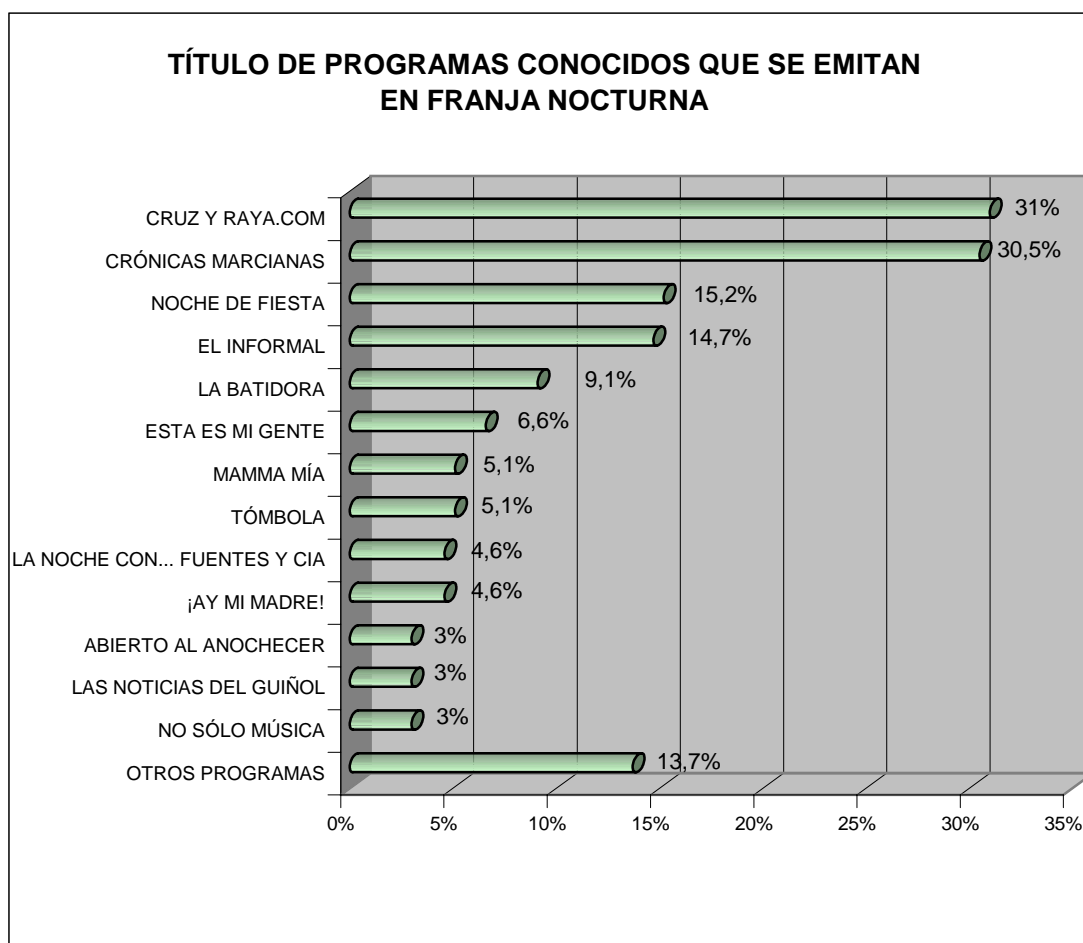
Entre los “formatos” que conocen, destacan los *programas* (46,7%), seguidos de los *concursos* (45,7%), las *series* (41,7%) y los *dibujos animados* (15,5%). De esta clasificación, puede extrapolarse que estos cuatro tipos de

programas coinciden con los que preferían, en mayor medida, los niños a lo largo de toda la programación, si bien el orden resulta inverso al de sus espacios favoritos²². Las *películas* (13,1%) y los *informativos e informativos especializados* (12,4%) son los siguientes “formatos” que conocen los niños. Por otra parte, al igual que ocurría en la cuestión en la que se les planteaba cuáles eran sus preferencias, vuelven a confundir con emisiones conceptos que no hacen referencia, como son los *canales* (3,1% entre los generalistas y los infantiles) o la *publicidad* (0,5%). En cuanto al *nulo conocimiento de los espacios nocturnos*, se corrobora el porcentaje, puesto que vuelve a coincidir, en un 6%, con la pregunta anterior de si conocían o no algún programa que se emitiese por la noche.



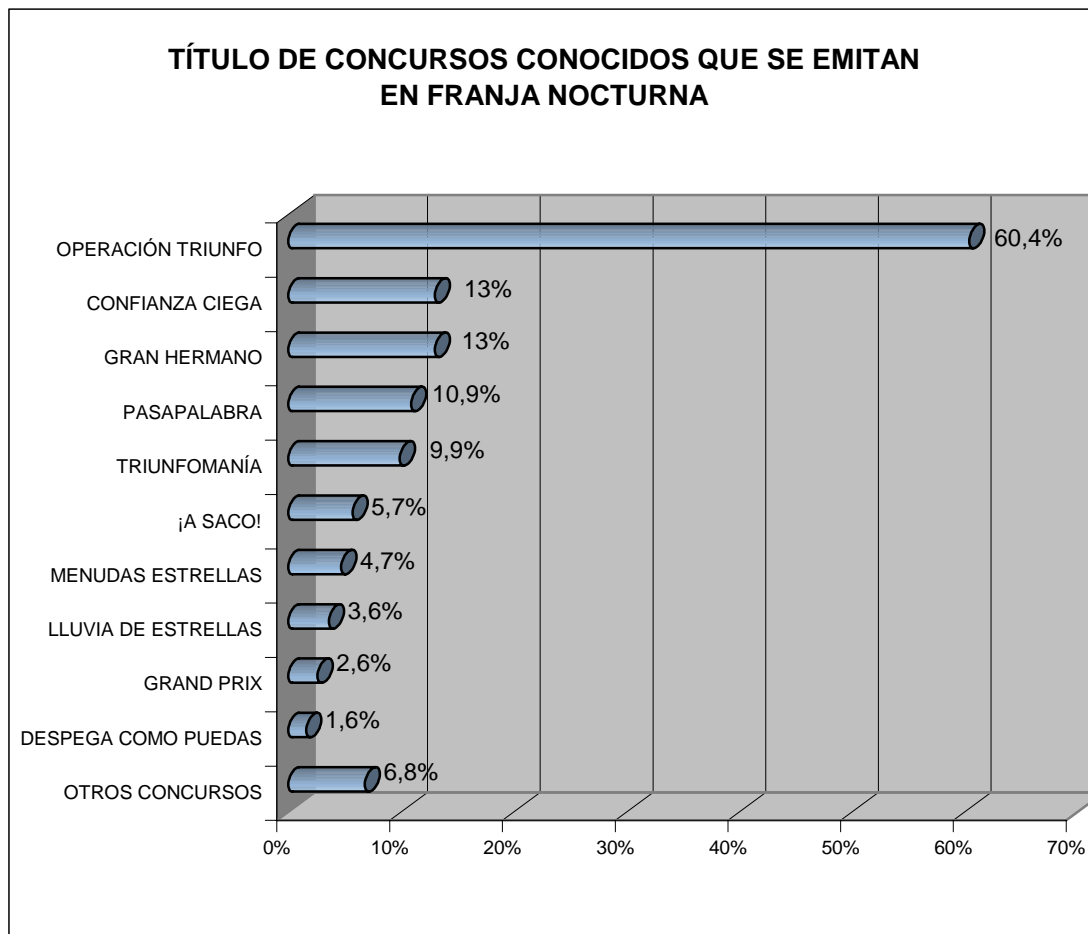
²² Véase gráfico *Programas/formatos favoritos de televisión*, los dibujos animados son los elegidos, seguidos de series, programas y concursos.

En lo relativo a los títulos concretos de los programas que más conocen, “Cruz y raya.com” (31%), “Crónicas Marcianas” (30,5%), “Noche de fiesta” (15,2%) y “El informal” (14,7%) son los más nombrados. Como se puede observar, entre espacios de prime-time, se incluyen otros colindantes con la banda de madrugada como “Crónicas Marcianas” y otros de franja de inicio de prime-time, como “El informal”. Precisamente, a continuación, se sitúan espacios próximos a este horario, como “La batidora” (9,1%), “Esta es mi gente” (6,6%) o “Mamma Mía” (5,11%). Les sigue el programa “Tómbola” y “La noche con Fuentes y CIA”, ambos con un 4,6% y con contenidos nada relacionados con el público infantil.

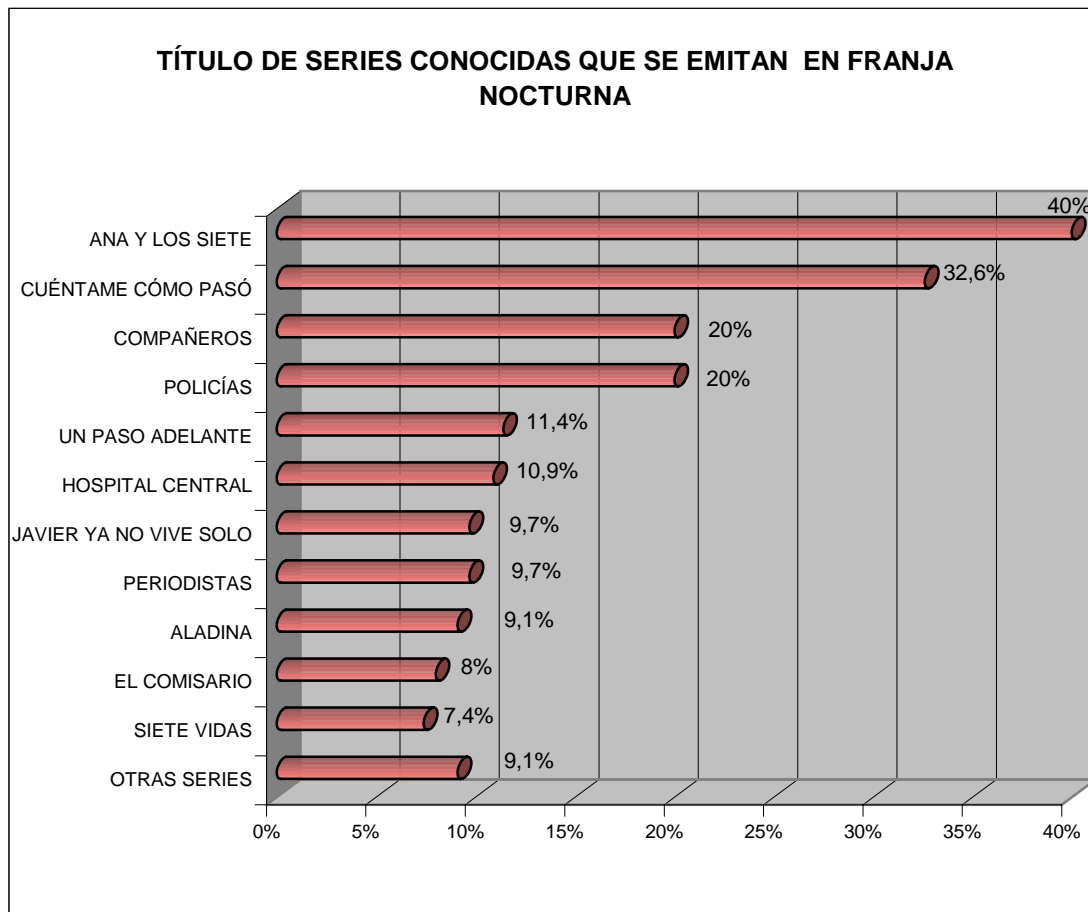


En el listado de concursos, “Operación Triunfo” vuelve a situarse en primer lugar (60,4%). Además, el programa que le dio continuidad, “Triunfomanía” (9,9%), también aparece en un destacado 5º puesto, como espacio conocido perteneciente a este “formato”.

Los concursos de gran formato “Confianza Ciega” y “Gran Hermano” son el 2º y 3º más conocidos en la franja nocturna (con un 13% cada uno de ellos), por delante de los de conocimiento “Pasapalabra” (10,9%) y “¡A saco!” (5,7%), en 4ª y 6ª posición, respectivamente.

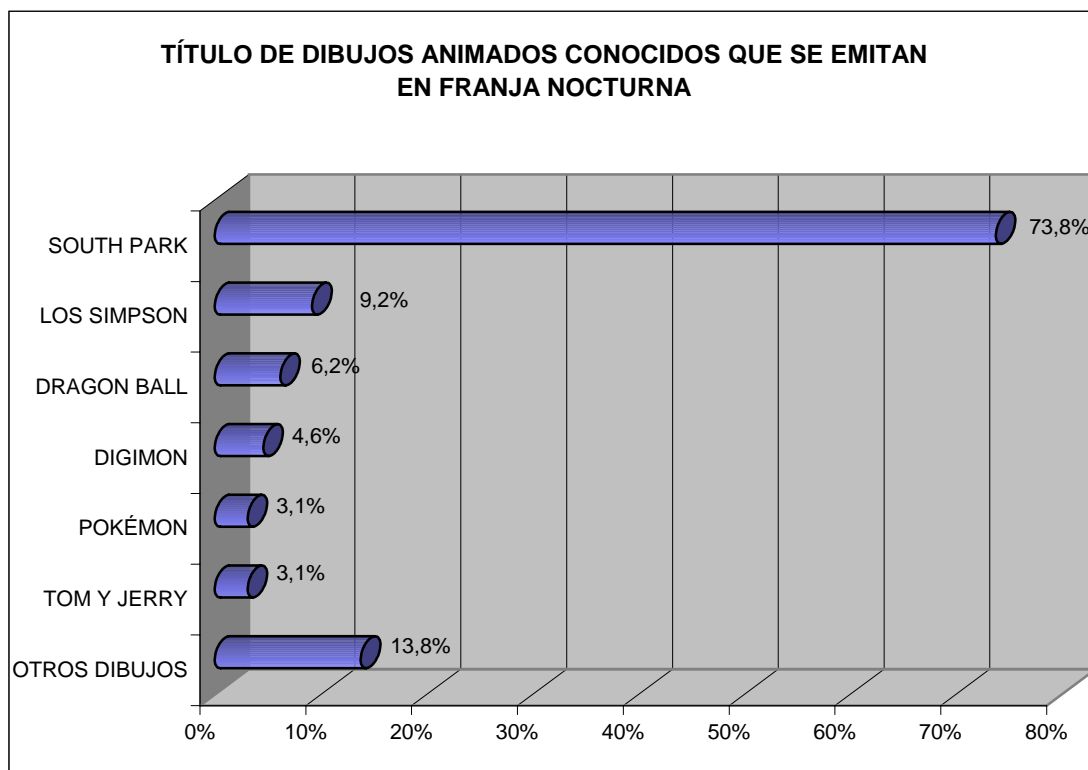


Las series “Ana y los siete” (40%), “Cuéntame cómo pasó” (32,6%), “Compañeros” (20%), “Policías” (20%) y “Un paso adelante” (11,4%) son las cinco más conocidas entre quienes señalan este tipo de “formato” en su emisión en la banda horaria de noche.

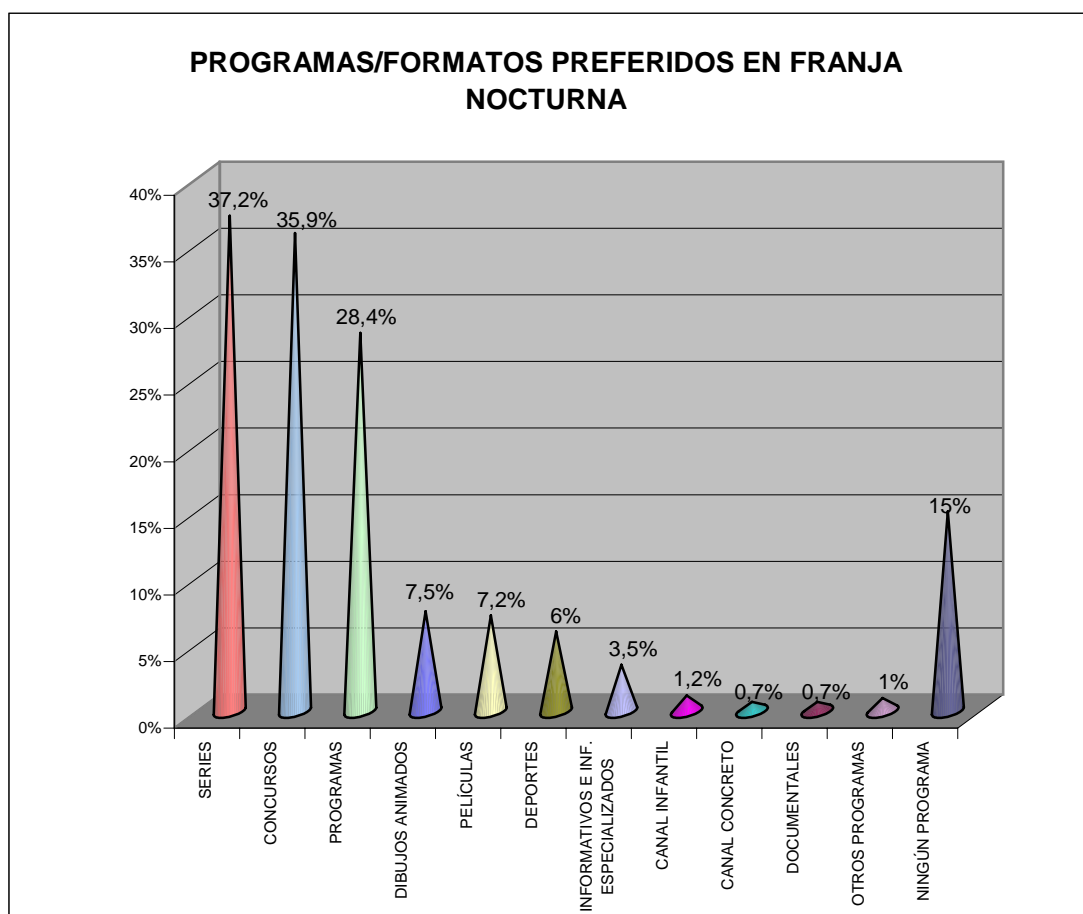


Los dibujos animados es el “formato” que más diferencias presenta en cuanto a porcentajes entre el total día (122,4% como espacio favorito) y la franja nocturna (un 15,5% conoce títulos de dibujos animados y sólo para un 7,5%, como veremos posteriormente, forman parte de sus preferencias). No obstante, estas cifras son lógicas si tenemos en consideración que la oferta de este tipo de espacios se reduce ampliamente durante la banda de noche.

El reparto de dibujos animados conocidos (15,5% entre el total de los participantes, como hemos recogido) queda distribuido, por una parte, entre la serie de animación para adultos “*South Park*” programada, por este motivo, en la franja de madrugada (que alcanza un 73,8% del global de estos espacios), junto con los especiales de “*Los Simpson*” (9,2%) y, por otro lado, los dibujos animados emitidos en canales temáticos infantiles, con títulos como “*Dragon Ball*” (6,2%), “*Digimon*” (4,6%), “*Pokémon*” o “*Tom y Jerry*”, estos dos últimos con un 3,1%.

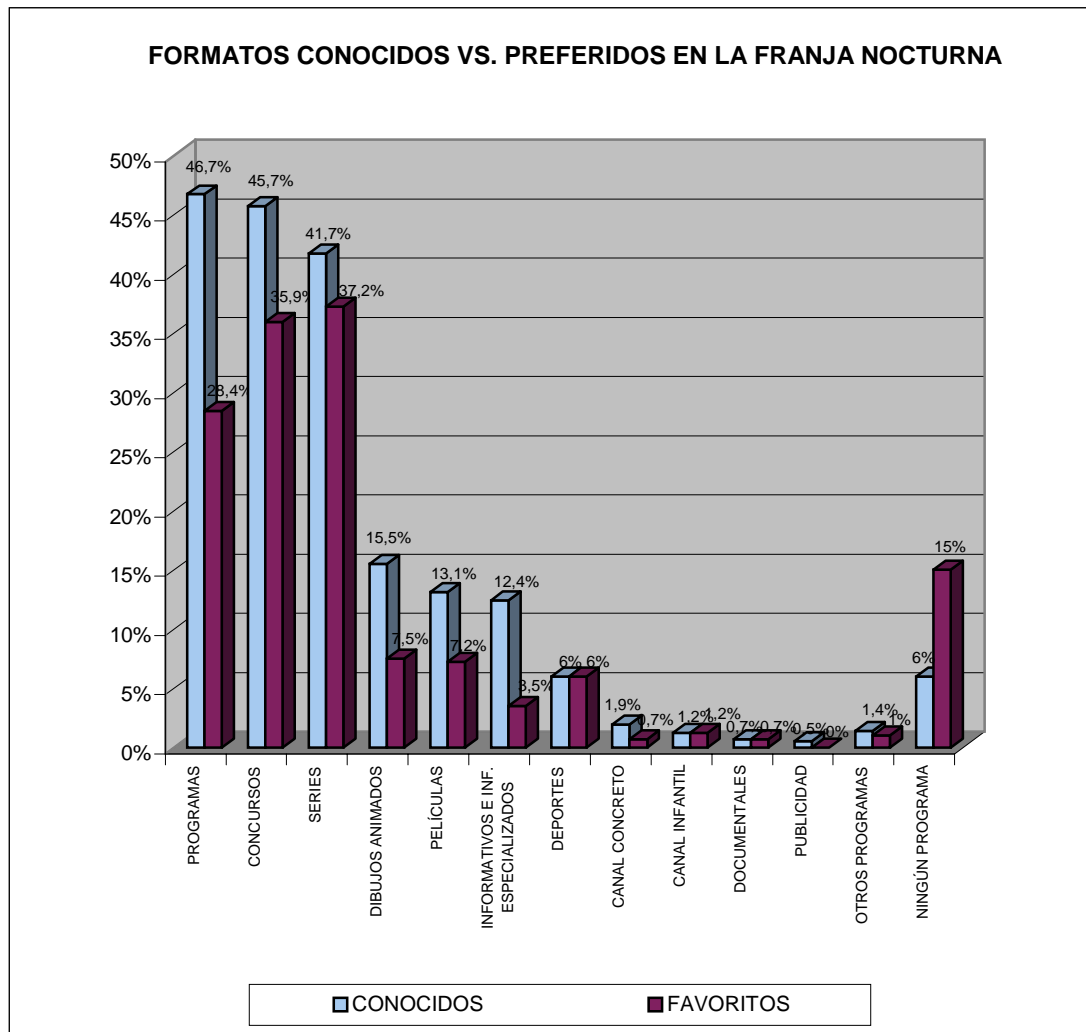


De nuevo, vuelven a liderar el ranking los cuatro “formatos” más nombrados, tanto entre los favoritos a lo largo de todo el día, como entre los más conocidos de la franja nocturna. En esta ocasión, en lo referente a los espacios emitidos por la noche que más ven y les gustan, son las *series* (37,2%) las que se sitúan en primer lugar; seguidas de *concursos* (35,9%), *programas* (28,4%) y *dibujos animados* (7,5%). Las *películas* (7,2%) y los *deportes* (6%) formarían parte de los siguientes en esta tabla. Los *informativos* y los *informativos especializados* es el género que, en proporción, más diferencias presenta entre los que afirman conocer algún espacio (12,4%) y los que lo señalan entre sus preferencias (3,5%), casi una cuarta parte menos. Los *canales* vuelven a aparecer, equivocadamente, como programas que más gustan, en este caso los infantiles con un 1,2% y los demás con un 0,7%.



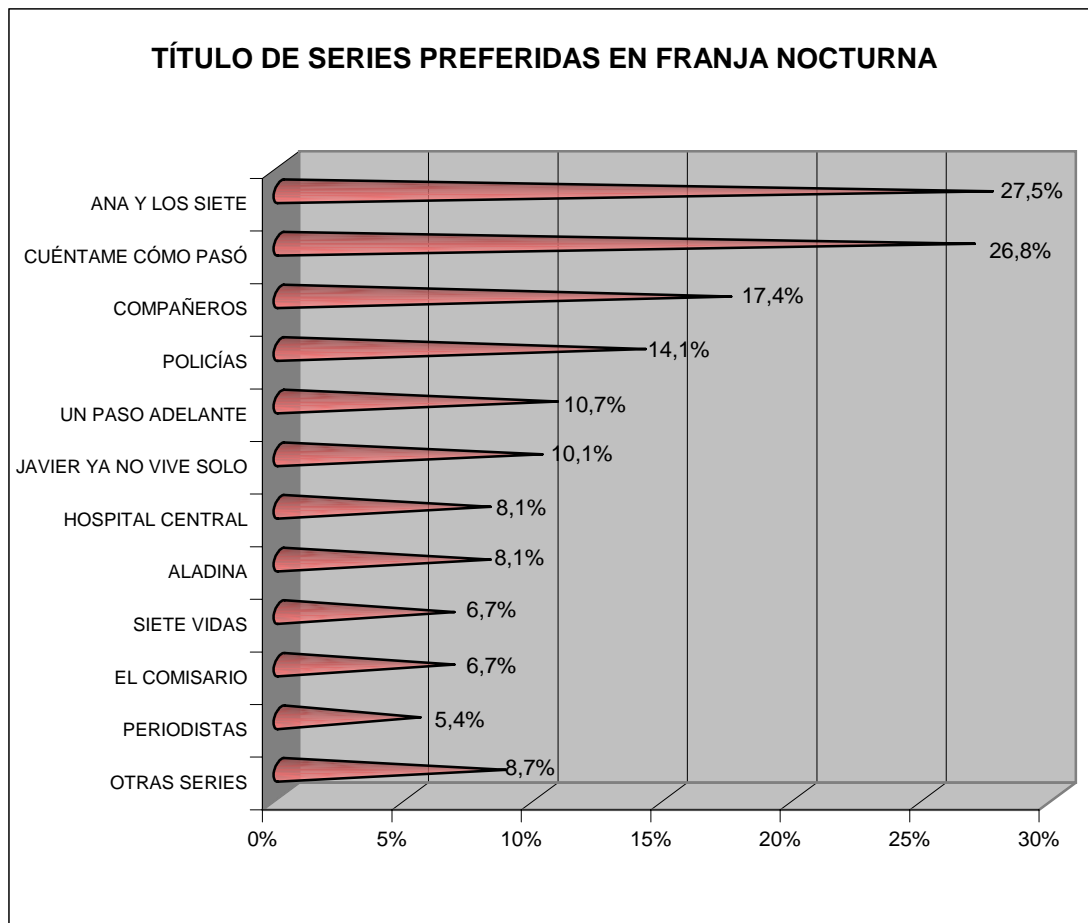
Un 15% de los integrantes en la encuesta señala que *no le gusta ningún espacio* de los que se emiten en la franja nocturna, si bien sólo un 6% indicaba que no conocía ninguno ²³. Por tanto, el 9% restante, aunque conoce programas en esta banda de emisión, no forman parte de sus preferencias televisivas.

En el siguiente gráfico comparativo, se aprecia la diferencia entre los “formatos” más conocidos y los favoritos emitidos por la noche.

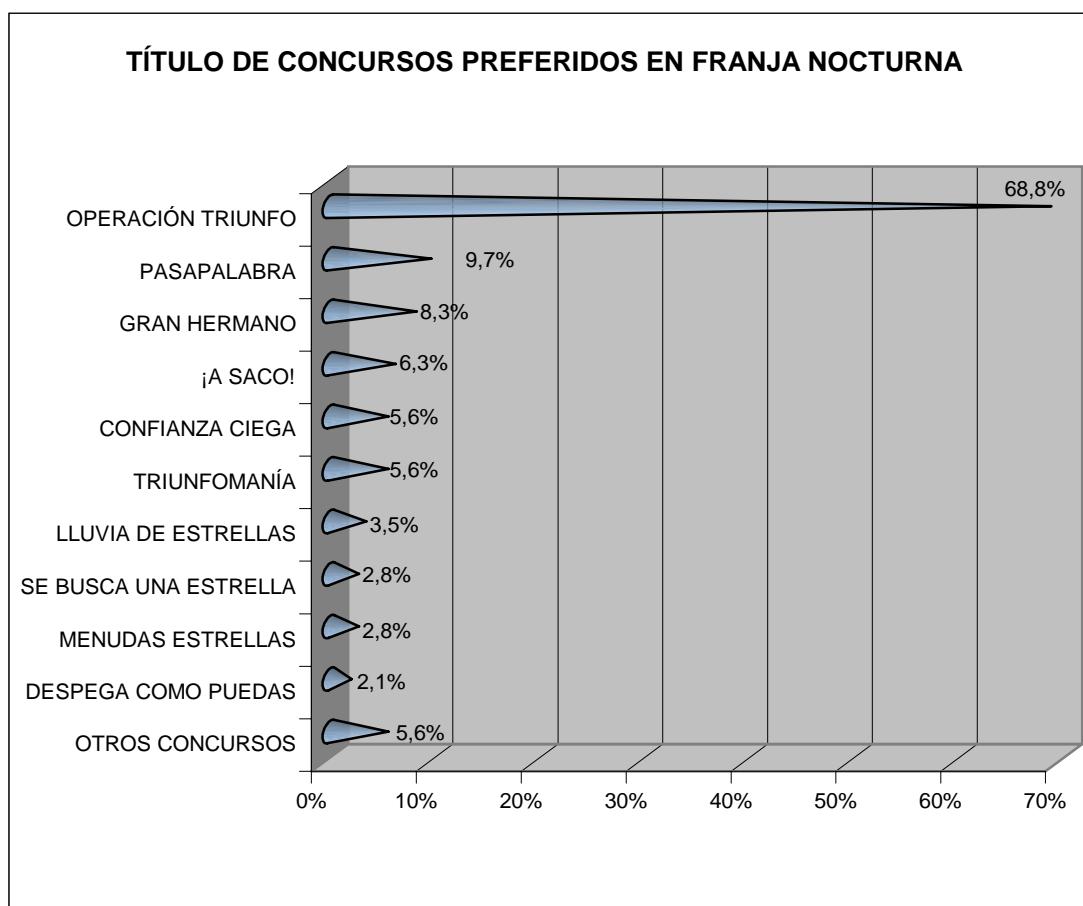


²³ Ver el gráfico comparativo que se introduce a continuación *Formatos conocidos vs. preferidos en la franja nocturna*.

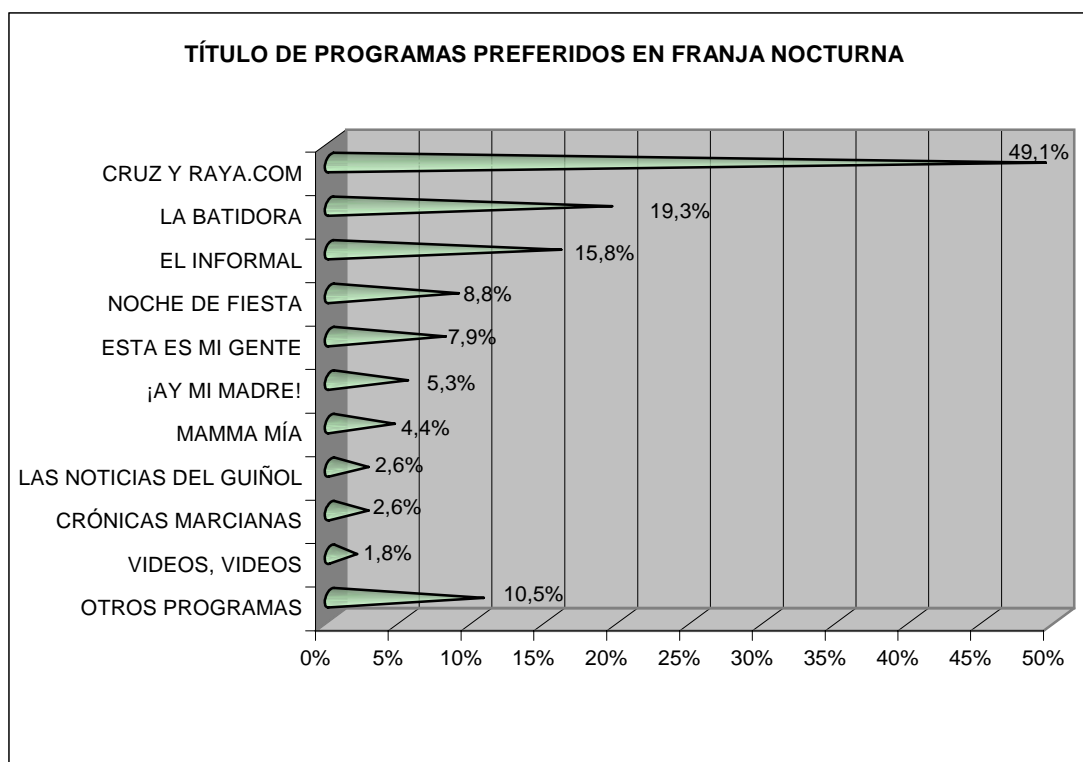
Las series era el tercer “formato” más conocido en la programación nocturna pero resulta el favorito. Los títulos que se mencionan coinciden en ambas clasificaciones y, en los cinco primeros lugares, incluso en el orden. Así, volvemos a encontrar “Ana y los siete” (27,5 %), “Cuéntame cómo pasó” (26,8%), “Compañeros” (17,4%), “Policías” (14,1%) y “Un paso adelante” (10,7%).



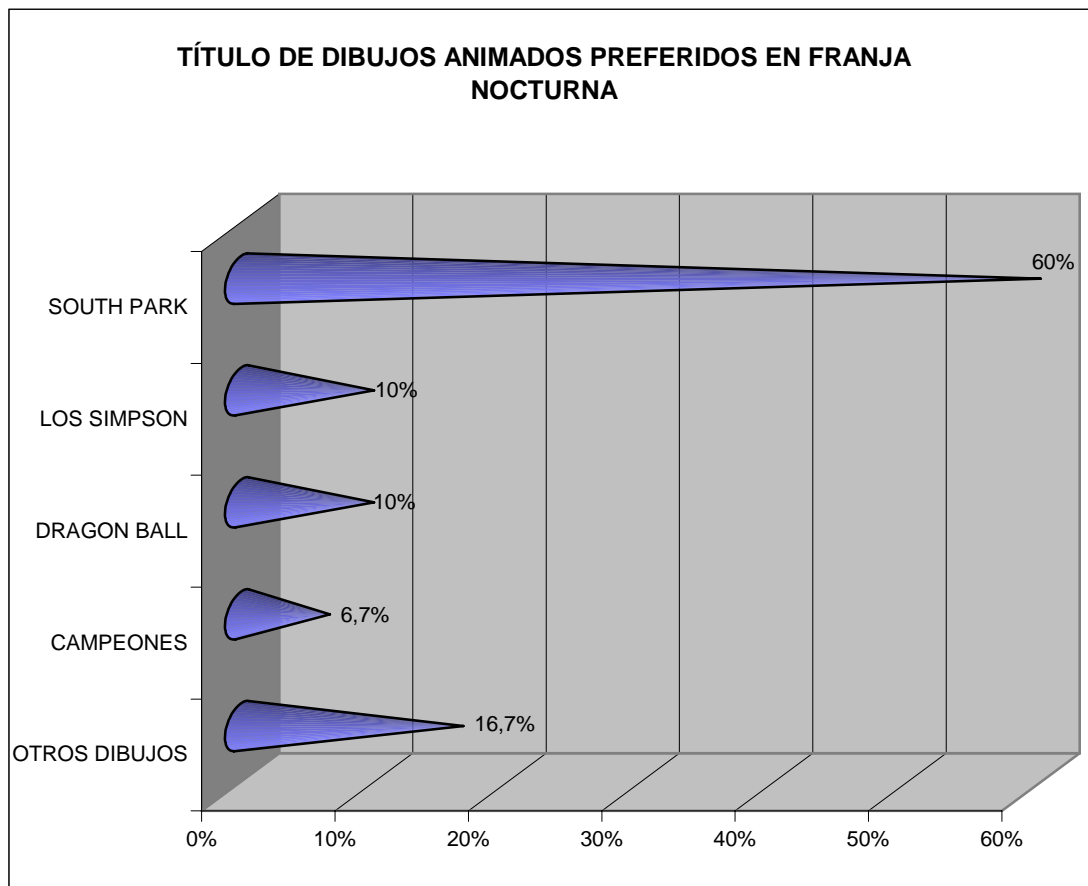
Los concursos coinciden en una segunda posición en ambas clasificaciones, tanto en los espacios nocturnos que más conocen como en los que son favoritos. Como ya hemos indicado, “Operación Triunfo” vuelve a ubicarse como líder con un 68,8% del total de este “formato”. El concurso de conocimiento “Pasapalabra” (9,7%) adelanta posiciones y se sitúa en segundo puesto, por delante de “Gran Hermano” (8,3%, -3ª posición-) y “Confianza ciega” (5,6%, -5ª, junto con “Triunfomanía”, con igual porcentaje-), antes en segundo y tercer lugar, respectivamente. “¡A saco!” (6,3%) vuelve a ocupar el cuarto puesto. Como cambios en esta tabla respecto a la anterior, perteneciente a los concursos conocidos emitidos por la noche, se incluye el concurso musical “Se busca una estrella” y desaparece “Grand Prix”.



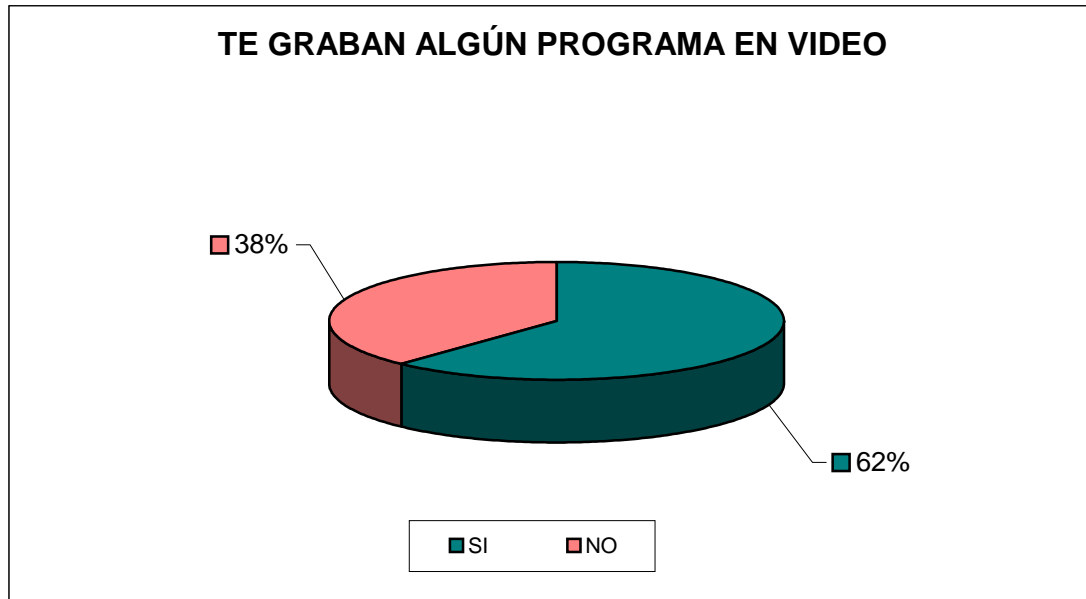
Si bien los programas son el “formato” más conocido, se relegan a tercer lugar en cuanto a preferencias. Dentro de su listado de títulos particular, “Cruz y raya.com” (49,1%) vuelve a ser el más elegido en la franja de noche, lo que resulta obvio, puesto que ya lo era en la clasificación de programas emitidos a lo largo de todo el día. La mayoría de los espacios que le siguen se caracterizan por pertenecer al horario de emisión de inicio de prime-time, como “La batidora” (19,3%), “El informal” (15,8%), “Esta es mi gente” (7,9%), “¡Ay mi madre!” (5,3%), “Mamma Mía” (4,4%). Entre estos, se incorpora, en cuarto puesto, “Noche de fiesta” (8,8%), emitido en el prime time de los sábados. Los espacios de franja de madrugada, como “Crónicas Marcianas” (2,6%), que se situaba en segundo puesto en el listado de los conocidos, queda en el de los favoritos en octava posición, compartida en porcentaje con “Las noticias del guiñol”. Además, el resto de los programas de esta franja, como “Tómbola”; “La noche con... Fuentes y CIA”; “Abierto al anochecer”; y “No sólo música” ni tan siquiera aparecen en este listado.



Los dibujos animados son el “formato” que más varía entre las preferencias a lo largo del día y en la franja de noche, esto se debe, como ya hemos advertido, a la casi nula oferta que hay en esta banda horaria. De esta forma, las series de animación que encontramos, en mayor medida, son las destinadas a adultos “*South Park*” (60%) y los especiales de “*Los Simpson*” (10%). Con el mismo porcentaje, un 10%, “*Dragon Ball*” y, con un 6,7%, “*Campeones*”, son las únicas que prefieren los niños y que están dirigidas a su edad, pero en la franja nocturna sólo tienen la posibilidad de verlas en canales temáticos o en grabaciones de video. Respecto al resto de dibujos que se incorporaban en el listado de los más conocidos, “*Digimon*”, “*Pokémon*” y “*Tom y Jerry*”, no cuentan con representatividad entre los favoritos de la noche.

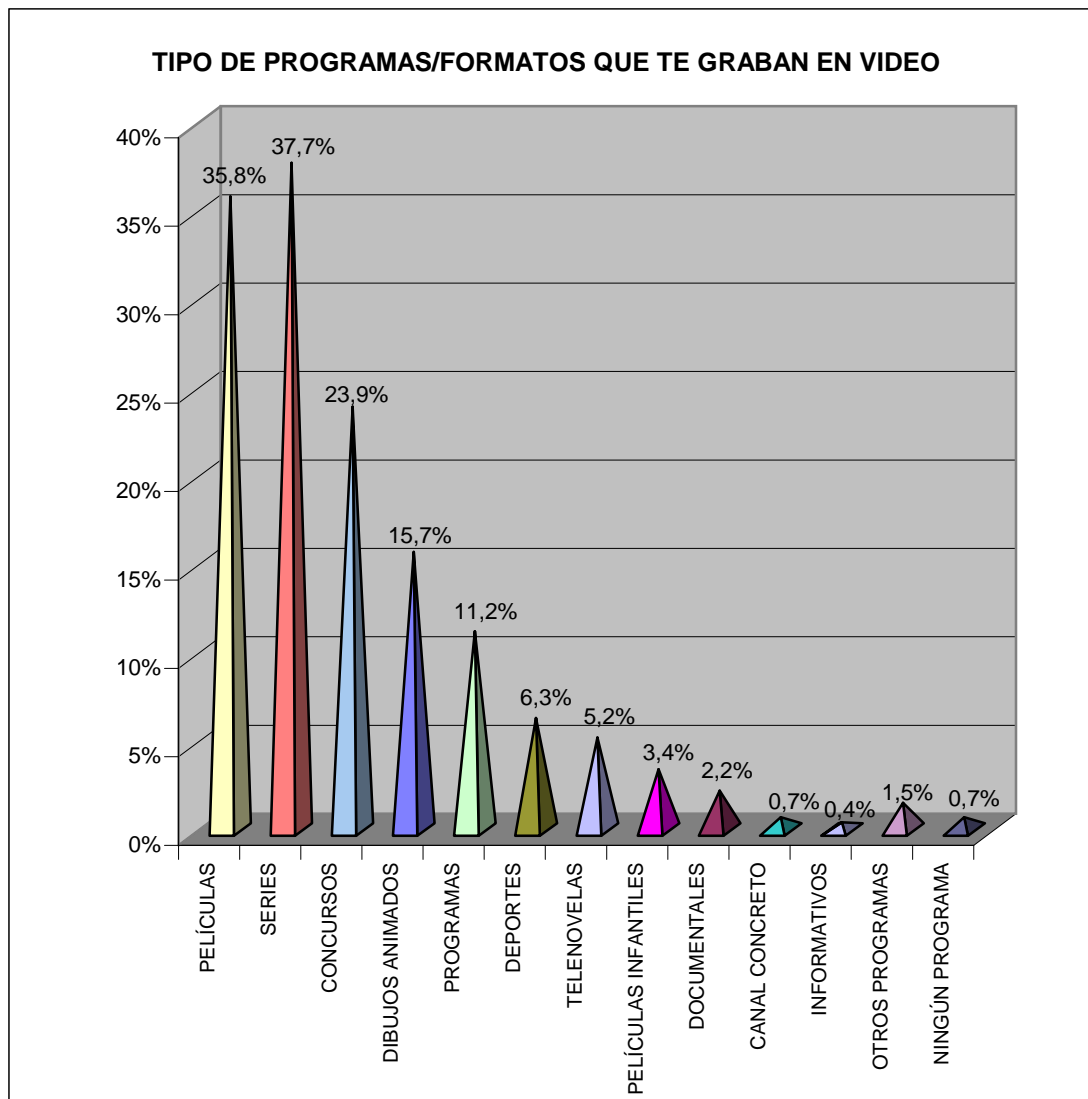


Respecto a las *grabaciones en video*, un 62% de los componentes de la muestra indican que *sus padres sí les graban algunos espacios*; mientras que un 38% responde en negativo.



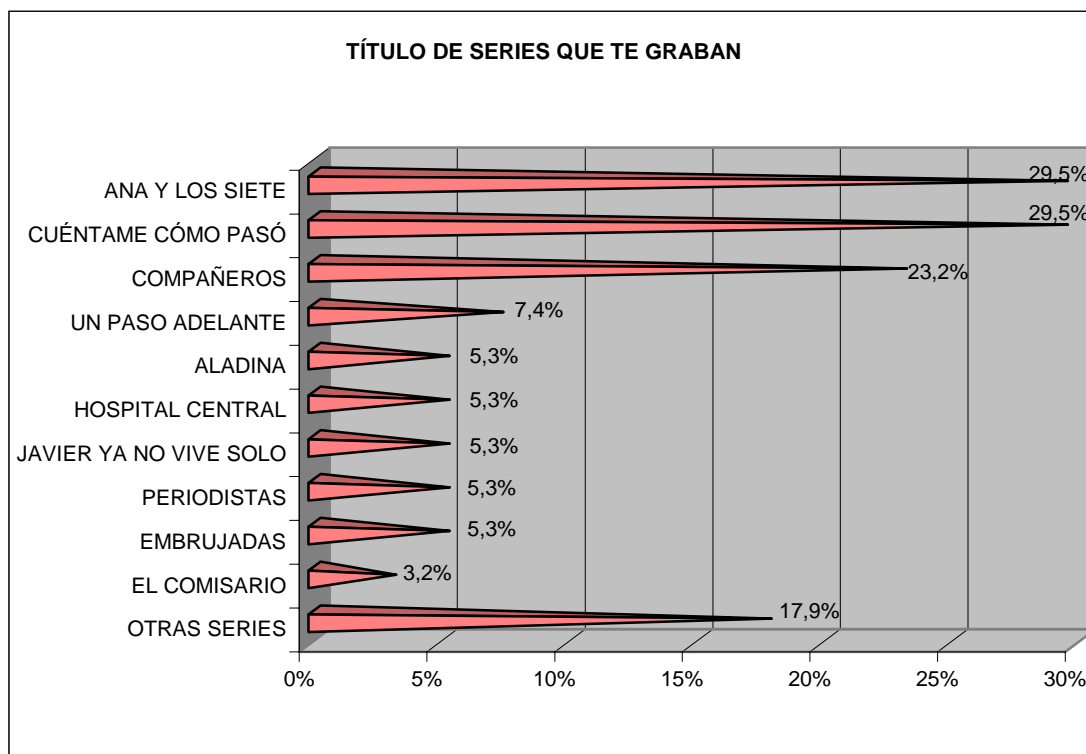
Entre los tipos de espacios que les graban, predominan las *películas* (37,7%), las *series* (35,8%), los *concursos* (23,9%), los *dibujos animados* (15,7%) y los *programas* (11,2%). Los *deportes* (6,3%), en su mayoría fútbol, y las *telenovelas* (5,2%, -casi la totalidad de este porcentaje pertenece a "*Betty la fea*"-) se sitúan a continuación.

Como puede observarse, las *películas generales*, con títulos como “*Matrix*”, “*Titanic*” o “*Jurassic Park*” prevalecen muy por encima respecto a las *destinadas al público infantil* (3,4%), como “*Baby, el cerdito valiente*”; “*Las mil y una noche*”; o “*Pequeños Guerreros*”. Si sumamos ambos tipos de largometrajes llegamos a un 39,2% del total de las grabaciones.

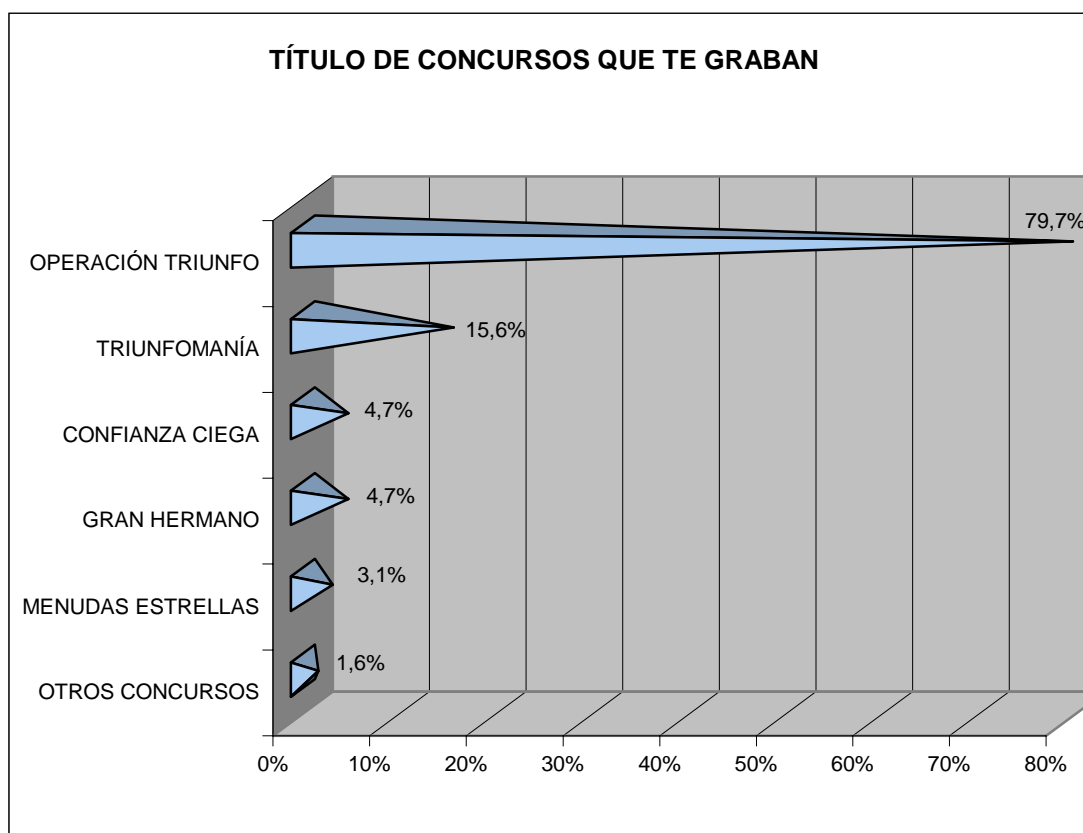


Entre las series que les graban sus padres, la mayoría de los títulos pertenecen a la franja de noche, por lo que puede ser el descanso nocturno el motivo por el que se realice la grabación. La única serie que no se programa en esta banda horaria, durante el periodo analizado, de todas las que apuntan es “Embrujadas” (5,3% -en 5º lugar, compartido con “Aladina”, “Hospital central”, “Javier ya no vive solo” y “Periodistas”). El resto suelen coincidir con las que eran favoritas en horario nocturno, como “Ana y los siete” y “Cuéntame cómo pasó”, ambas con un 29,5%, respectivamente; le siguen “Compañeros” (23,2%) y “Un paso adelante” (7,4%), en las cuatro primeras posiciones.

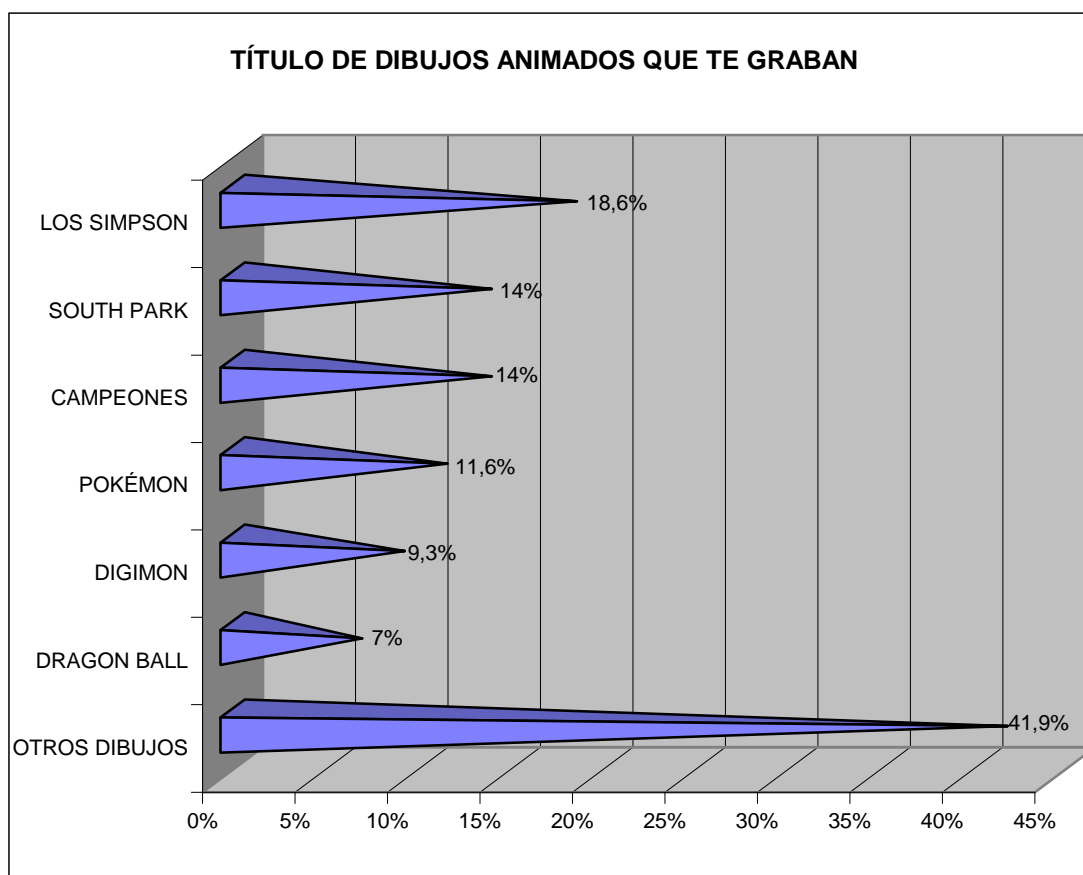
Como puede comprobarse “Policías” -en el 4º lugar de las favoritas en franja de noche- y “Siete vidas” -en 9º- no aparecen entre las grabadas, lo que puede significar que suelen verlas en directo. Las demás series, aunque no en idéntico orden, se corresponden con las que se apuntaban como preferidas.



Los concursos más grabados también se emitían, en todos los casos, por la noche. De nuevo, “Operación Triunfo” (79,7%) vuelve a situarse en primer lugar en cuanto a grabaciones relacionadas con este “formato”. Asimismo, como segundo título se incorpora “Triunfomanía” (15,6%), el programa que realizaba un seguimiento de los concursantes de “O.T.” A continuación, se incorporan los espacios “Confianza ciega” y “Gran Hermano”, con un 4,7% de los casos, cada uno de ellos. Y, para finalizar el listado de títulos, se incluye “Menudas estrellas” (3,1%). De este modo, desaparecen algunos concursos que se introducían en la lista de espacios preferidos, como “Pasapalabra”, “¡A saco!” o “Despega como puedas”, la mayor parte programados en franja de inicio de prime time por lo que también puede evidenciarse que se vean en directo.

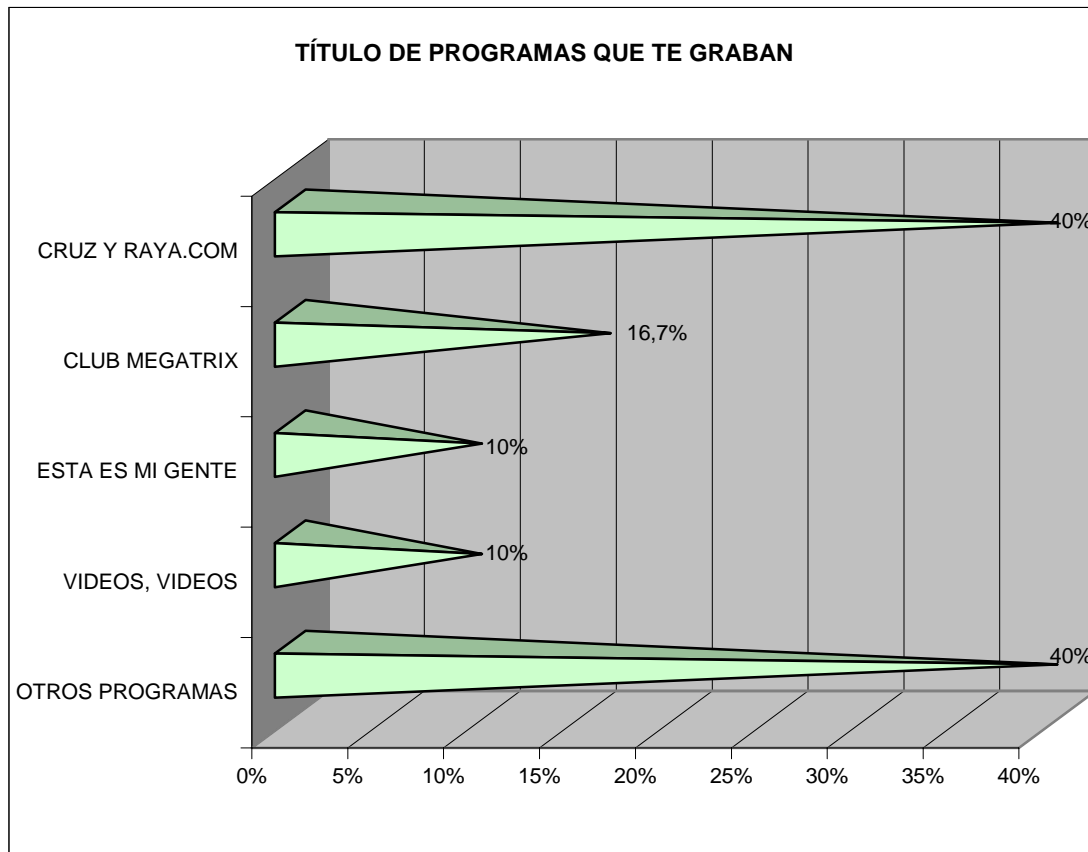


Los dibujos animados que, en mayor porcentaje, les graban sus padres también coinciden con los emitidos en la franja nocturna y en la de madrugada. “*Los Simpson*” precede la lista, con un 18,6% del total de las grabaciones asignadas a este “formato”, aunque no se diferencia si se trata del espacio del mediodía o del especial programado por la noche, que se incluía en el listado de dibujos animados nocturnos que más les gustan. A continuación, se sitúa “*South Park*” (14%), serie de animación preferida de la franja nocturna -aunque se emite de madrugada-, con el mismo porcentaje se incluye *Campeones*, seguida de “*Pokémon*” (11,6%), “*Digimon*” (9,3%) y “*Dragon Ball*” (7%)²⁴.

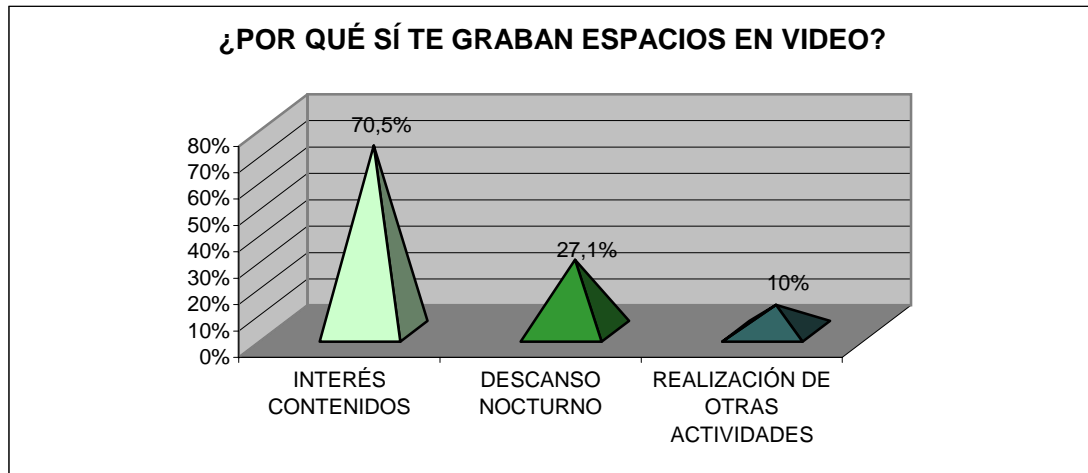


²⁴ Todas estas series de animación se incluían en el listado de títulos conocidos emitidos por la noche o en el de preferidos de dicha franja.

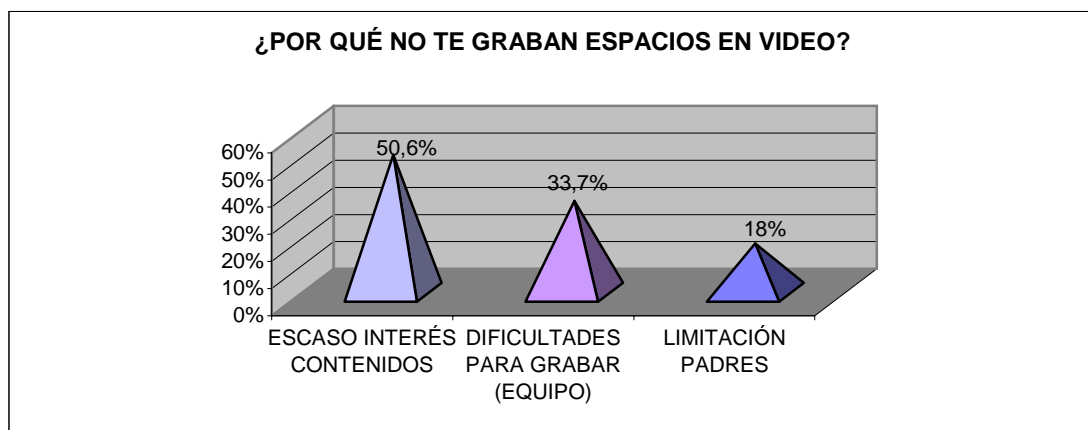
Los programas que les graban se corresponden con sus preferencias, así “Cruz y raya.com” (40%), “Club Megatrix” (16,7%) y “Esta es mi gente” (10%) se ubicaban en 1ª, 3ª y 4ª posición en el listado de sus favoritos a lo largo de todas las franjas de los días lectivos. Por lo que se refiere a “Videos, Videos” (también un 10%) formaba parte de la clasificación de títulos de programas nocturnos que más les gustan, aunque no aparecía en la general de todo el día.



Los motivos principales que plantean los niños a quienes sí les graban espacios en vídeo son el *interés en los contenidos* (70,5%), así como el *descanso nocturno*, es decir, estar durmiendo o tener que acostarse (27,1%) y la *realización de otras actividades* (10%), como puede ser estar en el colegio.



Respecto a quienes sus padres no les graban programas, las causas suelen ser *no tener interés por los contenidos o la programación en general* (50,6%), *dificultades para grabar* derivadas del mal funcionamiento del equipo (33,7%) o *limitación de los padres* (18%), quizá porque no quieran realizar grabaciones.



4.6. INTERPRETACIÓN ANÁLISIS CUANTITATIVO

1. VER LA TELEVISIÓN: PRIMERA PRÁCTICA DE OCIO AL LLEGAR AL HOGAR Y ACTIVIDAD PREFERIDA POR LOS NIÑOS.

- Para los encuestados, ver la televisión es una actividad totalmente integrada entre los hábitos de consumo diario. Se trata de la primera práctica de ocio que realizan al llegar a casa, dado que merendar es una actividad necesaria y hacer los deberes puede calificarse como obligatoria²⁵, téngase en cuenta que muchos padres no dejan hacer otras cosas a sus hijos sin que antes hayan acabado los deberes. Por lo tanto, de las opciones que pueden etiquetarse como “de recreo”, la más ejercida al llegar al hogar es el consumo televisivo, lo que puede deberse a carecer de compañía por parte de los padres o a que éstos no les proponen otras alternativas diferentes. Tras ver la televisión, la siguiente práctica que realizan, en su mayoría, es jugar a la videoconsola, ambas por delante de jugar con juegos o juguetes, actividad que podemos calificar como fundamental en la etapa de desarrollo cognitivo correspondiente al periodo de las operaciones concretas en el que se sitúan los componentes de la muestra.
- Además, de todas las propuestas que barajamos como posibles actividades favoritas²⁶, ver la televisión es la alternativa predilecta en el tiempo libre. A corta distancia, le siguen otras propuestas como jugar con juguetes, merendar o hacer los deberes. Estas últimas labores “obligatorias” se sitúan por delante de alternativas de ocio, como utilizar el ordenador o jugar a la videoconsola. Esta tendencia puede deberse a la prescripción de adultos –por parte de la familia o la escuela- para

²⁵ Estas dos prácticas, merendar y hacer los deberes, se sitúan por delante de ver la televisión en las actividades que realizan al llegar a casa, pero no pueden etiquetarse como actividades de recreo.

²⁶ Véase el gráfico titulado *Actividad preferida en el tiempo libre (suma de las 6 primeras elecciones)*.

reforzar hábitos. En cuanto a las dos prácticas de juego diferentes (videoconsola y juegos), comparten su tiempo al llegar a su domicilio con la videoconsola, en mayor proporción. Sin embargo, en la suma total de las elecciones de preferencias optan por los juegos o juguetes, con la connotación que esto comporta de compartir esos juegos con otras personas.

2. LA SOLEDAD, COMPAÑERA EN EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES BÁSICAS DIARIAS.

- La soledad en su llegada al domicilio de casi un 9% de los niños de 7 a 12 años participantes en el estudio condicionará las actividades que desarrollen, pudiendo realizar opciones más relacionadas con sus preferencias o libre albedrío que con un criterio compartido con adultos de su familia u otras personas.
- La mayoría de los niños están acompañados por personas de su núcleo familiar principal -fundamentalmente con la madre y también, aunque en menor medida, con el/los hermano/s y/o el padre-; pero, en aproximadamente un 30% de las ocasiones, se quedan con la cuidadora o los abuelos. La incorporación de la mujer al mundo laboral hace, pues, que participen otras personas en el cuidado de los hijos en las horas en las que los padres están ausentes del domicilio.
- A pesar de no estar integrada como opción de respuesta, un 2,5% de los encuestados considera la mascota como “*alguien que está en su casa a la vuelta del colegio*”, al menos sienten su compañía comparable a la de una persona.

- La mayoría de los niños realizan los deberes en solitario y casi un tercio suelen jugar solos. La causa principal de no contar con compañeros de juegos puede adjudicarse al descenso del índice de natalidad. En este sentido, cabe reseñar que un 17% de los encuestados son hijos únicos, mientras que la mayoría (un 57%) sólo tienen un hermano. La soledad es pues una característica en las actividades fundamentales que realizan los niños en su hogar y no deja de serlo, en algunos casos, en lo referente al consumo de televisión.
- Un 16% de los encuestados ve habitualmente la televisión sin compañía de nadie por lo que son los niños quienes establecen sus propias pautas de control y preferencia respecto a los contenidos seleccionados. Además, un 30% de los escolares que integran la muestra cuentan con televisión en su dormitorio²⁷ y sólo un reducido 2,8% que posee equipo propio no consume televisión en su cuarto los días lectivos. En este sentido, podemos advertir que el consumo de televisión es cuantitativamente mayor entre quienes disponen de este equipo en su habitación.
- La franja horaria nocturna es en la que la amplia mayoría de los niños consume televisión, de lunes a viernes²⁸. En este horario, precisamente, los contenidos no se adecuan a su edad. No obstante, es cuando suele reunirse toda la familia y ésta hace de la televisión su centro de reunión.

²⁷ Este porcentaje coincide con el que se ofrece en otros estudios. Por ejemplo, ya hemos citado en el capítulo precedente que Urra, Clemente y Vidal (2000), en su libro "Televisión: impacto en la infancia" señalan que, en evaluaciones realizadas a niños de Madrid y Andalucía, en el año 1999, se confirma que algo más de un 30% poseían televisión en su habitación.

²⁸ Véanse, en el Anexo IX, los datos de T.N. Sofres del año 2002, los cuales corroboran que la banda horaria nocturna correspondiente al prime-time televisivo es la que mayor consumo en minutos presenta, durante los días lectivos. Sin embargo, como puede deducirse de los gráficos que se presentan, resulta curioso que en esta franja el consumo medio de lunes a viernes es superior al de los fines de semana. Por tanto, los niños no sólo ven la televisión entre semana por la noche, sino que su consumo es mayor que el que acostumbran a realizar los sábados y domingos en la misma banda horaria.

3. LOS NIÑOS CONSUMEN MUCHA TELEVISIÓN, PERO NO ESTÁN SATISFECHOS CON LO QUE VEN.

- El mayor consumo de los sujetos de la muestra se registra en prime-time y por la tarde. Por su parte, la franja matinal, con mucho menor consumo, es donde se concentra casi toda la oferta infantil de televisión, dado que en el resto del día se programan espacios dirigidos al público adulto y familiar. Por esta razón, la oferta televisiva no se ajusta a la demanda del sector infantil de la audiencia, puesto que los programas destinados a este target se emiten cuando menos consume (más teniendo en cuenta que si restamos el tiempo que transcurre entre el momento de levantarse y el de desplazarse al colegio poco puede aprovechar de la franja matinal, en la que casi todos los contenedores infantiles coinciden en su emisión con las horas lectivas). Sin embargo, en los horarios que más tiempo pasan los niños delante del televisor no encuentran ningún espacio que pueda considerarse infantil.
- El tiempo que pasa el niño delante del televisor es muy elevado, si consideramos que el análisis se basa en los días lectivos. La media de consumo se sitúa entre una y dos horas²⁹, pero casi un 40% de los componentes de la muestra indican que ven más de dos horas la televisión. En los extremos, registramos que un 18% consume más de cuatro horas diarias, mientras que un 10% ve menos de media. Además, confirmamos la hipótesis relativa a que ver la televisión durante más horas significa una merma en el ejercicio de otras alternativas en el tiempo libre, al comprobar que los niños que no realizan actividades extraescolares y acostumbran a ir a casa tras su salida del colegio

²⁹ En comparación con los datos de T.N. Sofres, cuya muestra sí es representativa del total de la población de nuestro país, observamos como la tendencia, en nuestro estudio, rebaja el tiempo diario destinado a ver la televisión. Así, según las cifras de T.N. Sofres, que recordamos pueden consultarse en el Anexo IX de la presente tesis doctoral, la media de minutos de consumo los días lectivos se situaría en 139 (para niños entre 7-9años) y 144 (entre 10 y 12 años de edad), por lo que superaría las dos horas diarias, en cualquiera de los dos segmentos de edad estudiados.

consumen un mayor número de horas de televisión al día. De manera contraria, quienes hacen varias actividades fuera del hogar disponen de menos tiempo libre y tienen que compartir el que les sobra con otras tareas dentro de su domicilio, por ejemplo, los deberes escolares.

- En cuanto a la distinción según la edad, observamos que no existen diferencias en la media diaria, inferior a dos horas en ambos grupos. Si bien, en los niños entre 7 y 9 años, el tiempo de exposición supera en más ocasiones las cuatro horas diarias, que en el grupo de 10 a 12 años. Esto puede deberse a que conforme aumenta la edad, más son las responsabilidades. Téngase en cuenta que los niños entre 7 y 9 años ven la televisión al llegar a casa, como primera actividad, en superior porcentaje, que el grupo de los más mayores; al contrario de otros ejercicios que requieren más obligación, como hacer los deberes o recoger el cuarto. Respecto a las preferencias, el orden es contrario, es decir, se opta por actividades de ocio, en el caso de los niños con mayor edad, y por responsabilidades, en el de los participantes con menor edad. Podemos concluir que dicen lo contrario de lo que habitualmente suelen hacer.
- En los cortes publicitarios de su programa favorito, no aprovechan para realizar otras actividades sino que permanecen “enganchados” al medio televisivo y no se desconectan. La mayor parte cambia de canal o continúa en el mismo viendo los anuncios hasta que se reinicia la emisión.
- A pesar de la cantidad de horas que ven la televisión, la mayoría de los niños se muestran insatisfechos con el consumo que realizan. Los motivos principales son tan razonables como el control que ejercen sus padres, el consumo compartido con otros miembros de su familia y la realización de otras actividades. Además, el autocontrol comienza a

quedar reflejado en argumentos, como ser menores de edad para ver determinadas emisiones y también, aunque en menor medida, en límites en el visionado de contenidos destinados a adultos o de algunos que pueden tener consecuencias negativas para la educación o salud. Por tanto, se percibe que además del control que ejercen los padres, ellos mismos comienzan a disponer de algunas pautas a la hora de determinar si pueden o no ver determinados programas en función del perjuicio que pueda ocasionarles. Por otra parte, otro motivo que no les permite ver todo lo que desearían es tener que irse a dormir, así se aprecia que les interesa ver más programas de la franja nocturna de los que ven. El consumo autoritario también afecta la forma de ver la televisión que tienen los niños. Para estos últimos, los adultos “casi siempre tienen el mando” y esta es otra de las razones por las que los niños manifiestan no tener un consumo satisfecho.

- Sólo una cuarta parte de los niños indica que sí está conforme con lo que ve en televisión y las razones mayoritarias son la actitud permisiva de los padres y el interés en los contenidos que elige ver. Por otro lado, el consumo en solitario se plantea como tercer motivo más frecuente de satisfacción en el consumo. En este sentido, cabe reiterar que, ante la ausencia de sus padres, el niño puede carecer de criterios diferenciadores de lo que no puede ver por su condición de menor y su consumo puede ser indiscriminado.

4. VER TELEVISIÓN CON LOS PADRES NO SUPONE UNA MAYOR LIMITACIÓN, NI EN HORARIOS NI EN TIEMPO DE CONSUMO.

- Los niños que ven la televisión con sus padres suelen consumir más tiempo al día y se acuestan más tarde. De este modo, al contrario de lo que en un principio pudiera pronosticarse, se observa una mayor permisividad en el horario de acostarse cuando los padres están delante. La causa lógica es que si los padres comparten ese tiempo con sus hijos pueden ejercer un mayor control de los contenidos que ven con ellos.
- De igual forma, quienes acostumbran a ver la televisión con sus padres suelen verla durante más tiempo a lo largo del día. También, por esta causa, podemos concluir que a los padres no les importe tanto la cantidad de horas que ven sus hijos como el tipo de contenidos que consuman.
- El subgrupo de niños entre 7 y 9 años suele estar, en menor medida, acompañado de sus padres mientras ve la televisión que el correspondiente a entre 10 y 12 años. Posiblemente, esto se deba a que los niños con menor edad se van a dormir, según afirman, antes de las 10; mientras que el otro segmento acostumbra a acostarse entre las 10 y las 12 horas; y estas son precisamente las horas en las que los padres tienen una mayor disponibilidad de ver la televisión junto con sus hijos. A esto se añade que las horas de tarde en que los niños de entre 7 y 9 años realizan más consumo que los mayores, coinciden con las que los padres están más ocupados y pueden pensar que los contenidos televisivos son más inofensivos para sus hijos. Por tanto, se les deja ver la televisión solos, cumpliendo ésta el papel de compañera en su tiempo libre o lo que se ha bautizado como “niñera electrónica”. Como consecuencia de ello, los niños más pequeños también están menos

habitados a hablar con sus padres sobre lo visto en televisión que el grupo de los más mayores.

5. DESCOMPENSACIÓN EN EL DIÁLOGO RESPECTO A LO VISTO EN TELEVISIÓN CON LOS PADRES Y PROFESORES.

- El grupo de iguales es fundamental como agente de socialización en el periodo evolutivo en el que nos encontramos³⁰, lo que se confirma en el hecho de que la mayoría de los niños dialogan con sus amigos en relación a lo visto en los programas de televisión.
- La familia y la escuela son otras dos fuentes importantes de comunicación y aprendizaje en esta etapa de desarrollo infantil, pero ninguna de las dos dan la importancia requerida a la relación que tienen los niños con la televisión. En este sentido, dentro del seno familiar, sólo la mitad de los niños, aproximadamente, conversan con sus padres, de manera habitual, en lo relativo a los contenidos televisivos. Y, en el colegio, un insignificante porcentaje que no llega al 4% dialoga con sus profesores al respecto. Así, los educadores excluyen esta materia, tan fundamental en la vida diaria de los niños como medio de adquisición de cultura y valores (o contravalores), del currículo escolar formal y ni tan siquiera introducen cuestiones de manera informal, ni utilizan la televisión como instrumento o soporte para el aprendizaje de otras disciplinas. Basta recordar que sólo un reducido 2% de los encuestados afirma que ve televisión en el contexto del colegio.

³⁰ Las características en el desarrollo infantil dentro del periodo de las "operaciones concretas" se desarrollan en el capítulo precedente de la presente tesis (número 3), titulado "*Condicionantes o mediaciones en el proceso comunicativo*".

- La ausencia de diálogo para casi un 13% de los niños condiciona sus referencias del medio, puesto que no disponen ni de criterios ni de opiniones o sugerencias distintas a las suyas. Por este motivo, se hace si cabe más primordial incluir esta temática en el contexto escolar.

6. LA FICCIÓN PARA ADULTOS, FAVORITA ENTRE LOS NIÑOS, PERO NO DESTINADA A ELLOS COMO TARGET.

- Si bien los espacios de ficción, dibujos animados y series, despuntan entre los preferidos de los componentes de la muestra, a continuación se sitúan espacios que representan la realidad como los concursos o los programas. De este modo, aunque a estas edades sigue interesándoles más la fantasía, empiezan a interesarse por “formatos” relacionados con la realidad³¹. No obstante, no eligen los informativos entre sus preferencias, quedando en uno de los últimos lugares en cuanto a elecciones³².
- Los títulos que aparecen en primer lugar en la lista de cada uno de los cuatro primeros “formatos” elegidos no están destinados a los niños como público objetivo, sino más bien a los adultos o al target familiar³³. Así, el espacio de dibujos animados predilecto es “*Los Simpson*”³⁴; la

³¹ En cuanto al total de la población de niños entre 7 y 12 años, según los datos de T.N. Sofres que pueden consultarse en el Anexo IX, en el ranking de las especialidades más vistas, en función de la audiencia media, entre los cinco primeros “géneros” se sitúan los concursos (téngase en cuenta que, en el año 2002, “*Operación Triunfo*” contó con grandes éxitos de audiencia) y espacios de ficción, en forma de dibujos animados o series.

³² Hay que matizar que, en España, no se han planteado todavía informativos destinados específicamente a este sector de la audiencia infantil, como ocurre en otros países, como Francia, Japón, Estados Unidos o Reino Unido. Véase algunos de estos ejemplos en García Matilla, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Gedisa, Barcelona, págs. 90-92.

³³ Esta misma tendencia se comprueba en el ranking de las cincuenta primeras emisiones más vistas por los niños entre 7 y 12 años en el año 2002 (véase Anexo IX), en el que todos los espacios que aparecen están destinados al público objetivo familiar y ninguno se dirige al target infantil.

³⁴ Los datos de T.N. Sofres confirman que la serie “*Los Simpson*” es uno de los espacios que más audiencia tienen entre el público infantil. Como prueba de ello, en el ranking de las cincuenta primeras

serie, “*Compañeros*”; el programa, “*Cruz y raya.com*”; y el concurso, “*Operación Triunfo*”. Como puede advertirse, ninguna de estas emisiones se ofrece en la franja matinal, exclusiva que se focaliza a los intereses de los niños, pero con escasas posibilidades de ser seguida por este sector de la audiencia al estar durmiendo o en el colegio, como hemos indicado con anterioridad. Por este motivo, reiteramos que las cadenas de televisión deberían tener más presente a este perfil del público y, en función de sus hábitos, albergar programación destinada a él en los horarios que más consumo presenta (tarde o inicio de prime-time -interesante planteamiento en esta última franja para los canales públicos-). En caso contrario, se seguirá acostumbrando a los niños a ver contenidos no adecuados a su edad o productos dirigidos masivamente a toda la audiencia, llamados “de carácter familiar”.

- Como ejemplo, el espacio humorístico “*Cruz y raya.com*” tiene más éxito entre los niños que los denominados “contenedores infantiles” programados por la mañana, como “*Club Disney*” o “*Club Megatrix*”. Asimismo, los talk shows de la franja de tarde, “*Esta es mi gente*” o “*El Diario de Patricia*” se sitúan por delante de los programas “*TPH Club*” o “*Cyberclub*”.
- Por otro lado, se verifica que la edad es una variable determinante en los gustos televisivos³⁵. De esta forma, el estrato entre 10 y 12 años prefiere,

emisiones más vistas en el año 2002, esta serie aparece en veinticuatro ocasiones. En el Anexo IX, se recoge dicha clasificación, en la que las transmisiones del “*Festival de Eurovisión*” y los partidos de fútbol disputados en el Mundial 2002, en los que jugaba la selección española, ocupan las primeras posiciones. Otras emisiones que también se incluyen en la tabla, aunque en lugares menos aventajados, son varios encuentros futbolísticos pertenecientes a grandes competiciones, como la Copa del Rey o la Liga de Campeones, la serie “*Ana y los siete*”, el concurso “*Operación Triunfo*”, el programa humorístico “*Cruz y raya.com*”, el largometraje “*Manolito gafotas*”, la serie “*Cuéntame cómo pasó*”, la transmisión de las campanadas de fin de año y la telenovela “*Yo soy Betty, la fea*”. Por lo tanto, la mayoría de los títulos coinciden con los favoritos de los niños encuestados en nuestro estudio.

³⁵ En el ranking de especialidades / géneros más vistos, con datos de T.N. Sofres, también se observan diferencias entre los dos segmentos de edad. Así, el género que mayor consumo presentó (teniendo en consideración la variable audiencia media) entre los niños de 7 a 9 años fue los dibujos animados, seguido de los concursos con espectáculo; mientras que para los niños entre 10 y 12 años

en mayor porcentaje que el correspondiente a los niños entre 7 y 9 años, dibujos animados para adultos, como *“Los Simpson”* o *“South Park”*; la casi totalidad de las series emitidas en prime-time; programas de la franja nocturna como *“Noche de fiesta”* o *“La batidora”*; y concursos también pertenecientes a dicha banda horaria, *“Operación Triunfo”* y *“Confianza Ciega”*. Sin embargo, el grupo de la muestra entre 7 y 9 años presenta la tendencia inversa, superando en porcentaje al otro segmento de edad en espacios de carácter infantil y en emisiones programadas en las franjas matinal y vespertina. Así, entre los dibujos animados encontramos títulos como *“Las tres mellizas”*, *“Spiderman”* o *“Tom y Jerry”*; entre los programas, *“Club Disney”*, *“TPH Club”* o *“Cyberclub”*; en los concursos, *“Pasapalabra”*, *“¡A saco!”* o *“50x15”*; y en las series el único título que supera en índice al grupo de los mayores es *“Embrujuadas”*. Así, los niños modifican sus preferencias televisivas en función de su edad y, por tanto, desarrollo evolutivo. Además, como ya hemos apuntado, la realización de mayor cantidad de actividades “responsables” por parte del grupo de mayor edad hace que la franja en la que poseen más tiempo libre para ver la televisión sea la nocturna, con lo cual sus gustos se adecuan a los horarios disponibles para el consumo.

- En el listado de los “formatos” emitidos por la noche que más conocen, el orden es inverso al de sus preferencias globales. Así, destacan los programas, seguidos de los concursos, las series y los dibujos animados. De este modo, se corrobora también que la oferta televisiva, en el horario más seguido por este estrato de la audiencia, no se ajusta a la demanda infantil. Además, los “formatos” más conocidos en la franja nocturna, tampoco coinciden con los que más les gustan dentro de esta banda horaria, ya que la frecuencia en las respuestas a esta pregunta varía,

el orden se invierte, siendo los concursos los favoritos. Entre otras variaciones que se presentan en los diez primeros lugares de la clasificación, se observa que entre los niños de 7 a 9 años aparecen las especialidades magazine y cabalgatas; mientras que en el otro estrato de edad, se incorporan las

siendo las series, los concursos, los programas y los dibujos animados, los preferidos.

- Los niños conocen algunos programas emitidos en la franja de madrugada, pero solamente ven, y en un porcentaje mínimo, “*Crónicas Marcianas*”. Otros espacios que también indican entre los que conocen, como “*Tómbola*”; “*La noche con... Fuentes y CIA*”; “*Abierto al anochecer*”; o “*No sólo música*”, ni siquiera están presentes entre los que ven y les gustan. Puede ser por el control que ejercen sus padres o por el autocontrol que ellos mismos consideran, al saber que no les corresponde ver esos contenidos y, además, son en un horario en el que tienen que descansar.

7. GRABACIONES EN VÍDEO, PRINCIPALMENTE DE ESPACIOS NOCTURNOS.

- Además del elevado consumo televisivo que diariamente acostumbran a realizar los niños, a la mayor parte les graban programas en vídeo.
- Las principales razones que llevan a los padres a grabarles los espacios son el interés que muestran sus hijos y la coincidencia de su horario de emisión con el descanso nocturno. Téngase en cuenta que la mayoría de los participantes en la encuesta suelen acostarse entre las 10 y las 11 de la noche, posible motivo por el que la mayoría de los títulos que apuntan que les graban son emisiones ofrecidas en la franja prime-time. Así, las películas generales -como “*Matrix*” o “*Titanic*”- son el “formato” que más les graban, seguidas de sus series -“*Ana y los siete*” y “*Cuéntame cómo pasó*”-, concursos -“*Operación Triunfo*” y “*Triunfomanía*”, dibujos

comedias de situación y las series de gran formato. (Véanse, en el Anexo IX, cada uno de los ranking completos).

animados -“*Los Simpson*” y “*South Park*”- y programas -“*Cruz y raya.com*” y “*Club Megatrix*”- favoritos. La grabación de éste último espacio, “*Club Megatrix*”, coincide con el tercer argumento que los niños señalan por el que sus padres les graban espacios en vídeo, la realización de otras actividades, en este caso, estar en el colegio.

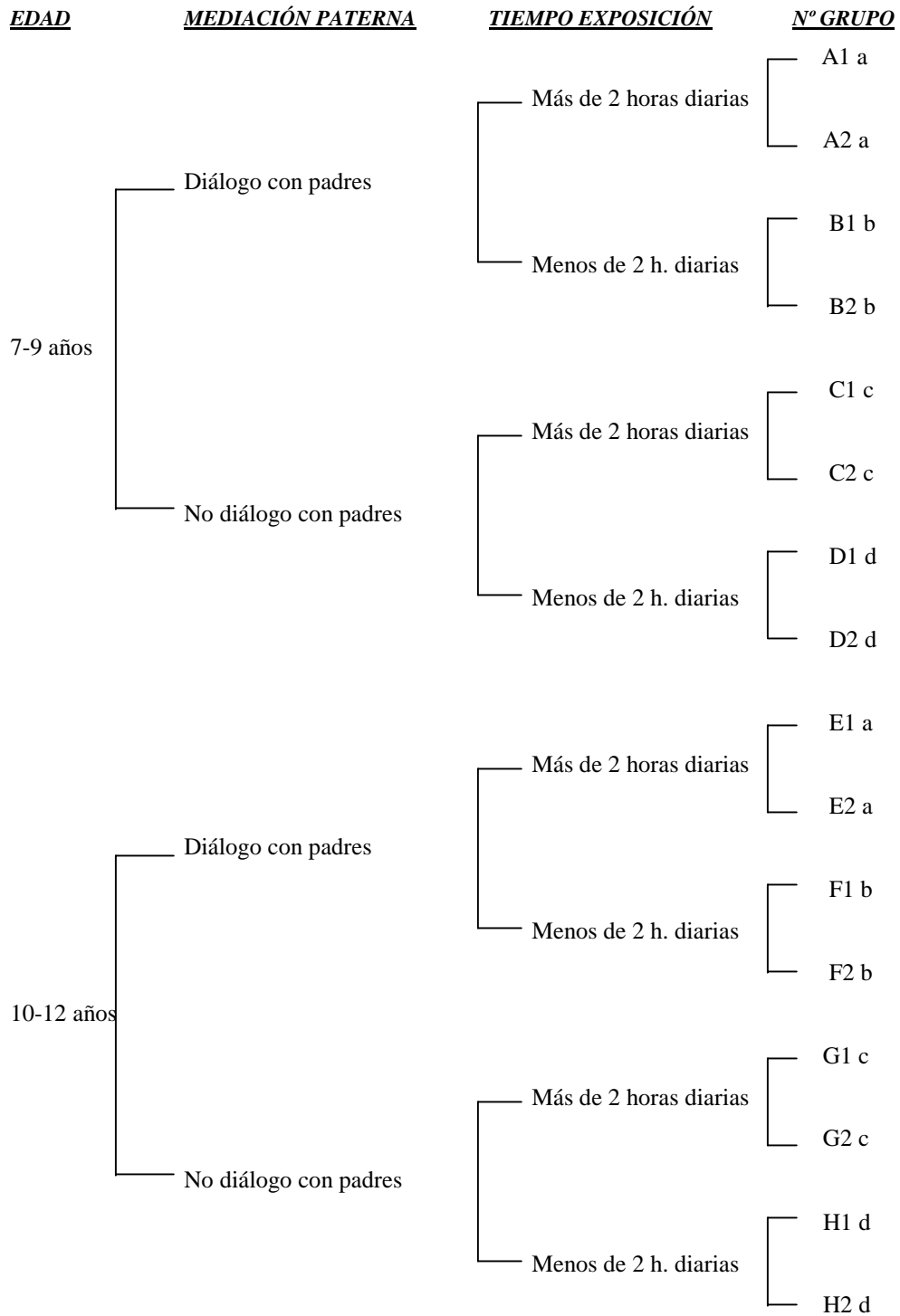
CAPÍTULO 5:

RESULTADOS ANÁLISIS CUALITATIVO: GRUPOS DE DISCUSIÓN

Como introducción al análisis de la información obtenida en los discursos de los grupos de discusión, pasamos a exponer brevemente qué rasgos configuraron los dieciséis grupos que conforman la muestra, atendiendo a las variables de investigación expuestas. No obstante, antes de recordar gráficamente cómo se estableció el diseño de la investigación en cuanto a la distribución grupal, cabe recordar que todas las unidades muestrales se duplicaron en cuanto a sus características, con el fin de comprobar la similitud en el contenido de la conversación entre grupos homogéneos y en los rasgos diferenciadores respecto a grupos con otras peculiaridades. En este sentido, pretendíamos que la muestra fuese heterogénea, por lo que los niños se seleccionaron en dos colegios distintos (Colegio Emperador Fernando de Alcalá de Henares y Colegio Montserrat de Madrid), ocho grupos en cada uno de ellos, que contaron en su composición con las mismas variables de estudio: edad, mediación de los padres respecto a lo visto en televisión y tiempo habitual de exposición al medio.

En el siguiente gráfico, recordamos el significado que tiene cada uno de los números relativos a cada grupo: la letra mayúscula representa los grupos que contienen variables homogéneas entre los niños/as de cada centro escolar. El número, la diferenciación entre los niños/as de un colegio y otro. Y la letra minúscula relaciona los subgrupos en función de las variables dependientes.

DISTRIBUCIÓN 16 GRUPOS DE DISCUSIÓN



El número de participantes en cada una de las sesiones fue de cuatro personas, debido a las peculiaridades de los grupos de niños, como ya advertimos. De este modo, el total de integrantes en los distintos grupos fue de sesenta y cuatro. En todos los casos, salvo en el de un niño que confundió el tiempo destinado a la exposición al medio y que hubo que cambiar por otro al comienzo de la reunión, los rasgos de los miembros de cada unidad grupal se correspondieron con los ofrecidos en las respuestas del cuestionario, soporte o guía que utilizamos para elegir a los componentes de cada grupo.

Además de esa sustitución de un miembro de un grupo, la otra incidencia con la que nos encontramos, como ya expusimos en el primer capítulo de la tesis, fue que a pesar de nuestra previsión de grabar todas las sesiones en vídeo, en uno de los colegios, no se permitió utilizar videocámaras. De esta forma, tuvimos que conformarnos con registrar con una grabadora de audio el contenido de las sesiones, que después transcribimos con el fin de poder incluir testimonios ilustrativos en el cuerpo del análisis.

Esta última incidencia retrasó dos meses respecto a lo previsto el cronograma del trabajo de campo. Por este motivo, comenzamos en marzo de 2002 y finalizamos en septiembre, en lugar de en el mes de junio.

No observamos ninguna otra incidencia, el resto de aspectos se desarrollaron con total normalidad.

Pasamos a analizar los discursos contenidos en las sesiones de los distintos grupos de discusión y las peculiaridades relativas a cada una de las variables, con el fin de confirmar o refutar las distintas hipótesis expuestas en el primer capítulo, para abordar los objetivos perseguidos. Para ello, seguiremos las pautas contenidas en la matriz de recogida de datos, entre otras, indicaremos la forma de percibir los mensajes atendiendo al grado de actividad más frecuente con el que se comportan los niños tras el visionado de las secuencias de imágenes expuestas y las posibles excepciones al respecto. Para facilitar el análisis, dividimos la exposición en los apartados referentes a los distintos ejes temáticos.

5.1. REPARTO DEL TIEMPO DE OCIO

Entre las actividades que suelen realizar los participantes en los grupos de discusión en su tiempo libre, durante los días lectivos, destaca hacer los deberes o estudiar, jugar (lo que unen a la práctica de deportes, como veremos) y ver la televisión. En algunos casos, realizan actividades extraescolares, como es acudir a clases de inglés, música o informática. Y para algunos niños también se observa un especial aliciente en el hábito de salir a la calle o al parque.

Casi todos los niños destinan parte de su tiempo libre diario a realizar los deberes. La dedicación es variable, dependiendo de lo que les manden en clase. Los más mayores añaden el estudio, cuando tienen exámenes, como práctica que se integra dentro de hacer los deberes. Este ejercicio suelen hacerlo en solitario, aunque afirman que sus padres les ayudan cuando tienen dudas o alguna dificultad en su realización.

El tiempo destinado al juego es muy variable. Lo más habitual es que dediquen entre media hora y dos horas. Los que afirman que juegan varias horas al día, suelen considerar como juego la práctica de deportes, de esta forma lo nombran como “jugar (al fútbol, baloncesto, rugby, etc.)” y el tiempo que dedican a los deportes lo contabilizan como juego. De igual modo, integran dentro de este tipo de actividad “jugar a la videoconsola” o “jugar al ordenador”. Por tanto, jugar lo interpretan de manera amplia como acción que les sirve para entretenerse. Esas tres realizaciones diarias son las más nombradas en los grupos de discusión en este apartado, pero en el resto de respuestas, también incluyen prácticas no relacionadas con el sentido tradicional que se le ha dado a “juego”. Nos sirven como ejemplos: leer, pintar o, incluso, “ir a un centro comercial”. Sólo, en algunas ocasiones, lo que ellos entienden como jugar se corresponde con el juego en sentido tradicional: “a las muñecas”, “a hacer puzzles”, “a la diana”, “a coches”, al “*Scalextric*”, al “*Monopoly*”, a los “*Play movil*” o a las “*Barbies*”.

Por tanto, si consideramos juego en su acepción más restringida, el tiempo que le destinan los niños sería muy escaso, debido al cambio en el concepto que se ha producido en las últimas décadas por la sustitución en el tiempo de ocio de juegos tradicionales por otros más novedosos, sírvanos como ejemplo los videojuegos.

Los niños que practican deportes consideran que juegan acompañados. Por otro lado, quienes tienen hermanos de parecida edad suelen jugar con ellos, mientras que los hijos únicos o los que tienen hermanos con edades muy distantes suelen jugar solos y, en ocasiones, con amigos o vecinos y, excepcionalmente, con los padres, cuando no están ocupados, con quienes es habitual que jueguen a juegos de mesa.

- Niña grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Juego con mi madre al parchís, y algunas veces me pongo con los deberes, para mí son como juegos, porque como **no puedo jugar con mi madre ni con nadie...** y pocas veces con mi hermano porque casi nunca quiere”.*
- Niño grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Cuando mi madre está trabajando o viendo la tele, **tengo que jugar solo.** Cuando ya tiene tiempo o ha terminado, se pone a jugar a las cartas... al cinquillo”.*
- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“No puedo jugar con mi hermano porque está en 4º de ESO y está estudiando todo el día, así que **juego solo.** Cuando juego, juego a la pelota o a algún juego de mesa o al parchís con mi madre...”.*

Resulta significativo que algunos niños, como la de la primera cita, se conforman con hacer los deberes, tarea que consideran como un juego. Esta niña lo justifica porque dice tener escasas posibilidades de jugar con otros niños o con otros miembros de su familia. Además, como hemos indicado cada vez los juegos tienen un carácter más individual, por ejemplo los de ordenador o videoconsola. Cuando

los niños juegan utilizando estos soportes suelen hacerlo en soledad, lo que se evidencia en algunos de sus discursos:

- Niño grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“(Juego con mi hermano la mayoría del tiempo y) a veces juego solo a la **Play Station**”*.
- Niña grupo G2 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Estoy sola jugando, una hora, media hora... Luego juego un rato al **ordenador**”*.

Casi todos los participantes en los grupos de discusión suelen ver la televisión en compañía de sus padres y/o hermanos, al contrario que hacer los deberes o jugar, actividades que suelen realizarlas solos. No obstante, estar juntos en un mismo espacio y tiempo no significa que dialoguen con ellos respecto a lo que ven en televisión. Simplemente, están acompañados o acompañando, pero no compartiendo los contenidos, reinterpretabndolos o exponiendo los diferentes puntos de vista al respecto.

Como excepción, los integrantes de uno de los grupos compuesto por niños entre 10 y 12 años que no dialogan con los padres y ven la televisión más de dos horas diarias (G2 c) suelen verla solos durante el día y por la noche indican que a veces la ven acompañados de sus padres. Por otro lado, algunos niños cuyo consumo apenas alcanza la media hora diaria y, además, suelen planificar previamente lo que desean también ver la ven solos (grupos D2 d; F2 b; H2 d).

Del conjunto de las actividades que realizan a diario, ver la televisión se cita como la preferida en cuatro de los grupos (C2 c; G1 c; G2 c; H1 d). Como característica común, sus integrantes no dialogan con los padres respecto a lo que ven en televisión.

Para quienes ver la televisión constituye una de sus actividades favoritas, esta cumple las finalidades que tradicionalmente se le han asignado al medio:

- Diversión. Esta finalidad la mencionan en dos sentidos:
 - Como forma de entretenimiento, ven lo que les gusta, incluso afirman que *“para reírse un poco”* con determinados contenidos. También en referencia a esta acepción, un niño llega a calificar la televisión como *“graciosa”* y otros establecen similitudes con el juego: *“La veo para divertirme, es como jugar”, “Ver la televisión, lo mismo que jugar, te entretienes viendo los dibujos, aunque no siempre”...*
 - Como opción para no aburrirse. Así, indican textualmente: *“para no perder el tiempo”, “si no me aburro”, ...*
- Enseñanza. También la nombran con un doble planteamiento:
 - Como medio de aprendizaje a través del seguimiento de contenidos concretos, como los documentales o los concursos.
 - Como modo de conocer cosas, aspectos o situaciones negativos para evitar realizarlos, es decir, forma de aprender lo que no debe realizarse por considerarse actitudes no convenientes en algún sentido.
- Información. Es el fin que menos nombran en este apartado.

Para el resto de los grupos, deducimos que se trata de una actividad “secundaria” en cuanto a sus intereses, ya que no la exponen entre sus predilectas.

La actividad más nombrada en la mayor parte de los grupos, por encima de ver la televisión, es la práctica de deportes, la cual les aporta como principal finalidad, diversión. Además, plantean la utilidad lógica que supone hacer ejercicio, simplificada del siguiente modo: *“la natación me sirve para nadar, el kárate para hacer lucha,...”*. Asimismo, en algunos de sus testimonios se contempla la función que tiene esta práctica como forma de *“hacer amigos”* o de *“relacionarse con los demás”*. De este modo, se deja constancia de la relevancia que tiene la interrelación con el grupo de iguales en este estadio de edad. Otra actividad que mencionan con este mismo propósito, además de con el fin de entretenerse, es jugar.

Además de las tres actividades citadas: ver la televisión, practicar deportes y jugar con amigos, también señalan otras maneras de divertirse: leer, jugar a los videojuegos, jugar al ordenador, hacer teatro, ir al parque de atracciones, salir de casa (al campo, de paseo, de compras, al parque), estar con animales o, en ocasiones, hacer los deberes.

Leer y hacer los deberes son acciones que se consideran más allá del entretenimiento y se identifican con el aprendizaje. A esto se añade, la proyección de futuro que, para algunos niños, tienen este tipo de actividades, junto con el estudio de idiomas. De ahí, que nos encontremos respuestas como las que a continuación exponemos: *“hacer los deberes para ser listo de mayor y hacer una carrera”, “aprender idiomas porque luego te puede servir para algo”, “el inglés, por si luego tengo que ir a Inglaterra o un trabajo, para saber entenderme”,...*

Cuando se les plantea que elijan una sola actividad para realizar en su tiempo de ocio, sin ningún límite entre cualquiera que desearían realizar, el mayor énfasis apunta a jugar o compartir su tiempo con sus amigos. Así, se reitera la

importancia que los niños otorgan en estas edades a la interrelación social con sus iguales más allá de la de los miembros de su familia.

La práctica de deportes, junto con los juegos en la videoconsola o el ordenador, también forman parte de las actividades más nombradas por los participantes. Y, aunque no cuenta con tantas referencias, algunos niños prefieren la lectura como principal afición o estiman que les gustaría disponer de más tiempo para leer más.

Resulta especialmente curioso que, a pesar de que algunos de los integrantes de los grupos afirman, como hemos expuesto, que ver la televisión es su actividad favorita, sólo dos niños eligen esta actividad entre todas las posibles.

En cuanto al resto de elecciones que plantean (*hacer manualidades, ir al parque de atracciones, estudiar inglés, jugar al fútbol,...*) también están muy próximas a las que son posibles. De este modo, los participantes suelen especificar actividades muy normales, a pesar de dejar abierta la respuesta a cualquier opción, bien porque quizá no llegan a realizarlas o bien porque apenas disponen de tiempo para dedicarles. A este respecto, las únicas opciones “extraordinarias” que plantean, de manera aislada, son: “volar”, “pilotar un avión”, “ir a París a ver el Roland Garros”, el deseo pacifista de que “no hubiera guerra” y la proyección futura de “tener una buena carrera”, “ir a la Universidad” o “tener una empresa que marchase bien”.

5.2. HÁBITOS DE CONSUMO TELEVISIVO

Entre los niños que ven la televisión menos de dos horas al día y los que pasan de dicha cantidad existe una considerable desproporción en cuanto al tiempo de consumo. De este modo, hay quienes sólo ven media hora y otros llegan a las cuatro o cinco horas de visionado.

Los posibles motivos por los que algunos niños presentan un elevado consumo son:

- entre sus actividades favoritas eligen ver la televisión (C2 c; G1 c; G2 c).
- tienen acceso a plataformas digitales, ven la televisión “*para no aburrirse*” y plantean pocas opciones antes que ver la televisión en el tiempo libre (E1 a).
- no tienen ningún límite, les dejan ver todo lo que quieren con el fin de que estén entretenidos, por lo que la televisión les sirve como “niñera electrónica” (C1 c): “*me dejan ver todo lo que quiero, porque me gustan los programas que hay en la tele*”; “*...a mí, me deja ver todo lo que quiero porque hay cosas divertidas que me gustan y me entretengo un rato*”; “*me dejan ver todo lo que quiera porque me aburro, siempre estoy en casa*”.
- suelen compartir ese tiempo con los padres y dialogar con ellos respecto a lo que ven (E2 a).

5.2.1. Horarios en que ven la televisión, ¿CUÁNDO?

En cuanto a horarios, también existen notables diferencias entre los niños cuyo consumo excede de las dos horas diarias y los que no llegan a esta cantidad. En primer lugar, los grupos cuyos participantes ven más de ese tiempo reparten su consumo a lo largo de todas o casi todas las franjas, mientras que en los otros grupos el visionado de televisión se concentra en sólo una o dos bandas horarias. Además, resulta curioso que, en todos los grupos con un consumo superior a las dos horas, casi todos sus componentes ven la televisión en horario nocturno y quienes ven la televisión menos de ese tiempo al día centran su consumo, principalmente, en el horario de tarde.

Los integrantes en los grupos acostumbran a ver más tiempo la televisión los fines de semana que los días lectivos, principalmente en la franja matinal, en la que de lunes a viernes están ocupados en el colegio. Además, señalan que la oferta televisiva infantil aumenta los sábados y domingos, días que *“tienen mejor programación”* -se emiten *“cosas entretenidas”*, *“más películas”* y *“dibujos por la mañana...”*- que entre semana, cuando se programan *“más noticiarios”*, según señalan.

5.2.2. Lugares en los que ven la televisión, ¿DÓNDE?

El salón comedor es el lugar donde habitualmente ven la televisión. Sólo en varios casos poseen televisor en su habitación. Sin embargo, cabe considerar que las cifras obtenidas en el análisis cuantitativo apuntaban a que casi un tercio de los escolares encuestados contaba con televisión en su dormitorio.

5.2.3. Modo en que ven la televisión, ¿CÓMO?

En relación a cómo ven la televisión, lo interpretan en qué posición o ubicación. Por ello, responden que tumbados o sentados, o a distancia para que no les haga daño a los ojos.

5.2.4. Finalidades por las que ven la televisión, ¿PARA QUÉ?

La finalidad que tiene para los niños ver la televisión se concreta en cuatro grandes funciones: diversión/entretenimiento, no aburrimiento¹, enseñanza e información. En el siguiente cuadro, recogemos las utilidades que tiene para cada uno de los dieciséis grupos de discusión el acto de ver la televisión:

¹ Dado que existe un matiz entre “no aburrirse” y “divertirse”, aunque antes hayamos integrado ambos conceptos en una misma acepción, en este caso, distinguiremos ambas finalidades, ya que vamos a establecer las diferencias que se producen en las utilidades que otorgan a la televisión los diferentes grupos. En este sentido, consideramos que la elección de ver televisión con ánimo diversivo es distinta a elegirla como opción para “*pasar el tiempo*” o “*sino se tiene nada que hacer*” o con los sinónimos que los niños suelen utilizar, equivalentes a “no aburrirse”. Como ejemplo, el testimonio de una niña del grupo F1 b es ilustrativo: “*yo (enciendo la televisión para ver) lo que pongan, como no es para divertirme, es para no aburrirme*”.

CUADRO FINALIDAD TV PARA LOS DISTINTOS GRUPOS²

<i>Edad</i>	<i>7- 9 años</i>							
<i>Mediación paterna</i>	<i>Diálogo con padres</i>				<i>No diálogo con padres</i>			
<i>Tiempo exposición</i>	<i>Más 2 horas TV</i>		<i>Menos 2 horas TV</i>		<i>Más 2 horas TV</i>		<i>Menos 2 horas TV</i>	
<i>Finalidad/grupo</i>	A1 a	A2 a	B1 b	B2 b	C1 c	C2 c	D1 d	D2 d
DIVERSIÓN / ENTRETENIMIENTO	X	X	X	X	X	X	X	X
NO ABURRIMIENTO	X				X			
ENSEÑANZA	X	X		X	X	X		X
INFORMACIÓN		X					X	
OTRAS							X ³	

<i>Edad</i>	<i>10-12 años</i>							
<i>Mediación paterna</i>	<i>Diálogo con padres</i>				<i>No diálogo con padres</i>			
<i>Tiempo exposición</i>	<i>Más 2 horas TV</i>		<i>Menos 2 horas TV</i>		<i>Más 2 horas TV</i>		<i>Menos 2 horas TV</i>	
<i>Finalidad/grupo</i>	E1 a	E2 a	F1 b	F2 b	G1 c	G2 c	H1 d	H2 d
DIVERSIÓN / ENTRETENIMIENTO	X	X	X	X	X	X		X
NO ABURRIMIENTO	X	X	X		X		X	
ENSEÑANZA	X				X		X	
INFORMACIÓN		X		X	X	X	X	X
OTRAS			X	X			X	X

² Se han recogido las funciones que al menos fueron nombradas por un miembro de cada grupo.

³ En concreto, hace referencia a la función que tiene el programa divulgativo de manualidades "Art Attack", "un programa de hacer cosas".

Como se refleja en los cuadros anteriores, en casi todos los grupos -excepto en el H1 d-, la diversión es la función más nombrada. Y algunos niños especifican que encuentran el entretenimiento en los dibujos animados, las series y las películas.

La finalidad por la que los niños ven la televisión afecta al tiempo de exposición. De este modo, quienes ven la televisión más de dos horas diarias citan, con mayor frecuencia, el aprendizaje y la utilidad de “no aburrirse”, lo que puede deberse a que quienes ven menos de dos horas la televisión completan su tiempo con otro tipo de actividades que les llevan a conseguir esos fines.

Entre los contenidos que les enseñan, indican los documentales, los cuentos en forma de dibujos animados, los concursos como “*Pasapalabra*” o algunos aspectos relacionados con temas escolares: “*si hay algo del colegio, para aprender*”, “*para... saber más de lo que sabes*” (A1 a).

Los niños mencionan el fin de “no aburrirse” para cuando no tienen ninguna alternativa que les resulta más interesante: “*La tele, cuando la veo es que no tengo otra cosa que hacer*” (F1 b); “*(la televisión)... es buen invento para pasar el tiempo*” (G2 c).

La función de “otras” se corresponde con ver contenidos concretos que les resultan “interesantes” y se recoge en los cuatro grupos que están integrados por niños de 10 a 12 años, que ven menos de dos horas la televisión al día. Esto deriva en que acostumbran a planificar previamente su consumo.

Respecto a la función informativa, existen diferencias teniendo en cuenta la variable edad. De este modo, para los niños entre 10 y 12 años la televisión cumple, en mayor medida, este fin que nombran en los siguientes términos: “*enterarse de lo que pasa en el mundo*” o “*estar al día*”, mediante el seguimiento de las noticias o del “*Telediario*”.

5.2.5. Aspectos positivos vs. aspectos negativos de ver la televisión

Los aspectos positivos que encuentran en ver la televisión coinciden con las mencionadas finalidades que apuntaban en la cuestión anterior: diversión, “no aburrimiento”, enseñanza e información.

Como diferencias más destacadas, la función de “no aburrirse” la señalan en menos ocasiones, lo que puede deberse a que no la relacionen tanto con una práctica positiva como con una simple utilidad genérica.

También encontramos un nuevo matiz relacionado con el aprendizaje de valores:

- como medio “*para aprender o para **concienciarse***”, a través de lo que enseñan los documentales (F1 b).
- como medio de **información de utilidad** en relación a “*las cosas que tienes que hacer, no coger nada de extraños, y de las cosas que no tienes que hacer, drogarte,...*” (A1 a).
- como medio de **aprendizaje** “*para hacer cosas buenas, portarte bien, no hacer gamberradas, no robar*” (E1 a).

Estos testimonios los manifiestan niños que dialogan habitualmente con los padres respecto a lo que ven en televisión, aspecto interesante que puede influir en que estén más o menos preparados para reinterpretar los aspectos positivos y, en contraposición, los negativos que se insertan en los mensajes televisivos, lo que supone un modo de aprendizaje en la enseñanza de *valores y contravalores*⁴.

⁴ Precisamente, el siguiente apartado de este capítulo se destina a analizar cómo perciben los participantes en los grupos de discusión los valores y contravalores integrados en varias secuencias televisivas. De esta forma, abordaremos qué diferencias existen en la percepción en función de las distintas variables de estudio.

Entre los aspectos negativos que los niños apuntan que tiene ver la televisión, el más citado es las consecuencias negativas que puede tener para la salud, entre otras exponen que: *daña la vista, genera dolor de cabeza, produce cansancio, provoca pánico y mareo, "te pone la cara cuadrada", "te quedas un poco tonto", "psicológicamente, hay algunas series que te pueden dañar, si lo ves mucho, por ejemplo 'Dragon Ball', que emiten unas ondas o no sé qué, que dañan el cerebro..."*.

Por otra parte, los niños que presentan un escaso consumo hacen referencia, en mayor medida, a los contenidos violentos o de terror que se emiten en televisión, a través de distintos tipos de espacios: películas, programas, series o dibujos animados (entre estos últimos, detallan *"Pokémon", "Dragon Ball" o "South Park"*). Además, se incorporan algunos testimonios que revelan el tipo de violencia que perciben como negativa: *"cuando matan a gente", "guerra, asesinatos, peleas, se matan,...", "sangrientos", "palabrotas",...* es decir, tanto las agresiones físicas como verbales.

En contraposición, quienes permanecen durante más tiempo al día delante de la pantalla señalan los contenidos ofrecidos en los informativos y documentales relacionados con: *"atentados", "enfermedades", "cosas tristes", "terrorismo (coches bomba o matarse con pistolas)", "Torres Gemelas", "se muere gente de no comer",...*

Por tanto, podemos concluir que los niños cuyo consumo es inferior a dos horas al día apuntan, como aspectos negativos de la televisión, la violencia emitida en géneros de ficción, mientras que los que superan dicha cantidad desaprovechan más la contenida en los informativos, esto puede deberse a que quienes ven poco tiempo la televisión focalizan su consumo hacia emisiones específicas que les interesan y estas no coinciden tanto con los informativos como con otro tipo de espacios.

Otro aspecto negativo que plantean es la publicidad, en dos sentidos: tanto en lo referente al contenido o finalidad, que valoran como “engaño” (incluso, consideran que los anuncios son “*un poco fantasmas*”), como a la cantidad que califican de “exceso”.

El “enganche” que produce ver la televisión se menciona también como hecho negativo, en cuanto a que “*quieres ver mucho tiempo*” y “*te vicias*”. A esto, añaden que se dejan de hacer algunas obligaciones, como los deberes, y resta tiempo para realizar otras actividades. Además, también señalan el efecto “imitación” que puede tener verla durante demasiado tiempo: “*...tampoco es bueno verla mucho, porque si la ves mucho... te acabas creyendo que eres Superman*” (E2 a); “*...creo que está inventado para verlo media hora al día, pero no más, si no, es algo fatal, porque te va enrollando, como un chicle, y luego te crees un samurai y matas a tu madre*” (F2 b).

Entre las reivindicaciones que los niños proponen al medio como espectadores infantiles, encontramos tres que resultan especialmente significativas:

- Niño grupo A2 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*... hay cosas que los niños no pueden ver, debería haber cosas para niños*”.
- Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*... hay muchos niños pequeños viendo la televisión y lo que no se puede es que se pongan a matar*”.
- Niña grupo H2 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Lo malo es mucha publicidad y las cosas que ponen, a veces, que no son para gente que lo está viendo. Por ejemplo, que a veces ponen anuncios que no los puedo ver yo...*”.

Estas tres valoraciones están relacionadas con lo poco adecuada que resulta la programación para este segmento del público. La primera de las quejas hace referencia a la carencia de oferta infantil “*hay cosas que los niños no pueden ver*”. En segundo lugar, volvemos a encontrar una referencia acerca de lo inadecuada que resulta la programación televisiva en determinados horarios en los que los niños están delante de la pantalla, por ejemplo, cuando se emiten contenidos violentos. Por último, se detalla como en un horario “normal” -o lo que es lo mismo, antes de las diez de la noche, según está legislado- se anuncian contenidos para adultos.

5.2.6. Consumo prefijado previamente o sin planificar

En la mayoría de los grupos, los participantes afirman que cuando se sientan a ver la televisión conocen de antemano qué se va a emitir en ese momento y se dirigen a ver algún o algunos contenidos específicos que les interesan.

Los soportes que suelen utilizar para conocer la oferta de lo que está previsto que va emitirse son: el teletexto, los anuncios (autopromoción) y las revistas. Sin embargo, la información que facilitan estas últimas publicaciones, debido a la contraprogramación televisiva, no siempre es fiable:

- Niño grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Alguna semana hay alguna revista para ver la programación, aunque a veces no echan lo que pone en la revista*”.

Quienes cuentan con plataformas de pago saben que pueden acceder fácilmente a contenidos que serán de su interés, aunque no conozcan previamente la programación, al ser mucho más amplia la oferta televisiva y contar con canales destinados al público infantil:

- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Como tengo Canal Satélite Digital, es muy difícil no pillar algo bueno, siempre hago zapping hasta que pillo algo”*.

Por otra parte, coincide que los dos grupos cuyos integrantes suelen encender la televisión *“para ver cualquier cosa”* (C2 c y G1 c) tienen en común que no dialogan con los padres respecto a lo que ven y que su consumo supera las dos horas diarias. Sin embargo, en otros grupos en los que ven la televisión escaso tiempo, algunos niños señalan también que no eligen lo que desean ver antes de conectar su televisor. Los motivos que argumentan son que, o bien la encienden en horarios en los que saben que se emite programación infantil, o bien, con ánimo de *“no aburrirse”* o para divertirse con cualquier contenido, pero exponen que, si no hay nada que les gusta, la apagan.

5.2.7. Límites ante lo que quieren ver en televisión

Los padres marcan diferentes límites en el consumo televisivo a los integrantes de casi todos los grupos. Como excepción, en los grupos C1 c y C2 c afirman que no les imponen ningún control. Estos dos grupos son homogéneos en cuanto a que ambos están compuestos por niños con edades entre 7 y 9 años, que consumen más de dos horas diarias de televisión y no dialogan con los padres. Las razones por las que les dejan ver todo lo que quieran están relacionadas con que permanezcan entretenidos, como hemos expuesto anteriormente cuando incluíamos las citas relativas al respecto⁵ pertenecientes al grupo C1 c. Por lo que respecta a los participantes en el grupo C2 c, tampoco les plantean límites, pero son conscientes de que su consumo es bastante elevado, incluso, llegan a saturarse:

- Niña grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Yo cuando ya estoy harta de ver la tele, me da igual que*

⁵ Ver en el apartado 5.2.: *“Hábitos de consumo televisivo”*.

pongan algo que me gusta, me pongo a hacer otra cosa porque si llevo ya una hora y media o así, no la voy a ver dos horas (seguidas) si no me apetece”.

- Niño grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Cuando se acaba mi programa favorito... ya me pongo a hacer otra cosa, me aburre ya tanta tele”.*

Los límites que les ponen están relacionados, por un lado, con los horarios y, por otro, con el tipo de contenidos.

En lo referente a los horarios, se marcan desde dos perspectivas: como dosificación en la cantidad de tiempo que pueden ver y como limitación de ver la televisión en la franja horaria nocturna, cuando les advierten que tienen que irse a dormir, con la justificación de tener que *“madrugar al día siguiente”*. Asimismo, mencionan también que tienen límites a la hora de ver contenidos en horas en las que desarrollan otro tipo de actividades, por ejemplo, el hecho de no poder ver algunas series de dibujos animados por estar en el colegio.

En cuanto a los contenidos, los violentos, los pornográficos y, en general, los destinados a adultos son los que no les permiten ver, lo que exponen con los siguientes argumentos:

- Niña grupo B1 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“No me dejan las **cochinadas...**, **cosas de amor**, no me dejan **porque enseñan muchas palabrotas y es muy malo porque insultas a la gente”**.*
- Niña grupo B1 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“...**Películas de sexo**, porque **es de mayores** y ellos tienen derecho a verlo, nosotros no podemos porque **aprendemos cosas malas”**.*
- Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“**Violencia**, me dicen que no puedo verlo y **me apagan la tele”**.*

- Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**Pelís muy fuertes, me dicen que no porque luego lo aprendes y eres muy pequeño para ver estas cosas**”.

Por otra parte, algunos niños consideran un “límite” el hecho de tener diferentes gustos que el resto de su familia, en cuanto a que les restringen la posibilidad de ver lo que quieren. Por ejemplo, esto les ocurre a los integrantes del grupo D1 d (7-9 años, ven menos de dos horas diarias la televisión y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): “**Hay un límite, no me deja mi hermano, mis padres...**”; “**Hay un límite no me deja mi padre, que es el jefe de la tele. Si quiero algo de dibujos, que ponga ‘Los Simpson’...**”; “**Hay un límite, mi madre se enfada porque quiere ver las noticias y yo me subo arriba a ver la tele**”.

Las situaciones expuestas describen comportamientos autoritarios que hacen que los niños vean contenidos que les son impuestos o que se vayan a otro lugar, en definitiva, que no compartan con los padres ese tiempo de consumo televisivo.

5.2.8. Cómo actúan cuando se emite algo que no les gusta o cuando se emite publicidad en su programa favorito

Cuando comienza a emitirse algún contenido que no les interesa suelen zapear para buscar otro espacio que sea de su agrado. En el caso de no encontrar ningún programa que les guste, afirman que apagan la televisión y cambian de actividad. Entre las alternativas por las que optan, señalan desde actividades de ocio hasta la realización de “obligaciones” o, incluso, irse a dormir: “**irse a jugar, jugar a la videoconsola o al ordenador, hacer los deberes, ir a la biblioteca, leer, escuchar música o irse a dormir**”.

Algunos niños que cuentan con el añadido de poseer canales de pago, por ejemplo Canal Plus, o películas de vídeo prefieren seguir viendo contenidos audiovisuales.

Cuando se interrumpe su programa favorito con publicidad no suelen apagar el televisor, como ocurre cuando no les agrada el programa, sino que zapean a otros canales hasta que se reanuda el espacio, con el fin de no tener que seguir los anuncios. De este modo, al igual que se vislumbra en otros apartados del análisis cualitativo, se aprecia que no les gustan demasiado los contenidos publicitarios. Por ello, algunos niños también aprovechan las pausas de publicidad para realizar variadas actividades, desde ir al servicio o hacerse un bocadillo hasta hacer los deberes, jugar con sus hermanos o dialogar con los padres.

5.2.9. Programas favoritos de televisión

Los tipos de programas preferidos de los niños participantes en los grupos de discusión son los dibujos animados y las series, con algunas variaciones en función de la edad. Por otra parte, a los concursos son muy aficionados quienes consumen más de dos horas diarias la televisión, mientras que los que no llegan a ese tiempo apenas los nombran. Respecto a los documentales, sólo encontramos alusiones en grupos entre 7 y 9 años. Y el resto de los espacios por los que más se interesan son los programas contenedores infantiles y las telenovelas.

Entre los dibujos animados, se vuelve a constatar que *“Los Simpson”* es el título preferido de los niños en estas edades, aunque se observa que es más nombrada por los escolares entre 10 a 12 años que por los de entre 7 y 9 años. Lo contrario ocurre con los demás dibujos que citan: *“Campeones: Oliver y Benji”*, *“Dragon Ball”*, *“Spiderman”* y *“Las tres mellizas”*, junto con un genérico *“los dibujos animados”* o *“los canales de dibujos”*, los cuales también detallan en alguna ocasión: *“Disney Channel”* o *“Cartoon Network”*.

Las series son más mencionadas entre los grupos de niños con mayor edad. Las preferidas son las juveniles “*Embrujadas*” y “*Sabrina, cosas de brujas*”, junto con las familiares “*Cuéntame*” y “*Ana y los siete*”.

Entre los concursos, prefieren los de gran formato “*Gran Hermano*” y “*Operación Triunfo*”. Además, también les gustan los de conocimiento: “*Pasapalabra*”, “*¡A saco!*” y “*Saber y Ganar*”.

Los documentales sólo son favoritos entre niños de 7 a 9 años y los programas se reparten entre los diversos grupos. Entre otros, señalan los contenedores infantiles: “*Club Megatrix*”, “*Club Disney*” y “*TPH Club*”. Por otra parte, también encontramos alguna referencia a las telenovelas: “*Betty, la fea*” y “*La verdad de Laura*”.

5.2.10. Alternativas a la televisión en el tiempo libre

Todos los niños encuentran otras posibilidades que puedan suplir a la televisión en su tiempo libre, salvo dos casos excepcionales que mantienen que: “*lo que más me gusta es ver la televisión*”, “*nada, me gusta lo que más, o jugar a la play*” (A2 a).

La propuesta más nombrada es jugar con amigos o familiares, de lo que se desprende, de nuevo, la relevancia que otorgan a la socialización en este nivel de edad. Desde la misma perspectiva, algunos de los participantes optan por conversar o visitar a familiares, amigos o vecinos.

La compañía, por tanto, es un factor clave en su tiempo libre, lo que también se advierte en que las actividades realizadas en solitario sean menos nombradas. Por ejemplo, el hecho de jugar a la videoconsola o al ordenador es mucho menos destacado que jugar con amigos. En este apartado, hacer los deberes es una

actividad poco nombrada, posiblemente, por su carácter obligatorio. Y, en contraposición, consideran la lectura como una alternativa interesante a la hora de sustituirla por el medio televisivo, incluso más que jugar a la videoconsola o al ordenador.

Por otra parte, entre los grupos que acostumbran a consumir más de dos horas de televisión al día, se percibe un especial interés por salir de su casa, lo que no se observa entre quienes presentan un consumo menor de dicha cantidad. Así, encontramos deseos de *“contemplar qué pasa ahí fuera”* (A1 a); *“jugar en la calle”* o *“en un parque”* (C2 c); *“bajar a la calle”* (E1 a); *“ir por ahí”* o *“ir de excursión”* (E2 a), entre otros.

5.2.11. Cambios en la televisión actual

Entre los grupos de niños de 7 a 9 años, la principal demanda al medio televisivo es el incremento de la programación infantil, con más dibujos animados y series de animación (A1 a; A2 a; B2 b; C1 c; C2 c; D1 d). Sin embargo, los grupos de niños más mayores piden otro tipo de contenidos, como *“poner películas más buenas que normalmente no ponen”* (E2 a), *“un canal para series chulas, como ‘Los Simpson’ y otro sólo para películas de acción”* (F2 b), *“(cambiaría los programas de ‘cotilleo’) por series que nos gustan... siempre las series las ponen muy tarde”* (G2 c), *“...cambiaría la hora de ‘Los Simpson’ para poder verla, que me gusta mucho”* (H2 b).

Por otro lado, volvemos a constatar que los niños rechazan los anuncios de publicidad porque señalan que las cadenas les destinan excesivo tiempo y porque consideran que sus contenidos suponen un engaño (C1 c; D2 d).

En cuanto a los programas, eliminarían los del corazón, de los que realizan valoraciones tan negativas como las que siguen:

- Niño grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “... Y las cosas que no son divertidas, las cosas de **horteradas**, como ‘Mamma Mía’ y eso, las cosas de cotilleo, que quitaran eso”.
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “los programas de cotilleo porque es un **rollo** y **la gente se gana la vida así, mejor trabajar**” (además de calificar como “rollo” este tipo de espacios, cuestiona la dignidad laboral de quienes salen en esos programas).
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Los programas del corazón me parece que **se meten donde no les llaman...**” (referencia a la intromisión en la vida privada).

Los niños desapruaban más los contenidos negativos en los géneros informativos que en los de ficción. Las causas de esta objeción se deben a que aprenden conductas negativas que pueden desencadenar comportamientos imitativos y a que la sobresaturación de ese tipo de noticias puede generar insensibilidad:

- Niño grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Los informativos porque **no me gustan las cosas malas que enseñan ahí**”.
- Niña grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Las **noticias malas** porque **dan ideas, uno mató a su familia**”.
- Niña grupo B1 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Las noticias, **me aburro** viendo cómo dicen todos los días que han **matado** a alguien, ha habido un **accidente...**”.

Aunque, en menor medida, también indican que quitarían los espacios de ficción con temática violenta o de terror, desde películas (F1 b; F2 b; G1 c) hasta dibujos animados (H1 d), los cuales cambiarían por contenidos “*más educativos, como documentales o Pasapalabra...*” o por “*dibujos animados normales*”.

5.2.12. Modos de participación en televisión

El término “participación” no lo interpretan en el sentido de poder intervenir como ciudadanos en la propuesta de contenidos o en la aportación de sugerencias y críticas al medio, atendiendo a la finalidad de servicio público que deben de perseguir las cadenas de televisión. Lo entienden como salir en pantalla, como profesionales (actores de series o películas, protagonistas en anuncios, modelos, periodistas o comentaristas deportivos), como concursantes (en juegos o programas “*de inteligencia*”, en concursos “*de saber*”, cantando en “*Operación Triunfo*”, saliendo en “*Gran Hermano*”,...), como espectadores (colaborando como público o ayudando estando con otros niños) o como fuente (“*diciendo cosas de mi colegio*”, como deportistas o realizando expediciones de arqueología).

5.2.13. ¿Habéis pasado miedo viendo la televisión...?

Los contenidos televisivos que más les han impactado son las películas de terror, de suspense (“de sustos” o “tensión”) y violencia (“disparos”). En tales casos, se acuerdan del título, detallan las escenas que les provocaron la reacción de miedo y, a veces, las condiciones de visionado en las que se encontraban.

- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*En las películas de miedo, a veces, pero que sean muy de miedo, por ejemplo **Scream**, salió una imagen y me dio **un susto: te sale la música de tensión y, de repente, le clavan un cuchillo a uno, pues te da susto***”.

- Niña grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“De pequeña, que mis padres alquilaron **Jurassic Park** y vi un poco y me di un susto (en una escena) que **se comía una cabra o algo así**”.*
- Niña grupo H2 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“...viendo una película, **estaba sola en casa, mis padres no llegaban hasta muy tarde** y pasé miedo”.*
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Yo estaba en casa de mi tía Manueli que tiene un niño chiquitín y estaba ayudándole a hacer la papilla y vamos al comedor a coger el biberón y estaba mi tío viendo la... esto, ¿cómo se llama?, no me acuerdo, una película que... como del **Silencio de los corderos** y, como tiene DVD, lo pone como de más miedo... y **pasé y sólo vi esa imagen y tuve mucho miedo**”.*

Además de permanecer en su memoria lo más impactante durante un largo periodo de tiempo, también relatan las consecuencias inmediatas que puede tener la representación visual de escenas de películas que les impresionan.

- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Alguna vez, con un amigo por la noche y a oscuras, no es que pasé miedo, pero a la hora de irte a la cama, **le das vueltas** y piensas que vas **a tener pesadillas**, luego no las tienes, pero le das vueltas”.*
- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“A mí, me gustan las películas de terror, pero **a la hora de dormir me quedo flipado**”.*

- **IMAGEN 1:** Serie de dibujos animados “*Los tres amigos y Jerry*” (emitida dentro del contenedor “*Club Megatrix*” de Antena 3 TV). Capítulo: “*Lección de supervivencia*”⁶.

Esta secuencia se incluye con el fin de contextualizar los aspectos más destacados de los dos primeros bloques temáticos, relativos a la cantidad de tiempo que los niños destinan a ver la televisión al día y las consecuencias que advierten que puede tener para ellos un consumo desmedido.

La mayoría de los grupos compuestos por niños entre 7 y 9 años sólo describen o interpretan de manera superficial y fragmentaria esta secuencia. Lo que más les impacta son las repercusiones negativas que puede tener para la vista un elevado consumo y a las que hace referencia uno de los padres de los protagonistas: “*les van a reventar los ojos*”. Sin embargo, cada niño lo replantea de un modo, de forma más o menos drástica, incluso algunos de manera tremendista - desde irritar los ojos hasta quedarse ciego-:

- Niños grupo B1 b (7-9 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven):
 - “*No hay que ver mucha televisión porque **te puedes quitar un poco la vista**”.*
 - “*Es cierto, si la ves mucho rato **te puedes quedar ciego**. No tenemos que ver tanta televisión”.*
 - “*No hay que ver mucha televisión, **te irrita los ojos**”.*

⁶ Véase la descripción y finalidad de las distintas imágenes que se expusieron en las diferentes sesiones, dentro del Anexo VII.

- Niños grupo D2 d (7-9 años, ven menos de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven):
 - *“Mal, no se puede estar tanto tiempo viendo la televisión, **te puedes quedar ciego**”.*
 - *“No me gusta ver la televisión porque **te puedes quedar ciego**”.*

Además, algunos niños de ese estrato de edad, que ven más de dos horas la televisión y no dialogan con los padres (C2 c), llegan a confundir o a modificar el sentido del mensaje. Por ejemplo, un niño se limita a afirmar que el padre apaga la televisión porque estaba leyendo el periódico y otros mencionan que en la tele, en lugar de en el periódico, se informa de que los niños que ven la televisión “se convierten en ladrones” y no “en delincuentes”, como podemos transcribir textualmente de las imágenes.

- *“Estaban leyendo y gritando y el padre como estaba leyendo el periódico y no lo estaba viendo le ha apagado la tele”.*
- *“El padre estaba mirando el periódico y se da cuenta de que en la tele dicen algo de que se hacen ladrones los niños”.*
- *“Que si los niños ven mucho la tele se convierten en ladrones y el padre discutiendo que tenía que quitar la tele”.*

De manera contraria, los grupos compuestos por niños entre 10 y 12 años que dialogan con los padres suelen interpretar las imágenes con juicios más razonados. Por una parte, opinan que en la secuencia se exagera mucho y cuestionan el hecho de que los niños se conviertan en delincuentes por ver mucha televisión. Para ellos, es muy extremo, dado que si se dosifica el consumo, no es tan perjudicial:

- Niños grupo E2 a (10-12 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven):
 - *“No es para tanto lo de la televisión, pues a lo mejor te enganchas, pero tampoco pasa nada, **total por verla un rato, tampoco vas a ser un delincuente de mayor**”.*
 - *“Yo creo que **lo exageran mucho** lo de la tele, eso en algunas cosas tienen razón pero en lo del delincuente no creo, porque **si la ves media hora no creo que te vayas a convertir en un delincuente**”.*
- Niños grupo F2 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven):
 - *“Están todos **indignados** porque ven mucha televisión. Yo creo que esto **no es del todo verdad**, porque dicen que los niños que más ven la tele tienen más posibilidades de ser delincuentes. Creo que **es mentira. Yo por ver a mi padre fumar no tengo más posibilidades de fumar**”.*
 - *“Es **un poco irreal. Depende un poco de lo que veas. Si ves todos los días Heidi y Marco, seguro que no eres un delincuente, pero si ves mucha violencia y te metes en la cabeza que eso es malo no tienes porqué acabar siendo delincuente, pero tal vez sí hay alguna posibilidad...**”.*

Y, desde otra perspectiva, manifiestan algunos juicios críticos a la televisión y plantean posibles alternativas que, según el criterio de los niños, son más provechosas que el consumo continuado de este medio de comunicación.

- Niños grupo F1 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven):
 - *“Pues que está bien **que los padres se lo digan a los hijos y que los eduquen bien porque si no estar todo el día delante del televisor no tiene gracia, podían dar un paseo, por ejemplo. ¡Hombre!, si es invierno, pues a los deberes y que se entretengan con los juegos...**”.*

- “Yo pienso que es **mejor leer que ver la tele**, hay más cosas **interesantes escritas en los libros que puestas en la televisión**”.
- “Y, luego, encima **aprendes más palabras que en la televisión que sólo hay violencia**”. (Definen la violencia como “la gente que mata y las guerras” y como “personas que maltratan en algún aspecto”).

Por el contrario, los grupos de niños entre 10 y 12 años, que no acostumbran a dialogar con los padres en relación a los contenidos televisivos, se limitan a describir o a considerar aspectos parciales de las imágenes y, en algunos casos, no comprenden totalmente el contenido del mensaje que se propone. De este modo, sus actuaciones se aproximan más a las de los niños entre 7 y 9 años que a las de los niños de su misma edad que acostumbran a dialogar con los padres. Veamos algunos ejemplos:

- Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Los niños se van a convertir en delincuentes*” (da por hecho esa información de forma absoluta, sin más explicaciones o matices).
- Niño grupo H2 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Un poco salvaje lo que dicen porque todo el rato dando gritos...*” (simplemente, se fija en la forma de exposición pero no en el contenido).
- Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*El padre le dice al hijo que si ve mucho la tele tiene el doble de posibilidad de ser delincuente y que van a ir todos los del colegio a hacer una excursión en plena naturaleza para que se olviden de la televisión*” (Cuando esto último es una alternativa que se plantea para que los niños no vean tanta televisión y no una actividad como tal).

5.2.14. Tipo de programas que ven con los padres

Los padres que acostumbran a ver con sus hijos los programas que más les gustan, por ejemplo las series de dibujos animados, son pocos. De esta manera, suelen anteponer el criterio de ver sólo sus programas preferidos, al de compartir el tiempo destinado a ver la televisión junto con los niños o, al menos, ceder en parte y ver algunos espacios.

Sin embargo, mucho más frecuente es que los niños vean junto con los padres series familiares (entre otras, citan “*Ana y los siete*”, “*Cuéntame*”, “*Al salir de clase*” o “*Compañeros*”) o programas (“*Gran Hermano*”, “*El club de la comedia*”, “*Pasapalabra*” o “*Saber y ganar*”) que son del gusto de todos.

También suelen ver con ellos los informativos, lo que puede deberse a que para los niños es importante compartir ese tiempo con los padres y no a que este tipo de espacios formen parte de sus preferencias, ya que cabe recordar que no los nombran entre sus programas favoritos.

Los largometrajes son otros espacios que están habituados a ver junto a sus padres. Además de las calificadas por los niños como “*películas normales*”, algunos ven con ellos películas “*de acción*” y “*de miedo*” (D1 d; E1 a).

5.2.15. Diálogo con los padres respecto a lo que ven en televisión y preguntas acerca de lo que no entienden

Durante el visionado es el momento en el que los niños suelen conversar con los padres respecto a lo que ven en televisión. En algunas familias, también se conversa cuando finaliza la emisión o se aprovechan para ello los descansos publicitarios.

Entre los aspectos que suelen tratar con los padres, exponen su opinión respecto a las emisiones y los cambios que introducirían en la programación. Además, comentan posibles fallos en la realización de películas o se adentran en el significado de los contenidos informativos:

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): "(Hablo con mis padres de...) *mi **opinión** de la película o de la serie y si deberían **cambiar alguna cosa***".
- Niños grupo E2 a (10-12 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven):
 - "De los **fallos** que tienen las películas y si están bien hechas"
 - "De las **cosas que hablan en el mundo...**"
 - "Por ejemplo, porqué lapidan a las mujeres que son adúlteras"
 - "Porqué las apedrean ahí, y luego hacen el concurso Miss Universo justo en el país que las lapidan, eso no lo entiendo"...

Como se aprecia en las últimas citas, mediante el diálogo, los niños llegan a comprender el significado de algunas noticias que resultan complejas en este nivel de edad.

En ocasiones, los niños que no suelen dialogar con los padres respecto a lo visto en televisión indican que, excepcional o puntualmente, les preguntan alguna palabra o aspecto concreto que no comprenden.

- Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): "*Cuando salen los anuncios, si hay una palabra que no entienda, pero algunas veces*".
- Niño grupo H2 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): "*Sí, cuando oigo alguna palabra rara o algo de las noticias que no entiendo*".

Sin embargo, para quienes sí dialogan habitualmente con los padres la diversidad de cuestiones que les preguntan cuando no conocen algo es mucho más amplia. No se trata sólo de términos aislados, sino de profundizar en todo tipo de temas:

- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Ya sea **de sexo, de política... lo que sea**. No tengo vergüenza”.
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**Por ejemplo, en Afganistán** estaban con bombas y con cosas y se lo pregunté a mi padre, que porqué hacían eso, **yo no lo entendía y me lo explicaron**”.
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ven más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “... Por ejemplo, dicen cosas como **la Guerra del Golfo** que **yo no sé**, entonces si te dicen algo en el ‘Telediario’, o alguna guerra o algo así, pues **yo pregunto que qué era la Guerra del Golfo o qué pasó**”.

- **IMAGEN 2: Spot Telecinco: “Ver la televisión con personas mayores es mucho mejor”.**

Casi todos los grupos encuentran positivo el hecho de compartir el tiempo de exposición al medio televisivo con los padres, independientemente de que para algunos de ellos no sea una práctica habitual. Entre las ventajas que mencionan, destacan las siguientes:

- Preguntar lo que no entienden para ayudarles a resolver dudas. La mayoría de los grupos citan este incentivo, principalmente, los que acostumbran a dialogar con los padres en relación a los contenidos televisivos:
 - Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...A lo mejor no entiendes algo o te parece raro, se lo preguntas a ellos. **Si no tienes a nadie, a quién preguntárselo...**”.
 - Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Los padres si no entiendes algo te pueden explicar eso o algo derivado de eso, te lo pueden explicar y **darte una explicación más educativa**”.
- Conversar con ellos acerca de lo que ven durante el proceso de visionado y poder contrastar su opinión con otras similares o diferentes, para ampliar el punto de vista de cada uno de los temas que se planteen:
 - Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “(Ver televisión con los padres me aporta)... **más educación, ver de otra forma las cosas que ves**”.
 - Niño grupo E2 a (10-12 años, ven más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...Para **comentar las cosas, preguntarles dudas, hablar de distintas opiniones que tenemos sobre las cosas que pasan en el mundo y cosas así**”.

- Contar con una orientación acerca de los contenidos que pueden ver y los que no son especialmente acordes a su edad. Esta función también resulta más interesante para quienes acostumbran a conversar respecto a los contenidos televisivos con los padres:
 - Niña grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Si echan algo que no te gusta, **si no están**, no sabes si es bueno o malo la película y **no sabes si la tienes que quitar o no**”.*
 - Niños grupo E1 a (10-12 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“**Si no puedes ver algo te lo dicen**”, “**Si algo está mal, no te dejan que lo veas**”.*

- Tener compañía durante el visionado. En esta función, los padres se limitarían a cumplir la misión de que sus hijos no permanezcan solos. Es una utilidad que se aborda sólo en grupos que no suelen dialogar con los padres.
 - Niño grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“**Positivo, que estás acompañado y, negativo, que no te dejan el sofá entero para tí**”.*
 - Niña grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“**Estoy con mi familia y me divierto**”.*

En cuanto a los aspectos negativos o inconvenientes que tiene para los niños ver la televisión con sus padres, apreciamos diferencias en función de los grupos a los que pertenecen. De este modo, para la mayoría de los grupos entre 10 y 12 años que suelen dialogar con los padres todo son ventajas (F1 b, E1 a y E2 a). Sin embargo, los entre 7 y 9 años que también conversan con los padres no coinciden en que todo sea favorable, ya que consideran que no tienen los mismos gustos que ellos y tienen que ver espacios que no les agradan, entre ellos los noticiarios, los cuales no forman parte de sus preferencias.

- Niño grupo A2 a (7-9 años, ven más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Ver la tele con personas mayores es **mucho peor** porque, **en vez de ‘Los Simpson’, tengo que ver el ‘Telediario’**”.*
- Niño grupo B2 b (7-9 años, ven menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Estoy viendo la tele, **vienen mis padres y se pone el ‘Telediario’**”.*

En otros grupos que no suelen dialogar con los padres, también surge ese inconveniente, hasta el punto que indican que cuando sus padres prefieren ver otras cosas, llegan a “*deshacerse*” de ellos y siempre ven lo que desean sin dar gusto al niño en sus elecciones televisivas:

- Niños grupo D1 d (7-9 años, ven menos de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): “*Mi padre me preguntó: ¿qué ves?. Yo le dije: ‘Pokémon’ y **me querían echar de la tele. Se deshacen de tí**”; “*Ellos quieren ver las noticias y te quitan los dibujos*”.*
- Niño grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Tú quieres poner una serie o una peli tuya y **los padres dicen que no, que eso no les gusta**”.*
- Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Saben que a mí no me gusta algo, **pero a ellos sí les gusta, y lo ponen**”.*

5.3. PERCEPCIÓN DE VALORES Y CONTRAVALORES EN VARIAS SECUENCIAS DE IMÁGENES

Atendiendo a la escala de niveles de actividad que incluimos en el primer capítulo de la presente tesis⁷, reflejaremos de qué manera se comportan los participantes en cada uno de los grupos cuando perciben las distintas secuencias de imágenes seleccionadas⁸ que se introducen dentro de este bloque temático⁹. Posteriormente, realizaremos comparaciones en función de las variables que configuran este estudio, con el fin de refutar o rechazar las hipótesis expuestas al inicio de esta investigación. Asimismo, trataremos como los participantes en los grupos de discusión nombran los diferentes *valores* y *contravalores*¹⁰ presentes, de manera directa o indirecta, en las secuencias expuestas.

En este apartado, también cabe reiterar que los comportamientos de los integrantes en los grupos de discusión no son generalizables al total de la población con similares características, sino que únicamente nos limitaremos a perfilar y analizar tendencias en el marco de la presente tesis.

⁷ Dentro del epígrafe 1.2.6., referente al “*Diseño del análisis de datos*”.

⁸ En los distintos cuadros, se especifican las diversas maneras de comportarse ante los mensajes televisivos por parte de los sujetos pertenecientes a cada grupo, de tal forma que, si cada uno de los integrantes actúa de un modo diferente, se recogerán cada una de ellas y, si se trata de una actitud general por parte de todos los integrantes, se introducirá una sola vez, por lo que habrá que interpretarla de forma extensible para todo el grupo. Por otro lado, en los casos en los que se percibe el mensaje erróneamente se distinguirá mediante el uso del color rojo y la negrita.

⁹ Se corresponden con las secuencias que van de la imagen 3 a la 9, ambas inclusive. Véase la descripción de cada una de ellas en el Anexo VII.

¹⁰ La acepción del Diccionario de la Real Academia Española (2001) más próxima a nuestra definición operativa sería la décima: “*Cualidad que poseen algunas realidades, consideradas bienes, por lo cual son estimables...*”, pág. 1540. De esta manera, entendemos los valores como los “*aspectos que son considerados positivos o apreciables, en el caso que nos ocupa, en la reinterpretación de mensajes audiovisuales...*”. Además, la citada definición de la RAE se completa del siguiente modo: “*Los valores tienen polaridad en cuanto son positivos o negativos y jerarquía en cuanto son superiores o inferiores*”. Por este motivo, a los valores en sentido negativo los nombramos en nuestro estudio como *contravalores*, al darles el significado opuesto al de los valores.

Por otra parte, antes de pasar a clasificar cuales fueron los modos de actuación de los niños tras el visionado de cada una de las imágenes, en función de sus grados de implicación, recordamos a modo de glosario la definición operativa que hemos dado a cada uno de los conceptos:

- **Nivel 0 (muy bajo):**
 - “*Otra elección*”: El niño decide no ver las imágenes o realiza otras actividades.

- **Nivel 1 (bajo):** Con dos posibilidades:
 - “*No reacciona*”: Se queda impasible.
 - “*Solo gestos*”: Responde de manera gestual, mueve el rostro, los brazos, se desplaza,...

- **Nivel 2 (medio):**
 - “*Sí/no*”: Responde con monosílabos.
 - “*Describe*”: Informa acerca de lo que mira.

- **Nivel 3 (alto):**
 - “*Interpreta*”: Explica el sentido del mensaje, en función de como ha comprendido su significado.
 - “*Opina*”: Valora con argumentos el mensaje desde una visión subjetiva, da su parecer al respecto.

- **Nivel 4 (muy alto):**
 - “*Compara*”: Establece relaciones con lo ya conocido.
 - “*Aplica*”: Participa, ofrece alternativas y propuestas, crea otros escenarios,...

- **IMAGEN 3: Serie “Blooson”. Tema: Consumo de alcohol.**

CUADRO NIVELES DE ACTIVIDAD

Variable	Edad	7- 9 años								10-12 años							
	Mediación paterna	Diálogo con padres				No diálogo con padres				Diálogo con padres				No diálogo con padres			
	Tiempo exposición	Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV	
Niveles	Actuación/grupo	A1 a	A2 a	B1 b	B2 b	C1 c	C2 c	D1 d	D2 d	E1 a	E2a	F1 b	F2 b	G1 c	G2 c	H1 d	H2 d
	NO ENTIENDE																X
0	OTRA ELEC.																
1	NO REACCIÓN				X												
	GESTOS																
2	SÍ/NO																
	DESCRIBE	X		X			X X	X			X			X	X		
3	INTERPRETA	X				X			X		X			X	X		X
	OPINA		X	X	X	X	X			X	X	X	X	X	X	X	X
	COMPARA				X								X				
	APLICA											X	X				

En el caso de esta secuencia perteneciente a la serie juvenil “Blooson”¹¹, la mayor parte de las percepciones se instauran en un “nivel alto de actividad”, dentro de las modalidades de *interpretaciones* y *opiniones*, ya que, o bien explican el significado que tiene el mensaje según lo han comprendido o lo valoran desde una visión subjetiva.

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Me parece mal lo que hacen porque de pequeños te puede afectar al estómago o a sitios así*”.

¹¹ Véase la descripción de esta secuencia, junto con la de cada una de las imágenes que se exponen a continuación, dentro del Anexo VII.

- Niño grupo D2 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Te puedes morir, te emborrachas, te puede pasar algo muy grave”*.
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Estaban bebiendo las niñas y eso no se tiene que hacer y eso te da una mala imagen en la tele de que las niñas no tienen que beber”*.
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Muy irresponsables, aprovecharse de que los padres no están para ponerse ahí a beber alcohol, muy irresponsables”*.

En función de la variable cantidad de tiempo que destinan al día a ver la televisión, en los grupos que ven más de horas se registran varias *descripciones*, integradas en el “nivel de actividad medio”, puesto que simplemente informan acerca de lo que miran.

- Niño grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“La chica no quería tomar alcohol porque decía que es malo y la otra se toma el alcohol y lo echa todo”*.
- Niña grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Son dos chicas que estaban preparando una bebida. Una no quería beber porque creía que le pasaría lo mismo que a un amigo suyo. A la otra, no le importaba que le pasara eso, se lo bebe y se lo escupe a la otra”*.
- Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Las dos estaban mezclando bebidas y una tenía miedo porque su hermano se había puesto con la bebida y le podía pasar lo mismo a ella porque como eran los mismos genes...”*.

Por otro lado, entre los niños que ven menos de dos horas y suelen dialogar con los padres respecto a lo visto en televisión, encontramos algunos casos que actúan mediante *comparaciones* o *aplicaciones*, que responden a un “nivel muy alto de actividad”. En este sentido, relacionan el mensaje con conocimientos o experiencias previas u ofrecen otras alternativas.

- Niño grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*En el ‘Programa de Patricia’, fue un niño con su madre y decía que fumaba porque quería ligar*”.
- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Hay algunas bebidas que son malísimas. Hay una rusa con muchos grados, que la beben los que no tienen casa y están totalmente borrachos y el alcohol les da calor*”.

Se evidencian más situaciones de *descripción* o *interpretación* entre quienes su consumo es superior a las dos horas al día, mientras que algunos niños cuyas prácticas televisivas no alcanzan dicha cantidad diaria llegan a un “nivel muy alto de actividad” (*comparación* y *aplicación*).

En cuanto al diálogo con los padres, también se constatan diferencias, con más registros de *descripciones* e *interpretaciones* entre quienes no suelen conversar con los padres y *comparaciones* y *aplicaciones* en casos en los que el diálogo sí es una práctica habitual.

Tras el análisis del contenido de los discursos, clasificamos los distintos *contravalores* que los niños detallan, en función de los siguientes parámetros:

CUADRO CONTRAVALORES

HECHO	CAUSAS	CONSECUENCIAS
- <i>irresponsabilidad</i> . - (desobediencia). (uso adjetivos: <i>malo</i> , <i>malísimo</i> , <i>terrorífico</i> , <i>espantoso</i> , <i>tonto</i>).	- (incitación). - (imitación).	- <i>borrachera</i> . - <i>enfermedad</i> , <i>daño</i> , <i>perjuicio</i> para la salud (varios ejemplos). - <i>enganche</i> , <i>drogadicción</i> . - <i>muerte</i> .

En casi todos los grupos, perciben el tema del que trata esta secuencia: el carácter negativo de que los niños o adolescentes ingieran bebidas alcohólicas o se inicien en el consumo de alcohol. De esta forma, nos encontramos con las siguientes exposiciones: “los **niños** no pueden beber eso”, “**adolescentes** que toman alcohol y no deben”, “de **pequeños** te puede afectar al estómago”, “malo para los **jóvenes**”, “beber es malo porque son **menores**”, “si **no tienes 18 años**, no está bien que pruebes la bebida, son todavía muy **pequeños**”, “cosas que no son convenientes **a esa edad**”,...

Los niños entre 7 y 9 años se limitan a adjudicar a la bebida determinadas consecuencias negativas en tres vertientes¹²:

- Para la salud: “te puede hacer **daño** y hasta te puede **matar**” (A1 a); “te puede afectar al estómago o a sitios así”, “se pueden volver locos” (B2)

¹² Los términos que hemos clasificado como *contravalores* se destacan en negrita, el resto hacen alusión a perjuicios concretos que puede tener el alcohol para la salud. No obstante, como puede contrastarse con el cuadro de referencia, anteriormente, hemos renombrado dichos términos como sustantivos abstractos con el propósito de dotarles de forma de *valor/contravalor*.

b); “se pueden **drogar** y **emborrachar**” (C1 c); “se te pone la tripa mala”, “te puede dar un cáncer” (C2 c); “te puede **enfermar**”, “te intoxica la tripa” (D2 d).

- Familiares: “vienen los padres y te regañan” (C1 c).
- Genéricas: “a lo mejor te puede entrar algo” (B1 b); “te puede pasar algo muy grave” (D2 d).

Quienes se encuentran en el tramo de edades entre 10 y 12 años mencionan, además de efectos similares a los indicados -“le puede dar un cólico” (E1 a); “les puede pasar algo, **perjudica** mucho”; “te puede dar una coma etílica” (G2 c); “luego te **enganchas**”, “es malo para el cuerpo y para los glóbulos rojos” (H1 d)-, también las causas, relativas a la **incitación** a beber alcohol por parte de amigos o a la **imitación** de este tipo de conductas:

- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “mis amigos no tienen derecho a **arrojarme a mí a la bebida...** La amiga de Blooson **le está arrojando a beber...**”.
- Niños grupo G1 c (10-12 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): “La otra la estaba **obligando a que bebiera**”, “La otra le estaba **diciendo que bebiera** porque quería el mal para ella”, “La chica que no quería beber tenía su personalidad, la otra **le estaba diciendo que bebiera, que no pasaba nada...**”.

Precisamente, esta última cita hace referencia al *valor* (en sentido positivo) de no imitar este tipo de comportamientos por tener criterio propio o personalidad. En este sentido, en este grupo de edad, algunos niños cuestionan la utilidad de beber alcohol y también advierten la importancia que tiene no dejarse influir por los amigos:

- Niña grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*¿Qué tiene de especial beber? no sé..., ¿para qué sirve?*”.
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*...saber decir no a las drogas o a cualquier cosa así o a la bebida y mirar el ejemplo de los demás y qué les pasa y las consecuencias que tiene el beber*”.
- Niños grupo G1 c (10-12 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): “*La chica no quería beber porque sabía que era malo*”, “*La chica no iba a seguir su consejo*”, “*No quiso beber y eso me parece muy bien*”, “*ha tenido su propia personalidad*”.

Además, el hecho de beber alcohol o de iniciarse en su consumo lo califican mediante el uso de los adjetivos, con significado peyorativo: “*malísimo, terrorífico, espantoso, tonto*” y como un acto de **irresponsabilidad** e, indirectamente, de **desobediencia**, ya que, estiman que no se comportan según las pautas que les dan sus padres:

- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Como dice ella, que son muy irresponsables y, además, si por ejemplo sus padres les dicen que no beban alcohol y ellas beben igual pueden hacer que si les dicen que no se tiren de un puente y ellas se tiran*”.

Atendiendo a la cantidad de consumo, quienes acostumbran a ver la televisión menos de dos horas diarias suelen leer el contenido del mensaje planteándose, en mayor medida, los efectos contraproducentes que tiene beber alcohol para los menores de edad.

Las principales fuentes por las que cuentan los niños con referencias respecto al tema del consumo del alcohol son los padres y la televisión:

- Niño grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“lo he hablado con mis padres, es malo porque te puede causar una enfermedad grave. Te puede pasar algo”*.
- Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“A mí, me dicen mis padres que no beba y que no tome drogas porque es malo, que tenga cuidado cuando vaya a las discotecas, que tenga mi propia personalidad, que si me dicen: ‘toma, que no pasa nada’, les diga que no”*.
- Niño grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“(¿Habéis hablado de este tema con alguien?). El tema del alcohol, sí, en las noticias, en el botellón, es una fiesta, un grupo de niños pequeños o hermanos de quince años, que van a comprar bebida a una tienda y por la noche, a partir de la una, están bebiendo cerveza”*.
- Niño grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Si bebes mucho todos los días, es malo y te puede dar un cáncer. (¿Quién te ha explicado eso?) Nadie, a veces lo veo en la tele”*.

- **IMAGEN 4:** Serie “*Compañeros*”. Tema: Consumo de alcohol.

CUADRO NIVELES DE ACTIVIDAD

Variable	Edad	7- 9 años								10-12 años							
	Mediación paterna	Diálogo con padres				No diálogo con padres				Diálogo con padres				No diálogo con padres			
	Tiempo exposición	Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV	
Niveles	Actuación/grupo	A1 a	A2 a	B1 b	B2 b	C1 c	C2 c	D1 d	D2 d	E1 a	E2a	F1 b	F2 b	G1 c	G2 c	H1 d	H2 d
-	NO ENTIENDE																
0	OTRA ELEC.																
1	NO REACCIÓN																
	GESTOS																
2	SÍ/NO																
	DESCRIBE	X			X	X	X	X	X					X			
3	INTERPRETA			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		X	
	OPINA	X	X	X			X			X	X	X	X		X	X	X
	COMPARA										X						
	APLICA																

En el cuadro precedente, observamos como la mayoría de las percepciones de esta secuencia se sitúan en la banda de las *interpretaciones* y las *opiniones*, correspondiéndose con un “nivel alto de actividad”. Veamos algunos ejemplos:

- Niña grupo B1 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Estaba emborrachada, puede desmayarse en cualquier momento, puede hacer daño a alguien..., y coger una enfermedad*”.
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*La bebida es muy mala, es adicta y puedes perder muchas cosas: hijos, amigos, el trabajo*”.

- Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Beber güisqui está muy mal y es triste, si tienes menores, por si le pasa algo al que bebe”*.

Mientras que entre los niños de 10 a 12 años de edad encontramos más *opiniones*, los de 7 a 9 años se limitan, con mucha mayor frecuencia, a actuar mediante *descripciones*.

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Estaba bebiendo y su hijo le iba a dar un beso y le dice que se fuera”*.
- Niño grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“El niño se pone a llorar y ella está borracha de tanto alcohol”*.

Y, en relación al diálogo con los padres, dentro de niños entre 7 y 9 años, se aprecia que quienes acostumbran a conversar respecto a lo visto en televisión alcanzan un grado más elevado de actividad, más próximo a las respuestas de los niños con edades superiores que a las de sus semejantes que no suelen dialogar con los padres. De esta manera, estos últimos centran sus discursos en *descripciones e interpretaciones* y quienes conversan con los padres *opinan*, en mayor medida.

En lo referente a la variable cantidad de consumo diario, dentro de los grupos de 7 a 9 años, quienes acostumbran a ver menos de dos horas diarias la televisión perciben mejor los *contravalores* que están insertos en esta secuencia televisiva y que denominan del siguiente modo: *“emborrachar”, “morir”, “hacer daño”, “enfermedad”, “riesgos de morir”, “borracha”, “no es consciente”, “ha perdido el trabajo”, ...* A continuación, completamos el listado de los aspectos negativos que los niños captan en las imágenes:

CUADRO CONTRAVALORES

HECHO	CAUSAS	CONSECUENCIAS
- <i>borrachera.</i> - <i>alcoholismo.</i> - <i>enganche.</i> - <i>adicción.</i>	- <i>inconsciencia.</i> - (debilidad: <i>no tener fuerza de voluntad.</i>)	- salud: <i>enfermedad, riesgo, muerte</i> , otros perjuicios (ejemplos). - efectos en entorno familiar: <i>daño a alguien</i> (maltrato, agresión, rechazo), <i>sufrimiento.</i> - <i>pérdida</i> (familia, trabajo, dinero, amigos, salud).

Las principales causas que atribuyen a que la protagonista de esta serie se haya convertido en adicta al alcohol son la **inconsciencia** y la **debilidad**, como indican en los siguientes términos:

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Se ha puesto a beber y **no es consciente de lo que hace**, es por el alcohol*”.
- Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Está borracha y **no sabe lo que hace**, pero luego se arrepiente, no hay nada positivo*”.
- Niña grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*La madre **no tenía fuerza de voluntad para dejarlo** y todos le estaban intentando ayudar para que lo dejara*”.

El hecho que trata esta secuencia es el **alcoholismo**, mediante la imagen de alguien que está **borracha** y ha perdido todo debido a su **enganche** o **adicción**. En la mayoría de los grupos, se advierte esta circunstancia, se valora de manera peyorativa: “*está mal*”, “*está fatal*” y se exponen las posibles consecuencias nefastas que puede generar, tanto en lo concerniente a los perjuicios para la salud -*enfermedad, riesgo, muerte, mareo, desmayo, caerse al suelo*, etc.- como en el

entorno familiar: “*el niño va a **sufrir** (por ver así a su madre)” (F1 b); “*puedes **perder** muchas cosas, la familia, el trabajo...*” (E2 a); “***trata mal** a las demás personas (maltrato)” (C2 c); “*les pega a todos tortas (agresión)” (C2 c); “**rechaza** a su hijo” (B2 b).***

- **IMAGEN 5:** Noticia “*Viajes de ensueño*”. Tema: Gasto desmedido.

CUADRO NIVELES DE ACTIVIDAD

Variable	Edad	7- 9 años								10-12 años							
	Mediación paterna	Diálogo con padres				No diálogo con padres				Diálogo con padres				No diálogo con padres			
	Tiempo exposición	Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV	
Niveles	Actuación/grupo	A1 a	A2 a	B1 b	B2 b	C1 c	C2 c	D1 d	D2 d	E1 a	E2a	F1 b	F2 b	G1 c	G2 c	H1 d	H2 d
-	NO ENTIENDE						X										
0	OTRA ELEC.																
1	NO REACCIÓN																
	GESTOS																
2	SÍ/NO																
	DESCRIBE	X		X			X	X									
3	INTERPRETA	X			X X	X			X	X	X			X	X	X	X
	OPINA		X	X	X					X	X	X	X	X	X		X
	COMPARA												X				
	APLICA											X					

Al igual que en los casos anteriores, también en esta secuencia el estadio de actividad en el que se centran las percepciones coincide con el correspondiente al nivel 3. Véanse los siguientes ejemplos relativos a algunas *interpretaciones* y *opiniones* expuestas, en los que se incluyen juicios críticos respecto al mensaje que se contempla:

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Lo que no me ha gustado es que tenían mucha publicidad y que **abusaban** bastante en decir lo del crucero. Hay gente que no puede hacer ese crucero porque **cuesta mucho** o por el trabajo*”.
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*A mí, no me parece bien porque hay **limitaciones**, porque es*

sólo para la gente **rica**, o sea, si tú tienes el dinero suficiente vas, pero nadie suele tener tanto dinero. Es ponerle **limitaciones** a todo y está bien que haya barcos así, pero son **demasiado caros**".

- Niños grupo G2 c (10-12 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): "Un anuncio de un crucero que **vale un pastón** y todo lo que quieras te lo llevan";

Sin embargo, en el segmento de edades entre 7 y 9 años también se presentan *descripciones* y, en algunos casos, se registran confusiones a la hora de *describir* o *interpretar* el mensaje que nos ocupa::

- Niño grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): "Era un barco muy grande, que tenía todos los servicios, con mucha gente dentro que quería dar la vuelta al mundo con él y había unos que querían una copa y el camarero iba".
- Niño grupo B1 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): "Bien, ir de vez en cuando a la playa no está mal".
- Niña grupo D2 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): "... Cosas malas, que ha pedido un vino, y eso me parece mal, y la buena, que me parece bien que se hayan inventado los barcos".

En el cuadro del principio, también vemos que dentro de dicho estrato de edades, las *opiniones* se sitúan sólo en el sector de los niños que conversan con los padres respecto a lo que ven en televisión.

En lo relativo al grupo de edades entre 10 y 12 años, centran sus actuaciones en *opiniones* y también en *interpretaciones*, salvo los niños que suelen ver la televisión menos de dos horas diarias y acostumbran a dialogar con los padres. En estos últimos grupos, encontramos algunas percepciones correspondientes al "nivel muy alto de actividad" (*aplicación* y *comparación*):

- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...pues un dinero **mal gastao**. Lo mismo, vale... igual te puedes ir a esa playa o a la de Castellón, da igual, o te puedes estar en tu casa con tus padres y dar viajes de paseos y cosas de esas, no me hace falta dinero para el amor”.
- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Eso es *muchísima* publicidad y hay cruceros que cuestan mucho menos. Yo he ido a uno que costaba mucho menos y vi un montón de sitios chulos”.

En cuanto al significado de esta secuencia, encontramos lecturas en tres vertientes distintas, a partir de las que hemos realizado la siguiente clasificación en torno a los *contravalores* que se barajan en los grupos de discusión¹³:

CUADRO CONTRAVALORES

FORMA DE PRESENTACIÓN: NOTICIA	CONTENIDO: ELEVADO COSTE Y GASTO DEL VIAJE	CONCLUSIONES: IMPOSIBILIDAD DE PODER REALIZARLO
<ul style="list-style-type: none"> - <i>engaño</i>. - <i>mentira</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> - elevado coste: <i>abuso, demasía, timo</i>, (exceso: <i>muy caro, mucho dinero</i>). - excesivo gasto: <i>malgasto</i>, (despilfarro: <i>gastar el dinero para nada</i>). 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>limitación</i>, (inalcanzable). - <i>multimillonario, rico, privilegio, egoísmo</i>.

¹³ Algunos de los *contravalores* que se recogen en el siguiente cuadro se han resaltado ya, en negrita, dentro de las citas que se incluyen anteriormente.

En la exposición de *contravalores*, también se presentan diferencias en función de la variable edad. Así, en los discursos de los grupos compuestos por niños entre 7 y 9 años apenas se hallan ese tipo de vocablos o expresiones. Sólo, de manera aislada, varios niños aprecian algunos *contravalores* relacionados con el excesivo coste del viaje y el gasto desmedido que supone para quienes lo realizan:

- Niños grupo A1 a (7-9 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“Había una señora y un camarero que le iba a servir una copa salía. Tiene que **costar una pasta**, tiene que valer **mucho dinero**”, “...la gente **se gasta el dinero para nada...**”.*
- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Ha salido una imagen que dice ‘más de setenta millones...’, es **mucho dinero**”.*
- Niña grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Es un **abuso**, ellos se hacen ricos y a ti te dejan pobre...”.*

En los grupos entre 10 y 12 años, además de los *contravalores* referentes al elevado coste que supone el viaje, se incluyen otros relacionados con la forma de presentación, en los que se critica que ese tipo de información se incluya en un noticiario, al contener elementos publicitarios:

- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Yo veo bien que lo anuncien y que hagan publicidad, pero que lo anuncien ahí en las noticias... es que no sé para qué, no lo veo” (lo relacionan con el **engaño**).*
- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Creo que es un anuncio que sale en el noticiario. Te están **engañando** mucho más”.*
- Niña grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Son un poco **mentirosos** porque te hacen ver cosas que a lo mejor no son verdad y son demasiado positivas para que pagues más”.*

También dentro de esa banda de edad, entre quienes dialogan con los padres, se observan alusiones a la imposibilidad de poder realizar ese tipo de viajes, conclusión final a la que llegan en la interpretación de la noticia:

- Niños grupo E2 a (10-12 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): "... hay **limitaciones**, porque es sólo para la gente **rica**..."¹⁴, "Sólo pueden ir personas **privilegiadas**, como que te toque la lotería o que seas muy **rico**".
- Niñas grupo F1 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): "No hay que ser tan **egoísta**. Setenta millones pa tí y las demás personas que hay, por ejemplo, en un orfanato que se estén pudriendo", "Yo prefiero irme a Valencia, aunque fuera **multimillonaria**, a irme ahí".

Ante el derroche que se plasma en las imágenes, algunos niños reflexionan acerca de la utilidad del dinero y consideran prioritarios otros empleos, como labores solidarias o servicios sociales. Por tanto, la desmesura que se plantea en la noticia les impacta y responden en sentido inverso, convirtiendo los *contravalores* en finalidades positivas. En este sentido, la exposición de mensajes de impacto puede ayudar a la pedagogía en lo que al aprendizaje de valores se refiere.

¹⁴ Puede verse esta cita completa al inicio de este apartado.

- **IMAGEN 6:** Serie “*Pato Donald*”. Tema: Ahorro.

CUADRO NIVELES DE ACTIVIDAD

Variable	Edad	7- 9 años								10-12 años							
	Mediación paterna	Diálogo con padres				No diálogo con padres				Diálogo con padres				No diálogo con padres			
	Tiempo exposición	Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV	
Niveles	Actuación/grupo	A1 a	A2 a	B1 b	B2 b	C1 c	C2 c	D1 d	D2 d	E1 a	E2a	F1 b	F2 b	G1 c	G2 c	H1 d	H2 d
-	NO ENTIENDE						X			X							
0	OTRA ELEC.																
1	NO REACCIÓN				X												
	GESTOS																
2	SÍ/NO																
	DESCRIBE	X	X	X	X		X X	X	X					X	X		
3	INTERPRETA	X		X		X		X		X	X		X		X	X X	X
	OPINA	X	X	X	X						X	X	X			X	X
	COMPARA																
	APLICA											X					

A pesar de tratarse de una secuencia infantil de dibujos animados, extraída de la serie “*El Pato Donald*”, es la secuencia que más confunden los participantes en los grupos de discusión, tanto en el apartado de *descripciones* como en el de *interpretaciones*, tal y como se destaca en el cuadro precedente. A continuación, recogemos algunas de las lecturas erróneas que realizan:

- Niña grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Han hecho cosas, han limpiado el jardín para que les dé dinero, pero no debería haberles dado dinero porque eso son puros y los pequeños no pueden tomar puros. Les puede dar dinero pero para chucherías, no para cosas de mayores*”.
- Niña grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*No les quiere dar dinero porque él se quiere hacer rico*”.

- Niña grupo G2 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Unos niños que han comprado unos puros para fumarse. Entonces han trabajado para que les diera dinero y eso. Y les ha dado el dinero y luego el Pato Donald ha dicho: ¡a la hucha!, y se ha jorobado”.*

En cuanto a niveles de actividad, se advierten diferencias notables en relación con la variable edad. Los participantes entre 7 y 9 años *describen* más la imagen que los niños del segmento de 10 a 12 años.

- Niño grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Los niños han trabajado para que les diese el dinero suficiente para comprarse los puros, después les ha traído una caja para que lo ahorren”.*
- Niño grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Unos niños querían comprar a su padre una caja de puros para su cumpleaños pero no tenían dinero, han hecho un trabajo para que su padre les dé dinero y, cuando se iban a ir, su padre les ha dicho que lo ahorren y que lo metan en un banco”.*
- Niña grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Los patos querían regalarle algo a alguien o comprarle algo y ayudan al pato mayor, le hacen todo en el jardín, pero luego el pato mayor les tiene que meter en su hucha el dinero”.*

Dentro de dicho estrato (7-9 años), quienes conversan con los padres llegan a *opinar* respecto a la secuencia vista –a continuación se citan algunos ejemplos-, mientras que quienes no están habituados a dialogar no llegan, en ningún caso, al estadio de la opinión y, además, cometen más errores en la *descripción* de la secuencia.

- Niña grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Está mal por Donald porque, encima que querían hacerle un regalo, les tenía que haber dado el dinero porque los puros eran para él, no para los niños”.*

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Me parece muy bien que quieran comprarle una cosa a su tío, pero lo que no va bien es que quieran comprarle puros y lo de ahorrar también está bien”*.

En el sector de 10 a 12 años, también se aprecian diferencias entre quienes no acostumbran a dialogar y ven más de dos horas la televisión, que suelen limitarse a *describir* la imagen, y el resto, que llegan al estadio de la *opinión*:

- Niña grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Yo creo que también deben ahorrar, excepto en algunas cosas, por ejemplo, en eso, que es el cumpleaños y también creo que el Pato Donald debería dejar organizarse a los propios sobrinos su dinero y para qué lo quieren”*.
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“...Donald es educativo, ahorra”*.

El grupo de 10 a 12 años, que acostumbra a dialogar con los padres y ve menos de dos horas diarias la televisión vuelve a ser el que llega al nivel 4 de actividad, con *aplicaciones* de las imágenes vistas a situaciones reales.

- Niñas grupo F1 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven):
 - *“... si ahorras puedes comprarte luego un robot último modelo que se pueda trasladar con la maquina esa que no sé cómo se llama y quieres que te lo compre tu padre, pues si tienes tu dinero ahorrao y puedes tú comprarlo mejor”*.
 - *“Pues pienso que si tú ahorras lo que te den a la semana o el mes te puede servir luego para cosas que te quieras comprar y, así, no haces que se gasten tus padres el dinero que te puede servir para arreglar la casa, para comprar algo que se necesite”*.

- “Yo lo veo bien, porque cuando sea mayor me podré pagar yo la Universidad y los estudios y todo y, si algún día mis padres necesitan dinero, se lo puedo prestar y, si me lo dan, bien y, si no, pues también”.

Como hemos indicado al inicio, en ambos segmentos de edad, aparecen numerosas interpretaciones erróneas, lo que puede deberse al carácter ambiguo del mensaje. En algunos casos, se percibe el ahorro como un *contravalor* o se apunta que el comportamiento del tío Donald es egoísta, puesto que entienden que les quiere quitar el dinero a sus sobrinos, en lugar de que les incita a que ahorren. Estas apreciaciones confusas se muestran dentro de los grupos cuyos integrantes no acostumbran a dialogar con los padres:

- Niña grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): **señala como aspecto negativo que** “se lo querían gastar en un regalo pero no podían porque **lo tenían que echar a la hucha**”.
- Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Han conseguido el dinero que necesitaban para una caja de puros y él les ha **engañado para ahorrar**”.
- Niños grupo C1 c (7-9 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): “Se quiere hacer rico y **no les quiere dar nada**”, “Quiere hacerse con el dinero, **no lo comparte con nadie**” (**avaricia**).
- Niño grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...el padre es un **egoísta**, encima que los hijos le arreglan el jardín, les da dinero y luego **se lo quita**”.

Por el contrario, los escasos niños que captan el significado final de esta secuencia relativo al *valor del ahorro*, suelen dialogar con los padres: “**está bien, si ahorran pueden comprarse algo mejor...**” (A1 a); “...lo de **ahorrar también está bien**” (B2 b); “**te enseña a que tienes que ahorrar...**” (E2 a); “...Donald es **educativo, ahorra**” (F1 b).

Además del ahorro, se abordan otros *valores* y *contravalores*. A continuación, completamos el listado:

CUADRO VALORES / CONTRAVALORES

VALORES	CONTRAVALORES
- <i>ahorro</i> .	- <i>estafa, engaño, egoísmo</i> , (avaricia): (“ <i>no comparte</i> ”, “ <i>no quiere dar nada</i> ”).
- <i>trabajo</i> .	- (conveniencia) por parte de los sobrinos. (confunden el mensaje).
- (generosidad): <i>regalo</i> .	- <i>daño</i> (el efecto que causan puros/tabaco. El hecho de regalarlos
- <i>educativo</i> (finalidad).	lo califican como <i>vergonzoso</i> .

En cuanto a los valores, el hecho de que los sobrinos trabajaran para conseguir dinero es percibido por algunos niños como positivo:

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Está bien que hagan los trabajos para tener dinero*”.
- Niña grupo E1 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Los chicos están haciendo una cosa buena, arreglar el jardín, para que les den dinero*”.
- Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Se trabajaron el dinero*”.

Otro *valor* que se desprende de sus discursos es la generosidad, al predisponerse a regalarle algo a su tío:

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Me parece muy bien que quieran comprarle una cosa a su tío...”*.
- Niña grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“(Como aspecto positivo veo que) querían hacer un regalo a su tío”*.

Por último, en un grupo se citan varias posibilidades o aplicaciones de proyección futura al ahorro¹⁵ y se tilda el comportamiento del tío Donald de *“educativo”* y, por extensión, la finalidad del mensaje. También en otros grupos consideran que es positivo ahorrar y argumentan sus ventajas en caso de imprevistos o para poder comprar bienes necesarios, en lugar de cosas superfluas.

- Niña grupo B1 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Es bueno porque algún día se lo agradecerán. Si ellos se lo gastan en chucherías, algún día lo pueden necesitar para otra cosa y no tienen”*.
- Niña grupo E1 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Está bien para un caso de urgencia”*.

En todos estos casos los niños cuentan con referencias de lo que es el ahorro y para qué sirve, ya que han hablado acerca de ello con los padres, según apuntan en sus exposiciones.

Sin embargo, no todos los significados que otorgan a esta secuencia son positivos. En el plano de los *contravalores*, algunos niños manifiestan que es negativo que el regalo consista en una caja de puros, al ser perjudicial para la salud,

¹⁵ Estos testimonios, correspondientes al grupo F1 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven), pueden localizarse en párrafos precedentes.

“...le están regalando menos vida porque los **puros hacen daño**”, lo cual califican como “**vergonzoso**” (F2 b). Y, con un mayor grado de profundidad, incluso llegan a considerar que es negativo que los telespectadores vean lo fácil que resulta comprar puros, por lo económico que es su precio: “...han hecho como si fuese barato comprarse unos puros. Eso también me ha parecido un poco mal” (G2 c) o cuestionan que este tipo de contenidos estén destinados a un público infantil, puesto que los niños pueden deducir que regalar puros es una decisión saludable, cuando entienden que es lo contrario: “...hay una imagen que no sé para qué le van a comprar una caja de puros. Para pequeños, contarle que le iban a comprar una caja de puros, no es lo más... A lo mejor piensan que una caja de puros está bien. Yo de la tele he aprendido muchas cosas” (H2 d).

Antes hemos recogido que algunos niños califican de egoísta la actitud de Donald, interpretando de forma errónea el mensaje. Otros participantes, que tampoco dialogan con los padres, entienden equivocadamente que son los sobrinos quienes intentan aprovecharse de su tío por la conveniencia:

- Niña grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...hacen cosas para que les dé algo y yo creo que **si haces una cosa es porque te gusta, no para que te den nada**”.
- Niña grupo G2 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Yo creo que han hecho mal. En hacer lo de la casa, me ha parecido bien pero, luego, pedirle el dinero a él, no. Eso **sería como hacerse un regalo a él mismo, yo creo...**”.

Por otra parte, en los discursos de algunos niños entre 7 y 9 años encontramos personificaciones relacionadas con los personajes, de lo que extrapolamos que confunden los conceptos:

- Niño grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Unos **niños** querían comprarle a su **padre...**” (en lugar del

genérico “unos patos” o de la denominación específica “los sobrinos del Pato Donald...”.

- Niña grupo D2 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Los **niños** querían comprar tabaco*”.

Por el contrario, en varios grupos de niños entre 10 y 12 años, se observan claras distinciones entre realidad y ficción, tema que desarrollaremos en el apartado siguiente a este capítulo:

- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*A mí, eso me parece vergonzoso, **si ocurriera en la realidad**. Evidentemente, **son unos dibujos** y son muy divertidos, **pero si fuera verdad...**”.*
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*...y a mí me parece mal, vamos **aunque sea mentira***”.

- **IMAGEN 7:** Spot campaña “*Punto Verde*”. Tema: Reciclaje.

CUADRO NIVELES DE ACTIVIDAD

Variable	Edad	7- 9 años								10-12 años							
	Mediación paterna	Diálogo con padres				No diálogo con padres				Diálogo con padres				No diálogo con padres			
	Tiempo exposición	Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV	
Niveles	Actuación/grupo	A1 a	A2 a	B1 b	B2 b	C1 c	C2 c	D1 d	D2 d	E1 a	E2a	F1 b	F2 b	G1 c	G2 c	H1 d	H2 d
-	NO ENTIENDE																
0	OTRA ELEC.																
1	NO REACCIÓN																
	GESTOS																
2	SÍ/NO																
	DESCRIBE			X		X	X	X						X			
3	INTERPRETA		X	X		X		X	X	X	X		X	X		X	
	OPINA	X	X	X	X						X		X	X	X	X	X
	COMPARA				X						X	X					
	APLICA	X								X		X	X				

Del cuadro anterior, se desprende que esta secuencia se percibe con mayor nivel de actividad que las anteriores. Esto se debe a que los niños cuentan con más referentes del tema expuesto, por lo que establecen relaciones con situaciones conocidas o aplican el mensaje a otras realidades, con nuevos escenarios y generan otras propuestas y alternativas. Sin embargo, resulta curioso que sólo los grupos de niños que dialogan con los padres (A1 a; B2 b; E1 a; E2 a; F1 b; F2 b) son quienes *comparan* o *aplican* esta secuencia en forma de spot, cuyo contenido gira entorno a la importancia del reciclaje. Esto ocurre, principalmente, en los grupos de niños entre 10 y 12 años, pero también se observan actuaciones de este tipo en el grupo entre 7 y 9 años.

- Niña grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Está muy bien porque los que son pobres podrán construir más ciudades y más cosas y podrá haber más casas. Si reciclamos, podrá estar el bosque más limpio y podrán hacer ciudades y los niños pobres vivir en ellas porque, con la basura se puede hacer cosas, juguetes y se lo dan a los niños pobres”*.
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Pues a mí me parece bien lo de reciclar porque así no se gasta tanto papel y no destruyes la naturaleza y, además, eso lo hicimos el año pasado, un proyecto de reciclaje y, así, yo por lo menos hago reciclaje, separo los envases vacíos y las latas”*.
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Por ejemplo, si tú reciclas cristales, pues, luego, se van a poder hacer más botellas y cosas y si reciclas papel se pueden hacer más folios y no tienen que cortar tantos árboles y el plástico, pues, igual”*.
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“... Sí, pero luego que colaboren un poco ellos porque donde yo vivo hay un cubo amarillo, un cubo azul, un cubo verde y el de la basura normal y luego uno de metal y estamos jugando y, en vez de llevarse un cubo de basura o llevarse, por ejemplo, el contenedor verde, se llevó el verde, el amarillo y el azul y todos en un mismo contenedor y si nosotros lo reciclamos...lo normal es que ellos también aporten su parte”* (en esta cita, se critica la forma de actuar de los servicios de recogida de basuras, ya que se plasma que no sirve de nada que los ciudadanos reciclen, si después se mezcla todo).

Dentro del segmento entre 7 y 9 años, quienes suelen conversar con los padres acerca de lo visto en televisión llegan a niveles más elevados de actividad que quienes no conversan al respecto. En este sentido, en todos los grupos, algunos de sus componentes actúan mediante *opiniones*. Veamos algunos ejemplos:

- Niño grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Está bien, si lo reciclamos, las cosas que no sirven, pueden ser cosas nuevas que sirvan”*.

- Niña grupo A2 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Me parece que es para aprender a reciclar y que se pueda volver a utilizar. Tenemos que ayudar todos para no gastar tantos árboles y no gastar tanto de todo”*.
- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“... Está bien porque si no llegará un día en el que el mundo se convertirá en un basurero”*.

De manera contraria, quienes no acostumbran a hablar con los padres se limitan a *describir* o a *interpretar* la secuencia vista:

- Niña grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Al principio tiraban los envases donde no debían tirarse y, luego, con el ‘punto verde’, se tiran en los contenedores”*.
- Niño grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Separar para reciclar. Cuando lo metía en la basura, saltaba”*.
- Niño grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Cuando el hombre ya se había bebido una lata de Coca cola, la iba a tirar a la basura normal y saltó. Igual con la señora. Han recuperado un millón de envases”*.

En el estrato entre 10 y 12 años, también se recogen diferencias en relación con la variable diálogo con los padres, dado que quienes conversan habitualmente con los padres llegan, en general, al nivel más avanzado de actividad.

En cuanto a los *valores*, en todos los grupos se indica que este anuncio trata de exponer los beneficios del reciclaje y su finalidad tendente al cuidado del medio ambiente o las consecuencias negativas que genera su ausencia, relativas a la contaminación. El spot fomenta el diálogo positivo entre los participantes quienes, en general, no se limitan a describir superficialmente los elementos que contiene, sino que afrontan el tema del reciclaje en toda su extensión. En este sentido, los

conocimientos previos con los que cuentan son claves en el tratamiento y comentarios con los que se aborda este anuncio. En casi todos los grupos, se manifiesta que han tratado este tema en el colegio y, en algunos casos, también con los padres, otros familiares o amigos. Por este motivo, no se aprecian diferencias destacadas en cuanto a las distintas variables, de lo que se deriva la efectividad del diálogo para comprender y replantearse los mensajes televisivos. Volvemos, pues, a subrayar que contar con referentes es fundamental, no sólo en lo que a exposición de *valores* y *contravalores*, sino también para alcanzar un mayor nivel de actividad.

En los discursos, encontramos tres ejes en torno a los que se pueden clasificar los *valores* que nombran:

- El tema central del *reciclaje* o *reutilización*, sus consecuencias positivas y los posibles usos o aplicaciones.
 - Niño grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Lo veo muy bien, así **no** se tienen que **podar tantos árboles**, así se puede **salvar a la naturaleza, reciclando**. Con unas máquinas especiales **se hacen otras cosas** de plástico”.*
 - Niño grupo E1 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“...una botella puede ser un juguete”* (aplicación).
 - Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“No tirar las cosas que se pueden **volver a usar**, pues si las tiras a la basura, pues directamente las tiras al contenedor, pero si lo **reciclas**, pues se **ahorra** mucho y, entonces, la **economía va mejor** y entonces, pues, puede usar las cosas”.*
 - Niños grupo F2 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“Creo que está muy bien, porque se puede **reciclar** y **volver a usar**, en vez de echar todo junto”, “Me parece un buen anuncio, que te enseña a **reciclar** para **hacer un lugar mejor** donde tú vives”.*

- Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “El **reciclar** está bien porque **podemos salvar algunos árboles** que dan papel”.
- La finalidad del reciclaje concerniente al *cuidado* y *protección* del entorno *medioambiental*.
- Niño grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...Reciclar es **proteger nuestro entorno y el medio ambiente, proteger a la naturaleza**”.
 - Niña grupo E1 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Para **cuidar el medio ambiente**. Si para hacer un cuaderno tienen que cortar un árbol, si lo reciclas no lo tienen que cortar”.
- Los ciudadanos como intermediarios en la práctica del reciclaje y la necesidad de su *colaboración* para llevarlo a cabo. Este es el menos señalado, independientemente de que se narra textualmente en el spot: “Con la *colaboración* de todos, este año hemos recuperado cien mil envases”.
- Niña grupo A2 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Tenemos que **ayudar** todos para no gastar tantos árboles y no gastar tanto de todo”.
 - Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Reciclar está muy bien y para conseguirlo hay que **colaborar** todos”.

De manera antagónica, en algunas de las exposiciones, plantean los inconvenientes o efectos negativos que supone la ausencia de reciclaje, los cuales son *contravalores* que, narrados de forma positiva, suponen la negación de dichas consecuencias.

- El que más nombran es la *contaminación o deterioro del medio ambiente, de la naturaleza y de la atmósfera*.
 - Niño grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...*si no separan se puede **deteriorar la tierra***”.
 - Niño grupo D2 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...*hay que recoger la basura para que el mundo **no se contamine***”.
 - Niña grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Que reciclemos para **no contaminar el medio ambiente** y tener una vida más **limpia***”.
 - Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...*no se gasta tanto papel y **no destrozas la naturaleza***...”.

- Otras consecuencias que apuntan y que, además son causa del citado deterioro son la *basura o suciedad*, junto con el *malgasto* que proviene de hechos como la tala de árboles, entre otros efectos negativos.
 - Niño grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Al principio, es malo porque echar la **basura** así, puede causar cosas malas...*”.
 - Niño grupo G2 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Yo creo que está bastante bien, porque si no el mundo se llenaría de chatarra y de todo, y **no ahorraríamos nada**. Si no ahorramos nada, sería un **malgasto**... (El reciclaje sirve) para cuidar la naturaleza, **no talar árboles, no matar animales**...”.*

En el siguiente cuadro, agrupamos todos los *valores* y *contravalores* que hemos señalado, con el fin de tener una visión conjunta en forma de esquema:

CUADRO VALORES / CONTRAVALORES

VALORES	CONTRAVALORES
<ul style="list-style-type: none"> - <i>reciclaje</i>, (reutilización: “<i>volver a utilizar, volver a usar</i>”) . - consecuencias positivas (ejemplos: “<i>salvar árboles</i>”, “<i>se ahorra, la economía va mejor</i>”) y aplicaciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>contaminación, deterioro, destrozo</i> (del medio ambiente, de la naturaleza, de la atmósfera, de la tierra).
<ul style="list-style-type: none"> - <i>cuidado de la naturaleza, del medio ambiente.</i> - <i>protección del entorno medioambiental, de la naturaleza.</i> - <i>limpieza.</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>basura, suciedad.</i>
<ul style="list-style-type: none"> - <i>colaboración</i>, (concienciación: “<i>ayudar todos</i>”). 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>malgasto, desperdicio.</i>

- **IMAGEN 8: Spot “Coche Hot wheels”.**

CUADRO NIVELES DE ACTIVIDAD

Variable	Edad	7- 9 años								10-12 años							
	Mediación paterna	Diálogo con padres				No diálogo con padres				Diálogo con padres				No diálogo con padres			
	Tiempo exposición	Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV	
Niveles	Actuación/grupo	A1 a	A2 a	B1 b	B2 b	C1 c	C2 c	D1 d	D2 d	E1 a	E2a	F1 b	F2 b	G1 c	G2 c	H1 d	H2 d
-	NO ENTIENDE		X														
0	OTRA ELEC.																
1	NO REACCIÓN																
	GESTOS																
2	SÍ/NO																
	DESCRIBE						X	X									
3	INTERPRETA	X X		X	X				X				X				
	OPINA	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	COMPARA											X				X	
	APLICA																

En este anuncio publicitario, vemos como casi todas las actuaciones se sitúan en el nivel 3 de actividad, que hemos considerado “alto”, en forma de *opiniones*. Este comportamiento se produce tanto en el segmento de niños entre 7 y 9 años, como en el de 10 a 12 años. Pasamos a detallar algunos ejemplos:

- Niña grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Es un **malgasto de dinero**, lo único que hacen es **timar** porque, luego, no corren tanto y eso pasa con todos los muñecos, le hacen **mucha publicidad**, luego, a la hora de la verdad, no vale mucho”.
- Niño grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Eso es un **engaño total**, un ‘Hot wheels’ es un coche cualquiera”.

- Niño grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Es una **farsa**, todos los coches pueden correr igual o más”*.
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Esto lo veo muy malo para los niños, muy mal, porque por ejemplo si el límite del **gasto económico** de los padres comprándole cuatro o cinco coches de un escaparate de esos ‘Hot wheels’ son diez mil pesetas y si se los compran sin **marca** son menos dinero, yo creo que si dicen que si no son ‘Hot wheels’ no son coches de verdad, pues me parece mal, son **estratagemas publicitarias**”*.
- Niña grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Estaban anunciando unos coches que decían que corrían mucho, aunque yo creo que otros coches, sin ser de marca, también pueden correr mucho, lo que pasa es que, **por la marca, aumentan el precio**”*.

En referencia a los dos estratos de edad, la principal diferencia que se percibe es que los niños entre 7 y 9 años presentan más *interpretaciones*, que suelen coincidir en grupos que dialogan con sus padres respecto a lo que ven en televisión.

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Te dicen que el ‘Hot wheels’ es el mejor y que los otros no sirven para nada”*.
- Niña grupo D2 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Es un anuncio **para comprar y gastar el dinero**, aunque diviertan. Si nosotros compramos esto, tenemos que **pagar la parte del anuncio**”*. Ante esta argumentación se le preguntó qué referentes tenía al respecto, (¿Quién te ha contado eso?), a lo que respondió: *“Mi madre, que es socióloga”*.

Y, dentro del segmento de niños que no suelen dialogar con los padres (también en el estrato entre 7 y 9 años), se recogen, incluso, algunas *descripciones*:

- Niño grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Están probando los coches y un niño tiene el de ‘Hot wheels’ y el otro niño tiene otro. Hacen un salto y el de ‘Hot wheels’ lo pasa y el otro no”*.
- Niño grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Son unos coches de ‘Hot wheels’ que corren **velocidad a tope** y, si tu coche no es un ‘Hot wheels’ estás acabado porque no puedes superar las pruebas”*.

Por otro lado, entre los participantes con edades entre 10 y 12 años, dentro de subgrupos que ven menos de dos horas diarias la televisión, encontramos algunas *comparaciones*:

- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Me parece fatal. Yo una vez, cuando era pequeña, vi una muñeca que me encantaba y hacía un montón de cosas y, luego, me la compraron mis padres por Reyes y no hacía nada, o sea, todo lo que se veía en la televisión luego no hacía ni la mitad”*.
- Niña grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Está mal, engaña, mi primo se lo compró y no saltaba eso, se quedaba a medio camino. Es un **engaño** para que los niños lo compren, se rompen en seguida”*.

Atendiendo a los *contravalores* que los niños captan en este anuncio publicitario¹⁶, no se muestra ninguna diferencia en lo relativo a las distintas variables.

En la lectura del mensaje que contiene este spot, podemos clasificar los *contravalores* que se exponen en tres líneas de significado:

¹⁶ Algunos de dichos *contravalores* se han destacado ya en negrita en las citas que hemos venido recogiendo a lo largo de este apartado, en el que se analizan los discursos surgidos a partir del visionado de la imagen número 8.

- El exceso de *velocidad* se valora como negativo y se deriva hacia el *riesgo* que supone, en la vida real, la rapidez en la conducción de los vehículos. Esta cuestión trasciende a que esas conductas puedan ser imitadas por los niños en un futuro, lo que se critica de manera explícita:
 - Niña grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“No debería correr tanto, debería correr como los normales porque si tienes un hermano pequeñito, si tu madre lo deja por ahí, le puede pillar la mano o algo”*.
 - Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Creo que nos has metido este anuncio por lo de la **velocidad**. Un niño pequeño ve este anuncio y se le puede meter en la cabeza que la **velocidad** es buena. A lo mejor llegas cinco minutos antes, pero te **arriesgas** la vida”*.
 - Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Me parece mal porque te enseñan que cuando seas mayor te pongas así (de **rápido**)...”*.
 - Niños grupo G2 c (10-12 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“...los coches esos **van muy deprisa**, a lo mejor un pequeño, cuando sea mayor lo hace...”, “...Si un niño ya ha jugado con esos coches que **corren mucho** y a él le gusta que corran, cuando ya sea mayor, va a **acelerar**”*.
- La forma de exponer el mensaje, relativa a la enumeración de potencialidades de los coches que se promocionan, en detrimento de los del resto de marcas es calificada como “mentira” o “engaño”, entre otros *contravalores* de similar significado. Esta es la forma más frecuente de leer el spot, ya que en casi todos los grupos, se cuestiona que se trate de los mejores juguetes dentro de su modalidad.
 - Niño grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Creo que lo hacen para **tomar el pelo** porque no corren tanto como sale en la tele, corren menos. Lo hacen para que gastes dinero, pero es **mentira**”*.

- Niña grupo A2 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**No es correcto**, porque hay muchos coches mejor que el ‘Hot wheels’ y, para promocionarlo, te **dicen que es el mejor**”.
 - Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**Abusan un montón**, a lo mejor sólo le ponen una marca y es lo mismo, sólo que en el anuncio parece que le echan algo para correr más”.
 - Niña grupo E1 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**Exageran mucho con los coches** porque a lo mejor corren poco, menos que otro, están **mintiendo**”.
- Más allá del propio contenido del anuncio, también hacen referencia a su *finalidad publicitaria o persuasiva*:
- Niña grupo H2 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Es un **anuncio común**, como otros, intentando decirte que es un buen coche, **que lo compres...** Como todos los anuncios, poniendo muy en alto lo que enseñan”.

A esta lectura, agregan que comprar marcas repercute en un incremento del precio, lo que conlleva un *gasto añadido* para el consumidor:

- Niña grupo D2 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Sólo lo anuncian **para que tú lo compres** porque cualquier coche puede hacerlo y lo ponen **más caro para ganar más dinero**”.
- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Es un **timo**, puede coger la misma velocidad este coche que uno de los veinte duros y te meten **un palo de dinero** por eso...”.
- Niños grupo G1 c (10-12 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): “...por la **marca, aumentan el precio**”, “En la tele, te dicen que salta mucho, te lo compras, **te gastas un dineral** y, luego, no saltan tanto, parece que te quieran **estafar**”.

- Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Es **engañoso** porque es **para ganar dinero** y **para convencer a los demás**”.

Al igual que en las secuencias anteriores, especificamos los *contravalores* recabados en los discursos analizados, dentro del siguiente esquema:

CUADRO CONTRAVALORES

TEMA	FORMA DE EXPOSICIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO ANUNCIADO	FINALIDAD DEL ANUNCIO PUBLICITARIO
<p>- rapidez, velocidad, aceleración.</p> <p>- riesgo.</p>	<p>- mentira, timo, engaño, farsa, exageración, estafa, abuso.</p>	<p>- <i>estratagema</i>. <i>publicitaria</i>, (persuasión: “<i>intentan que la gente los compre</i>”, “<i>para convencer a los demás</i>”).</p> <p>- (abuso, precio abusivo: “<i>gastas un dineral</i>”).</p>

- **IMAGEN 9: Spot Campaña “DGT”.**

CUADRO NIVELES DE ACTIVIDAD

Variable	Edad	7- 9 años								10-12 años							
	Mediación paterna	Diálogo con padres				No diálogo con padres				Diálogo con padres				No diálogo con padres			
	Tiempo exposición	Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV		Más 2 horas TV		Menos 2 horas TV	
Niveles	Actuación/grupo	A1 a	A2 a	B1 b	B2 b	C1 c	C2 c	D1 d	D2 d	E1 a	E2a	F1 b	F2 b	G1 c	G2 c	H1 d	H2 d
-	NO ENTIENDE																
0	OTRA ELEC.																
1	NO REACCIÓN																
	GESTOS																
2	SÍ/NO																
	DESCRIBE					X		X									
3	INTERPRETA	X X	X	X	X		X	X X	X	X	X X		X	X X	X	X X	X
	OPINA		X	X	X	X					X	X	X			X	X
	COMPARA				X							X			X		
	APLICA																

Como se refleja en el cuadro, la mayoría de las percepciones tienen forma de *interpretación*, es decir, explicación del significado del mensaje que entienden los niños. No obstante, encontramos algunas *interpretaciones confusas*. Veamos algunos ejemplos de esos errores en la lectura de este anuncio:

- Niño grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Tenían que parar porque el niño estaba llorando y le tenían que dar el biberón*”.
- Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Había una familia y una señal de párese a dormir, seguro que llevaría toda la noche conduciendo y no paró a dormir y se chocaría contra algo*”.

- Niña grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Un coche que viene y tiene un accidente y, para no matarse ellos mismos, matan a otros”*.

En cuanto a las diferencias entre las variables de estudio, vemos como quienes ven menos de dos horas la televisión llegan, con mayor frecuencia al nivel de la *opinión*, entendida como valoración argumentada del mensaje desde un punto de vista subjetivo.

- Niña grupo B1 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Conducir de noche es un poco peligroso, encima si llora el niño, le pone más nervioso al padre. Muy bien porque han parado a dormir”*.
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Pues a mi me parece regular. (¿Por qué?) porque tú ahí les ves y se puede pensar que han tenido un accidente”*.

Los valores que se perciben en este anuncio pueden clasificarse, según los parámetros que exponemos a continuación:

CUADRO VALORES

TEMA	FORMA DE EXPOSICIÓN : CAUSA DEL COMPORTAMIENTO	FINALIDAD DEL ANUNCIO PUBLICITARIO
<p>- <i>prevención (de accidentes), precaución, descanso.</i></p> <p>- posibles consecuencias negativas de no tener precaución ante el volante: <i>accidente, enfermedad, muerte,...</i></p>	<p>- <i>cuidado, atención, no distracción, prudencia, cumplimiento de las normas.</i></p>	<p>- <i>advertencia, indicación, (información: “dar a conocer”).</i></p>

En cuanto al tema que se anuncia en este spot, algunos niños advierten que trata de la *precaución* como manera de *evitar accidentes* y de las *consecuencias negativas* que puede originar no tenerla.

- Niña grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*He visto que lo que están haciendo es **prevenir** una **enfermedad** que te puede hacer un **accidente** de coche*”.
- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Así, **evitas** muchos **accidentes**, si te duermes en la carretera y viene un coche por delante, **te matas***”.
- Niños grupo D1 d (7-9 años, ven menos de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): “*Si sientes síntomas evidentes, **para y duermes** un rato, hasta que se te pasen los síntomas, porque te puedes pegar un **estrellazo***”, “*Si*

*estás mareado, o te duele la cabeza, tienes que **descansar** para que no se te acaben las fuerzas”.*

La forma en que se relata el anuncio, relacionada con el *descanso* para poder mantener la *atención* al volante, con el propósito de no provocar accidentes, es otra lectura pareja a la anterior, en la que también se incluyen algunos *valores*, como se ejemplifica en las siguientes citas:

- Niña grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*que tengas **cuidado** con lo que haces, que prestes más **atención**. Tener **precaución**”.*
- Niña grupo D2 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**No** hay que **distraerse**, cuando estás conduciendo”.
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “A mí, me parece bien porque se dice, más o menos, que hay que **cumplir las normas de circular** por la carretera, que si tienes sueño, pues te paras a un ladito y te pones a dormir...”.

El fin concreto de este spot institucional de la “DGT”, relativo a *advertir* lo importante que es la prevención para evitar accidentes, también es referido por niños pertenecientes a grupos entre 10 y 12 años de edad. Veamos varios testimonios donde se recoge la función que, según los niños, tiene este anuncio:

- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...lo que me parece bien es que digan que hay que dormir, que **adviertan**”.
- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “El anuncio **te da a conocer** la ventaja que tiene descansar, o parar a tomar un café, antes de viajar. Si estás muy cansado, hay que parar cada x kilómetros o cada cierto tiempo”.

- Niño grupo H2 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...*va dirigido para que la gente siga las indicaciones...*”.

Por otro lado, la ambigüedad en la narración hace que muchos niños confundan el mensaje por haberlo leído de manera textual, como si se tratara de la escenificación de un accidente. No han comprendido el significado real, relativo a un simulacro para conseguir impactar al telespectador por la forma de exposición.

- Niños grupo A2 a (7-9 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): “*A mí, no me gusta ese de la gente que se estrella*”; “*Pero no es de gente que se estrella, sino que están durmiendo... te explica que debes de dormir cuando estás cansado*”.

Sin embargo, en algunos casos, sí que llegan a comprender que se trata de una simulación e, incluso, critican la presentación, precisamente, porque puede llegar a confundir al televidente:

- Niño grupo H2 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Me parece bien, pero al principio del anuncio, me parecía que habían tenido un accidente, porque estaba el niño llorando*”.
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...*tú ahí les ves y se puede pensar que han tenido un accidente y yo creo que eso podrían hacer un anuncio con un coche que se parara y dijera: ‘vamos a dormir’, pero ahí se ve a la niña llorando y parece que les ha pasado algo...*”.

Respecto a si encuentran algún rasgo coincidente entre este anuncio y el anterior, en algunos grupos, sólo se limitan a exponer que los dos hacen referencia a coches. En otras ocasiones, detallan que ambos están relacionados con el tema de la velocidad al volante, pero en sentido opuesto, uno para potenciarla en coches de juguete y otro para advertir de sus peligros y restricciones en la vida real:

- Niño grupo B2 b (7-9 años, ven menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Los ‘*Hot wheels*’ **son coches** y estos también, los ‘*Hot wheels*’ **van muy rápido y eso en la carretera está prohibido**”.
- Niña grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “Sí **tiene que ver sobre los coches** que **uno** te dice que si **tienes mucho sueño que te pares y otro, un coche que vas muy rápido**”.
- Niña grupo G2 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**Aquí, te dicen que no conduzcas muy rápido, te dicen las advertencias y, en el otro, te dicen que los coches corren mucho**”.

En casi todos los grupos, se prefiere el spot de la “DGT”, argumentando como principales motivos: que es “educativo”, que explica lo “importante” que es prevenir, que advierte de la moderación al volante y que es “la verdad”. De manera opuesta, se señala que el de “*Hot wheels*” pretende “sacarte dinero”, “para que lo compres”, es “un timo” y condiciona a los niños a “imitar la velocidad” en un futuro.

De ello, deducimos que la comparación entre anuncios permite encontrar, con mayor claridad, las potencialidades de uno, en detrimento de los *contravalores* que presenta el otro. De este modo, podemos concluir que una programación en contraste puede ayudar a la pedagogía de la imagen y, por extensión, al aprendizaje de los *valores* y *contravalores* que contienen los mensajes televisivos.

- A MODO DE SÍNTESIS:

- En general, los niños perciben las distintas secuencias con un “nivel alto” de actividad. La mayoría de las veces actúan mediante la exposición de *interpretaciones* -recordamos que las consideramos como explicaciones del significado del mensaje- o de *opiniones* -valoraciones argumentadas desde la visión subjetiva de quien las expone-.

- En cuanto a la influencia que tienen las variables de estudio -edad, cantidad de tiempo de exposición al medio y diálogo con los padres respecto a los contenidos televisivos- en los comportamientos de los niños, validamos varias de las hipótesis que concretamos al principio de esta investigación.
- De este modo, la edad repercute en la manera en que los niños perciben los mensajes. En este sentido, los niños entre 7 y 9 años se limitan, en ocasiones, a un “nivel medio de actividad”, puesto que sólo informan acerca de lo que miran (*descripciones*), mientras que los niños entre 10 y 12 años llegan al “nivel muy alto” porque establecen relaciones con lo que ya conocen (*comparaciones*) u ofrecen otras alternativas y crean otros escenarios (*aplicaciones*). Por tanto, podemos afirmar que el grado de implicación en la manera de actuar ante las secuencias televisivas depende del desarrollo evolutivo del niño.
- En cuanto a la comprensión del contenido de los mensajes, también se aprecian diferencias entre ambos estratos de edad. Los niños entre 10 y 12 años profundizan más en el significado de las secuencias, mientras que los de 7 a 9 años presentan más confusiones en la lectura de las imágenes y no reflejan tantas referencias a los *valores* y *contravalores* que se integran.
- El diálogo con los padres respecto a lo visto en televisión también es determinante en la manera de actuar ante los mensajes. Se constata que quienes acostumbran a contrastar su opinión con la de sus padres alcanzan niveles superiores de actividad a los propios de su edad. De este modo, las percepciones de los niños entre 7 y 9 años que suelen conversar con los padres están más próximas a las de los niños entre 10 y 12 años que a las de quienes están situados en el mismo tramo de edad pero no dialogan con los padres.

- Asimismo, quienes suelen replantearse sus propios puntos de vista por intercambiarlos con los de los adultos recogen en sus discursos, con mayor frecuencia, los *valores* y *contravalores* a los que hacen referencia las secuencias.
- La cantidad de tiempo que los niños destinan a ver la televisión al día también afecta al grado de actividad con el que perciben las secuencias. Por ello, quienes ven menos de dos horas diarias presentan niveles superiores en sus actuaciones.

5.4. DIFERENCIAS ENTRE REALIDAD Y FICCIÓN TELEVISIVA.

Si entendemos “ficción” en las acepciones que ofrece la RAE (2001), como “Acción y efecto de fingir (dar existencia ideal a lo que realmente no la tiene; simular, aparentar)”¹⁷ y “realidad” como “Existencia real y efectiva de algo; Verdad, lo que ocurre verdaderamente; Lo que es efectivo o tiene valor práctico, en contraposición con lo fantástico e ilusorio”¹⁸, podemos afirmar que en casi todos los grupos se confunde la realidad con la ficción, puesto que consideran el spot de la “DGT”, en el que se simula un accidente, como real; mientras que estiman que el de “Hot wheels” es ficción. De este modo, contemplan dos contenidos pertenecientes a un mismo género de manera antagónica, dependiendo de la finalidad y la forma de exposición de cada uno de ellos.

Atendiendo a la definición antes citada, todas las secuencias expuestas en los grupos de discusión hasta este momento podrían encuadrarse en el marco de la ficción televisiva, salvo la noticia relativa a los viajes multimillonarios que, aunque se preste a equivocaciones, tiene carácter informativo y se integra dentro de un noticiario.

Sin embargo, los niños suelen asociar lo real¹⁹ a situaciones que pueden ser trasladables o aplicables a la vida cotidiana, es decir, a lo que puede acontecer en la realidad. De este modo, de las imágenes vistas califican como reales el mencionado spot de la “DGT” y el del reciclaje, puesto que consideran que esas situaciones ocurren en la vida real; mientras que en algunos grupos la noticia del crucero se etiqueta de ficción, al afirmar que se trata de un engaño.

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**El último sí** (ocurre en la vida real), **yo he visto un montón de paradas de esas**”.

¹⁷ Real Academia Española (2001): *Diccionario de la Lengua Española*, Vigésima Segunda Edición, págs. 713 (vocablo: *ficción*) y 718 (vocablo: *fingir*).

¹⁸ *Ibid.*, pág. 1293.

- Niño grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**lo del coche, lo de conducir, y lo del reciclaje (es realidad), porque debemos reciclar y tener precaución. Lo demás es ficción porque es mentira**”.
- Niño grupo A2 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**El del crucero no** (ocurre en la vida real). A veces, **te mienten con algunas cosas, como eso que le llevan a la señora la copa**”.

De ello, se deduce que asocian lo ficticio con lo que les resulta falso o que es “mentira” y lo real con lo “verdadero”, lo que respondería a la acepción que hemos citado anteriormente. También los siguientes testimonios corroboran que más allá de la finalidad y de los tipos de programas en los que se presentan los mensajes, los niños atienden a la proximidad entre lo representado en las imágenes con lo que se representa, es decir, lo que es certeramente real. Así, adjetivan de reales algunas de las secuencias extraídas de series de ficción, entre ellas de dibujos animados, familiares y juveniles, como puedan ser “*Los tres amigos y Jerry*”, “*Blooson*” o “*Compañeros*”:

- Niño grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Unas cosas pueden pasar y otras no. Hay cosas que no son reales. Algunas cosas son **verdad, como la de que puede emborracharse alguien** (serie ‘Blooson’), y otras cosas, **mentira, como que salten los envases de la papelera** (spot reciclaje)”.*
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Yo pienso que algunas cosas sí es realidad y otras no. Por ejemplo, **lo del reciclaje y eso, sí hay personas que tiran ya a lo loco... y también lo de la madre** (‘Compañeros’) **que también ha pasado** porque una compañera mía que va a otro colegio es polaca y su padre bebe y, algunas veces, las coge del cuello y todo eso, o sea que eso sí es realidad, pero, por ejemplo, **algunas cosas no, porque lo de los coches es para anunciar y para que lo compres**”.*

¹⁹ El Diccionario de la RAE, op. cit, define el término *real* como “que tiene existencia verdadera y efectiva” y *ficticio* como “fingido, imaginario o falso”, págs. 1293 y 713, respectivamente.

- Niña grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**Ficción**, los coches ‘Hot wheels’, **la del barco** y **la de los dibujos del Pato**. Y las otras **realidad**: **la del niño que ve demasiado la televisión** (serie ‘Los tres amigos y Jerry’), **la del coche que tenemos que parar para no provocar accidentes**”.

Por otro lado, si analizamos los discursos en función de las diferencias entre variables, observamos que en los grupos pertenecientes a niños entre 10 y 12 años de edad es en los que se percibe cada aspecto con mayor claridad. No obstante, algunos niños adscritos a los grupos que acostumbran a ver más de dos horas la televisión y no dialogan con los padres respecto a lo que ven, se limitan también a adjudicar a la realidad aquellos contenidos que son aplicables a la vida cotidiana:

- Niños grupo G1 c (10-12 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): “**Todo realidad, todo puede pasar**, puedes ir muy rápido, puedes dormir, puedes ver mucho la televisión y puedes beber”, “Dormirse en el coche **puede pasar en la realidad**, pero el anuncio de coches no, no vas a estar tan loco para saltar en una carretera”.
- Niña grupo G2 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “(¿Las imágenes que habéis visto, son realidad o ficción?) **Ficción**. Depende, las **series no**. A veces, **tienen algo de realidad** porque las series, quieras que no, **algunas series te dicen alguna mentira** (¿Cuáles pensáis que pueden ser realidad?), por ejemplo, la de ‘**Compañeros**’, la de ‘**Los tres amigos y Jerry**’,...”

En el resto de los grupos entre 10 y 12 años, como ya hemos señalado, llegan a diferenciar claramente entre realidad y ficción²⁰:

²⁰ Dichas distinciones se suelen mencionar en grupos con niños entre 10 y 12 años en los que sus componentes acostumbran a dialogar con padres y, también, entre los que no dialogan, los que habitualmente ven menos de dos horas diarias la televisión.

- Niño grupo E1 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “...*ficción, porque **no lo van a hacer de verdad***”.
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “(en referencia al anuncio de la ‘DGT’): *La **imagen**, puedes acabar así, pero es mentira, no van a ir a un accidente y grabarlo para ponerlo en la tele, **son actores que lo hacen***”.
- Niña grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “***En la televisión, está hecho para que veas lo que puede pasar en la realidad pero, cuando lo hacen en un anuncio, no pasa***”.

A esto, se añade que también distinguen, de manera correcta, la realidad de lo que podemos denominar *realidad mediada* o *construcción de la realidad*²¹. Por ello, en la cuestión relativa a qué “*diferencias encuentran entre lo que ven en televisión y lo que viven en la realidad*”, se desprenden interesantes diferencias en sus discursos en torno a los siguientes aspectos:

- Relacionan la vida real con la experiencia directa y personal:
 - Niña grupo E1 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “***Ahí, no te pasa nada a ti y, en la vida real, te pasa a tí***”.
 - Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Es **muy diferente cuando lo ves por la televisión que cuando eres tú**. Si yo me monto en un looping, me da miedo, si lo veo en la tele, no*”.

²¹ Estos conceptos harían referencia a la imagen de la realidad, es decir, a la grabación de ésta. Por tanto, a una realidad que es reconstruida siguiendo distintos criterios, como pueda ser la perspectiva que quiera ofrecerse o los distintos elementos que se aborden dentro de la información, además de los diversos recursos técnicos y expresivos que se utilicen, entre otros condicionantes que hacen que dos imágenes de una misma realidad puedan ser totalmente diferentes.

- Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): ***“En la realidad, puedes evitarlo, y los anuncios te dicen que puedes evitarlo...”***
- Introducen el concepto de “grabación” de la realidad:
- Niña grupo H2 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): ***“El equipo que tiene la cadena de televisión se desplaza con las cámaras y lo graba en el lugar”.***
- Aluden a la posible manipulación, mediante la emisión de aspectos tergiversados, exagerados o partidistas de la realidad, incluso exponen citas reveladoras acerca de posibilidades técnicas de realizar ese tipo de mediaciones que deforman, deliberadamente, lo que sucede de modo natural:
- Niños grupo E2 a (10-12 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): ***“pues que, en la tele, lo pueden exagerar mucho o pueden decir lo que quieran y que, en la realidad, pasan cosas que ellos no te dicen cosas así. En la realidad, es realidad todo, pero en la tele hay muchas cosas de ficción”, “en la tele, hay cosas que exageran mucho para que tú lo veas pero que, en realidad, no es tan exagerado”.***
 - Niños grupo F2 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): ***“Lo que ves en la tele, es de un aspecto y, luego, no es cierto”, “En la tele, son como ilusiones ópticas. Ahí, te pueden engañar como quieran porque lo manipulan con el ordenador”.***

- A MODO DE SÍNTESIS:

- Como conclusiones a este apartado, podemos afirmar que los niños con más edad -de 10 a 12 años- perciben con mayor claridad las diferencias entre realidad y ficción, mientras que quienes cuentan con edades inferiores -entre 7 y 9 años- se limitan a asociar lo real con lo que puede ocurrir en la realidad, sin tener en consideración los tipos de programas en los que se presenta, por ejemplo, en informativos o en series de ficción.
- En cuanto a las otras variables (cantidad de consumo diario y diálogo con los padres), sólo se aprecian diferencias en lo que a la distinción entre realidad y ficción se refiere cuando actúan de manera conjunta. De esta manera, los niños que ven más de dos horas al día la televisión y no acostumbran a dialogar son quienes más confusiones presentan a la hora de abordar las diferencias entre ambos conceptos. Por el contrario, los niños entre 10 y 12 años que no coinciden con las características citadas no sólo distinguen con claridad dichos términos, sino que además llegan a diferenciar entre *realidad* y “*realidad mediada*”, desde varios parámetros: mediante la relación de la realidad con la experiencia directa y personal, a través de la introducción del concepto “grabación” en referencia a la manera de construir la realidad e, incluso, haciendo alusión a las posibilidades de “manipular” la realidad.

5.5. PERCEPCIÓN DE LOS ASPECTOS CRÍTICOS DE VARIOS MENSAJES.

Con el fin de abordar la manera en que los participantes en los grupos de discusión comprenden varios mensajes televisivos con modos de exposición muy diversos, además de los aspectos críticos que se integran en cada uno de ellos, se mostraron tres secuencias²²:

- La primera extraída del programa infantil/juvenil “*Desesperado Club Social*” en la que, de manera explícita, se critica a la sociedad por el abandono de animales, se indica que debemos ser solidarios con ellos y, al final, se deja abierto un interrogante: “*Si él (un perro) no lo haría, ¿por qué vas a hacerlo tú?...*”. Así, se pone en duda el comportamiento de aquellos que son irresponsables e insolidarios con los animales y se personaliza en la actitud de cada uno de los televidentes, con el fin de invitar a la reflexión individual acerca de esta cuestión.
- En la segunda, perteneciente a la serie de animación “*Los Simpson*”, se cuestiona el comportamiento negativo de una madre que incita a su hija a realizar lo que es contraproducente para ella: no ir al colegio o jugar a los videojuegos, en lugar de ver documentales con fines educativos. De este modo, se integran los temas del absentismo escolar y del enganche a los videojuegos, mediante la crítica a una madre irresponsable con la educación de su hija.
- La última es un spot perteneciente a una campaña para la prevención del consumo de tabaco en adolescentes, en el que se muestra el ejemplo de un chico que realiza múltiples actividades y, a través de rótulos, se indica “*No para, no descansa, no se pierde una, no se corta, no fuma*”. Este anuncio, narrativamente abstracto y carente de

²² En el Anexo VII, desarrollamos la descripción del contenido de cada una de estas secuencias, así como su finalidad concreta.

diálogo, critica el tópico de que fumar ayuda a divertirse, a ser más abierto y a relacionarse con los demás.

Por tanto, conjugamos tres tipos de mensajes: uno con una exposición directa, otro dirigido a adultos y, un tercero, de carácter abstracto. A continuación, pasamos a analizar qué aspectos extraen los niños de su contenido y, también, si se producen diferencias atendiendo a las distintas variables de estudio.

- **IMAGEN 10:** Programa juvenil “*Desesperado Club Social*” de Antena 3
Televisión. Tema: Abandono de animales.

En general, los niños comprenden el tema nuclear del que trata esta secuencia, basado en el abandono de los perros. Sin embargo, se observan diferencias en la manera de percibir la imagen, teniendo en consideración las diferentes variables de pertenencia, con mayor o menor profundidad en el contenido narrativo y en los aspectos críticos que se plantean.

Los testimonios que presentan errores en su comprensión se recogen en grupos coincidentes con niños entre 7 y 9 años que acostumbran a ver más de dos horas al día la televisión.

- Niño grupo A1 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Anuncian que hay perros abandonados y que los puedes acoger para que no se mueran*” (en primer lugar, no se trata de un anuncio y, en segundo, no se refiere tanto a la acogida como al hecho de no llegar a abandonarlos para no tenerlos que acoger).
- Niña grupo A2 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*...te explica que no hay que dejar abandonados a los perros*” (comentario meramente descriptivo).
- Niña grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*La gente abandona a los perros porque no los quería*” (descripción lineal).

Por el contrario, los grupos de niños que no alcanzan las dos horas de consumo televisivo diario aprecian los aspectos críticos y, además, establecen comparaciones con experiencias propias o cercanas relacionadas con el tema que se expone:

- Niña grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Menos mal que yo no abandono a mi gato. No se puede dejar*”

a los animales abandonados porque pueden coger enfermedades, pueden matarle gente..., o adoptarle, que eso sí que está bien, como yo adopté a mi gato, que me lo encontré en la calle”.

- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“¡Qué pena!, Iris y Zeus, mis perros, que tenía antes, sí que tuvieron suerte porque su dueño los había dejado en un río, los había tirado al río desde un puente y estaban muy heridos y se recuperaron y se los llevaron a la perrera y, una hora antes de que los mataran, fuimos nosotros y nos los llevamos. Eran más bonitos...”.*
- Niña grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Una vez tuve un perro pero no podía cuidarlo y lo tuve que dar, pero no lo tiré a la calle porque puede sufrir o que le pille un coche. Estas imágenes defienden al perro”.*

En función de la variable edad, los grupos compuestos por niños entre 10 y 12 años ahondan, en mayor medida, en el contenido del mensaje que los pertenecientes al estrato entre 7 y 9 años. No sólo apuntan que trata del abandono de animales sino que se adentran en que se cuestiona la actitud de las personas que los abandonan, a los que, entre otros apelativos, se les califica de “*crueles*”, de “*poco respetuosos*” o de “*poco responsables*”.

- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“...**los que dejan abandonados a los animales son crueles, son malos**, porque yo no creo que si ellos fueran mascotas de otras personas y los abandonaran no se sentirían bien, igual que los animales”.*
- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“que somos **poco respetuosos** y **sólo respetamos lo que nos interesa**. Si no puedes llevarte al perro y no te interesa dejarlo en un sitio porque es muy caro, pues lo abandonas, **eso me parece injusto**”.*
- Niña grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Sí, **(crítica) a los humanos** porque, **si tienes un perro, tienes que saber lo que significa**”.*

- **IMAGEN 11:** Serie de animación para adultos “*Los Simpson*” (capítulo Lisa enferma). Tema: Una forma de educación irresponsable.

En esta secuencia, correspondiente a una serie de animación para adultos, encontramos más interpretaciones confusas que en el anterior. Sin embargo, no podemos circunscribirlas a grupos configurados por variables concretas, puesto que encontramos testimonios de este tipo repartidos entre grupos muy diversos en sus características de pertenencia. Veamos algunos ejemplos:

- Niño grupo B1 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Me ha parecido bien y mal porque que se ponga en medio cuando estás jugando..., eso molesta. Y, cuando tira el libro al suelo, hay que dejarlo recogido”* (sólo contempla aspectos parciales e inconexos de la secuencia, los cuales sólo son detalles sin importancia y no forman parte de la esencia del mensaje que se aborda en la imagen).
- Niño grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Lo malo es que su madre está llamando al cole y cuelga, esto es malo porque si no avisas a su profesora..., no sabe lo que le puede ocurrir”* (confunde el mensaje porque desvía la interpretación hacia un aspecto intrascendente en su lectura).
- Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Lisa, primero, quería ir al colegio pero empezó a jugar”* (descripción fragmentaria y lineal) .
- Niños grupo H1 d (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“Al principio, te aburre pero, luego, te coges el truquillo y te deja de parecer aburrido”, “Le parece un rollo jugar y, luego, se engancha”* (descripciones lineales de aspectos parciales del contenido y poco importantes desde el punto de vista del significado final del mensaje); *“Critica el colegio y los deberes”, “El colegio porque, a veces, parece un poco aburrido, pero luego en el fondo conoces a amigos y te lo pasas bien”* (se advierten errores en la interpretación de la crítica que se plantea en esta imagen).

A la hora de captar el tema esencial del que trata la secuencia también son bastantes menos los niños que lo contemplan que en el caso del mensaje anterior. Sólo en varios grupos, también configurados por diferentes características, se aborda el contenido nuclear del mensaje: la falta de criterio en la educación de Lisa por parte de su madre, ya que incita a la niña a realizar lo contrario de lo que es coherente o positivo para ella. De esta forma, se ejemplifica con dos hechos, por una parte, prefiere que se quede en casa en lugar de ir al colegio, a pesar de que su hija insiste en que no se encuentra tan enferma como para no ir y, por otro lado, le insiste en que juegue a los videojuegos de su hermano, cuando ella prefiere ver un canal de documentales.

- Niños grupo A1 a (7-9 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): “*La culpa la ha tenido la madre por darle la maquina a Lisa*”, “*Está mal, la niña quería ver los informativos y la madre le ha dado el videojuego*”.
- Niños grupo H2 d (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): “(Esta imagen trata de) *la educación. A veces... si te educan de una manera, haces las cosas de esa manera*”, “*Lo mismo. Es un poco mentira porque la madre dice que los anuncios son muy educativos y no es verdad*”, “*A Lisa le gustaba leer y la madre le dice que haga otra cosa*”, “(Esta imagen critica) *a la educación. Lisa es muy lista y le gusta leer... Su madre le obliga a jugar con videojuegos, no le deja ver la serie educativa...*”.
- Niña grupo E1 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Mal, porque la madre ha hecho que no vaya al colegio y le ha dado la videoconsola y, en vez de estudiar, estaba jugando*”.

- **IMAGEN 12: Spot para la prevención del consumo de tabaco en adolescentes. Tema: Fumar no es necesario para divertirse.**

En esta ocasión, encontramos también numerosas confusiones en la interpretación del mensaje, pero sólo en niños entre 7 y 9 años. Entre otros significados, establecen asociaciones con el tema del absentismo escolar, ya que indican que esos niños tendrían que estar en el colegio; lo vinculan con lo peligroso que puede ser dar volteretas; lo relacionan con que son gamberros porque hacen todo lo que quieren; o se limitan a afirmar que el protagonista representa la imagen de un chico perfecto.

- Niños grupo A1 a (7-9 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“Eso está muy mal porque tenían que estar en el colegio estudiando”, “Está bien y mal, tenían que estar en el colegio estudiando y se ha ido a una discoteca, pero ni ha tomado drogas ni alcohol, ni ha fumado”, “Tenían que estar en la escuela, no en una discoteca a bailar”.*
- Niños grupo B1 b (7-9 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“Mal, si haces volteretas te puedes caer y marearte, ‘no fumes, no hagas esto...’, fuma y eso está mal”, “(Este anuncio critica) que están dando volteretas”.*
- Niños grupo C1 c (7-9 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“Se puede caer mal, le ha puesto los pies y ha hecho una voltereta en el aire que no la tenía porqué hacer”, “Es una cosa que... son unos gamberros fumando, que hacen todo lo que quieren”, “(Esta imagen critica) que no debes fumar, te vuelves así como ellos”.*
- Niño grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Es como un chico perfecto”.*

Dentro del segmento de edad de 7 a 9 años hay quienes apuntan que se refiere a los efectos nocivos que tiene el tabaco, pero no llegan a captar el significado final de la secuencia, relacionado con que fumar no ayuda a divertirse.

- Niños grupo A2 a (7-9 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): "(Esta imagen critica) *que no se debe fumar... porque perjudica la salud*", "*...y los pulmones, luego cuando te hagas viejo, te puedes morir antes*".
- Niños grupo C1 c (7-9 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): "(Critica que) *te puedes volver loco, puedes tener problemas de corazón*", "*Si tienes una enfermedad, se te puede agarrar al corazón*".
- Niño grupo D2 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): "*Fumar es malo, las drogas... y que te puedes morir*".

En contraposición, en casi todos los grupos entre 10 y 12 años sí que manifiestan el tema nuclear, el cual permanece implícito en el mensaje. Además, amplían lo innecesario que es fumar o consumir otras drogas, no sólo para divertirse sino también para tener un carácter más abierto con lo demás, para estar más alegre o para practicar deportes:

- Niños grupo E2 a (10-12 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): "*pues que puedes salir de marcha y hacer ejercicio y, todo esto, sin drogarte ni fumar y que, no hace falta drogarse, para ser mejor porque tú eres como eres y las drogas no te van a ayudar a ser mejor ni peor. Bueno, peor, sí*", "*También pienso lo mismo, que te puedes divertir sin beber, sin fumar y sin todo. No dependes de las drogas*".
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): "*Sí, está bien, porque enseña cómo divertirse sin hacer cosas malas, sin fumar, sin beber*".
- Niños grupo G1 c (10-12 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): "*Se divertía pero no se excedía*", "*Te puedes divertir sin drogarte*", "*Te lo puedes pasar muy bien con tus amigos sin fumar, tomar drogas o beber*".

- Niños grupo G2 c (10-12 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): “Es **un chico que hace todo tipo de deportes y no necesita fumar para encontrarse así de bien y ser el alma de la fiesta**”, “y divertirse. **La gente puede divertirse sin fumar, ni tomar drogas, ni beber...**”.
- Niños grupo H2 d (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): “**Está muy bien, dice que puedes hacer de todo pero sin fumar**”, “**Más o menos eso. Puedes hacer muchas cosas y estar muy contento y divertirte y, todo, sin fumar**”.

Entre estos grupos de niños con mayor edad, también se señala el objetivo que tiene este anuncio, relacionado con la prevención y advertencia acerca del consumo de tabaco y, en un caso, se indica que su finalidad es educativa.

- Niño grupo E1 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**Te dice lo que tienes que hacer, sin tomar drogas ni nada de eso**”.
- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**Me parece un buen anuncio porque no te engaña. A lo mejor hay alguno que fuma y, por ver esto, no va a dejar de fumar, pero sí te advierte**”.
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**Este es uno de los anuncios más educativos...**”.

- A MODO DE SÍNTESIS:

- Los aspectos críticos a los que hacen referencia los mensajes expuestos, en un caso de manera directa y en otro abstracta, sólo los captan los niños con más edad -10 a 12 años-, ya que profundizan en el significado del mensaje y llegan a comprender el tema nuclear, así como su finalidad. Por el contrario, los niños entre 7 y 9 años presentan más confusiones en la reinterpretación de los mensajes.
- En el caso del mensaje directo, también se advierten diferencias en la comprensión de aspectos críticos en función de la cantidad de tiempo de visionado diario. De este modo, validamos la hipótesis relativa a que consumir televisión durante más tiempo no significa saber apreciar, en mayor medida, los aspectos críticos de los mensajes, sino que se quedan en una lectura menos profunda e, incluso, confunden el significado.
- En la reinterpretación del mensaje destinado a adultos, es donde más errores encontramos. Estas confusiones están presentes en todos los grupos, por lo que no se aprecian diferencias en función de las variables de estudio, ya que en general no comprenden el significado. Por tanto, los niños no llegan a captar un mensaje que no está destinado a ellos como público objetivo.

5.6. DISTINCIÓN ENTRE SERIES DIRIGIDAS A NIÑOS Y A ADULTOS.

En este último apartado, tratamos, por un lado, de constatar si los niños suelen ver series destinadas a adultos y, por otro, de conocer si saben distinguir entre series infantiles y series para mayores y, en caso afirmativo, los argumentos que aportan para diferenciarlas.

Con dicho fin, seleccionamos dos secuencias de series de animación destinadas a adultos, pero con diferentes características en cuanto a su tratamiento y horario de emisión: “*South Park*” y “*Los Simpson*”. Además de diferir también en su finalidad, de carácter más diversivo, en el primer caso, y más educativo, en el segundo. Y también trataremos de establecer comparaciones entre estas series y una de carácter infantil: “*El Pato Donald*”.

- **IMAGEN 13: Serie de animación para adultos “South Park”.**

En general, salvo varios casos aislados, no han visto en ninguna ocasión esta serie. Entre los pocos niños que afirman que la han visto, la mayoría ha sido de forma ocasional, en casa de familiares o amigos.

Curiosamente, se observa que los contados niños que ven esta serie, de manera habitual, suelen pertenecer a grupos que acostumbran a ver más de dos horas diarias la televisión. Y, de manera paradójica, a pesar de que consideran que es para adultos, afirman que la ven.

- Niño grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): **“Sí, todos los días, la veo con mi padre, se llama ‘South Park’, la emiten por la noche. Es mala la serie porque dicen palabrotas”.**
- Niños grupo E2 a (10-12 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): **“(¿Habéis visto esta serie? Sí. Con mis padres y amigos. (se emite) a la una de la madrugada, es para mayores... porque dicen muchas palabrotas y, por algo, lo ponen a la una”.**
- Niño grupo G2 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): **“(¿Habéis visto alguna vez esta serie?) Sí. (¿Con quién?) A veces solo, a veces con mi hermano. (¿Sabéis a qué hora se emite?) Sí, a la una. (¿Pensáis que es para niños o para mayores?) Para mayores. Hay series que las quieren prohibir, pero no sé porqué hay niños levantados a tales horas. (¿Por qué es para mayores?) Por la hora. También por lo que dicen”.**

En el extremo opuesto, los niños que indican, a priori, que no les permiten ver “South Park” pertenecen a grupos que suelen dialogar con los padres respecto a lo visto en televisión (A2 a; B2 b; F1b). En uno de estos grupos, se critica, incluso, que haya padres que dejen ver a sus hijos este tipo de contenidos, puesto que pueden aprender cosas negativas, lo que ejemplifican con situaciones que les son cercanas:

- Niños grupo F1 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven):
 - *“...hay padres que dejan ver a sus hijos lo que quieren y hay niños que tienen tres añitos nada más y cuando empiezan a hablar sólo saben decir palabrotas y no saben decir nada más”.*
 - *“pues, yo tenía una amiga que era supereducada y, a raíz de que empezó a ver eso se volvió maleducada, no quería hacer los deberes, mandaba a los padres por ahí”.*
 - *“yo los veo mal, porque dicen palabrotas y, luego, mi primo se pasa todo el día diciendo palabrotas”.*
 - *...“sería mejor que los padres educaran bien a sus hijos y los hijos no dirían palabrotas...”.*

En cuanto al horario de emisión, conocen que es a la una de la madrugada. En algunos casos, no se especifica, indicando sólo que es *“muy tarde”*. Este es uno de los principales motivos por los que la clasifican para adultos:

- Niños grupo C1 c (7-9 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“Para adultos”, “Porque es por la noche”, “Porque es a la una”.*
- Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“A esas horas un niño no está despierto”.*
- Niños grupo G2 c (10-12 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“...no sé porqué hay niños levantados a tales horas”, “(es para mayores) por la hora”.*

No obstante, la principal razón que argumentan para considerar que no se trata de una serie para niños es debido al tipo de vocabulario que utilizan los protagonistas, el cual nombran con los siguientes sustantivos: *“palabrotas”, “guarrerías”, “tacos”, “cochinadas”* o *“lenguaje de mayores”*. En este sentido, piensan que no es conveniente que lo vean los niños porque pueden imitarlos y matizan que no es una serie educativa.

- Niños grupo B1 b (7-9 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“Para mayores porque **dicen muchas palabrotas y es de cochinadas**”, “Palabrotas son **cosas muy fuertes que no deben decir los niños**”.*
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“...mi prima lo ve mucho y me lo cuenta y **dicen muchas palabrotas y no tiene nada de educativo ni nada...**”.*
- Niños grupo F2 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“...sé que es **una serie que no te educa, te maleduca**”, “A mí, esta serie **no me enseña nada**”, “Creo que es **para mayores, dicen muchas palabrotas y tampoco te enseña nada**”.*
- Niña grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“...A mí, mis padres no me lo prohíben ni nada, lo que pasa es que **yo no lo quiero ver. Dicen muchas palabrotas y los niños de tres o cuatro años se influyen mucho por eso y se creen que puede ser como la vida real**”.*

Otro motivo que apuntan es el tipo de contenido que se aborda, haciendo alusión a la parte violenta y erótica que se introduce.

- Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Para mayores porque sale **mucha violencia y un lenguaje de mayores**”.*
- Niño grupo G2 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Esa serie **es para mayores por lo que dicen. En la película, dicen cosas muy eróticas**”.*

- **IMAGEN 14: Serie de animación para adultos “Los Simpson”. Tema: Bart y Homer viendo un programa violento de televisión.**

Al contrario que la serie anterior, casi todos los niños suelen ver “Los Simpson”, asiduamente, en horario de sobremesa acompañados de sus padres y/o hermanos, y, en menor medida, solos. En este caso, encontramos menos referencias relacionadas con que sus padres no les dejen verla y sí alguna relativa a verla en familia con objeto de estar en compañía.

Respecto a la secuencia vista, se muestran más sorprendidos que tras el visionado de la de “South Park”, en la que “las palabrotas” eclipsaban el resto del contenido. En las imágenes de “Los Simpson”, sin embargo, recapitulan más aspectos relacionados con la violencia expresa en las imágenes:

- Niño grupo A2 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Bart y Homer están viendo la tele, una serie de que dos chicos beben, se emborrachan y rompen una botella, y se empiezan a pelear”.*
- Niña grupo B1 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“cuando dicen ‘una patada en el trasero’, cuando le echa lejía y cuando dice la palabrota, mal”.*
- Niño grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Bart dice a Homer: ¿estás viendo la tele de terror? Y dice: pues sí, hay veces que se dan patadas en el culo o se pelean. Y dice: dabuten. Y dicen eso son palos de hockey y dice la madre ‘no tenéis pelotas”.*

Otros niños ahondan más en el contenido y perciben el hecho de que Homer deje ver esas imágenes a Bart como negativo. Además, incluso, critican que el capítulo al que pertenece la secuencia vista se haya emitido en televisión y señalan que ellos lo eliminarían de la programación. Estas valoraciones se realizan, precisamente, en grupos cuyos componentes tienen entre 10 y 12 años, ven menos

de dos horas la televisión y dialogan con los padres acerca de los contenidos que ven:

- Niños grupo F2 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven):
 - *“el hecho de **que Homer le deje ver esa serie a Bart es brutal**”*
 - *“es **un poco bélico** que se **maten a tortas**, es **una burrada**”.*

- Niños grupo F1 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven):
 - *“Eso sí que..., casi no puedo creer, ¡eh!, vamos, lo peor, ¡eh!...”*
 - *“Los padres le echan lejía, los palos, la gente bebiendo cerveza..”*
 - *“Eso, es **para decirle a la directora que, o lo quita, o quita la televisión**”*
 - *“...¿**Lo han echado en la televisión que vemos?**, ¿en Antena 3, lo han echado?, (este capítulo, este trocito, pertenece a un fragmento de la serie ‘Los Simpson’) ¿en serio?”*
 - *“Eso está muy mal, ya no me gustan tanto ‘Los Simpson’...”*
 - *“...después de lo que hemos visto”.*

Debido a que esta serie es *“un poco fuerte”* (H2 d) o a que *“hay demasiada violencia”* (H1 d), algunos niños indican que *“Los Simpson”* está dirigida a niños más mayores o adolescentes o que está destinada a niños pero para verlo junto con personas adultas, con el fin de que expliquen o limiten lo que es más agresivo:

- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“**Es para niños, pero para verlo con mayores...** Yo, a veces, veo esta serie con mi primo porque, así, **me explica cosas o, si hay algo fuerte, me dice que me vaya o baje el volumen**”.*

- Niños grupo H2 d (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“Es **para niños pero más mayores**. ‘South Park’ es para adultos y ésta es más **para adolescentes**”.*

Los grupos en los que se advierten este tipo de limitaciones están integrados por niños que acostumbran a ver menos de dos horas la televisión. Por el contrario, quienes pasan de dicha cantidad de consumo diario suelen indicar que está destinada, principalmente, a niños y, como argumentos, justifican que en esta serie no dicen casi “palabrotas” o, al menos, no tantas como en la del ejemplo anterior.

Por lo que respecta a los grupos de niños entre 7 y 9 años, encontramos respuestas con diferentes parámetros. En algunos casos, señalan que se trata de una serie que, unas veces está destinada a niños y otras sólo a adultos, por lo que la limitan en función del tipo de contenido que se emita en sus diferentes entregas.

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): ***“Algunas veces ponen cosas de niños y otras, es más para mayores, porque, a veces, ponen cosas que no tienen mucho sentido para los niños”***.
- Niños grupo D2 d (7-9 años, ven menos de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): ***“Para mayores y para niños...”***. “(¿Pensáis que los niños los pueden ver?) ***Algunos capítulos, sí***”.

Otros participantes relacionan que es para niños atendiendo a diversos criterios:

- al contenido (en referencia a que no se introducen “palabrotas”):
 - Niño grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): ***“Para niños...no dicen palabrotas”***.
- al horario (puesto que es a una hora considerada permitida).
 - Niños grupo C1 c (7-9 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): ***“De niños... No es a mala hora y no dicen muchos tacos”***.

- al tipo de programa (en este sentido, simplemente por el hecho de tratarse de dibujos animados, piensan que forman parte del perfil de destinatarios de la serie. Así, relacionan la animación con el público infantil, al que pertenecen).
- Niña grupo B1 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): "**Para adultos no mucho porque son dibujos**".
- Niña grupo C2 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): "**(para niños) porque, como son dibujos, a lo mejor les gustan y les interesa**".

Por último, cabe incidir en que, a pesar de que algunos niños consideran que es una serie destinada a mayores, ellos suelen verla. Además, en ocasiones, la clasifican en función de su edad, con objeto de justificar que la pueden ver.

- Niño grupo D2 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): "**Para mayores de 7 ó 13 años**" (Esta cita pertenece, precisamente, a un niño que tiene 7 años y que acostumbra a ver la serie con su hermano que tiene 13).
- Niño grupo G2 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): "**Esa serie es para mayores por lo que dicen (...). 'Los Simpson' los veo para mayores de 10 años, normalillo**" (este niño también clasifica la serie atendiendo a su edad, ya que él tiene 11 años, así establece que puede verla, aunque en un principio disponía que era para mayores por el lenguaje utilizado).

En cuanto a las diferencias que se señalan entre estas dos últimas series y "*El Pato Donald*", la más nombrada es la edad de los destinatarios. De este modo, encuentran que "*El Pato Donald*" es la más infantil; "*Los Simpson*" sería para niños más mayores (entre los cuales se incluyen ellos) y para adultos; y "*South Park*" sólo para adultos.

- Niña grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**‘El Pato Donald’ es para niños y ‘Los Simpson’ para mayores, o para niños mayores**”.
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**‘South Park’ me parece más de mayores porque insultan más y ésta (‘Los Simpson’) es más para niños, hacen tonterías y esto**”.

Otro rasgo que apuntan para clasificar las series es su carácter educativo. En esta consideración, ven “*El Pato Donald*” como la más educativa. Respecto a “*Los Simpson*”, se debaten en dos posiciones contrarias en cuanto a esa finalidad. Y opinan que “*South Park*” carece de ella.

- Niño grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**‘El Pato Donald’ es educativo porque no dicen tacos, es todo diversión, y los otros dos no son educativos**”.
- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**Ésta (‘Los Simpson’) te advierte un poco y en ‘South Park’ dicen más palabrotas**”.
- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “**...por ejemplo, que ‘El Pato Donald’ enseñaba a sus sobrinos a que tenían que ahorrar y, por ejemplo, la madre de Lisa le decía a Lisa que tenía que jugar a la play, que jugara a los videojuegos. Y, por ejemplo, en los dibujos de ‘El Pato Donald’, cuando le estaba cortando el césped y todo eso que era bueno, aquí al padre, al Pato Donald, le gustaba, pero aquí (‘Los Simpson’) al padre le daba lo mismo, decía cosas malas el niño y al padre le gustaba**”.

En referencia al contenido, señalan que “*El Pato Donald*” es la más “*tranquila*” al carecer de ingredientes violentos; mientras que en las otras dos aprecian ciertos componentes agresivos:

- Niño grupo A2 a (7-9 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*Es mejor ‘El Pato Donald’..., es más tranquilo y más para niños*”.
- Niños grupo E1 a (10-12 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): “*Dicen palabrotas, son guarros y los de ‘El Pato Donald’ están bien*”, “*Dicen palabrotas y tienen un poco de violencia (‘Los Simpson’ y ‘South Park’)*”.
- Niño grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): “*En una (‘South Park’), hay demasiados tacos y, en la otra, demasiada violencia*” (esta última hace alusión a la secuencia concreta de “*Los Simpson*” vista en la sesión).

- A MODO DE SÍNTESIS:

- Los pocos niños que suelen ver “*South Park*” pertenecen a grupos que ven la televisión más de dos horas diarias. Por el contrario, quienes señalan que no les permiten verla son niños que acostumbran a dialogar con sus padres respecto a lo visto en el medio televisivo.
- Entre los motivos por los que clasifican “*South Park*” como una serie para adultos, señalan que se emite de madrugada, el tipo de vocabulario grosero que se introduce y que no es aconsejable que la vean los niños porque pueden imitarlo.

- Al contrario que “*South Park*”, casi todos los niños ven, de manera habitual, “*Los Simpson*” –serie que forma parte de sus preferencias, como hemos apuntado a lo largo de la presente investigación²³- y opinan que es una serie infantil, incluso la clasifican en función de su edad concreta, con el fin de justificar que la pueden ver.
- Quienes más críticos se muestran con el contenido violento de la secuencia de “*Los Simpson*” que visionaron fueron los niños entre 10 y 12 años que ven menos de dos horas diarias y dialogan con sus padres acerca de los contenidos televisivos. Estos grupos son los que más profundizan en el contenido y consideran que ni siquiera debería de haberse emitido ese capítulo en televisión. Además, son quienes establecen más límites a la hora de considerar “*Los Simpson*” como una serie infantil. Por el contrario, quienes ven más de dos horas argumentan que está destinada a niños, simplemente, por el hecho de que “*no dicen casi palabrotas*”.
- Los niños tienen clara la clasificación de “*South Park*” (serie para adultos) y “*El Pato Donald*” (serie infantil), dependiendo, entre otros aspectos, del contenido menos violento, en el primer caso, y de su finalidad educativa, en el segundo. Sin embargo, encuentran dudas a la hora de clasificar “*Los Simpson*” y de relacionarla con una u otra de las series anteriores.

²³ En el análisis cuantitativo que hemos presentado en el capítulo 4, se deja constancia de que “*Los Simpson*” es el espacio preferido de los niños encuestados. Su éxito entre el público infantil también lo corroboran los datos extraídos de T.N. Sofres, en los que, como puede consultarse en el Anexo IX, dentro del ranking de las cincuenta primeras emisiones más vistas por niños entre 7 y 12 años, aparece un total de veinticuatro ocasiones.

5.7. VALORACIÓN DE LOS GRUPOS Y OPINIÓN ACERCA DE INTRODUCIR UNA MATERIA DE EDUCACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN EN EL CURRÍCULO ESCOLAR.

En casi todos los grupos, valoran esta experiencia como óptima y acogen de manera positiva la idea de que les enseñen en el colegio aspectos relativos a cómo ver la televisión. Las posibles necesidades que podría cubrir esta materia, según apuntan, irían encaminadas en las siguientes líneas de actuación:

- como orientación respecto al contenido que pueden ver, en función de su edad:
 - Niños grupo A2 a (7-9 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“Sí, porque **así todo el mundo del colegio saben lo que pueden ver y lo que no**”*. *“Sí, porque hay niños de 6º que ven ‘Crónicas Marcianas’ ”*. (Vosotros, ¿lo veis también?) *“No, es para mayores”*.
 - Niña grupo D2 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Si me **enseñan a ver lo que tengo que ver sin palabrotas, sí**”*.
 - Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“**para saber qué tenemos que ver, las cosas de nuestra edad y las que son para todos los públicos**”*.
 - Niña grupo H2 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Pienso que sería bueno, **nos enseñaría las cosas que debemos ver, las que no...**”*.
- como recurso didáctico para el aprendizaje de diferentes materias (contenidos conceptuales):
 - Niña grupo D2 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Ver películas en **inglés, sí**”*.

- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“Puede ser interesante porque, así, **te enseñan a conocer las cosas**”.*
 - Niño grupo G1 c (10-12 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“para **aprender cosas de la tele**, por ejemplo, de las que salen **en documentales y programas de preguntas**”.*
- como herramienta para plantear demandas al medio de comunicación como ciudadanos o como soporte para aprender la manera de ver la televisión (contenidos procedimentales):
- Niños grupo A2 a (7-9 años, ven más de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): *“Es que **tendrían que poner en la tele, en todos los programas...**”.* *“**En un canal, cosas para pequeños y, en otro canal, cosas para mayores...**”* (plantean que en la televisión debe advertirse a qué público está dirigido cada programa o que se separe la oferta en diferentes canales para evitar confusiones).
 - Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“A mí, me parece que estaría bien porque **hay niños que la ven de muy cerca, así les podrían explicar cómo se ve y qué programas**”.*
 - Niña grupo H1 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“a veces, nos pasamos viendo cosas, te adictas, **deberían aconsejar cómo verla. A veces, estás viendo tanto rato la televisión y no sabes ni lo que estás viendo**”.*
- como medio para aprender lo relativo a los *contravalores* o forma ilustrativa de conocer las consecuencias negativas que pueden tener determinados comportamientos (contenidos actitudinales):
- Niño grupo D1 d (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): *“deberían de enseñarnos porque, luego, **nos viciamos con la televisión** y a nuestros padres no les dejamos verla y la televisión nos come el coco y hay veces que **podemos maltratar a nuestros padres**”* (señala una consecuencia

muy extrema que puede tener viciarse a la televisión. Según afirma después, este tipo de comportamiento agresivo lo ha conocido a través de la televisión, ya que lo ha visto en las noticias).

- Niño grupo E2 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): ***“Te enseñan a conocer las cosas que te pueden pasar si te marchas a una de estas cosas que son malas para la salud, te enseñan lo que puedes llegar a hacer”***.
- Niña grupo H2 d (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): ***“Sí, no sólo de la televisión, también de las drogas, tabaco,... porque sí nos enseñan a hacer las cosas de una manera las haremos así”***.

Los motivos por los que consideran que sería conveniente integrar esta materia en el currículo escolar son las limitaciones que opinan que tienen sus padres para explicarles lo que no entienden de la televisión y porque es un importante referente:

- Niña grupo E1 a (10-12 años, ve más de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): ***“Sí, porque hay cosas que no las entiendes y tus padres no saben cómo explicarlas”***.
- Niña grupo C1 c (7-9 años, ve más de dos horas la TV y no dialoga con los padres respecto a lo que ve): ***“Sí, así, nos educan más y sabemos lo que tenemos que hacer”***.

Como excepciones, en algunos grupos, se muestran contrarios a este tipo de aprendizaje desde las aulas. En estos casos, la opinión más frecuente es que son los padres los encargados de educar a sus hijos en este tema. Quienes exponen esta opinión son niños que acostumbran a dialogar con sus padres respecto a los contenidos televisivos y, por tanto, no consideran necesario que estos aspectos se afronten en el colegio.

- Niña grupo B2 b (7-9 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *"No, ya me lo explican mis padres"*.
- Niños grupo F1 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): *"No, nos deberían de educar nuestros padres, aquí venimos a..."*, *"...para el día de mañana, tu madre y tu padre te tienen que enseñar por lo menos algo, digo yo"*.
- Niños grupo F2 b (10-12 años, ven menos de dos horas la TV y dialogan con los padres respecto a lo que ven): *"A mí, no, me lo puede explicar mi hermano o mis padres"*, *"A mí, me parece que me lo puede explicar mi padre"*, *"No me interesa, te lo pueden explicar en cualquier sitio"*.

Otro de los argumentos que exponen es que la escuela debe dedicarse a otro tipo de contenidos. Casualmente, este discurso surge en los dos grupos en los que los niños cuentan entre 10 y 12 años y, también, ven menos de dos horas la televisión y dialogan con los padres respecto a lo que ven. En este sentido, podemos apuntar que, probablemente, sean quienes menos necesiten una formación en lo que al medio televisivo se refiere, tanto por el limitado consumo que llevan a cabo, como porque comparten con los padres lo que ven, mediante el ejercicio del diálogo.

- Niña grupo F1 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *"Aquí (en el colegio), nos tienen que educar a enseñar a ser más adultos, más civilizados y a aprender para estudiar e ir a la Universidad..."*.
- Niño grupo F2 b (10-12 años, ve menos de dos horas la TV y dialoga con los padres respecto a lo que ve): *"Un poco tontería, tal vez sí, porque que te enseñen qué cosas ver de la televisión o verla con moderación, eso te lo pueden enseñar tus padres en cinco minutos y, en el colegio, hay cosas más importantes que hacer"*.

Desde otro enfoque muy distinto, otra de las opiniones contrarias a que se introduzca dicha materia en el currículo escolar es que cada uno debe ver lo que estime oportuno, sin valorar la orientación que puedan darle. A ésta se añade que algunos niños se consideran bastante mayores como para que les recomienden lo que pueden o no ver. Así, lo perciben como una imposición y no como una guía. Estas afirmaciones se introducen, precisamente, en grupos que no suelen dialogar con los padres respecto a lo que ven y superan el límite de las dos horas diarias de consumo:

- Niños grupo C2 c (7-9 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): "***Cada uno debe ver la televisión como le dé la gana***", "*No, cada uno ve la tele como quiere*".
- Niños grupo G2 c (10-12 años, ven más de dos horas la TV y no dialogan con los padres respecto a lo que ven): "*No. Soy demasiado mayor para saber lo que tengo que ver*", "*No sé, cada uno tiene que ver lo que le gusta, no te tienen que decir lo que tienes que ver*".

- **A MODO DE SÍNTESIS:**

- En la gran mayoría de los grupos, se muestran favorables a la inserción de una materia relacionada con el aprendizaje del medio televisivo, en sus distintos aspectos. Algunos niños opinan que sus padres no están preparados para enseñarles determinados contenidos al respecto y que es un importante referente.
- Los escasos niños que consideran que no es necesario que se aborde este contenido en el currículo escolar, o bien pertenecen a grupos que acostumbran a dialogar con los padres, por lo que justifican que son ellos a quienes compete dicha enseñanza y que, en las aulas, debe enseñarse otro tipo de contenidos; o, por el contrario, forman parte de grupos que no

conversan habitualmente con los padres y su consumo es bastante elevado, por lo que señalan argumentos, tales como que son lo suficientemente mayores como para saber qué tienen que ver o que cada uno puede ver lo que le apetezca, sin estar abiertos a ningún tipo de pautas.

- Dado que algunos niños estiman que sus padres no pueden explicarles lo que no entienden del medio televisivo y como a quienes sí les guían en su consumo ven muy óptimo contar con los referentes que les proporcionan sus padres, creemos que es básico que se enseñe desde la escuela, con el fin de que todos los niños tengan acceso a ese intercambio de información y vayan construyendo su conocimiento para convertirse en el “sujeto social” al que hacíamos referencia en las primeras páginas de esta investigación.
- Gracias a esa preparación el niño llegará a los niveles más elevados de actividad que, en la actualidad, sólo alcanzan quienes tienen la oportunidad de dialogar con los padres respecto a los contenidos televisivos. De este modo, todos los niños sabrán *comparar* los contenidos con realidades que ya conocen o *aplicarlos* a nuevas situaciones ofreciendo alternativas y llegarán a ser autónomos en el análisis y la reflexión de los mensajes mediáticos, mediante un aprendizaje que irán construyendo día a día con la guía de adultos, sus profesores.
- Por los motivos citados, en este apartado y a lo largo de toda la tesis doctoral, pensamos que es fundamental que el sistema escolar integre una materia de carácter transversal relacionada con la “*Educación en comunicación*” y en el siguiente capítulo pasamos a exponer una propuesta de cuál podría ser su planteamiento.

CAPÍTULO 6:

PROPUESTA DE UN MODELO PARA LA EDUCACIÓN DE LOS NIÑOS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN

En primer lugar, concretaremos que hemos elegido el título “*Educación en materia de comunicación*”¹, porque es el perteneciente a la denominación europea, que ha tenido varias designaciones, con un significado análogo: *Educación para los medios*, *Educomunicación*, *Educación para la Comunicación*, *Educación por la Comunicación*, *Educación para la recepción (crítica, activa)*, *Pedagogía de la Imagen*. Unas se han promovido más desde el contexto latinoamericano, como *Educación para los medios*, y otras se han utilizado indistintamente en ambos continentes, por ejemplo *Educación para la Comunicación*. En cualquier caso, todas las formas de nombrarlo se corresponden con un mismo fin, que es el que nos planteamos en las siguientes líneas...

Para comenzar, cabe decir que esta propuesta parte de la manifiesta necesidad de establecer en el sistema educativo procesos de enseñanza-aprendizaje donde el principal eje sea la comunicación en todas sus dimensiones. Su objetivo prioritario sería llegar a una acción integral basada en potenciar la autoridad y la autonomía del alumno en relación con los medios, al tiempo que fomentar su capacidad crítica y creativa.

¹ Como dispone la UNESCO, la “*Educación en Materia de Comunicación*” o “*Educomunicación*” incluye “*todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles (...) y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación*” (Morsy, Z., ed. (1984): *La Educación en Materia de Comunicación*. UNESCO, París, pág. 8).

Tradicionalmente, los medios se han integrado en la escuela como soportes o recursos complementarios a la enseñanza, desde la histórica pizarra, pasando por el retroproyector y por el vídeo hasta llegar a los multimedia actuales. Esta “educación con los medios” o “su aprovechamiento didáctico para la educación formal” supone un primer acercamiento o punto de partida, en una triple dimensión “cómo recursos didácticos, cómo objeto de estudio o cómo agentes educativos”².

Los profesores utilizan los medios audiovisuales como recursos para mostrar contenidos inalcanzables, desde el punto de vista geográfico, por ejemplo, aspectos de otros países o lugares lejanos, o imperceptibles debido a sus dimensiones, en campos como la microbiología o astronomía. Tras esta primera forma de proceder con los medios y tecnologías, llegamos a la enseñanza de su contenido: qué proceso de construcción se sigue en los mensajes, productos o aplicaciones. Aquí, se conciben diferentes enfoques en la manera de enseñar-aprender: “*protector, directivo, descriptivo, tecnológico, desmitificador y complaciente*”, según la clasificación que establece Gutiérrez Martín (1997, 156-170). Y, por último, se plantea la concepción de los medios como agentes educativos y socializadores y, en esta función, se consideran las distintas relaciones entre los integrantes en el proceso comunicativo: unidireccionalidad, bidireccionalidad, EMIREC, multidireccionalidad,...

Como síntesis, esa es la triple vertiente con la que nos encontramos en cuanto a “explotación didáctica” de los medios, que puede resumirse en las siguientes modalidades: “*aprender con el medio; conocer e interpretar el medio; y comunicarnos con el medio*”³. De esta forma, podemos separar la utilización del continente, del estudio del contenido y del análisis de la trascendencia de cada una de las partes integrantes en el proceso comunicativo, atendiendo a las diferencias

² Gutiérrez Martín, A. (1997), en su libro *Educación Multimedia y Nuevas Tecnologías*, contempla estas tres formas de integración curricular que pueden aplicarse también al campo de los medios de comunicación, págs. 95-198.

³ Véase Aguaded, J. I. (1999): *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Paidós, Barcelona, págs. 150-156.

de cada uno de los modelos. Nuestra propuesta iría encaminada hacia una conjunción en el aprendizaje integral de las tres perspectivas. El propósito es que el niño conozca todos los mecanismos, finalidades y formas de creación relacionadas con los medios de comunicación para aplicarlos en su vida cotidiana.

6.1. FILOSOFÍA DE LA PROPUESTA

La “*Educación en materia de comunicación*” que proponemos se iniciaría con el **conocimiento de las funciones que cada agente puede operar en el proceso comunicativo** para que el alumno sepa cómo poder participar en él y de qué manera protagonizarlo. En primer lugar, mediante la selección autónoma de los soportes y mensajes que le interesan, por lo que tendrá que conocer las posibilidades que el medio de comunicación o aplicación tecnológica le ofrecen y las que no. Para aprender cuáles son sus herramientas y sus funciones y saber cuáles son cada una de las partes del proceso de producción de los mensajes, a través **del aprendizaje de la lectura mediática, del signifiante y el significado, con una mirada o uso crítico de los mismos**. Además, el mejor **conocimiento de todas las herramientas, lenguajes y códigos** se producirá cuando el niño aprenda a manejarlos de manera activa, de esta forma tendrá posibilidades de crear sus propios mensajes en distintos soportes, con el fin de que este conocimiento fruto de su experiencia práctica le sirva para evaluar a posteriori cada una de las acciones y relaciones que mantenga con los medios. De este modo, esta materia sobrepasaría las puertas de la escuela y sería una **enseñanza-aprendizaje en beneficio del ciudadano**.

La primera finalidad de nuestra propuesta es que el niño pueda llegar a ser un “**programador**” de lo que los medios le ofrecen o proponen, mediante la organización del proceso comunicativo en un modelo que podemos calificar como “multidireccional o con estructura arbórea”. Un modelo en el que se ejercen múltiples relaciones entre las partes y es el perceptor (como núcleo o parte troncal), quien se predispone a elegir, con criterio autónomo y crítico, de toda la variedad de medios, soportes y aplicaciones existentes (gran diversidad de ramas), los que más le interesan, teniendo como principal referencia el contenido concreto que desea utilizar. No se dispone a ver cualquier cosa que se emita en televisión, que esté accesible en la red o en su colección de CD-Roms, sino que programe, planifique y dosifique lo que desea mirar o utilizar, sabiendo de antemano lo que quiere.

Como segundo objetivo, el niño actuaría como “**árbitro**” de lo que el emisor le propone. Tras haber adquirido la competencia comunicativa requerida, sabrá ya leer, con juicio crítico, el significado del mensaje en todas sus dimensiones. Esta experiencia formará parte de su poso de conocimientos mediáticos y le servirá para comparar, en nuevas ocasiones, su relación con esa fuente o con otras. Asimismo, si el medio permite una interactividad real (o si no la permite, intentándolo por otros cauces), el niño podrá denunciar aquello que considere no válido y proponer otras fórmulas de construcción o alternativas en los contenidos.

Como tercer fin, en este modelo multifocal, el niño también tendría la función de ser “**creador**”, siendo emisor en sentido puro, a través de la producción de espacios de televisión, el diseño de documentos multimedia o la creación de páginas web, entre otros. En este estrato, será cuando pueda aplicar todo lo aprendido, pues será el artífice de producciones en las que tendrá que autocuestionarse si son acordes con las premisas deontológicas y valores que ha ido adquiriendo en su proceso formativo y si sus creaciones están abiertas a la concepción dialógica del mensaje. Este aprendizaje, consistente en el citado modelo de “comunicación democrática”, será continuo y formará parte de una educación para la ciudadanía, porque seguirá a lo largo de toda la vida del educando.

6.2. POR QUÉ EDUCAR EN MATERIA DE COMUNICACIÓN

Siguiendo con los tres grandes apartados conceptuales que hemos expuesto y que podemos sintetizar en: “conocimiento de las funciones que cada agente en el proceso comunicativo puede operar”, “aprendizaje de la lectura mediática para una mirada o uso crítico de los contenidos” y “conocimiento para un uso creativo de las herramientas, lenguajes y códigos”, junto con los cambios actitudinales en el comportamiento del niño en su relación con los medios y nuevas tecnologías, que cada nivel conlleva: el niño como “programador”, como “árbitro” y como “creador”, pasamos ahora a justificar los motivos por los que se hace necesaria la “*Educación en materia de comunicación*” y, por lo tanto, su integración dentro del currículo escolar.

📖 **El niño como programador.** Las principales razones por las que el niño debe ser autónomo en la selección de los contenidos son: por un lado, porque la oferta de medios y nuevas tecnologías es cada vez más amplia y, por otro, porque los niños son grandes consumidores de medios -principalmente de televisión-. Precisamente, por estos motivos, habrá que formarles para que sean conscientes de cómo se produce su interacción con esos medios y tecnologías y dispongan de criterios válidos para elegir la utilización que de ellos quieren hacer.

- *Nuevas ofertas, nuevos usos.* Hasta hace no demasiado tiempo, la audiencia tenía limitadas posibilidades de elegir entre un escaso número de medios, pero fruto de la expansión tecnológica se ha producido un crecimiento geométrico del número de productos y servicios relacionados con los medios de comunicación y nuevas tecnologías que, lógicamente, han ampliado el mercado (canales de televisión digital y cable, Internet, multimedias, videojuegos y un largo etcétera...). Como consecuencia, se ha generado una sobresaturación de información y de ofertas para el tiempo de ocio. Las posibilidades que nos ofrecen se especializan temática, geográficamente y por targets, en parcelas en función de los sectores de

audiencia o usuarios. Además, suponen nuevas formas de consumo individualizado o “a la carta” para las que es importante preparar a los alumnos en la selección de contenidos, con el propósito de que sepan construir su propia programación con objeto de satisfacer cualquiera de las necesidades y finalidades que pretenden conseguir los nuevos soportes y que no han cambiado respecto a las tradicionales: información, formación o entretenimiento. Así, podrán discernir en qué grado y de que modo los medios les sirven para ello. Y, ante el protagonismo en la selección y uso individualizado, el niño sabrá también buscar otras alternativas en el caso de que los nuevos medios no satisfagan sus pretensiones iniciales, puesto que hay que advertir que un mayor número de ofertas no significa mayor diversidad o variedad sino más de lo mismo, con otros envoltorios y en distintos soportes, pero con la misma finalidad: la ganancia económica o la influencia ideológica para el emisor.

- Los niños son grandes consumidores de una televisión que no les tiene en cuenta en su oferta. El niño pasa gran parte de su tiempo en contacto con los medios, sírvanos de ejemplo la dedicación que le destina a la televisión. Así, lo hemos constatado en nuestro estudio, téngase en cuenta que los días lectivos la media de consumo diario se sitúa entre una y dos horas, pero casi un 40% de los encuestados ve más de dos horas diarias y alrededor de un 18% pasa de las cuatro horas. Además, los datos pertenecientes a T.N. Sofres⁴, representativos del total de la población infantil, confirman que, en el año 2002, la media del consumo en minutos supera las dos horas diarias de visionado. Los niños entre 7 y 9 años ven de lunes a viernes 139 minutos y el segmento entre 10 y 12 años alcanza los 144 minutos.

Paradójicamente, como ya hemos manifestado en capítulos precedentes, aunque la demanda de televisión por parte de los niños resulta elevada, la programación infantil es minoritaria y poco representativa en las parrillas de televisión. El planteamiento es obtener la mayor cifra de audiencia posible sin tener en cuenta la edad ni cualquier otra variable. De esta manera, prima la cantidad por

encima del servicio público que debería tenerse presente. El fin prioritario de los medios se centra en lograr la mayor cuota de audiencia (share), en detrimento de la que alcance la competencia, para conseguir más anunciantes y, por consiguiente, mayor rentabilidad económica, lo que repercute en una programación light para todos los públicos, denominada “familiar”, en la que se “adultiza al niño” y se “infantiliza al adulto”⁵.

Por otra parte, el número de niños, potenciales televidentes de televisión, ha disminuido en los últimos años, debido al descenso de la natalidad en nuestro país, y éste podría ser otro factor de la práctica ausencia de los programas infantiles en televisión. Sólo basta contrastar la programación de hoy con la de hace escasas décadas en la que los niños de la llamada generación “baby boom” podían ver en distintos horarios una completa, adecuada e interesante programación destinada a ellos (mañana, sobremesa, tarde, fines de semana,...). “*Aquellos niños de treinta años*”, como se titula el disco editado por uno de los “payasos de la tele”, ya han crecido y la programación televisiva con ellos, por eso ya no se emiten las históricas series o programas de calidad como fueron “*La abeja Maya*”, “*Heidi*”, “*Marco*” o “*Había una vez un circo*”,...

Como conclusión, podemos decir que la programación infantil se ha “juvenilizado” y “adultizado” y los niños actuales tienen dos opciones, ver “*Los Simpson*” o series “*Manga*” y animación de escasa calidad en cuanto a contenidos y tratamiento, que se compran en paquetes a distribuidoras japonesas y americanas, enlatadas en programas contenedores por las galletas para el desayuno o los juguetes de moda. Ante este panorama, incidimos en la necesidad de formar a los niños para que sepan elegir lo que van a ver, de manera autónoma, cuando se acercan a la televisión generalista y más a la temática.

⁴ Véase el Anexo IX en el que se introduce el gráfico correspondiente a la “*Distribución por targets del consumo de minutos en el día*”.

⁵ Prueba de ello es que, en el ranking de las cincuenta emisiones más vistas por los niños entre 7 y 12 años de edad, en el año 2002, todas están destinadas al público objetivo familiar y ninguna al target infantil. (Véase anexo IX).

Anteriormente, ya hemos señalado esa tercera posibilidad con la que se encuentran los niños en la actualidad, que se añade a las precedentes y que no hay que olvidar: ver canales temáticos de pago a través de satélite y cable. En este sentido, como señalan Pérez Ornia y Núñez Ladevéze (2003), a partir de datos de las últimas temporadas, se comprueba una tendencia relacionada con un incremento de la presencia infantil en los canales especializados en este sector de la audiencia. *“Esto significa que estamos asistiendo a un progresivo trasvase de niños desde las cadenas generalistas a las temáticas. Pero también que emergen dos categorías sociales de públicos infantiles, la de los niños en cuyos hogares se paga por ver televisión y la de aquellos que no pueden acceder a los canales de pago”*⁶. Nos encontramos, pues, con una situación que plantea un nuevo dilema: las desigualdades sociales de los niños como consumidores de televisión...

📖 **El niño como “árbitro”** de los contenidos que le ofrecen los medios, deberá saber cómo leerlos a través de una mirada o uso crítico de los mismos porque, por una parte, los medios construyen la realidad y, por otra, influyen en la sociedad y moldean comportamientos. Ante estas circunstancias, es importante formar a los ciudadanos para que ejerzan un control de los medios y de las nuevas tecnologías.

- Realidad e imagen mediada de la realidad. Los medios son constructores de la realidad, por tanto, desde el punto de vista del contenido, es básico enseñar sus significantes y significados para que los alumnos aprendan a descifrar las diferencias entre lo que emiten y lo que es real y sepan leer sus composiciones. Como afirma Masterman (1994): *“El primer principio de la educación audiovisual, del que proceden todos los demás y al que profesores y alumnos deben acudir continuamente es que los medios son sistemas simbólicos (o de signos) que necesitan ser leídos de manera activa y que no son reflejo incuestionable de la realidad externa ni se explican por sí mismos (...). Es decir, los medios son agentes activos de los procesos de construcción o representación de la ‘realidad’, en lugar*

⁶ Pérez Ornia, J.R. y Núñez Ladevéze, L. (2003): “Programación infantil en la televisión española: Inadecuada relación entre oferta y demanda”, en TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, nº 54 segunda época. Fundación Telefónica, pág. 105.

de limitarse a transmitirla o reflejarla”⁷. Precisamente, su éxito radica en la verosimilitud con lo real, por lo que los alumnos deben aprender que los medios, como el propio término indica, “median” la realidad y para conocer cómo se establecen las representaciones de la realidad mediada es necesario aprender los códigos y lenguajes del medio televisivo: desde cómo un determinado enfoque, movimiento de cámara o composición del plano dota de un significado a la información que recibimos, hasta cómo la estructura que tiene una determinada noticia afecta en el sentido que el medio le quiera dar. En este sentido, el análisis de los contenidos mediáticos⁸ debe completarse con los aspectos ideológicos y valores que llevan implícitos los mensajes, pues es lo más importante teniendo en consideración la manifiesta influencia que los medios ejercen en la sociedad.

Atendiendo a la ideología que se esconde detrás de las producciones mediáticas, Masterman (1994) indica que *“el hecho de que los estudiantes analicen enormes cantidades de información es menos importante que capten la naturaleza interconectada de esa compleja trama de influencias, que está en juego en cada documento de los medios, y sean capaces de sopesar el número de factores diferentes que hay en la balanza a la hora de evaluar estos documentos”*⁹.

En la misma línea, Kathleen Tyner (1993), directora de *“Strategies for Media Literacy”*, organización de San Francisco que promueve la educación audiovisual en Estados Unidos, advierte que, por un lado, *“casi todos los contenidos de los medios modernos mantienen un ‘status quo’ social o ‘venden’ un estilo de vida consumista”* y, por otra parte, *“no sólo intentan vendernos productos, sino también candidatos políticos, ideas y mensajes sobre la salud pública, e intentan conformar las audiencias en grupos de votantes políticos”*. La educación para los medios debe contener también esta lectura de carácter más profundo para llegar a una lectura

⁷ Masterman, L. (1994): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Ediciones de la Torre, Madrid, pág. 36.

⁸ Para abordar los diferentes niveles de análisis que proponemos pueden seguirse algunos de los parámetros ofrecidos en el libro de Cebrián Herreros, M. (2003): *Análisis de la información audiovisual en las aulas*. Madrid, Editorial Universitas.

⁹ Masterman, L. (1994), op. cit., pág. 87.

integral, así Tyner considera, entre otras funciones del profesor, la de “*guiar a los alumnos para que descubran los mensajes ideológicos usando las técnicas de alfabetización audiovisual y estrategias para educar en los valores*” y la consistente en “*aumentar la percepción del alumno acerca de los mensajes políticos y sociales de los medios y acerca del modo en que intentan modelar las actitudes políticas y sociales*”¹⁰.

- *Influencia social de la televisión.* En ocasiones, como razón incuestionable de la verdad de una determinada información, se justifica que: “es que lo han dicho en la televisión”, o incluso, en forma de prosopopeya, “lo ha dicho la tele”,... sin presentar más argumentos. Ese poder excesivo que se le otorga automáticamente y sin cuestionamientos al emisor hace que una determinada noticia “arrastre” a la ciudadanía sin ni siquiera contrastarla con otras fuentes, basta con recordar algunos casos como las reacciones ante un brote de meningitis que afectaba a niños en la Comunidad de Madrid hace algunos años, el tema de las llamadas “vacas locas” o cómo las dioxinas llegaban procedentes de alimentos exportados desde Bélgica. La reacción que ocasionaron estas noticias, sin apenas corroboración científica y con planteamientos falaces de partida, fue tal que la amplia mayoría de españoles creyeron que su hijo iba a padecer la citada enfermedad, que en su mesa tenían un filete de “vaca loca” y que no debían de comprar nada cuyo código de barras comenzara por la identificación belga 54. Estos tres ejemplos no son más que una escasa muestra que podría hacerse extensible a muchas de las informaciones que recibimos, dependiendo del grado de trascendencia que tengan para la ciudadanía. La razón de la desmesurada certeza con la que se cree lo que aparece en la televisión es sin duda la verosimilitud de la que hablábamos. De este modo, “*aunque los documentos audiovisuales no son reales, pueden modelar nuestras actitudes, conductas e ideas sobre el mundo*”¹¹; “*los medios son importantes moldeadores de*

¹⁰ Tyner, K. (1993): “Conceptos clave de la alfabetización audiovisual”, en Aparici, R.: *La revolución de los medios audiovisuales*. Ediciones de la Torre, Madrid, pág. 30.

¹¹ Ibid., pág. 29.

*nuestras percepciones e ideas, son Empresas de Concienciación que no sólo proporcionan información acerca del mundo sino maneras de verlo y entenderlo*¹².

Por los citados motivos, Obach (1997) plantea la importancia de “la acción escolar y de la acción organizativa de la sociedad” para que los ciudadanos hagan frente a las alteraciones que se hacen de la realidad en los informativos. Como previene este autor, “*cuando el espectador no dispone de los elementos que rodearon la confección de la noticia, es muy difícil que identifique a los que se saltan sistemáticamente las reglas de juego. Sin embargo, el espectador puede desarrollar algunas habilidades que le permitirán estar un poco más protegido o levantar el ceño ante las noticias que le hagan sospechar*”¹³. Entre las técnicas que propone para ello, cabe considerar el contraste de información incrementando el número de fuentes que se consultan de manera habitual, la colocación en nuestro cerebro del chip que bautiza como “*fusible de la duda razonable*” que servirá para comprobar hasta qué punto las noticias son ciertas, o la revisión en vídeo de los programas en los que se está más interesado para descubrir si las primeras emociones que se tienen al verlos son las mismas que en sucesivas ocasiones,...

Asimismo, Obach propone la incorporación de tres objetivos educativos basados en el análisis crítico de los informativos:

- *“Objetivo A: Identificar la televisión informativa como una representación cierta pero, sin embargo, parcial de la realidad.*
- *Objetivo B: Aprender a distinguir entre las limitaciones propias de la representación de la realidad a través de la televisión y la utilización industrial de la información como método de lucro.*
- *Objetivo C: Hacer comprender la responsabilidad individual que cada uno de nosotros tenemos respecto a la calidad de la información que recibimos*¹⁴.


¹² Masterman, L. (1994), op. cit., pág. 18.

¹³ Obach, X. (1997): *El tratamiento de la información y otras fábulas*. Anaya, Madrid, pág. 185.

¹⁴ *Ibid.*, pág. 211.

- *Importancia de formar para la ciudadanía.* Ante las transformaciones en el sistema mediático, fruto de la expansión tecnológica, la escuela debe educar a sus alumnos para que sepan controlar los nuevos medios y sus mensajes con un uso responsable. Es un hecho que los educandos aprenden a manejar los nuevos soportes, sus productos y aplicaciones fuera del aula pero no conocen su finalidad real ni saben interpretar sus contenidos -principal arma para quienes los elaboran, que tendría que ser controlada, rebatida, cuestionada y contestada por los ciudadanos debido a la influencia social que ejercen, como ya hemos señalado-. Por ello, la “*Educación en materia de comunicación*” no debe entenderse como un contenido cerrado en el currículum, sino como una materia transversal que dote de significado a las formas de vida de la sociedad actual y albergue compromisos en un cambio de actitudes de los niños ante los medios. De ahí, se deriva la apuesta por la formación para la autonomía que tiene como principal objetivo que, tras un proceso de análisis y reflexión, el niño adquiera el control en el proceso comunicativo, una interacción que debe integrarse en cada una de sus prácticas posteriores con los medios y aplicarse en los distintos contextos de su vida cotidiana. Se trata, pues, de formar para la participación de la ciudadanía en los medios y, como consecuencia, en la vida democrática.

En palabras de Cebrián Herreros (1995), “... *Aprender a ver la información no es sólo cuestión de saber seleccionar las noticias, contrastarlas y asimilar o rechazar el conocimiento que proporcionan de la realidad, que sería una actitud de espectador, sino exigir una presencia en los puntos de la toma de decisiones para convertirse en copartícipe de la producción social de la realidad. Es pasar de receptor a usuario activo con exigencias de calidad. Es una toma de conciencia del papel de ciudadano en los procesos sociales en los que unas veces se interviene como protagonista, otras como testigo y las más como destinatario*”¹⁵.

 **El niño como creador.** Tras analizar, de manera integral, los contenidos de los medios en cada una de sus dimensiones, el alumno sabrá aprovechar las

posibilidades de participación que le permiten los medios y nuevas tecnologías como agente creador, es decir, emisor de mensajes. Por otra parte, con el fin de comprender el proceso de producción de la información, nada mejor que participe y construya en cada una de las fases de las que se compone. Por ello, el proceso de aprendizaje deberá ser activo y constructivista.

- *Posibilidades de interactuar.* En el mercado, aparecen documentos multimedia que se venden bajo la etiqueta de “interactivo” sin responder a una interactividad real. En este sentido, es importante que el alumno sepa diagnosticar el grado de interacción que le permiten algunos de los documentos presentados en nuevos soportes. Como apunta Osuna Acedo (1998), existen diversos modelos y niveles de interactividad, siendo la forma más simple aquella en que las nuevas tecnologías ofrecen información con una serie de opciones y el usuario sólo selecciona, por lo que responde a un nivel de interactividad mínimo. En el extremo contrario, se encontraría el quinto modelo que proporciona un nivel máximo y que se corresponde con “*programas multimedias que se utilizan en los centros educativos para que el alumnado se convierta en emisor y receptor al mismo tiempo, así como creador multimedia. El profesorado es el mediador de todo el proceso. Cuando llegamos a este nivel de creación propia de multimedia es cuando podemos decir que nuestro alumnado es capaz de ser crítico, reflexivo y protagonista de su propio proceso de enseñanza-aprendizaje*”¹⁶.

Es un hecho que las tecnologías actuales ofrecen nuevos cauces a la participación activa, estableciéndose procesos bidireccionales en los que se puede emitir, además de recibir mensajes. El ejemplo más significativo son las redes, en las que además de poder consultar millones de fuentes y acceder a cualquier información, también es posible enviar mensajes en tiempo real, participar en “chats” o crear páginas que pueden ser leídas por millones de personas. Aquí, cabe

¹⁵ Cebrián Herreros, M. (1995): *Información audiovisual: Concepto, Técnica, Expresión y Aplicaciones*. Síntesis, Madrid, pág. 494.

¹⁶ Osuna Acedo, S. (1999): “Educación multimedia”, en Aparici, R. (director): *Curso de nuevas tecnologías y educación*. Programa de formación del profesorado, UNED, Madrid, págs. 120-121.

considerar también las nuevas oportunidades que ofrecerá la convergencia entre televisión e Internet, no sólo desde la perspectiva de tener acceso a Internet en el televisor; sino también lo que se conoce como “*webcasting o desarrollo de la televisión a través del PC, o del Macintosh*”¹⁷, pudiendo crear canales de televisión a partir del ordenador. Debido a todas estas posibilidades, desde la escuela, se plantea un nuevo reto: formar a potenciales emisores, para lo que habrá que enseñar a los alumnos a cómo se combinan distintos lenguajes en un solo “*documento integrado*”¹⁸ con objeto de que conozcan su significado global, así como las herramientas que permiten convertirse en creadores de programas televisivos y de documentos multimedia.

- *Aprender creando*. Para que el niño se sienta protagonista de su propio aprendizaje, enfatizamos en que deberá intervenir de manera práctica en el proceso de construcción de mensajes. Así, podrá autoevaluar cada una de las fases de sus elaboraciones y contará con más criterios de análisis a la hora de exponerse a los medios y comparar, de manera parcial y global, los distintos aspectos que haya aprendido a través de su propia experiencia.

¹⁷ Pérez de Silva, J. (2000): *La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: La tercera revolución industrial*. Gedisa, Barcelona, pág. 160.

¹⁸ Véase el capítulo elaborado por Aparici, R. (1993): “El documento integrado”, publicado en la obra coordinada por el mismo autor: *La revolución de los medios audiovisuales*. Ediciones de la Torre Madrid, págs. 350-365.

6.3. PRINCIPIOS METODOLÓGICOS:

Tras esta exposición de los motivos por los que consideramos relevante que, desde las aulas, se eduque a los niños en materia de comunicación, pasamos a recoger los principios metodológicos en los que se basa esta propuesta:

1. **Planteamiento constructivista.** El alumno/a construye su propio aprendizaje, al modificar y reelaborar sus esquemas de conocimiento. En este proceso, el profesor/a actúa como guía y mediador para facilitar la construcción de un **aprendizaje significativo** en cada educando, que permita establecer relaciones entre los conocimientos y experiencias previas y los nuevos contenidos aprendidos. Por ello, el proceso de enseñanza-aprendizaje en materia de comunicación parte de la experiencia con la que cuenta el niño, de su “background” como receptor de los mensajes que emiten los medios y como usuario de nuevas tecnologías, antecedentes que el docente deberá conocer previamente para adecuar los conocimientos que va a enseñar a los que el discente ya posee. *“El punto inicial de la educación para los medios no es dar información sobre los medios (...). Se trata de conocer y compartir la experiencia de televisión vivida por el niño. Por eso es muy importante hacer muchas preguntas sobre programas y géneros. El método se inicia con lo que le gusta a los jóvenes, con su modo de ver TV, con los géneros preferidos por ellos...”*¹⁹.

2. **Método activo.** La finalidad de nuestro proyecto es que el niño aprenda a utilizar y a valorar de manera autónoma los mensajes de los medios de comunicación y nuevas tecnologías, produciéndose así un cambio de actitudes y comportamientos en su relación con los medios. Ante este objetivo, el proceso de aprendizaje será un proceso de descubrimiento y de elaboración de resultados personales mediante la acción y la aplicación. Se fundamentará, pues, en la praxis,

¹⁹ Martínez de Toda (1999) incorpora estas pautas en relación al “programa pedagógico para llegar al sujeto activo”, dentro del capítulo “La educación en la sociedad mediática”, en Florenzano Urzua, R. y Molina Valdivieso, J.: *Televisión y Niños*. Corporación de Promoción Universitaria y Televisión Nacional de Chile, Santiago de Chile, pág. 244.

siendo el alumno quien en la creación de mensajes ponga en práctica los conocimientos adquiridos y los autoevalúe junto con su grupo, para comprobar el interés y utilidad de lo aprendido. La resolución de los problemas que se le planteen aportará un gran componente de **motivación** y estimulará al alumno a avanzar en su aprendizaje, del que se potenciará su dimensión lúdica. Cuando el niño solicite ayuda al docente, éste deberá limitarse a orientarle sin llegar a resolverle el problema que plantee, con el fin de que el niño recupere el control y la iniciativa de la actividad. El educando será, pues, un agente activo de su propia formación a través de la investigación personal, el contacto directo con la realidad y experiencias del grupo en el que desarrollará la actividad.

3. **“Modelo endógeno: énfasis en el proceso”²⁰ de enseñanza-aprendizaje.** El profesor/a no deberá esperar a finalizar el trabajo, como si se tratara de un desarrollo cerrado, para evaluar los resultados. El proceso no debe entenderse como una forma de educación dogmática en la que la retentiva o memorización de contenidos conceptuales es lo primordial sino, al contrario, como un proceso abierto y flexible en el que cada alumno reflexione en cada fase y extraiga sus propias conclusiones, destacando los contenidos actitudinales y comportamientos en la manera de relacionarse con los medios.

4. **Carácter grupal.** En la etapa de las operaciones concretas, como ya hemos señalado en el apartado referente a las características psicoevolutivas del niño, el grupo de iguales es especialmente importante como círculo de interacción en el que se comparten numerosas vivencias y juegos. En este periodo, cabe recordar además que la colaboración entre los niños es un rasgo en sus relaciones sociales. Por ello, resultará interesante el trabajo en grupo, en el que se estimule el diálogo y la reflexión respecto a lo aprendido de manera conjunta. La participación también ayudará para motivar al niño a exponer sus propios criterios y

²⁰ Este enunciado pertenece a una de las variantes pedagógicas que propone Freire (1969) en su obra *La educación como práctica de la libertad* y que años más tarde retomará Kaplún (1998) para clasificar los distintos modelos en los ámbitos de la educación y la comunicación. Véase su libro *Una pedagogía de la comunicación*. Ediciones de la Torre, Madrid, págs. 47-57.

argumentarlos, puesto que el resto de sus compañeros le animarán a que cuente sus experiencias con sus habituales preguntas y comentarios.

5. Funcionalidad del aprendizaje. Debido a su aplicabilidad a situaciones de la vida cotidiana, supondrá una guía en posteriores aprendizajes y experiencias prácticas, al desarrollar estrategias que posibiliten la planificación y regulación de la propia actividad. El alumno/a tiene que aprender a cómo construir su propia parrilla de programación y cómo intervenir, de manera directa, en las distintas fases del proceso comunicativo.

6. Especificidad según distintos cursos educativos. Nuestra propuesta está destinada a niños de una amplia banda de edades, entre los 7 y 12 años, coincidentes con la etapa en la que se cursa Enseñanza Primaria. Por ello, la enseñanza-aprendizaje de la materia que planteamos, al igual que ocurre con el resto de áreas y temas transversales, deberá estructurarse en distintos niveles, según el curso al que esté destinada en cada caso. Sin embargo, no por ello habrá que olvidar su vertiente abierta y procesual, en función de los intereses particulares y conjuntos de los educandos.

7. Atención a la diversidad. Ofrecer una respuesta adecuada a las distintas motivaciones, intereses y capacidades de los alumnos/as, a través de diversos cauces como son: las adaptaciones curriculares según las características de los educandos, la evaluación individualizada y la opción de llegar a los mismos objetivos por itinerarios diferentes.

8. La evaluación se realizará, pues, atendiendo a la dimensión individualizada, de forma continua e integrada en el ritmo de la clase, lo que ayudará a revisar, adaptar y mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje. El alumno participará en ella a través de la autoevaluación, que le servirá para reflexionar respecto a sus propios progresos y las dificultades encontradas, y la coevaluación, con la finalidad de estimular el trabajo en equipo.

9. La transversalidad y la interdisciplinariedad. Como ya hemos venido reiterando a lo largo de esta tesis, la “*Educación en materia de comunicación*” debería contemplarse, junto con la “Educación moral y cívica”, “Educación para la paz”, “Educación para la igualdad de oportunidades entre sexos”, “Educación para la salud”, “Educación sexual”, “Educación ambiental”, “Educación del consumidor” y “Educación vial”, como uno de los temas transversales de la Educación Primaria. En la actualidad, si bien podría tener cabida dentro de la Educación del consumidor, en ésta no se establece una relación directa entre consumismo y medios de comunicación o nuevas tecnologías como formas de consumo, siendo paradójicamente las más utilizadas por los alumnos. Además, ha quedado suficientemente justificada su inserción como tema transversal autónomo y su potenciación como contenido interdisciplinario en las distintas áreas curriculares de Educación Primaria²¹. A este respecto, Casademont y Masegosa (1993) se circunscriben a la inserción de los medios audiovisuales en el contexto pedagógico y reflejan que hay que concebirlos como “*totalmente integrados en las distintas áreas didácticas. Para profesores y alumnos, deben constituir un instrumento pedagógico y didáctico, como asimismo creativo*”²².

10. Trabajo conjunto del equipo docente y participación de los diferentes sectores de la comunidad educativa. Por una parte, el carácter abierto y flexible del currículo permite y hace necesaria la labor conjunta de todos los profesores de las distintas áreas y, por otra, es primordial, dadas las características de la materia que proponemos, la interacción entre los padres, profesores y alumnos en el proceso educativo y en el intercambio de experiencias, atendiendo al aprendizaje significativo y funcional que se pretende.

²¹ Véase el Anexo XIV donde se detallan todos los aspectos relacionados con los medios de comunicación dentro del Real Decreto 1006/1991, *por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Primaria*.

²² Casademont, J. y Masegosa, J. J. (1993): *Integración curricular de los audiovisuales. Una experiencia probada*. Ed. Alta Fulla, Fundación Serveis de Cultura Popular, Barcelona, pág. 11.

Como síntesis, **siguiendo la aplicación del modelo ecológico de Bronfenbrenner (1979)**, en el que nos basamos en el marco teórico de esta tesis, **entendemos la “Educación en materia de comunicación” como un proceso que parte del núcleo de las propias características del niño** -como es la edad o el periodo evolutivo en el que se encuentra- **y que recorre desde los “microsistemas”** -en los que se integran la familia, la escuela y el grupo de iguales- **hasta los “macrosistemas”** -entre los que se sitúan los valores, las ideas, las creencias y, en definitiva, la influencia de la cultura en la que el niño se desarrolla-. **En ese mapa de interrelaciones**, en el que **el niño construye su propio conocimiento en materia de comunicación**, se combinan una serie de discusiones, diálogos y reflexiones de carácter grupal, que generan o desencadenan, la aplicación personalizada en el contexto doméstico o familiar, **con experiencias que se van sumando y que llegarán a formar un rico patrimonio mediante el cual el niño sabrá argumentar los porqués de sus decisiones cuando se siente delante de la televisión o del ordenador**. Además, trascenderán más allá de su hogar, en su contacto con el entorno, con su grupo de iguales, con sus vecinos, con otros usuarios o navegantes..., con la sociedad en general. Por ello, **es decisivo por no decir definitivo que el sistema educativo, como una de las principales y más preparadas guías de construcción de conocimiento del alumno, afronte la realidad mediática y tecnológica actual y enseñe “para la comunicación”**. De ello, depende la construcción de la sociedad del futuro inmediato.

García Matilla (2003) traza también las líneas de actuación que deberían abordarse para asentar el “nuevo territorio” que supone la “Educación para la comunicación” y concreta que va más allá de sumar los hallazgos de las áreas de ciencias de la educación y las ciencias de la comunicación. En este sentido, manifiesta que se trata de “*crear un territorio que rompa transversalmente con las fronteras de campos del saber tradicionales y ayude a renovar, por ejemplo, la orientación de antiguas metodologías de investigación utilizadas de forma recurrente en la educación y en la comunicación. Al mismo tiempo, ha de servir para renovar*

aquellas metodologías de enseñanza que se han adaptado de forma mimética a modelos fundamentalmente 'transmisivos' y que presentan unos saberes compartimentados artificialmente en asignaturas también parceladas y fragmentadas, -a veces de manera aleatoria-, en función de modas o coyunturas políticas, sin tener en cuenta las motivaciones y los intereses de los sujetos de aprendizaje. La educación para la comunicación debería entenderse como un territorio útil para establecer diálogos interdisciplinarios, crear estrategias de metacomunicación que sirvieran para promover la búsqueda de consensos entre los profesionales de diferentes campos, y especialmente de aquellos que precisan de la educación y de la comunicación, con objeto de: redefinir sus propios ámbitos de especialización haciendo entender a la sociedad el qué, el cómo, el porqué, el para quién, etcétera, de su actividad, limpiando de adherencias y ruidos los currículos que hasta ahora han estructurado esos saberes parcelados y mostrando así al conjunto de la sociedad la relevancia respectiva de los actos de educar y de comunicar. La educación para la comunicación podría así convertirse en un territorio de encuentro y a la vez de descubrimiento que nos dotara de herramientas para entender el mundo con una visión distanciada, haciéndonos capaces de producir comunicaciones relevantes y convirtiéndonos en actores/mediadores capaces de influir en la educación y la comunicación del futuro²³.

²³ García Matilla, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Gedisa, Barcelona, págs. 201-202.

6.4. BLOQUES TEMÁTICOS:

Una vez expuesta la filosofía y motivos de introducción del tema transversal “*Educación en materia de comunicación*” en el DCB, así como los objetivos y los principios metodológicos de esta propuesta, pasamos a enunciar²⁴ los posibles bloques temáticos que la integrarían. Estos bloques sólo pretenden ser una guía a partir de la cual los alumnos puedan construir su propio conocimiento, basado en sus experiencias y en la adquisición de flexible de los contenidos que el alumno vaya trabajando no sólo dentro de las aulas sino también en su propio hogar, junto con sus padres y familiares, y también como interiorización individual.

1. *Los medios de comunicación y el uso que hacemos de ellos.*

Este bloque servirá para iniciar la materia con el propósito de que el profesor pueda explorar cómo son los hábitos de consumo televisivo de los alumnos, para crear el contexto de aprendizaje en torno al cual los escolares comiencen a construir su conocimiento relativo a la relación que tienen con los medios y otras posibilidades que encuentran en el proceso de aprendizaje y que, anteriormente, no se habían cuestionado. Entre otros aspectos, les servirá para reflexionar acerca de los usos que hacen de la televisión y de otros medios, para interrogarse respecto al engranaje del proceso comunicativo y advertir las diferencias que se producen en función del grado de importancia que se le dé a cada una de las partes que intervienen. Además, se comenzará por abordar que los medios de comunicación son empresas, con el propósito de que los alumnos establezcan similitudes y diferencias con otros productos y servicios, y comiencen a preguntarse cuáles son sus finalidades.

²⁴ Introducimos los distintos bloques temáticos a modo de esquema o pauta, con el fin de concretar cuáles serían los ejes de contenidos. En caso de que esta propuesta fuera admitida para llevarse a la práctica, se desarrollaría cada uno de ellos en unidades didácticas que pudieran servir a los profesores como apoyo o guía.

1.1. Qué, cómo, cuánto, cuándo, dónde y para qué veo la televisión y consumo otros medios de comunicación.

1.2. Deshagamos el puzzle: componentes del proceso de comunicación y sus distintas relaciones:

- Receptor
- Mensaje
- Canal
- Emisor
- Ruidos

1.3. La posibilidad de ejercer diferentes funciones alternativamente.

1.4. La importancia del receptor y todas sus posibilidades. Diferentes modelos, según dónde esté situado en el proceso comunicativo, desde la tradicional unidireccionalidad hasta el EMIREC.

1.5. El medio de comunicación como empresa.

2. Qué nos ofrece la televisión.

Este apartado tendrá continuidad con el anterior y servirá para que el alumno pueda profundizar en las posibles funciones del medio televisivo y cuáles cumple y cuáles no. Asimismo, se abordarán las diferencias entre la realidad y la realidad mediada; entre realidad y ficción; entre persona y personaje, con el fin de que los niños se pregunten y descubran qué modificaciones respecto a lo real perciben en la televisión y las variaciones entre lo que se emite como real, por ejemplo en los noticiarios, y lo ficticio de las películas. También se hará un repaso de las parrillas de programación

para que los alumnos analicen su oferta y establezcan comparaciones entre los distintos géneros informativos y de ficción, así como los publicitarios. Además, se visionarán algunos fragmentos de diferentes modelos televisivos para analizar sus características, funciones y públicos a los que están destinados.

2.1. Qué funciones tiene la televisión.

2.2. Distinción entre realidad e imagen.

- Diferencias entre lo real y la construcción de la realidad.
- Diferencias entre realidad y ficción.
- Diferencias entre persona y personaje.
- Valoración de estereotipos, identificaciones e influencia.

2.3. Géneros y formatos televisivos:

- Análisis de una parrilla de programación:
 - Estructura.
 - Reparto por franjas horarias.
 - Tipos de géneros y formatos.
 - Públicos.
- Informativos:
 - Distintas partes y secciones en los informativos.
 - Finalidad de las noticias.
 - Criterios de selección y valoración de las noticias.
 - Posible creación de ideologías a partir de la información.
 - Análisis de *valores* y *contravalores* en algunas noticias.

- Programas:

- Diferencias entre programas en cuanto a contenidos, a estructura y a tratamiento.
- Finalidad de los diversos programas.
- Análisis de *valores* y *contravalores* en diferentes fragmentos televisivos.
- El público objetivo: distinción entre contenidos infantiles y para adultos.

- Publicidad:

- Tipos de géneros publicitarios.
- Modalidades de publicidad según su finalidad: comercial, ideológica o social.
- El producto y el mensaje.
- Recursos formales.
- Análisis de contenido.
- Análisis específico de *valores* y *contravalores*.

3. *Aprendiendo a leer los lenguajes de la televisión:*

Una vez que los niños se hayan familiarizado con el análisis de la televisión y su oferta, podrán iniciarse en los lenguajes de los sistemas expresivos que el medio utiliza para transmitir los contenidos: la imagen y el sonido²⁵. Así, diseccionarán las distintas partes que componen cada

²⁵ Una interesante fuente bibliográfica para el seguimiento de este apartado es la obra de Aparici, R. y García Matilla, A. (1987): *Lectura de imágenes*. Ediciones de la Torre, Madrid. Asimismo, pueden consultarse los materiales proporcionados en los cursos que organiza la UNED de especialización del profesorado en este tema y en nuevas tecnologías, dirigidos por Roberto Aparici. Además, como ilustración de los distintos contenidos relacionados con la imagen fija y en movimiento se recomiendan los vídeos editados por la UNED que bajo esos mismos títulos recopilan los diferentes aspectos que consideramos en este bloque temático y su funcionalidad en las aulas.

lenguaje y analizarán las diversas posibilidades que ofrece cada elemento o recurso y las diferencias que se producen, tanto en el significante como en el significado, dependiendo de cómo se integren en el documento audiovisual. Para que los niños perciban diferencias pueden realizarse varios juegos, por ejemplo quitar la imagen y escuchar sólo el sonido o al revés, introducir diversos audios en una misma secuencia,...

3.1. La imagen: significantes y significados.

- Distintos tipos de planos, según su tamaño.
- Los ángulos.
- La profundidad de campo.
- La iluminación y el color.
- La composición de la imagen y su expresividad.
- Diferencias entre la imagen fija y la imagen en movimiento.
- Tipos de movimientos: internos y externos.
- El montaje: unión entre los planos y formas de transición.

3.2. El sonido.

- Cualidades del sonido: intensidad, tono, timbre, duración.
- Componentes sonoros: palabra, música, efectos, silencio.
- Los planos y recursos sonoros.
- El montaje simultáneo y consecutivo de los sonidos.

3.3. Integración de imagen y sonido en el sistema audiovisual.

- La articulación espacio-temporal.
- Estructura del contenido auditivo y visual: relación entre ambos.
- Modalidades de montaje audiovisual.

- Análisis de los niveles denotativo y connotativo de varios documentos audiovisuales.

4. *Cómo nos gustaría que fueran los medios: una visión para el cambio.*

En el segundo bloque, se incluía un primer acercamiento a distintas parrillas de programación para que los niños diferenciaron, entre otros aspectos, los diversos tipos de programas que se integran en la televisión. Este apartado pretende seguir con el análisis de la oferta televisiva. En este caso, para que los alumnos se planteen los aspectos positivos, los negativos y las carencias que observan y comparen las cadenas generalistas tradicionales con los nuevos canales temáticos que emiten en distintos soportes -digital y cable-. Después de este análisis, los niños pasarán a exponer qué cambios introducirían en la oferta televisiva y los motivos de sus propuestas. De esta manera, podrán concienciarse de que tienen iniciativa para plantear sugerencias y que es interesante que sus demandas lleguen a los medios, lo que se interrelaciona directamente con el aprendizaje para la autonomía que tratamos de conseguir.

4.1. Análisis de la programación televisiva: qué podemos ver y a través de qué canales: generalistas y temáticos (televisión digital y por cable).

4.2. Oferta infantil de televisión: Canales y programas para niños.

4.3. Lo mejor y lo peor de la tele: ¿qué podría cambiarse?.

4.4. El compromiso de las cadenas de televisión como servicio público.

4.5. Qué podemos hacer, qué nos gustaría hacer y cómo podríamos hacerlo: la participación en televisión.

4.6. Qué nos gustaría ver en televisión: alternativas y propuestas.

5. *Nosotros como creadores.*

Teniendo presentes los cambios que consideren los alumnos que hay que llevar a cabo en la televisión, siguiendo con el planteamiento constructivo, se dispondrán a diseñar un canal y a producir un programa y un informativo (o los espacios que propongan los niños). Es importante que definan previamente algunos aspectos como a quién estará dirigido, en qué horario va a emitirse, su duración y, lo más importante, el contenido y la estructura. Todos los alumnos intervendrán en las distintas funciones (director, productor, guionista, redactor, cámara, realizador, editor,...) de cada fase del proceso de elaboración (preproducción o preparación, producción o rodaje/grabación y postproducción o edición). Una vez elaborado se expondrá en clase para autoevaluarlo y también puede ser positivo mostrarlo o intercambiarlo con otros grupos de escolares y enseñarlo a los padres para que los niños expongan sus creaciones a las críticas del público, las replanteen y las consideren en ocasiones futuras.

5.1. Diseño de un canal de televisión.

- Quienes queremos que vean nuestro canal (público objetivo).
- Qué queremos que vean (contenido).
- Cómo queremos que lo vean (estructura y tratamiento).
- Cuándo queremos que lo vean (en qué horarios).
- Por qué queremos que lo vean (objetivos y argumentos).

- Para qué queremos que lo vean (finalidad).
- Qué opinamos y qué han opinado los demás de nuestro diseño de canal (autoevaluación y críticas del público).

5.2. Diseño y realización de un programa y de un informativo.

- Práctica de cada fase del proceso de producción de un informativo:
 - Decisiones en cuanto a duración, línea editorial, objetivos y estructura del informativo.
 - Consejo de redacción:
 - distribución por áreas en el reparto de noticias.
 - agenda de previsiones y forma de cubrirlas: posibles fuentes.
 - aplicación de los criterios de selección y valoración de las noticias.
 - Redacción de las noticias.
 - Montaje de las noticias.
 - Guión de continuidad.
 - Realización del informativo.
- Práctica de cada una de las fases del proceso de elaboración de un programa televisivo:
 - Preproducción o preparación:
 - Idea
 - Diseño de programa: finalidad, objetivos, estructura (secciones), tratamiento,...
 - Plan de trabajo de la grabación: lugar de grabación (en estudio y/o localizaciones; medios técnicos necesarios; personas que

intervendrán en el programa y sus funciones -
presentadores, invitados, figuración, público,...).

- Producción y realización:

- La escaleta y el guión literario.

- Grabación.

- Postproducción:

- Edición.

- Visionado y autoevaluación de ambos trabajos.

- Exposición de las creaciones y críticas de los demás.

6. Las nuevas tecnologías y su funcionamiento a través del ordenador.

En este apartado, se acercarán a Internet, se abordará qué es, cómo funciona y cuáles son algunas de sus utilidades. Es importante que los niños tengan acceso a la red en el centro escolar para que se creen una dirección de correo electrónico y se intercambien mensajes entre ellos o con otros usuarios que conozcan, con objeto de que aprecien en esta herramienta la posibilidad de intercambio inmediato de información en tiempo real. Por otra parte, podrán consultar algunas webs elaboradas por niños, de centros educativos, de organizaciones relacionadas con temas infantiles, de medios de comunicación y también "cybertiendas" para que observen algunos de los distintos usos de la red. También se podrá utilizar como fuente documental para obtener información en el estudio de esta materia o de contenidos aprendidos en otras áreas y temas transversales. Además, a partir de unas nociones básicas, se dejará a los niños navegar, con el fin de que descubran y consulten las páginas que quieran o los temas que les motiven o

preocupen. Y, desde el punto de vista creativo, podrán confeccionar una web conjunta entre todos los niños del colegio, con diferentes secciones en las que incluyan lo que ellos mismos diseñen y escriban.

6.1. Características de la red, qué es y cómo funciona.

6.2. Internet como fuente de consulta: los buscadores.

6.3. Aplicaciones y opciones que permite para crear mensajes:

- Correo electrónico.
- Foros de debate y chats.
- Creación de página web.

6.4. Distintas finalidades de diferentes páginas.

6.5. Análisis de *valores* y *contravalores* encontrados entre los contenidos de diversas páginas de la red.

6.6. Nosotros como internautas, ¿qué buscamos en la red?, ¿para qué nos sirve la red?, ¿cuáles son sus límites?...

6.7. Diseño y creación de una página web.

7. *Los multimedia.*

Los niños suelen estar bastante familiarizados con el uso de las aplicaciones multimedia debido a la utilización de videoconsolas o CD-Roms, por lo que esos conocimientos pueden aprovecharse para seguir el aprendizaje de este último bloque. Por otro lado, este apartado puede

también servir para refrescar lo aprendido en bloques anteriores acerca de los lenguajes de los documentos audiovisuales, mediante la comparación con los lenguajes de los documentos multimedia. Además, los alumnos pueden analizar distintas aplicaciones, con objeto de diagnosticar qué nivel de interactividad permiten y cómo se estructura la navegación, aspectos que posteriormente tendrán que diseñar en esta primera fase de creación de su multimedia.

7.1. Qué es un multimedia.

7.2. Tipos de multimedias:

- Según el grado de interactividad que permiten.
- Según el procesamiento de información: estructuras lineales y en paralelo. El mapa de navegación.

7.3. Lenguajes que integran:

- Textual.
- Auditivo.
- Icónico y visual: imágenes fijas y en movimiento.

7.4. Análisis de aplicaciones multimedia²⁶.

7.5. Nosotros como creadores de una aplicación multimedia.

- Diseño de un documento multimedia:
 - Tema del multimedia.
 - Para qué (objetivos) y para quiénes (destinatarios).

²⁶ Además de analizar los contenidos de un multimedia y, entre otros aspectos, los *valores* y *contravalores* que integra, también se podrán aplicar las pautas referentes al diseño que presentamos en el siguiente apartado 7.5.

- Guiones:
 - Guión temático o escaleta (temas).
 - Guión técnico (story board y mapa de navegación).
 - Guión literario (contenidos. Distribución de los medios y lenguajes. Concreción del nivel de interactividad).
- Modelo comunicativo al que responde.

6.5. ACERCA DEL ENFOQUE:

El proceso de enseñanza-aprendizaje de cada bloque temático se planificará de manera flexible, según las características de cada situación educativa concreta y los objetivos particulares y globales que se propongan los alumnos, con la guía del profesor. Como pretendemos que los contenidos actitudinales sean los prioritarios en “el aprendizaje para la autonomía en materia de comunicación”, el tiempo destinado a cada bloque y los aspectos abordados en cada sesión estarán abiertos a las demandas del alumnado. Y la configuración de las distintas sesiones, en cuanto a la utilización de recursos (cámaras, mesas de edición, ordenadores,...), también se realizará atendiendo a la familiarización de los niños con cada medio.

Como sugerencia, sería interesante grabar con una cámara fija algunas de las sesiones para poder observar, posteriormente en clase, las diferentes fases del proceso de aprendizaje y que los niños puedan comparar el conocimiento adquirido con el que poseían en etapas anteriores. Además, el visionado de las grabaciones tendrá también otras funciones dentro del aula: servir como recordatorio o como refuerzo de las sesiones anteriores y ser utilizado por el profesor para evaluar el proceso formativo global y el llevado a cabo por cada alumno en particular, además de cómo medio de autoevaluación de cada educando y de coevaluación entre ellos. Otra aplicación podría ser su aprovechamiento como contenido del programa que los niños crearán y realizarán, en el que como propuesta puede introducirse alguna sección en la que, precisamente, se enseñe a diseñar o a analizar un espacio televisivo o el resto de variantes que hemos incorporado. Por otra parte, podrían realizarse copias del programa para repartirlas a los niños, que han participado activamente, con el fin de que lo vieran posteriormente en casa con sus padres y dialogaran con ellos acerca de todo lo aprendido. De este modo, se hará extensible al ámbito doméstico y puede hacer reflexionar a los padres respecto al uso que anteriormente hacían sus hijos de los medios y al nuevo conocimiento que han adquirido y las creaciones que han elaborado en cuanto a producción televisiva y en nuevas tecnologías. Se pretende que esta interiorización por parte de los padres

coincida con el pretendido cambio de actitud hacia la televisión y las nuevas tecnologías por parte de los niños. En este sentido, la finalidad del aprendizaje constructivo radica, precisamente, en la utilización de los conocimientos en otras situaciones, es decir, en su descontextualización, lo que es trasladable a la reapropiación, reinterpretación y renarración de los significados de los mensajes que planteábamos al inicio de la presente tesis doctoral, mediante la cual el niño se convierte en un sujeto consciente, crítico, activo, creativo y participante, en definitiva, en un “sujeto social”.

7. CONCLUSIONES:

En la presentación de esta tesis doctoral, propusimos hipótesis distribuidas en una doble clasificación, atendiendo a los métodos de investigación utilizados: cuantitativo y cualitativo. Por lo tanto, también en este último capítulo, diferenciaremos las conclusiones obtenidas a partir de ellos.

7.1. CONCLUSIONES ANÁLISIS CUANTITATIVO¹:

1. **Ver la televisión es la primera actividad de ocio que los niños realizan cuando llegan a su domicilio². Además, constituye la alternativa preferida en su tiempo libre**, lo que se refleja en la elevada cantidad de tiempo que el niño pasa delante de la televisión, cuya media diaria se sitúa entre una y dos horas³, pero con un importante porcentaje de escolares⁴ que superan las dos horas, incluso algunos las cuatro horas.
2. A pesar de la cantidad de tiempo que los niños destinan a ver la televisión, **la mayoría se muestra insatisfecha con su consumo**. Como principales motivos, los encuestados especifican el control que ejercen sus padres, el hecho de tener que compartir el consumo con otros miembros de su familia o el estar ocupados en el desempeño de

¹ Téngase en cuenta que los datos expuestos en el apartado de conclusiones no son generables al total de la población infantil, únicamente son representativos en el contexto de nuestra investigación y nos sirven como medio para analizar tendencias.

² Como puede verse en el capítulo 4 correspondiente al análisis cuantitativo, por delante de *ver la televisión* se situaban *merendar* y *hacer los deberes*, pero estas labores no las hemos considerado “de recreo”, sino “necesarias u obligatorias”. En cuanto a las actividades que se ubican después de *ver la televisión*, encontramos *jugar a la videoconsola; jugar con juegos y juguetes; hablar con sus padres; recoger su cuarto; y utilizar el ordenador*.

³ Estos datos corresponden al consumo de los días lectivos, sin atender al que realizan los fines de semana. Con el fin de compararlos con los datos del total de la población con similares características, pueden consultarse las cifras pertenecientes al año 2002 extraídas de T.N. Sofres, las cuales recogemos en los cuadros del Anexo IX.

⁴ Cabe recordar que casi un 40% de los componentes de la muestra sobrepasa las dos horas de visionado diario, mientras que un 18% consume más de cuatro.

otras actividades. Otra de las razones que se indica es el hecho de tener que acostarse con el fin de estar descansados para el día siguiente ir a clase, lo que evidencia que les interesa ver más programas nocturnos de los que ven.

Por el contrario, **sólo una cuarta parte de los niños señala que está conforme con lo que ve en televisión** debido, o bien a la actitud permisiva de los padres, o bien a que se sienten libres para ver los contenidos que les interesan.

Otra razón que manifiestan para sentirse satisfechos es que tengan opción a un consumo en solitario⁵, pudiendo ver todo lo que desean, sin estar sujetos a ninguna pauta de sus padres que les oriente acerca de lo que pueden o no ver por su condición de menores, ni a ningún otro control relativo a la cantidad de tiempo que pueden permanecer viendo la televisión.

3. En esta investigación, se detecta que **un significativo porcentaje de los niños hacen los deberes y juegan en solitario**⁶, siendo actividades fundamentales para su desarrollo. Las principales causas que explican el hecho de que jueguen solos pueden encontrar explicación en el descenso de la natalidad, puesto que o bien son hijos únicos o sólo cuentan con un hermano. A esto se añade la sustitución en el tiempo de ocio de los juegos tradicionales por otros de uso individual, como son los videojuegos o los juegos por ordenador.

⁵ Un 16,4% de los participantes en la encuesta ven la televisión sin compañía de nadie.

⁶ La mayoría de los encuestados (un 70,2%) hacen los deberes en solitario y casi un tercio acostumbran a jugar también sin nadie a su alrededor (un 30,8%).

4. **La mayoría de los niños encuestados comentan con sus amigos lo que ven en televisión.** Esto confirma las teorías evolutivas en cuanto a que el grupo de iguales es uno de los principales agentes de socialización en el “*periodo de las operaciones concretas*”, el cual abarca el tramo de edades que hemos considerado en nuestra investigación, entre los 7 y 12 años.

5. **Se constata que dentro del seno familiar, sólo aproximadamente la mitad de los niños⁷ dialoga con sus padres respecto a los contenidos ofrecidos por el medio. Y, en el colegio, sólo un porcentaje insignificante de niños⁸ conversa con sus profesores al respecto. Además, la televisión es una materia excluida de las aulas en sus diferentes vertientes:** en la presentación de **contenidos conceptuales**, para la adquisición de **contenidos actitudinales** y como medio de aprendizaje de **contenidos de carácter procedimental**.

Tanto la familia como la escuela son también dos agentes sociales de especial relevancia en esta etapa del desarrollo infantil y, sin embargo, ninguno de los dos dan la importancia requerida a la relación que mantienen los niños con la televisión.

6. **Un significativo porcentaje de niños⁹ no dialoga con nadie en relación a los contenidos televisivos** que consume. Esta ausencia condiciona sobremanera las referencias al medio, al no disponer ni de opiniones ni criterios diferentes a los suyos.

⁷ Un 53,4% de los encuestados indica que dialoga con sus padres acerca de los contenidos vistos en televisión, mientras que un 45% no acostumbra a conversar al respecto. El porcentaje se completa con un 1,59% de “ns/nc”.

⁸ Únicamente, el 3,9% de los participantes en el estudio manifiesta que conversa con sus profesores respecto a los contenidos televisivos.

⁹ Este porcentaje se eleva a un 13% de los encuestados en el contexto de nuestro estudio.

7. Los niños encuestados **prefieren los dibujos animados y las series como primeras opciones de tipos de programas televisivos, pero a continuación eligen los programas¹⁰ y concursos.** De esta manera, queda patente que, en este nivel de edad, a los niños **les sigue gustando más la fantasía, pero empiezan a mostrar interés por los espacios que representan la realidad.** No obstante, los informativos se sitúan en una de las últimas posiciones en cuanto preferencias. Como se desprende del análisis cualitativo, esto puede deberse a que relacionan la información con noticias consideradas “negativas” por contener sucesos o catástrofes. Además, el tratamiento que se da a las noticias está destinado a adultos por lo que los niños pueden no llegar a comprender el contenido. En este sentido, hay que añadir que, en nuestro país, no se han planteado todavía informativos destinados específicamente al sector de la audiencia infantil, como ya se han introducido en otros países en los que tienen bastante aceptación por los niños¹¹.
8. En general, **los títulos favoritos de los niños¹²**, en cada uno de los cuatro tipos de programas que eligen (dibujos animados, series, programas y concursos), **no se corresponden con espacios dirigidos a ellos como público objetivo.** Ninguna de sus preferencias se emite en la franja matinal, destinada a los niños, pero con escasas posibilidades de poderla ver, dado que tienen que asistir a clase. En este sentido, las cadenas de televisión deberían hacer un esfuerzo¹³ por introducir programación de carácter infantil dentro de las franjas en las que más niños están delante de la pantalla, coincidiendo con el horario

¹⁰ Recordamos que dentro de los “programas” hemos incluido los contenedores infantiles, los de variedades / humorísticos, los magazines y los talk shows.

¹¹ Recordamos que algunos de estos ejemplos pueden verse en García Matilla, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Gedisa, Barcelona, págs. 90-92.

¹² Entre los dibujos animados, el espacio preferido es “*Los Simpson*”; la serie, “*Compañeros*”; el programa, “*Cruz y raya.com*”; y el concurso “*Operación Triunfo*”.

¹³ Esta práctica sólo está presente, en la actualidad, en La 2 de TVE y en algunos canales de ámbito autonómico, en los que parte de la programación infantil se emite en horario de tarde.

de tarde o con el inicio del prime time. De lo contrario, se continuará acostumbrando a los niños a ver contenidos no adecuados a su edad o productos dirigidos a la audiencia masiva, clasificados, en toda su amplitud, como programas “familiares”.

9. Además de la elevada cantidad de tiempo que los niños acostumbran diariamente a ver televisión, **un porcentaje significativo de padres graba a sus hijos programas en vídeo**. Los argumentos que éstos exponen se relacionan, principalmente, con su interés por determinados espacios o a la coincidencia en el horario de emisión con el descanso nocturno o con la realización de otras actividades, como es estar en el colegio o en prácticas extraescolares. Por tanto, el vídeo suele utilizarse para ver más de lo mismo y no para acceder a otro tipo de programas de mayor calidad, con objeto de encontrar alternativas y realizar contraprogramaciones propias a la televisión, cuando esta no interesa.
10. Se detecta que **casi un tercio de los escolares encuestados cuenta con televisor en su dormitorio¹⁴ y su consumo es mayor que el de quienes no disponen de equipo propio** en su habitación.
11. **No se aprecian diferencias en la media de consumo diario, en función de las edades, pero sí se evidencia que los niños con menor edad (entre 7 y 9 años) superan, en más ocasiones, las cuatro horas diarias de visionado**. Este aspecto puede estar relacionado con el incremento del tiempo destinado a obligaciones conforme los niños van creciendo, por ejemplo, mientras que los más pequeños no deben realizar deberes escolares o seguir una rutina de estudio diario, los mayores sí.

¹⁴ Esta cifra se aproxima a la obtenida en otros estudios anteriores. Por ejemplo, Urra, Clemente y Vidal (2000), en su libro “Televisión: impacto en la infancia” indican que, en evaluaciones realizadas a niños de Madrid y Andalucía, en el año 1999, se constató que algo más de un 30% poseían televisión en su habitación.

12. En cuanto a preferencias en el tiempo libre, los niños mayores (10 a 12 años) optan por actividades de ocio, mientras que quienes cuentan con edades inferiores (7 a 9 años) se decantan por prácticas que hemos denominado “*responsables*”. En este sentido, comprobamos que **los gustos cambian con el paso de los años y que, habitualmente, se tiende a preferir lo contrario de lo que suele realizarse.**

13. La compañía de los padres durante el visionado de televisión afecta a los hábitos de consumo del medio. Sin embargo, al contrario de lo que en un principio pronosticamos, **cuando los padres comparten esa actividad con sus hijos, en lugar de limitar su consumo, se observa una mayor permisividad.** Así, los niños que acostumbran a ver la televisión acompañados de sus padres suelen verla más cantidad de tiempo y, en mayor medida, durante el horario nocturno, dado que les permiten acostarse más tarde. La televisión se convierte, pues, en compañera de la vida familiar y a los padres no les importa tanto el número de horas ni los horarios en los que sus hijos ven la televisión, como los contenidos que consumen, los cuales controlan al permanecer junto a ellos.

14. La edad determina que algunas tareas se realicen en soledad o en compañía. Los niños entre 7 y 9 años suelen ver la televisión solos en más ocasiones que quienes se sitúan entre los 10 y 12 años de edad, mientras que en lo relativo a hacer los deberes se registra la tendencia inversa. Y, el hecho de jugar solos o acompañados, es independiente de la edad que tengan.

La principal causa por la que **los niños entre 7 y 9 años ven la televisión sin sus padres** se debe a que **su consumo se centra en la franja de tarde** y, mientras los padres están ocupados en otros quehaceres, la televisión **cumple la función de “niñera electrónica”.**

Sin embargo, **los niños entre 10 y 12 años suelen estar acompañados de sus padres** durante el consumo televisivo **porque ven**, con mayor frecuencia, **la televisión en la franja de noche** y, por ello, coinciden con los hábitos de sus padres.

15. La hora en la que los niños dejan de ver la televisión, también depende de la edad. De este modo, a medida que los niños crecen acostumbran a irse a dormir más tarde. Los niños entre 10 y 12 años suelen acostarse entre las diez y las doce horas, mientras que el estrato de niños entre 7 y 9 años, antes de las diez horas.

16. Las preferencias televisivas varían en función de la edad. Los niños entre 7 y 9 años se decantan por espacios de carácter infantil, programados en las franjas matinal y vespertina; mientras que los niños entre 10 y 12 años eligen dibujos animados para adultos, series emitidas en prime-time y programas o concursos emitidos en la franja nocturna.

7.2. CONCLUSIONES ANÁLISIS CUALITATIVO:

1. Dentro de los grupos de discusión, los niños que mencionan **la televisión** como su actividad favorita señalan que ésta cumple, principalmente, **las tres funciones que, de manera tradicional, se asignan al medio: divertir, enseñar e informar**. La diversión la nombran en dos sentidos: como forma de entretenimiento o como simple opción para “no aburrirse”. La enseñanza la conciben desde dos planos: aprendizaje de contenidos conceptuales o adquisición de contenidos actitudinales. La información es la utilidad que menos nombran.
2. En general, **las actividades preferidas para pasar el tiempo libre son las que tienen fines de entretenimiento**. Las que más les interesan son la práctica de deportes y los juegos. Como formas de divertirse, añaden también: la lectura, jugar a la videoconsola, jugar al ordenador, hacer teatro, ir al parque de atracciones, salir de casa, estar con animales y hacer los deberes. Esta última, junto con la lectura, son prácticas a las que los niños suman las finalidades del aprendizaje y la utilidad en su proyección futura.
3. Cuando se les plantea qué actividad prefieren realizar en su tiempo libre, **el mayor interés se centra en jugar o compartir su tiempo con sus amigos**. De este modo, se vuelve a constatar la importancia que los niños otorgan a la interrelación social con su grupo de iguales. Además, curiosamente, casi todos los participantes eligen actividades cotidianas o muy normales, lo que puede deberse a que no llegan a realizarlas o a que no disponen del tiempo suficiente que les gustaría dedicarles.

4. Por lo que respecta a los hábitos de consumo televisivo, entre los **motivos por los que los niños ven gran cantidad de tiempo al día la televisión**¹⁵, encontramos los siguientes: es **una de sus actividades favoritas**; tienen **acceso a plataformas digitales**; les sirve como **medio para “no aburrirse”**, al no encontrar otras alternativas de ocio; no tienen ningún límite ya que **les dejan ver todo lo que quieren** con el fin de que estén entretenidos; o **aprovechan para compartir ese tiempo con sus padres**.
5. **Los niños que no llegan al límite** establecido **de las dos horas** de consumo diario **ven, principalmente, la televisión en horario de tarde**, mientras que aquellos que superan dicha barrera reparten más su consumo en distintas franjas horarias, entre ellas, en la nocturna.
6. **Las ventajas que tiene ver la televisión** para los niños también están relacionadas con las tradicionales funciones del medio: **entretener, enseñar e informar**. En cuanto a **los inconvenientes**, apuntan: las **consecuencias negativas** que puede tener **para la salud**, la emisión de **contenidos violentos o de terror**, **la publicidad** y **las posibilidades de “engancharse”**, en el sentido de llegar a viciarse.

Los niños que presentan un consumo inferior nombran, en mayor medida, como aspectos negativos de la televisión, la violencia emitida en géneros de ficción, mientras que los que superan las dos horas diarias de visionado televisivo, hacen más referencia a la contenida en los informativos.

¹⁵ Este tipo de argumentos se presenta, precisamente, en grupos formados por niños que superan el límite de las dos horas diarias de visionado televisivo.

La crítica a la publicidad se plantea en dos sentidos: por su contenido o finalidad, que valoran como “engaño” y por la cantidad de anuncios emitidos, lo que califican de “exceso”.

También desaprueban el hecho de llegar a viciarse al medio televisivo, desde una doble perspectiva. Por un lado, en cuanto a que se dejan de lado algunas obligaciones o resta tiempo para el desempeño de otras actividades y, por otro, por ser una causa de imitación de determinadas conductas.

7. **Los niños suelen acceder a contenidos que, previamente, les interesan** y que conocen por las vías del teletexto, las autopromociones, las revistas o, simplemente, por el hecho de ver con asiduidad determinados espacios. Sin embargo, algunos niños que poseen plataformas de pago afirman que no suelen decidir, con anterioridad, lo que van a ver porque cuentan con más cantidad de canales y, por tanto, tienen más posibilidades de acceder, en cualquier momento, a contenidos que resulten de su interés. En este sentido, los niños cuentan con opciones muy distintas de ver la televisión según el nivel económico de la familia a la que pertenecen, ya que no todas tienen posibilidad de tener contratada una plataforma de televisión de pago. Por ello, la riqueza de lo digital, si se abre el acceso a todos los públicos, puede servir para que los niños tengan posibilidades de ver programación infantil en cualquier momento del día, entre otras opciones.
8. En la mayoría de los grupos, los niños señalan que **sus padres les controlan su consumo televisivo de diferentes formas, principalmente, horarios y contenidos**. En cuanto a horarios, les restringen la cantidad de tiempo que pueden ver, les dosifican el consumo o les limitan ver la televisión en la franja nocturna, “*al tener que irse a dormir*”. Por lo que respecta a los contenidos, son los violentos, los

de terror, los pornográficos y, en general, los destinados a adultos, los que no les permiten ver.

Como excepciones, los niños que consumen más de dos horas diarias la televisión y no dialogan con sus padres respecto a lo que ven afirman que no tienen ningún tipo de control. Sus padres les permiten ver todo lo que quieren, con el fin de que permanezcan entretenidos, siendo la televisión la “*niñera electrónica*”.

9. Al igual que se evidencia en el análisis cuantitativo, en los grupos de discusión, advertimos que **los tipos de programas preferidos por los participantes son los dibujos animados y las series**. También se vuelve a constatar que **“Los Simpson”, un espacio que, precisamente, no está destinado a los niños, es su favorito, sobre todo, en el segmento entre 10 y 12 años**.

10. En general, **los niños encuentran alternativas a ver la televisión en su tiempo libre. La propuesta más mencionada es, de nuevo, jugar con amigos o familiares**, de lo que vuelve a desprenderse la importancia de la socialización en este estrato de edades. Además, la compañía es un factor clave como demanda en la realización de actividades en el tiempo libre, ya que las que se llevan a cabo en solitario, como jugar a la videoconsola, son menos nombradas. Por otro lado, resulta significativo que los niños que suelen consumir más de dos horas al día se interesan por salir de su casa, como alternativa a ver la televisión.

11. Entre los cambios que proponen en la televisión actual, destaca la demanda de un incremento de la programación infantil, con más dibujos animados y series para ellos. De manera contraria, piden que se quite publicidad¹⁶ porque consideran que se le destina excesivo tiempo y porque, para ellos, es uno de los contenidos más denostados. Además, rechazan los programas del corazón y los contenidos “negativos”, principalmente en los géneros informativos, es decir, las noticias desfavorables o catastróficas. Y también, aunque lo mencionan en menos ocasiones, excluirían los géneros de ficción con temática violenta o de terror. En su lugar, plantean que programarían contenidos más educativos o dibujos animados “normales”.

De este modo, **constatamos que los niños tienen iniciativa para plantear demandas al medio televisivo**, entre las que destacan cambios en la programación, consistentes en la ampliación de la oferta de contenidos puramente infantiles o en la sustitución de los espacios que, en su opinión, resultan menos adecuados o interesantes para ellos.

Sin embargo, no acaban de entender que puedan participar en la televisión, en el sentido de poder intervenir en el medio como ciudadanos con derecho a ser oídos y a expresarse libremente. Esto exigiría un esfuerzo por educar a los niños en materia de comunicación con el fin de favorecer una participación real en los medios.

¹⁶ En el análisis cuantitativo, también constatamos que los niños suelen evitar la publicidad. Por ello, cuando se interrumpe su programa favorito, en lugar de permanecer viendo los anuncios hasta que se reanuda, la mayoría acostumbra a cambiar de canal.

12. Es más fácil que los niños se adecuen, de forma más frecuente, a las preferencias televisivas de sus padres que éstos a los gustos de sus hijos. Desde esta perspectiva, son pocos los padres que ven con los niños los dibujos animados, al contrario de lo que sucede, por ejemplo, con los informativos, contenidos que a pesar de no ser elegidos por los niños, éstos prefieren ver por el hecho de compartir ese tiempo con sus padres. A los noticiarios, se añaden las películas, no sólo las consideradas “normales” sino también algunas “de acción” y “de miedo”. Y, como tipo de programa que más suelen ver acompañados de sus padres, destaca las series familiares.

13. Los niños que dialogan, habitualmente, con sus padres respecto a lo visto en televisión suelen conversar de manera simultánea al propio visionado de los programas. En algunos casos, también indican que hablan de ello cuando finaliza la emisión o durante los descansos publicitarios.

Entre los aspectos relacionados con los contenidos televisivos acerca de los que conversan, **manifiestan sus opiniones respecto a las emisiones, plantean posibles cambios, comentan fallos en la realización o se adentran en el significado de noticias.** Este último aspecto es importante para que los niños lleguen a comprender el significado de determinadas informaciones que, en principio, les pueden resultar complejas. En este sentido, es interesante que, para quienes suelen dialogar con sus padres en relación a lo visto en el medio televisivo, **la diversidad de cuestiones que les preguntan cuando no entienden algo o no lo conocen es mucho más amplia.**

14. El hecho de compartir con los padres el tiempo de exposición al medio se valora como positivo, tanto por los niños que acostumbran a ver la televisión con ellos como para los que no. Entre las ventajas que unos y otros apuntan, destacan las siguientes: poder **preguntar lo que no entienden** con el fin de ayudarles a resolver dudas; conversar con ellos acerca de lo que ven durante el visionado para **comparar su opinión con otras similares o diferentes y, así, ampliar el punto de vista de los distintos temas que se plantean; contar con una orientación de los contenidos** que pueden ver y los que no resultan acordes para su edad; **o, simplemente, tener compañía durante el visionado**. Es significativo que, si bien las primeras ventajas suelen plantearlas aquellos que acostumbran a dialogar con sus padres, esta última es indicada por niños que no suelen conversar con ellos.

En cuanto a los inconvenientes que citan, se observan bastantes **diferencias en función de los grupos**. Así, para los niños entre 10 y 12 años que suelen dialogar con sus padres, todo son ventajas, mientras que los grupos entre 7 y 9 años con la misma característica consideran desfavorable el hecho de tener que ver la televisión junto con los padres, debido, principalmente, a la **diferencia de gustos**. Por otra parte, los niños que no acostumbran a dialogar con sus padres opinan que ver con ellos la televisión supone una desventaja porque ejercen un consumo autoritario y no tienen en cuenta cuáles son los programas que sus hijos quieren ver. Incluso, señalan que, en algunas ocasiones, tienen que irse a otro lugar porque sus padres **llegan a “deshacerse” de ellos**, para ver determinados espacios.

- 15. Los niños no permanecen impasibles o pasivos ante los mensajes televisivos.** Los participantes en los grupos de discusión perciben las secuencias expuestas de manera activa, **si bien sus comportamientos pueden clasificarse en diferentes niveles de actividad**¹⁷, tanto en la percepción de mensajes como en el afán por comprenderlos, **dependiendo de** las variables contenidas en la presente investigación: **edad, diálogo con los padres y cantidad de consumo diario.**
- 16. Quienes dialogan, de manera habitual, con sus padres acerca de los contenidos vistos en televisión** y, por tanto, acostumbran a intercambiar y contrastar con ellos sus opiniones, **alcanzan un mayor nivel de actividad en la percepción de los mensajes televisivos, incluso, superior al propio de su edad o desarrollo evolutivo.** Sus juicios son más razonados en la lectura de imágenes y llegan a compararlas con situaciones de su vida diaria o a aplicarlas a nuevos contextos. Por el contrario, aquellos niños que no suelen conversar con sus padres y, por tanto, no cuentan con ese tipo de referencias se limitan, con mayor frecuencia, a plantear descripciones superficiales o no alcanzan niveles tan elevados de actividad.
- 17. El diálogo con los padres es importante,** no sólo en la forma de actuar ante los mensajes televisivos, sino **también para** saber reinterpretarlos y **comprender el contenido** esencial. De este modo, aquellos niños que están habituados a replantearse sus propios criterios o puntos de vista perciben, en mayor medida, **los valores o contravalores**¹⁸ **que se asientan en las imágenes.**

¹⁷ Véase la escala de clasificación de niveles de actividad recogida dentro del capítulo 1.

¹⁸ La definición operativa que, en nuestra investigación, otorgamos a los “valores” es la siguiente: “Aspectos que son considerados positivos o apreciables, en el caso que nos ocupa, en la reinterpretación de mensajes audiovisuales...”. Y dado que los valores tienen “polaridad en cuanto son positivos o negativos”, según se considera en la décima acepción del término en el Diccionario de la RAE (2001), pág. 1540, diferenciamos ambos sentidos del término y, para ello, denominamos a los valores con significado negativo como “contravalores”.

18. La edad es una variable que **repercute** en la manera en que los niños perciben los mensajes televisivos, **tanto en lo que a los niveles de actividad se refiere como en la lectura de su contenido**. Así, se comprueba que el segmento de niños entre 7 y 9 años no llegan a grados tan elevados de actividad como el estrato de niños entre 10 y 12 años. Y los niños con menor edad también presentan, por una parte, más confusiones en la reapropiación del significado y, por otra, no extraen tantas referencias a los *valores* y *contravalores* que se integran en las imágenes ni llegan a advertir la finalidad que se pretende con determinados mensajes.

19. La cantidad de consumo diario también afecta al nivel de actividad que presentan los niños en su percepción de imágenes. De esta manera, entre quienes superan la barrera de las dos horas de visionado al día, se observan niveles inferiores de actividad. Podemos deducir, por tanto, que **a mayor exposición al medio menor capacidad de interacción con las imágenes**.

20. Los grupos de niños cuyos componentes cuentan **con más edad perciben con mayor claridad las diferencias entre realidad y ficción televisiva**, mientras que los niños con edades inferiores suelen confundir ambos conceptos, al limitarse a asociar lo real con situaciones que pueden ser trasladables a la vida cotidiana, sin tener en consideración los géneros televisivos en los que se presentan¹⁹.

¹⁹ Por ejemplo, si en una serie de ficción se presenta una situación que puede suceder en la realidad, la consideran real; mientras que, si en un informativo ven una noticia que les resulta algo extraña o extraordinaria, piensan que ficción.

21. Las variables relacionadas con el diálogo con los padres y con la cantidad de consumo no influyen tanto **en la distinción entre realidad y ficción**, como la edad de los participantes, pero sí cuando intervienen de manera conjunta. Por tanto, no se establece una relación directa entre cada una de estas variables por separado y las diferencias entre realidad y ficción, si no que se produce cuando ambas coinciden. Por este motivo, **los niños que ven más de dos horas diarias la televisión y no acostumbran a dialogar con sus padres respecto a lo que ven son quienes más confusiones o limitaciones presentan en sus exposiciones**. El resto de los niños que no pertenecen a grupos con las características señaladas y que cuentan con más edad, no sólo llegan a diferenciar claramente entre realidad y ficción; si no que además distinguen, correctamente, entre realidad y *realidad mediada*. De esta manera, relacionan la vida real con la experiencia directa y personal, introducen el concepto de “grabación”, o, incluso, hacen referencia a la posible manipulación de la realidad a través del medio televisivo.
22. **Los aspectos críticos integrados en los mensajes**, implícita o explícitamente, **sólo son captados por los niños de mayor edad** (10 a 12 años), quienes ahondan en el significado de las imágenes y llegan a comprender cuál es el tema central, así como la finalidad que se pretende conseguir. Por el contrario, los niños con menor edad (7 a 9 años) se ciñen a describir aspectos parciales del contenido, cometen errores en su lectura y no llegan a captar el tema nuclear del mensaje.

23. La cantidad de visionado diario también afecta a la comprensión de los aspectos críticos insertos en los mensajes. Así, entre quienes **acostumbran a ver más de dos horas diarias**²⁰, se encuentran **testimonios más limitados o con más errores en la interpretación.** De modo contrario, en los grupos que no alcanzan las dos horas de consumo al día, es donde más se concentran las comparaciones con experiencias propias o cercanas al tema que se expone. No obstante, esto sucede en la percepción de un mensaje directo²¹, ya que en el caso de un mensaje abstracto²², su lectura resulta más compleja y no se aprecian tales diferencias, en función de la cantidad de consumo.

En general, **los niños no llegan a comprender los aspectos críticos introducidos en contenidos destinados a adultos**, independientemente de su edad, de la cantidad de consumo diario y del diálogo con los padres en relación a los contenidos televisivos. Como ejemplo, en un mensaje perteneciente a la serie “*Los Simpson*”, es en el que más interpretaciones confusas y descripciones parciales encontramos.

Por tanto, podemos concluir que los niños comprenden, dependiendo de su edad, los aspectos críticos que se introducen tanto en mensajes directos, como en mensajes abstractos cuyo contenido no se expresa explícitamente. Sin embargo, no llegan a captar el contenido esencial de mensajes que no están dirigidos a ellos como público objetivo, independientemente de que formen parte de sus preferencias televisivas y que estén acostumbrados a seguirlos, de manera habitual, como es el caso planteado.

²⁰ Dentro del segmento de niños entre 7 y 9 años.

²¹ Véase, en el Anexo VII, la descripción y finalidad de la imagen número 10, extraída del programa juvenil “*Desesperado Club Social*”.

²² Este mensaje se introduce en la imagen número 12, correspondiente a un spot publicitario, perteneciente a una campaña para la prevención del consumo de tabaco en adolescentes. Véase su descripción y finalidad en el Anexo VII.

24. Los principales parámetros que utilizan para clasificar los espacios que, según ellos, están destinados a adultos son el horario de emisión y el vocabulario utilizado, sin atender al contenido o finalidad. Por este motivo, entre dos series dirigidas al público adulto, “*South Park*” y “*Los Simpson*”, consideran que sólo la primera está destinada a adultos, puesto que la segunda se emite en sobremesa y no incluye términos groseros. Asimismo, deducimos que, mientras que la primera apenas cuenta con niños que la siguen o que la han visto de manera esporádica²³, la segunda tiene una mayoría de fieles seguidores que tratan de explicar, con argumentos de diversa índole, los motivos por los que la consideran infantil, incluso llegan a clasificarla en función de su edad concreta para justificar que pueden verla.

No obstante, en cuanto a las variables que hemos seguido en este estudio -edad, diálogo con los padres y cantidad de tiempo destinado a ver la televisión-, observamos como los niños que presentan un menor consumo, dentro de los grupos entre 10 y 12 años²⁴, son quienes establecen más límites a la hora de considerarla apta para niños. Así, entre otras advertencias sugieren que es para verla acompañados de adultos o que está dirigida a niños mayores o adolescentes. Por el contrario, los niños que presentan un consumo más elevado consideran que “*Los Simpson*” es una serie infantil por el simple hecho de que “no dicen casi palabrotas”, en comparación con “*South Park*”.

De este modo, podemos concluir que **los niños que ven la televisión durante más tiempo no aprecian tantos límites en los contenidos que están destinados a adultos.**

²³ Los contados casos de niños que han visto esta serie suelen ver habitualmente la televisión más de dos horas diarias. Sin embargo, todos ellos opinan que es una serie destinada a adultos.

²⁴ Los niños entre 7 y 9 años plantean diferentes criterios, entre ellos, que la clasificación para niños o adultos depende de las distintas entregas de la serie, dado que unos capítulos pueden considerarse más infantiles que otros. En este estrato de edad, no se presentan diferencias en función de las otras dos variables.

7.3. CONCLUSIÓN REFERENTE A LA PROPUESTA “EDUCACIÓN EN MATERIA DE COMUNICACIÓN”.

- Las referencias previas con las que los niños cuentan, bien provenientes de su entorno familiar o del colegio son muy importantes a la hora de afrontar los distintos temas que se plantean en las imágenes.
- En este sentido, constatamos cómo los niños que suelen dialogar con sus padres respecto a los contenidos vistos en televisión explican mejor los mensajes, no sólo desde el punto de vista formal, alcanzando un nivel más elevado de actividad en sus discursos, sino también en el plano del contenido, en el que profundizan en mayor medida, llegando a captar los *valores* y *contravalores* que se introducen en las imágenes, así como los aspectos críticos y significado nuclear de los mensajes.
- Sin embargo, la televisión es un medio excluido de las aulas o al que se le otorga una insignificante importancia, en cualquiera de sus diferentes y variadas posibilidades.
- Como ya se ha constatado en múltiples estudios, la televisión es un agente de socialización fundamental para los niños, debido a la repercusión que tiene en su vida diaria, prueba de ello es, por un lado, el tiempo que le destinan y, por otro, el enorme caudal de contenidos que aprenden, entre otros, los relacionados con las actitudes y comportamientos. Por tanto, es esencial en el aprendizaje de *valores* y *contravalores*, cuya diferenciación es básica para la vida en una sociedad democrática en la que tienen que formarse como ciudadanos.
- La oferta televisiva no responde a la demanda del sector infantil de la audiencia, dado que los programas destinados a este target se emiten cuando menos consumo registran, al coincidir con su jornada lectiva. En contrapartida, el mayor consumo se registra en la franja

nocturna, correspondiente al prime time televisivo, en la que los contenidos no están dirigidos al público infantil.

- Y hemos constatado que los niños no llegan a captar el contenido esencial de mensajes que no están dirigidos a ellos como público objetivo, es decir, que son producidos para adultos.
- El grupo de iguales es uno de los agentes sociales a los que los niños prestan más atención en este nivel de edad. En este sentido, el diálogo que mantengan con sus amigos respecto a los contenidos que ven en televisión, puede influir tanto en sus hábitos de consumo como en su manera de reinterpretar los mensajes.
- Algunos niños piensan que los padres no están preparados para explicarles determinados contenidos relacionados con el medio televisivo.
- Y cabe destacar que la gran mayoría de los escolares acogen de manera positiva que les enseñen en el colegio aspectos relacionados con el medio televisivo, en los tres planos del contenido: conceptuales, procedimentales y actitudinales, además de servirles cómo guía para conocer qué contenidos son adecuados para su edad.
- En consideración con la cantidad de consumo diario, hemos comprobado que muchos de los niños que ven la televisión durante gran parte de su tiempo libre, lo hacen por no encontrar otras alternativas de ocio que les resulten más interesantes y fundamentan su consumo como una manera de “no aburrirse”. También hemos confirmado que los niños que pasan del límite de las dos horas diarias de consumo presentan menores niveles de actividad en sus discursos, además de que no ahondan en el contenido de los mensajes del mismo modo que quienes ven menos tiempo.
- La edad es un factor que determina la capacidad de interacción con las imágenes y, por tanto, afecta a la renegociación de los significados de los mensajes. Por este motivo, es importante que la

preparación para saber leer las imágenes comience en edades tempranas para que los escolares adquieran cuanto antes “*competencia televisiva*” y sean críticos y participantes en su relación con el medio. De este modo, los niños contarán con pautas para llevar a cabo un consumo responsable, con el que puedan sentirse satisfechos.

- En la actualidad, los niños tienen iniciativas que plantean a la televisión en cuanto a cambios que podrían introducirse en la programación, pero no encuentran cauces posibles de participación directa, ni tan siquiera conciben esta forma de acceder al medio, la cual debería formar parte de las premisas de una televisión de servicio público. Por tanto, sería interesante que desde la escuela se plantearan posibles vías de diálogo y de acceso a los medios.
- La introducción dentro del currículo escolar de la “***Educación en materia de comunicación***”²⁵ es básica en el contexto que hemos venido detallando en esta tesis, con objeto de que los niños pasen “**de receptores de la televisión a perceptores participantes**”.

²⁵ Véase el capítulo 6, en el que planteamos una propuesta para abordar esta materia.

FUENTES DE CONSULTA

BIBLIOGRAFÍA:

- AA. VV. (1982): "Informe Final del Grupo de Trabajo del MEC y RTVE sobre Radio y Televisión Educativa". Madrid, MEC.

- AA. VV. (*Dirección Ricardo Berea*) (1992): "Análisis de la demanda de servicios para la infancia". Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales.

- AA. VV. (*Dirección Sergio Sánchez Cerezo*) (1993): "Enciclopedia de la Educación Infantil". Madrid, Santillana.

- AA. VV. (1994): "Televisión. Niños y jóvenes". Valencia, Ente Público RTVV.

- AA. VV. (*Dirección Ejecutiva Agustín García Matilla*) (1996): "La televisión educativa en España. Informe Marco". Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia.

- AA. VV. (1996): "Informe de la Comisión Especial sobre contenidos televisivos". Madrid, Senado.

- AA. VV. (1996): "Formación de profesores de educación secundaria". Madrid, ICE de la UCM, CAP.

- AA.VV. (2001): "La nueva era de la televisión". Madrid, Academia de la Ciencias y las Artes de Televisión de España, Corporación Multimedia.

- ADORNO, T. W. (1969): "Intervenciones. Nueve modelos de crítica". Caracas, Monte Ávila.

- ADORNO, T. W. y HORKHEIMER, M. (1979): "Sociológica". Madrid, Taurus.

- AGUADED, J. I. (1999): "Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva". Barcelona, Paidós.
- AGUADERO, F. (1997): "La sociedad de la información". Madrid, Acento Editorial.
- ALASUUTARI, P. (1999): "Introduction. Three Phases of Reception Studies", en **Rethinking the media audience**. Sage, Londres, págs. 1-21. Citado por HUERTAS BAILÉN, A. (2002), en "La audiencia investigada". Barcelona, Gedisa, págs. 125-127.
- ALONSO, M.; MATILLA, L.; y VÁZQUEZ, M. (1995): "Teleniños Públicos, Teleniños Privados". Madrid, Ediciones de la Torre.
- ALONSO RIVAS, J. y otros (1999): "Comportamiento del consumidor". Madrid, ESIC Editorial.
- ÁLVAREZ VILLAR, A. (1973): "El mundo mágico de la percepción". Madrid, Doncel.
- ANDER-EGG, E. (1992): "Los medios de comunicación al servicio de la educación". Buenos Aires, Magisterio del Río de Plata.
- ANTON, K. (1986): "La práctica de la dinámica de grupos". Barcelona, Herder.
- APARICI, R. (*Director*) (1999): "Curso de nuevas tecnologías y educación". Programa de formación del profesorado, UNED, Madrid.
- APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A (*Dirección*) (1995): "Televisión, Currículum y Familia". Madrid, MEC.

- APARICI, R. (*Coordinación*) (1993): "La revolución de los medios audiovisuales". Madrid, Ediciones de la Torre.

- APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A. (1987): "Imagen, vídeo y educación". Madrid, Fondo de Cultura Económica, colección Paideia.

- APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A. (1987): "Lectura de imágenes". Madrid, Ediciones de la Torre.

- AREA MOREIRA, M. (1999): "Bajo el efecto 2000. Líneas de investigación sobre Tecnología Educativa en España", en **VII Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa**. Sevilla. Publicado en web de la Universidad de la Laguna (<http://ull.es>).

- AUSUBEL, D. P.; NOVAK, J. D. y HANESIAN, H. (1990): "Psicología educativa. Un punto de vista cognoscitivo". México, Trillas.

- BARTHES, R. (1988 –primera edición 1957-): "Mitologías", México, Siglo XXI.

- BENAVIDES DELGADO, J. y FERNÁNDEZ BLANCO, E. (*Editores*) (2001): "Valores y medios de comunicación. De la innovación mediática a la creación cultural", en **II Foro Universitario de Investigación en Comunicación**. Madrid, Comunicación 2000.

- BOADA, H. (1986): "El desarrollo de la comunicación en el niño". Barcelona, Anthropos.

- BRÉE, J. (1995): "Los niños, el consumo y el marketing". Barcelona, Paidós Comunicación.

- BRONFENBRENNER, U. (1979): "The ecology of human development", Cambridge, Harvard University Press. Traducción al castellano en 1987: "La ecología del desarrollo humano". Barcelona, Paidós.

- BRUNER, J. (1995): "Actos de significado. Más allá de la revolución cognitiva". Madrid, Alianza Editorial.

- BRUNER, J. (1989): "Acción, pensamiento y lenguaje". Compilación de José Luis Linaza. Madrid, Alianza Psicología.

- CALLEJO, J. (1995): "La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias". Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, Siglo Veintiuno de España Editores.

- CAMPS, V. (1998 –1ª edición: 1994-): "Los valores de la educación". Madrid, Anaya.

- CAMPUZANO RUIZ, A. (1992): "Tecnologías audiovisuales y educación. Una visión desde la práctica". Madrid, Ediciones Akal.

- CANTÚ, A. (1997): "Consumo, recepción y usos. Un juego de implicaciones", en **III Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación: campos de investigación y prácticas**. Argentina, Red Nacional de Investigadores en Comunicación, Ponencia publicada en <http://geocities.com/CollegePark/5025/mesa2a.htm>.

- CASADEMONT , J. y MASEGOSA, J. J. (1993): "Integración curricular de los audiovisuales. Una experiencia probada". Barcelona, Ed. Alta Fulla, Fundación Serveis de Cultura Popular.

- CASETTI, F. y DI CHIO, F. (1999): "Análisis de la Televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación". Barcelona, Paidós.
- CEA D'ANCONA, M^a A. (1996): "Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social". Madrid, Síntesis.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (2003): "Análisis de la información audiovisual en las aulas". Madrid, Editorial Universitas.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (2002): "Géneros formales televisivos", en RIVERA, M. J.; WALZER, A. y GARCÍA MATILLA, A. (*dirección y coordinación*) (2002): **Libro interactivo Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia**. Master de Televisión Educativa de la Universidad Complutense y Corporación Multimedia, Madrid.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1995): "Información audiovisual: Concepto, Técnica, Expresión y Aplicaciones". Madrid, Síntesis.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1992): "Géneros informativos audiovisuales. Radio, televisión, periodismo gráfico, cine, vídeo". Madrid, Ciencia 3.
- CEBRIÁN HERREROS, M. y BARTOLOMÉ CRESPO, D. (*Editores*) (2002): "Investigación sobre medios de comunicación" (Seminarios Internacionales Complutense). Madrid, Departamento de Periodismo II, UCM.
- CLOUTIER, J. (1975): "L'ère d'EMEREC ou la communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-media". Montreal, Les Presses de L'Université de Montreal.
- COCA, C. (1997): "Códigos éticos y deontológicos en el periodismo español". Bilbao, en **Zer, Revista de Estudios de Comunicación**, núm. 2.

- COLL, C. y otros (1992): "Los contenidos de la Reforma". Madrid, Santillana/Aula.
- CORKILLE BRIGGS, D. (1987): "El niño feliz. Su clave psicológica". México, Gedisa.
- CORNEJO, C. A. (*Dirección editorial*) (1978): "Enciclopedia de la psicología y la pedagogía" (Tomo 3. Psicología Evolutiva). Paris, Sedmay.
- CORTÉS, J. A. (1999): "La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión". Navarra, EUNSA.
- CHARLES, M. y OROZCO, G. (*Coordinación*) (1990): "Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios". México, Trillas.
- CHERRY, C. (1988): "El arte del niño en edad preescolar". Barcelona, CEAC.
- CHIVELET, M. (2002): "Televisión y lectura, un proyecto común", en RIVERA, M. J.; WALZER, A. y GARCÍA MATILLA, A. (*dirección y coordinación*) (2002): **Libro interactivo Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia**. Madrid, Master de Televisión Educativa de la Universidad Complutense y Corporación Multimedia.
- DIAS PACHECO, E. (1998): "Televisão, Criança e Educação". Sao Paulo, Papirus Editora.
- DUBOIS, B. y ROVIRA CELMA, A. (1998): "Comportamiento del consumidor. Comprendiendo al Consumidor". Madrid, Prentice Hall.
- ECO, U. (1968): "Apocalípticos e Integrados". Barcelona, Lumen.

- EGM / AIMC (2002): Informe especial "Audiencia Infantil / Juvenil de Medios en España". Madrid.
- EINES, J. y MANTOVANI, A. (1980): "Teoría del juego dramático". Madrid, Ministerio de Educación e Instituto Nacional de Comunicación de la Educación.
- ESPINOSA, M^a A. y OCHAÍTA, E. (2002): "¿Quién es el niño?", en RIVERA, M. J.; WALZER, A. y GARCÍA MATILLA, A. (*Dirección y coordinación*) (2002): **Libro interactivo Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia**. Madrid, Master de Televisión Educativa de la UCM y Corporación Multimedia.
- FERRER, E. (1997): "Información y comunicación". México, Tezontle.
- FERRÉS, J. (1994): "Vídeo y educación". Barcelona, Paidós.
- FERRÉS, J. (1996): "Televisión y educación". Barcelona, Paidós.
- FERRÉS, J. (2000): "Educar en una cultura del espectáculo". Barcelona, Paidós.
- FLORENZANO URZUA, R. y MOLINA VALDIVIESO, J. (*Coordinación*) (1999): "Televisión y niños". Santiago de Chile, Corporación de Promoción Universitaria y Televisión Nacional de Chile.
- FONTCUBERTA, M. (1999): "Educación para la Comunicación en la Sociedad del Conocimiento", en FLORENZANO, R. y MOLINA, J. (coordinadores): **Televisión y niños**, Corporación de Promoción Universitaria y Televisión Nacional de Chile, Santiago de Chile, págs. 189-199.
- FREINET, C. (1978): "El método natural de lectura". Barcelona, Editorial Laia.

- FREIRE, P. (1969): "La educación como práctica de la libertad". Montevideo, Tierra Nueva.
- FRÍGOLA VIÑAS, E. (1994): "Ocio y televisión en la infancia y la juventud", en AA. VV: **Televisión, niños y jóvenes**. Ente Público RTVV, Valencia, págs. 233-238.
- FUENZALIDA, V. (1986): "Ámbitos y posibilidades en la Recepción Activa", en **Educación para la Comunicación Televisiva**, CENECA, Santiago de Chile. Citado por MARÍN MIRANDA, O. (1987): "Perspectivas y obstáculos para implementar un programa de Educación para la Recepción Activa". Santiago de Chile, CENECA ([www.http://idrc.ca](http://idrc.ca)).
- FUENZALIDA, V. y HERMOSILLA, M^a E. (1991): "El televidente activo" (Manual para la recepción activa de televisión). Santiago de Chile, Corporación de Promoción Universitaria.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1990): "Culturas Híbridas". México, Grijalbo.
- GARCÍA DE CORTÁZAR, M.; CALLEJO GALLEGO, J.; DEL VAL CID, C.; CAMARERO RIOJA, L. A. y ARRANZ LOZANO, F. (1998): "El tercero ausente. Investigación empírica sobre el papel de los adultos en la relación entre niños y televisión". Estudios de la UNED, Madrid. Citado por GARCÍA MATILLA, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Gedisa, Barcelona, págs. 186 y ss.
- GARCÍA GALERA, M^a C. (2000): "Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios". Barcelona, Gedisa.
- GARCÍA GARCÍA, F. (*Coordinación*) (2000): "La imagen del niño en los medios de comunicación". Madrid, Huerga y Fierro editores.

- GARCÍA MATILLA, A. (2003): "Una televisión para la educación. La utopía posible". Barcelona, Gedisa.
- GARCÍA MATILLA, A. y CALLEJO GALLEGO, J. (2003): "Situación de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información en España en el ámbito de la infancia y la adolescencia". Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Madrid.
- GARCÍA MATILLA, A. (2002): "Una Televisión para la Educación en el siglo XXI. Mucho más que un servicio público esencial", en RIVERA, M. J.; WALZER, A. y GARCÍA MATILLA, A. (*dirección y coordinación*) (2002): **Libro interactivo Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia**. Madrid, Master de Televisión Educativa de la UCM y Corporación Multimedia.
- GARCÍA MATILLA, A. (1993): "Los medios para la comunicación educativa" en APARICI, R.: **La revolución de los medios audiovisuales**. Madrid, Ediciones de la Torre, págs. 51-77.
- GAY FUENTES, C. (1994): "La televisión ante el derecho internacional y comunitario". Madrid, Marcial Pons Ediciones Jurídicas.
- GIMENO SACRISTÁN, J. y DIEZ GÓMEZ, A. (1983): "La enseñanza: Su teoría y su práctica". Madrid, Akal.
- GONZÁLEZ LUCINI, F. (1992): "Educación en valores y Diseño curricular". Madrid, Alhambra Longman.
- GONZÁLEZ RIVERO, A. (1997): "Familia: Parada y fonda". Madrid, Ergo Advanced Research.

- GRAVIZ, A. y POZO, J. (1994): "Niños, medios de comunicación y su conocimiento". Barcelona, Herder.
- GREENAWAY, P. (1993): "¿A quién corresponde la enseñanza de los medios de comunicación?", en APARICI, R.: **La revolución de los medios audiovisuales**. Madrid, Ediciones de la Torre, págs. 33-43.
- GRIMSON, A. y VARELA. M. (1999): "Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión". Buenos Aires, Eudeba (Editorial Universitaria de Buenos Aires).
- GUTIÉRREZ MARTÍN, A. (1990): "La televisión y los niños. ¿Una relación incomprendida?". Madrid, Comunicación, Lenguaje y Educación.
- GUTIÉRREZ MARTÍN, A. (1997): "Educación multimedia y nuevas tecnologías". Madrid, Ediciones de la Torre.
- GUTIÉRREZ, F. (1975): "Pedagogía de la comunicación". Buenos Aires, Humanitas.
- HALL, S.; HOBSON, D.; LOWE, A. y WILLIS, P. (1980): "Culture, media and language: working papers in cultural studies". Londres, Hutchinson.
- HALLORAN, J. (*Coordinación*) (1974): "Los efectos de la televisión". Madrid, Editora Nacional.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R.; FERNÁNDEZ COLLADO, C.; BAPTISTA LUCIO, P. (1991): "Metodología de la investigación". México, McGraw-Hill.

- 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.
- HOBSON, D. (1990): "Women audiences and the workplace", en BROWN, M.E.: *Television and women's culture. The politics of the popular*. Londres, Sage.
- HODGE, B. y TRIPP, D. (1988): "Los niños y la televisión". Barcelona, Planeta.
- HUERTAS BAILÉN, A. (2002): "La audiencia investigada". Barcelona, ATV, Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión.
- HUERTAS, A. (1997): "Cómo se miden las audiencias en televisión". Barcelona, CIMS.
- HUSTIE, R. (1982): "Técnicas de dinámica de grupos". Madrid, ICCE..
- IGARTUA, J. J. y BADILLO, A. (Eds.) (2003): "Audiencias y medios de comunicación". Salamanca, Ediciones Universidad de Salamanca.
- JENSEN, K. B. (1997): "La semiótica social de la comunicación de masas". Barcelona, Bosch Comunicación.
- JENSEN, K. B. (1988): "News as Social Resource: A Qualitative Empirical Study of the Reception of Danish Television News", *European Journal of Communication*, nº 3, págs. 275-301. Citado por CASSETTI, F. y DI CHIO, F. (1999), en *Análisis de la Televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona, Paidós, pág. 302.

- KAPLÚN, M. (1998): "Una pedagogía de la comunicación". Madrid, Ediciones de la Torre.
- LEBRERO BAENA, M^a P. (Dirección) (1996): "Especialización del profesorado de educación infantil (0-6 años). Madrid, UNED-MEC.
- LE COMPTE, M. D. (1994): "Un matrimonio conveniente: diseño de investigación cualitativa y estándares para la evaluación de programas". En **Revista Electrónica y Evaluación Educativa**, Escuela de Educación Universidad de Colorado-Boulder, nº 1. (<http://www.uca.es>).
- LEÓN, O. G. Y MONTERO, I. (1996): "Diseño de investigaciones. Introducción a la lógica de la investigación en psicología y educación". Madrid, McGraw-Hill.
- LIEBERT, R. M.; NEALE, J. M. Y DAVIDSON, E. S. (1976): "La televisión y los niños". Traducido por Roser Berdagué. Barcelona, Editorial Fontanella.
- LIVINGSTONE, S. (1990): "Making Sense of Televisión". Oxford, Pergamon Press. Citado por CASSETTI, F. y DI CHIO, F. (1999), en *Análisis de la Televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona, Paidós, pág. 303.
- LLULL, J. (1990): "Inside family viewing. Ethnographic research on television's audiences". Londres-Nueva York, Routledge-Comoedia Book.
- LÓPEZ BLASCO, A. (*editor*) (1991): "¿Qué miras?: Textos Primer Congreso Internacional sobre Infancia, Juventud y Comunicación Audiovisual". Valencia, Generalitat Valenciana.
- MANTOVANI, A. (1980): "El teatro: un juego más". Madrid, Nuestra Cultura. Serie Pedagogía de cero a seis.

- MARCÉ I PUIG, F. (1990): "Conducta y comunicación. Una perspectiva sistémica". Barcelona, PPU, Promociones y Publicaciones Universitarias.
- MARCH, J. C. (1994): "La generación televisión". Granada, Escuela Andaluza de Salud Pública, Junta de Andalucía.
- MARTA LAZO, C. y DE ÁNGEL GARCÍA, N. (1997): "Análisis empírico sobre la decodificación del mensaje televisivo, según el proceso evolutivo en niños de clase media de 4 a 7 años", en **Actas del I Congreso Internacional de Formación y Medios (Ponencias y Comunicaciones)**. Segovia, Universidad de Valladolid, págs. 327-333.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1987): "De los medios a las mediaciones". México, Gustavo Gili.
- MARTÍN MIRANDA, O. (1987): "Perspectivas y obstáculos para implementar un programa de Educación para la Recepción Activa". Santiago de Chile, CENECA ([www.http://idrc.ca](http://idrc.ca)).
- MARTÍNEZ, L. M. y MARUGÁN, Y. (2002): "El consumo de televisión de los niños españoles (Temporada escolar 2001)", en RIVERA, M. J.; WALZER, A. y GARCÍA MATILLA, A. (2002): **Libro interactivo Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia**. Master de Televisión Educativa de la Universidad Complutense y Corporación Multimedia, Madrid.
- MARTÍNEZ DE TODA, J. (1999): "La educación en la sociedad mediática", en FLORENZANO URZUA, R. y MOLINA VALDIVIESO, J.: **Televisión y Niños**. Santiago de Chile, Corporación de Promoción Universitaria y Televisión Nacional de Chile, págs. 221-262.

- MARTÍNEZ-FRESNEDA OSORIO, U. (2000): "La educación e materia de comunicación en los Centros de Enseñanza". Tesis doctoral inédita, leída el 19-12-00 en la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM. Edición del autor.
- MATTELART, A. y M. (2000 -reedición en español-): "Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social". Santiago de Chile, LOM Ediciones.
- MATTELART, A. (1977): "Multinacionales y sistemas de comunicación". México, Siglo XXI.
- MATTELART, A. y DORFMAN, A. (1972): "Para leer al Pato Donald". Chile, Ediciones Universitarias de Valparaíso.
- MATTELART, M. (1984): "Educación, televisión y cultura masiva", en **Comunicación y Cultura**, nº 12. México D.F., págs. 101-162.
- MASTERMAN, L. (1994): "La enseñanza de los medios de comunicación". Madrid, Ediciones de la Torre.
- McLUHAN, M. (1964): "Understanding media. The extensions of man". New York, McGraw-Hill.
- McLUHAN, M. (1969): "La galaxia Gutenberg: Génesis del homo typographicus". Madrid, Aguilar.
- McQUAIL, D. (1985): "Introducción a la teoría de la comunicación de masas". Barcelona, Paidós.
- MEC (1993): "Temas transversales y desarrollo curricular". Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia.

- MEDRANO BASANTA, G. (1993): "Nuevas tecnologías en la formación". Madrid, Eudema.
- MORAL PÉREZ, E. Del (Equipo de investigación del PNTIC del MEC) (1992): "La infancia como audiencia televisiva: Problemática y perspectivas de las programaciones infantiles", en **La investigación en Comunicación**, Ponencias del III Simposio de la Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado Español. Madrid, págs. 177-180.
- MORLEY, D. (1986): "Family television: Cultural power and domestic leisure". Londres, Sage.
- MORLEY, D. (1996): "Televisión, audiencias y estudios culturales". Buenos Aires, Amorrortu editores.
- MORSY, Z. (*editor*) (1984): "La Educación en Materia de Comunicación". París, UNESCO.
- NIGHTINGALE, V. (1999): "El estudio de las audiencias. El impacto de lo real". Barcelona, Paidós.
- NOVAK, J. D. y GOWIN, D. B. (1998): "Aprendiendo a aprender". Barcelona, Martínez Roca.
- OBACH, X. (1997): "El tratamiento de la información y otras fábulas". Madrid, Anaya.
- OCHAÍTA, E. y ESPINOSA, M. A. (1999): "Dificultades en el desarrollo de origen social: el maltrato y las necesidades infantiles", en NICASIO, J.: **Dificultades en el desarrollo**. Madrid, Pirámide.

- OCHAÍTA, E. (1998): "La violencia en el desarrollo social y psicológico de la infancia", en **Jornadas sobre la violencia en TV y su repercusión en la infancia**. Madrid, Facultad Ciencias de la Información de la UCM y Comité Español del UNICEF. Edición de la autora.
- OROZCO, G. (1996): "Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo". Madrid, Ediciones de la Torre.
- OROZCO, G. (1992): "La investigación de la recepción y la educación para los medios: hacia una articulación pedagógica de las mediaciones en el proceso educativo", en CENECA, **Educación para la Comunicación. Manual Latinoamericano**. Santiago de Chile, CENECA, UNICEF, UNESCO, págs. 290-301.
- OSUNA ACEDO, S. (1999): "Educación multimedia", en APARICI, R. (*director*): **Curso de nuevas tecnologías y educación**. Programa de formación del profesorado, UNED, Madrid, págs. 117-129.
- PABLOS PONS, J. De y GORTARI DRETS, C. (1992): "Las nuevas tecnologías de la información en la educación". Sevilla, Ediciones Alfar.
- PABLOS PONS, J. De y JIMÉNEZ SEGURA, J. (1998): "Nuevas tecnologías. Comunicación Audiovisual y Educación". Barcelona, Cedecs Psicopedagogía.
- PEINADO y MIGUEL, F. (1999): "Públicos consumidores de televisión. Concepto, tipología y sistemas de control". Madrid, Instituto Universitario de la Comunicación Radiofónica.
- PÉREZ ALONSO-GETA, P. M^a (1997): "El niño de 0 a 6 años". Madrid, Acento Editorial.

- PÉREZ DE SILVA, J. (2000): "La televisión ha muerto. La nueva producción audiovisual en la era de Internet: La tercera revolución industrial". Barcelona, Gedisa.

- PÉREZ ORNIA, J.R. y NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (2003): "Programación infantil en la televisión española: Inadecuada relación entre oferta y demanda", en TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, nº 54 segunda época. Fundación Telefónica, págs. 103-113.

- PÉREZ TORNERO, J. M. (1994): "El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio". Barcelona, Paidós.

- PÉREZ TORNERO, J. M. (1997): "Educación en televisión", en AGUADED, J. I., **La otra mirada de la tele. Propuestas para un consumo inteligente de la televisión**. Sevilla, Consejería de Trabajo e Industria, págs. 23-28.

- PIAGET, J. (1969): "El nacimiento de la inteligencia en el niño". Madrid, Aguilar.

- PIAGET, J. (1973): "Psicología y epistemología". Barcelona, Ariel.

- PIAGET, J. (1977): "Seis estudios de psicología". Barcelona, Seix Barral.

- PIÑUEL RAIGADA, J. L. y GAITÁN MOYA J. A. (1995): "Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social". Madrid, Síntesis.

- POSTMAN, N. (1991): "Divertirse hasta morir" (El discurso público en la era del "show business"). Barcelona, Ediciones la Tempestad.

- PRIETO CASTILLO, D. (1999): "La televisión en la escuela", Vol. 1: "La televisión: Críticas y Defensas. Apuntes sobre la imagen y el sonido". Buenos Aires, Lumen Humanitas.
- QUINTANA, Y. (1996): "Sociedad, consumidores y medios de comunicación". Madrid, "Estudios y Documentación", nº 3, CEACCU.
- QUIROZ, M^a T. (1992): "Estrategias educativas", en **Educación para la Comunicación. Manual Latinoamericano**. Santiago de Chile, CENECA.
- RAIGÓN Y PÉREZ DE LA CONCHA, G. (1997): "Periodismo y reforma educativa". Grupo de Investigación en Teoría y Tecnología de la Comunicación. Universidad de Sevilla. Ediciones Alfar.
- RAMOS, P. (1996): "El niño y la imagen (2)". Ed. Red El universo audiovisual del niño latinoamericano. La Habana, UNIAL/Club UNESCO.
- RELINQUE FEIJOO, S. (2002): "Publicidad y Educación en Valores ¿posible encuentro?", en CEBRIÁN HERREROS, M. y BARTOLOMÉ CRESPO, D. (*Editores*) (2002): **Investigación sobre medios de comunicación** (Seminarios Internacionales Complutense). Madrid, Departamento de Periodismo II, UCM, págs. 295-304.
- RICO, L. (1992): "TV: Fábrica de mentiras". Madrid, Espasa Calpe.
- RIOBOO, J. (1990): "Qué hacemos con los niños", en PEÑAFIEL, C.; IBAÑEZ, J.L. y CASTILLA, M.: **La televisión que viene**. Bilbao, Servicio Editorial Universidad del País Vasco.

- RIVERA, M^a J.; WALZER, A. y GARCÍA MATILLA, A. (*Dirección y coordinación*) (2002): "Libro interactivo Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia". Madrid, Master de Televisión Educativa de la UCM y Corporación Multimedia.
- RODRIGO ALSINA, M. (2001): "Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas". Bellaterra, Castellón, Barcelona, Valencia; Universitat Autònoma de Barcelona, Publicacions de la Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra y Publicacions de la Universitat de Valencia.
- RODRÍGUEZ PASTORIZA, F. (2003): "Cultura y televisión. Una relación de conflicto". Barcelona, Gedisa.
- SANTIUSTE BERMEJO, V. (*Coordinación*) (2001): "El pensamiento crítico en la práctica educativa". Madrid, Pro-Logos Educación.
- SANZ RUBIALES, J. (1995): "Medios de comunicación: Aprender a ser críticos". Madrid, Ética.
- SARTORI, G. (1998): "Homo videns. La sociedad teledirigida". Madrid, Taurus.
- SCHRAMM, W.; LYLE, J. y PARKER, E. (1961): "Television in the lives of our children". Stanford, California, Stanford University Press.
- SEMPERE, P. (1975): "La galaxia McLuhan". Valencia, Fernando Torres Editor.
- SERRANO, J. F. (2003): "¿Medios de comunicación?. Guía para padres y educadores". Editorial Desclée de Brouwer, Bilbao.
- SILVERSTONE, R. (1994): "Televisión y vida cotidiana". Buenos Aires, Amorrortu editores.

- SOLÉ MORO, M^a L. (1999): "Los consumidores del siglo XXI". Madrid, ESIC Editorial.
- STEPHENSON, J.; LING, L.; BURMAN, E. Y COOPER, M. (compiladores) (2001): "Los valores en la educación". Barcelona, Gedisa.
- SWENSON, L. C. (1984): "Teorías del aprendizaje. Perspectivas tradicionales y desarrollos contemporáneos". Buenos Aires, Editorial Paidós.
- TOLOZA, C. (1999): "Televisión y niños: Perspectivas de la Investigación Actual" (editores), en FLORENZANO, R. y MOLINA, J.: **Televisión y niños**. Santiago de Chile, Corporación de Promoción Universitaria y Televisión Nacional de Chile, págs. 91-103.
- TYNER, K. (1993): "Conceptos clave de la alfabetización audiovisual", en APARICI, R.: **La revolución de los medios audiovisuales**. Madrid, Ediciones de la Torre, págs. 29-31.
- URRÁ, J; CLEMENTE, M y VIDAL, M. (2000): "Televisión: Impacto en la infancia". Madrid, Siglo veintiuno de España editores.
- VACA BERDAYES, R. (1997): "Quién manda en el mando. Comportamiento de los españoles ante la televisión". Madrid, Visor.
- VALLEJO-NÁGERA, A. (1987): "Mi hijo ya no juega, sólo ve la TV. ¿Qué puedo hacer?". Madrid, Ediciones Temas de Hoy.
- VALLÉS, M. A. (1997): "Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional". Madrid, Síntesis Sociología.

- VAN EVRA, J. (1990): "Televisión and child development". New Jersey, Erlbaum.
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1985): "Historia y comunicación social". Madrid, Alianza Editorial.
- VEGA ALONSO, R. (1958): "Psicología paidológica y pedagógica". Sevilla, Instituto San Isidro de Sevilla.
- VEGA MARTÍN-LUNAS, A. (2002): "El aprendizaje observacional y la televisión", en RIVERA, M. J.; WALZER, A. y GARCÍA MATILLA, A. (*dirección y coordinación*) (2002): **Libro interactivo Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia**. Master de Televisión Educativa de la Universidad Complutense y Corporación Multimedia, Madrid.
- VYGOTSKI, L. S. (1979): "El desarrollo de los procesos psicológicos superiores". Barcelona, Editorial Crítica.
- VYGOTSKI, L. S. (reedición 1995 -primera edición 1962-): "Pensamiento y Lenguaje". Barcelona, Paidós.
- VILCHES, L. (1993): "La televisión. Los efectos del bien y del mal". Barcelona, Paidós Comunicación.
- VILLAFAÑE, J. (1985): "Introducción a la teoría de la imagen". Madrid, Pirámide.
- WALLON, H. (1984): "La evolución psicológica del niño". Barcelona, Crítica.
- WIMMER, R. D. y DOMINICK, J. R. (1996): "La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos". Traducido por José Luis Dader. Barcelona, Bosch Comunicación.

- WOLF, M. (1987): "La investigación de la comunicación de masas". Barcelona, Paidós.

- YOUNIS, J. A. (1988): "El niño y la cultura audio-visual". Santa Cruz de Tenerife, Coedic. Ayuntamiento de Santa Lucía de Tirajana, Ayuntamiento de Agüimes y Centro de La Cultura Popular Canaria.

- YOUNIS, J. A. (1993): "El aula fuera del aula. La educación invisible de la cultura audiovisual". Las Palmas de Gran Canaria, Librería Nogal Ediciones.

- ZUNZUNEGUI, S. (1989): "Pensar la imagen". Madrid, Cátedra y Universidad del País Vasco.

FUENTES LEGISLACIÓN:

Normativa internacional y europea:

- “Declaración de los Derechos del Niño”. Proclamada por Asamblea General en su resolución 1386 (XIV), de 20 de noviembre de 1959, Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos, Ginebra. (Extraída de: www.unhchr.ch).
- “Convención sobre los Derechos del Niño”. Adoptada y abierta a la firma y ratificación por Asamblea General en su resolución 44/25, de 20 de noviembre de 1989, Oficina del Alto Comisionado para los Derechos Humanos, Ginebra. (Extraída de: www.unhchr.ch).
- Directiva 89/552/CEE del Consejo de 3 de octubre de 1989 sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. Publicado en: Diario Oficial de las Comunidades Europeas de 17 de octubre de 1989.
- Libro Verde sobre la protección de los derechos de los menores y la dignidad humana en los nuevos servicios audiovisuales y de información (0621/96). Publicado por la Comisión Europea, el 16 de octubre de 1996.
- Recomendación 1286 (1996), de la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, sobre una estrategia europea para los niños, de 24 de enero de 1996.
- Resolución A4-0227/97 sobre Libro Verde relativo a la protección de los derechos de los menores y de la dignidad humana en los nuevos servicios audiovisuales y de información (0621/96). (Extraída de www.gilc.org/speech/eu/ep-minors-resolution-es.html.)

- Resolución del Parlamento Europeo, adoptada el 24 de abril de 1997, como respuesta a la Comunicación de la Comisión relativa a los contenidos ilícitos y nocivos en Internet (0592/96).

- Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior -Directiva sobre el comercio electrónico-, Luxemburgo. Publicado en: Diario Oficial de las Comunidades Europeas 17-7-2000.

- Resolución del Consejo de 19 de diciembre de 2002 sobre los contenidos de los medios interactivos en Europa (2003/C 13/04). Publicado en: Diario Oficial de las Comunidades Europeas 18-1-2003.

Normativa española:

- Constitución Española de 1978, aprobada por las Cortes el 31 de octubre de 1978. Publicado en: BOE de 29 de diciembre de 1978.

- Ley 4/1980, de 10 de enero, de Estatuto de la Radio y la Televisión. Publicado en: BOE de 12 de enero de 1980.

- Ley 10/1988, de Televisión Privada. Publicado en: BOE de 5 de mayo de 1988.

- Ley 34/1988, de 11 de noviembre, Ley General de Publicidad. Publicado en: BOE de 15 de noviembre de 1988.

- Ley orgánica 1/1990, de 3 de octubre de 1990, de Ordenación General del Sistema Educativo, LOGSE. Publicado en: BOE de 4 de octubre de 1990.

- Real Decreto 10006/1991, de 14 de junio, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Primaria. Publicado en: BOE de 26 de junio de 1991.

- Ley 25/1994, de 12 de julio, de Televisión sin fronteras, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. Publicado en: BOE de 13 de julio de 1994.

- Resolución de 7 de septiembre de 1994, de la Secretaría de Estado de Educación, por la que se dan orientaciones para el desarrollo de la educación en valores en las actividades educativas de los centros docentes. Publicado en: BOE de 23 de septiembre de 1994.

- Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil. Publicado en: BOE de 17 de enero de 1996.

- Ley 22/1999, de 7 de junio, de Modificación de la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al Ordenamiento Jurídico Español la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. Publicado en: BOE de 8 de junio de 1999.

- Ley 32/2003, de 3 de noviembre, General de Telecomunicaciones. Publicado en: BOE de 4 de noviembre de 2003.

Normativa autonómica¹:

- Ley 10/1989, de 14 de diciembre, de Protección de Menores, en Aragón. Publicado en: BOA de 20 de diciembre de 1989.

- Ley 4/1994, de 10 de noviembre, de Protección y atención a menores, en Extremadura. Publicado en: DOE de 24 de noviembre de 1994.

- Ley 7/1994, de 5 de diciembre, de protección de la infancia, en la Comunidad Valenciana. Publicado en: DOGV de 16 de diciembre de 1994.

- Ley 1/1995, de 27 de enero, de protección al menor, en Asturias. Publicado en: BOPA de 9 de febrero de 1995.

- Ley 6/1995, de 28 de marzo, de garantías de los derechos de la infancia y la adolescencia, en la Comunidad de Madrid. Publicado en: BOCM de 7 de abril de 1995.

- Ley 7/1995, de 21 de marzo, de guarda y protección de los menores desamparados, en Baleares. Publicado en: BOCAIB de 8 de abril de 1995.

- Ley 3/1995, de 21 de marzo, de la infancia, en la Región de Murcia. Publicado en: BORM de 12 de abril de 1995.

- Ley 8/1995, de 27 de junio, de atención y protección de los niños y los adolescentes y de modificación de la Ley 37/1991, de 30 de diciembre, sobre medidas de protección de los menores desamparados y de la adopción, en Cataluña. Publicado en: DOGC de 2 de agosto de 1995.

¹ Las leyes autonómicas están ordenadas cronológicamente, siguiendo como pauta la fecha de publicación en los Boletines y Diarios Oficiales de las respectivas Comunidades.

- Ley 1/1997, de 7 de febrero, de atención integral a los menores, en Canarias. Publicado en: BOC de 17 de febrero de 1997.

- Ley 3/1997, de 9 de junio, de la Familia, la Infancia y la Adolescencia, en Galicia. Publicado en: DOG de 20 de junio de 1997.

- Ley 4/1998, de 18 de marzo, del menor, en La Rioja. Publicado en: BOLR de 24 de marzo de 1998.

- Ley 1/1998, de 20 de abril, de los Derechos y la Atención al Menor, en Andalucía. Publicado en: BOJA de 12 de mayo de 1998.

- Ley 3/1999, de 31 de marzo, del Menor de Castilla-La Mancha. Publicado en: DOCM de 16 de abril de 1999.

- Ley 7/1999, de 28 de abril, de protección de la infancia y adolescencia, en Cantabria. Publicado en: BOCA de 6 de mayo de 1999.

- Ley 2/2000, de 4 de mayo, del Consejo del Audiovisual de Cataluña. Publicado en: BOE de 8 de junio de 2000.

- Dictamen 5/2000, sobre el Anteproyecto de Ley de Atención y Protección a la Infancia y a la Adolescencia en garantía de sus derechos y de sus responsabilidades. Publicado por el Consejo Económico y Social Vasco, el 14 de diciembre de 2000.

- Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra. Publicado en: BON de 16 de julio de 2001.

- Ley 14/2002, de 25 de julio, de Promoción, Atención y Protección a la Infancia, en Castilla y León. Publicado en: BOCYL de 29 de julio de 2002.

Otros:

- Código Europeo de Deontología del Periodismo. (Ponente y redactor: Manuel Núñez Encabo). Aprobado en Estrasburgo, el 1 de Julio de 1993.

- 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 juventud, formulado por el Ministerio de Educación y Ciencia, las Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas y las cadenas de televisión. Publicado el 26 de marzo de 1993. (www.cnice.mecd.es/tv_mav/tvedu/convenio/texto.htm).

- Decálogo sobre los Derechos de los Usuarios de los Medios de Comunicación, realizado por la Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU), en marzo de 1995. (www.ceaccu.org).

- Informe de seguimiento acerca del Convenio sobre principios para la autorregulación de las cadenas de televisión..., 1997. (www.pntic.mec.es).

REVISTAS Y WEBS:

- TELOS, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad. Fundación Telefónica. www.campusred.net/telos.

- COMUNICAR. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación. Grupo Comunicar. Huelva.

- ZER. Revista de Estudios de Comunicación. Bilbao.

- Revista COMUNICACIÓN Y CULTURA. México D.F.

- Boletín "Información para la familia" de la American Academy of Child and Adolescent Psychiatry. Washington.

- Revista Electrónica y Evaluación Educativa. Escuela de Educación Universidad de Colorado-Boulder. (<http://www.uca.es>).

- Página web de UNICEF: <http://unicef.es>

- Página web del Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación del MEC: <http://www.pntic.mec.es>. Dentro de esa página los Informes de seguimiento del Convenio para la autorregulación de las televisiones se encuentran en la extensión: www.pntic.mec.es/tele/seguim/seguim.htm.

- Página web del Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa: <http://www.cnice.mecd.es>. En esta página, se publica el Convenio sobre principios para la autorregulación de las cadenas de televisión, dentro de la siguiente extensión: www.cnice.mecd.es/tv_mav/tvedu/convenio/texto.htm. Y también pueden consultarse los estudios relacionados con los informes de seguimiento del Convenio:

- “*Signos con que habitar en el mundo*”: (www.cnice.mecd.es/tv_mav/tvedu/convenio/signossinf.htm).
- “*Análisis de los contenidos de los programas de televisión que se emitieron en la franja de tarde, en la segunda quincena de noviembre de 1997*”: (www.cnice.mecd.es/tv_mav/tvedu/convenio/análisis.htm).
- “*Contenidos televisivos. Convenio sobre principios para la autorregulación. Cumplimiento/incumplimiento*”: (www.cnice.mecd.es/tv_mav/tvedu/convenio/informeavelina.htm).

- Página web del Observatorio Europeo de la TV Infantil (OETI): <http://www.oeti.org>.

- Página web del Consejo Audiovisual de Cataluña: <http://www.audiovisualcat.net>.

- Página web del Consejo Audiovisual de Navarra :

<http://www.consejoaudiovisualdenavarra.es>.

- Página web del Centro de Investigaciones Sociológicas: <http://www.cis.es>. Dentro de esta página, se publica el estudio “La televisión y los niños” (2000), con el nº 2391, dentro del Boletín nº 26, en la extensión: <http://www.cis.es/boletin/26/tele.htm>.

- Página web de la AIMC-EGM: <http://www.aimc.es>.

- Página web de GECA: [http:// www.geca.es](http://www.geca.es).

- Página web de la Confederación de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios:
www.ceaccu.org.

- Página web de la Universidad de Zaragoza, en la que se integra la “*Guía General de Educación Primaria: Caja Roja*”:

<http://didac.unizar.es/zalumnoslem/edprim.html>.

- Página web de la Fundación Hogar del Empleado, para acceder a la información del Colegio Montserrat: <http://www.fuhem.es>.

- Páginas webs de Colectivos de Educación para la Comunicación:

- <http://www.airecomun.com> (Aire Comunicación).
- <http://mitjans.pangea.org>. (Mitjans).
- <http://www.spectus.net> (Spectus).
- <http://www.grupo-comunicar.com> (Comunicar).
- <http://teleline.terra.es/personal/elinies> (Entrelínies).
- <http://www.corevia.com-pdi> (Pé de Imaxe).
- <http://www.arrakis.es/^apuma/> (APUMA).
- <http://www.cometatv.com> (COMETA).
- <http://home.worldonline.es/hekokole/> (Heko Kolektiboa).
- <http://www.aulamedia.org/teleduca.htm> (Teleduca).

NOTAS:

Para la definición de algunos términos hemos utilizado como fuente el *Diccionario de la Lengua Española*, de la RAE (2001), Vigésima Segunda Edición.

Para la obtención de los datos de audiencia del año 2002, trabajamos con la Base de datos de T. N. Sofres.

COLEGIO EMPERADOR FERNANDO★

MARCO JURÍDICO

Es una institución docente de carácter público, ubicado en el Distrito III en la calle Ronda Fiscal s/n. De la urbanización Los Gorriones en Alcalá de Henares.

El centro se configura como una comunidad educativa constituida por los alumnos, padres y madres de alumnos, personal no docente y profesores.

MARCO FÍSICO

Se encuadra en la urbanización Los Gorriones, que junto con los barrios de Reyes Católicos-Rinconada, barrio del Pilar y la urbanización Copasa, forman el Distrito III de Alcalá de Henares. Limitado por la Avenida Reyes Católicos, el Paseo de los Curas y la carretera de Pastrana. En el sur de la ciudad, distrito en expansión ya que las construcciones de altura de la urbanización Los Gorriones o Copasa van desapareciendo para dar paso al tipo de vivienda unifamiliar y chalets de nueva construcción.

La industria está ausente en este medio y es el comercio la principal actividad económica del barrio.

Su población compuesta por 19.102 habitantes es estable. La tercera edad predomina en el eje Reyes Católicos, en los Gorriones se asientan parejas más jóvenes, con edades comprendidas entre los 30 y 40 años. Es una población mayoritariamente obrera con un nivel medio bastante aceptable.

El distrito cuenta con un club de pensionistas, el Centro de salud Luis Vives, seis colegios públicos, una Escuela Municipal de Educación Infantil, cuatro guarderías privadas, dos institutos de Bachillerato, el centro de Profesores de Alcalá de Henares y una biblioteca Pública Municipal y varias entidades deportivas junto con las Escuelas Deportivas Municipales de los colegios.

La situación laboral de los padres es tipo medio-bajo.

HISTORIA DEL CENTRO

El Centro empezó a funcionar en el curso escolar 80/81. La misma constructora que construyó la urbanización donde se sitúa el Centro acordó con el Ayuntamiento de Alcalá de Henares la cesión de terrenos y construcción del Colegio es el primer Colegio Municipal de E.G.B. de Alcalá de Henares.

Forma parte de los centros acogidos al Programa de Integración.

CARACTERÍSTICAS ARQUITECTÓNICAS FUNCIONALES

Se divide en tres bloques divididos por zonas de patio.

- El primer bloque consta de planta baja y dos pisos. Se ubican Dirección, Secretaría, Sala de Usos Múltiples, que se utiliza para comedor y teatro, gimnasio, aula de pretecnología, laboratorio y audiovisuales, también las clases de Primaria y Primer Ciclo de ESO.

- El segundo bloque es el Polideportivo Municipal Emperador Fernando.

- En el tercer bloque se imparten clases del Segundo Ciclo de Educación Infantil que consta de cuatro aulas, sala de calderas y dos tutorías.

RASGOS DE IDENTIDAD DEL COLEGIO

Con este Proyecto Educativo de Centro, se pretende formular propósitos para un periodo largo dentro de los límites de la escolarización obligatoria.

- 1.- Respeto a todas las confesiones religiosas sin practicar el adoctrinamiento.
- 2.- La línea metodológica se basa en la observación directa, actividad e individualización.
- 3.- Pluralismo ideológico y valores democráticos, mediante la neutralidad, respeto y no dogmatismo.
- 4.- Coeducación para integrar a los niños disminuidos físicos y psíquicos, superando mitos y tabúes.
- 5.- Modalidad de gestión institucional: democrática, participativa y abierta.

OBJETIVOS GENERALES

El objetivo fundamental es proporcionar a los alumnos, en colaboración con sus familias, los medios necesarios para una educación integral.

- Respeto a la dignidad de la persona.
- Preparación progresiva para el uso responsable de la libertad.
- Educación de los valores afectivos.
- Desarrollo de la capacidad de razonamiento, de la creatividad y de participación.
- Creación de una atmósfera que favorezca la solidaridad, la cooperación y la convivencia integradoras en medio de nuestra sociedad pluralista.
- Educación del espíritu crítico, para ir consiguiendo una actitud renovadora de la sociedad que progrese en los valores de justicia y no discriminación.

- Educación basada en el respeto mutuo hacia los miembros de la colectividad sin tener en cuenta las minusvalías.

ÁMBITOS DE GESTIÓN DEL COLEGIO

A) Ámbito pedagógico

El equipo de profesores del Centro trabajamos los siguientes objetivos dentro de nuestra línea metodológica:

- Potenciar la iniciativa y creatividad.
- Fomentar la observación y los hábitos de trabajo.
- Potenciar la integración de todos los alumnos y la coeducación.
- Elaborar la Programación General del Centro.

B) Ámbito económico-administrativo

Los objetivos son los siguientes:

- Utilizar instrumentos eficaces de comunicación.
- Procurar informatizar todo el trabajo burocrático.

C) Ámbito humano y de servicios

El objetivo relativo a las relaciones interpersonales de la convivencia se pueden articular así:

- Conseguir el respeto y cumplimiento del Reglamento de Régimen interno.

D) Ámbito institucional

Los objetivos relativos a la participación, funciones de los órganos de gobierno y equipo de profesores:

- Impulsar la participación en la gestión de los órganos colegiados.
- Coordinarse y colaborar con otras instituciones (Ayuntamiento, Distrito, Comunidad Autónoma de Madrid,...).
- Fomentar la participación de los padres en las actividades programadas por el colegio.

ORGANIZACIÓN PEDAGÓGICA.

FUNCIONAMIENTO.

Aspectos:

- **Actuación en equipo del profesorado que supone:**
 - Elaborar la programación de aula en conjunto por todos los profesores del mismo nivel.
 - Aplicar dicha programación con los mismos criterios, respetando la peculiar personalidad de cada profesor.
 - Celebrar reuniones periódicas de nivel, ciclo y departamentos.

- **Realización de actividades extraescolares potenciadoras del trabajo de aula según estos principios:**
 - Se programarán al inicio del curso.
 - Las que surjan a lo largo del mismo, aprobadas por la Comisión de Actividades Extraescolares del Consejo Escolar.
 - Se procurará que las realicen el mayor número posible de alumnos.
 - Se realiza el aprendizaje significativo.

- **El profesorado:**
 - Partirá del nivel de desarrollo de los alumnos y de sus aprendizajes previos.
 - Provocará la movilización de los conocimientos previos y de la memorización comprensiva.
 - Proporcionará situaciones en las que los alumnos deban actualizar sus conocimientos.
 - Promoverá situaciones de aprendizaje que resulten motivadoras, que exijan actividad mental y que le lleve a reflexionar y justificar sus actuaciones.

- **El alumnado:**
 - Será el sujeto de las actividades educativas del Centro, sobre el que giren todas las estrategias educativas, para su desarrollo integral como persona.
 - Adoptará una postura activa y participativa en su tarea de aprendizaje y de colaboración en los órganos de representación del centro.

- **La evaluación, recuperación y criterios de promoción del alumnado seguirán el principio de la evaluación continua, para lo cual:**
 - Se respetarán los criterios de evaluación adoptados para cada uno de los ciclos.
 - Se utilizarán todos los procedimientos e instrumentos de evaluación fijados en el Proyecto Curricular.

COLEGIO MONTSERRAT★



COLEGIO *Montserrat*



SITUACIÓN DEL CENTRO

El Colegio Montserrat se encuentra ubicado en la calle Juan Esplandiu, 2 bis, en el barrio de La Estrella de Madrid, entre Moratalaz y la estación de metro de Sainz de Baranda.

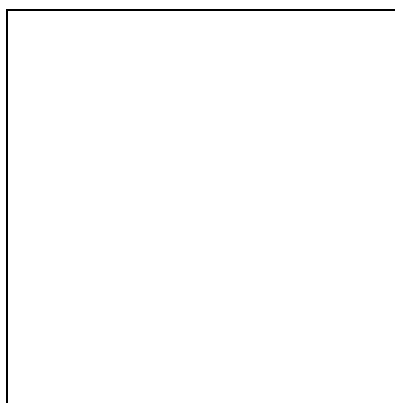
Correo electrónico: colegio.montserrat1@fuhem.es

¿QUIÉNES SOMOS?

El colegio Montserrat es un colegio Privado Concertado según la definición de la LODE.

En el colegio se imparten todas las etapas desde la escuela infantil a secundaria. Cuenta con un total de 1.400 alumnos y 78 profesores.

Como colegio Privado pertenecemos al Área educativa de la **Fundación Hogar del Empleado**. Institución independiente, decidida a desarrollar y promover cuantas iniciativas a su alcance tiendan a fomentar la dimensión pública de la sociedad civil e inscribe en su ámbito de actuación los centros educativos desde 1948.





La **Fundación Hogar del Empleado** es un centro de análisis y reflexión en el que se abordan las principales preocupaciones de la sociedad actual: educación, paz, relaciones internacionales, derechos humanos, ecología, desarrollo y economía.

A lo largo de sus treinta y cinco años de vida, la Fundación Hogar del Empleado ha sabido ofrecer un servicio social, adaptándose a las necesidades de cada momento. En este sentido, cabe destacar la labor realizada en educación, un trabajo que se ha convertido en modelo de calidad e innovación.

La Fundación Hogar del Empleado es hoy una institución...

Original

En constante evolución

Con espíritu crítico y gusto por el debate

Rigurosa en sus estudios

Defensora de la educación como factor compensador de desigualdades

Capaz de dar soluciones a través de **proyectos concretos en educación, cooperación internacional y desarrollo**

Con una larga trayectoria en la **construcción de vivienda social**

Abierta a la sociedad y participativa

La Fundación Hogar del Empleado concibe la actividad educativa como un bien público, compensador de desigualdades. De ahí que pretenda ofrecer un servicio a la comunidad basado en:

- La tolerancia, el respeto mutuo y el trabajo cooperativo.
- La defensa de la paz, la justicia y la solidaridad entre los pueblos y las personas.
- La defensa de la naturaleza, el medio ambiente y nuestro patrimonio cultural.
- El diálogo y la comunicación.
- La igualdad entre las personas.
- La valoración del esfuerzo personal.
- La libertad de conciencia del alumnado.
- La libertad de cátedra del profesor.
- La libertad individual, sin más límite que el derecho y la seguridad de todos.
- La gestión democrática de cada centro, basada en la participación de todos los miembros de la comunidad escolar.

PRINCIPIOS QUE ORIENTAN NUESTRA LABOR EDUCATIVA

El proceso educativo debe estar orientado a transformar y mejorar la existencia.

Intentamos despertar la conciencia crítica y la comprensión de la sociedad.

Preconizamos la defensa de los derechos humanos.

Preparamos a nuestros alumnos para una sociedad orientada hacia el futuro

Orientamos nuestra intervención para facilitar la conquista de la propia identidad

Pretendemos que el aprendizaje se produzca en un clima agradable de trabajo y motivador, totalmente compatible con el esfuerzo.



Por todo ello nuestra puesta al día se ve reflejada en:

Nuestra formación continua

La apertura de nuestro centro al contexto social y cultural en el que nos desenvolvemos

La incorporación de las nuevas tecnologías al medio educativo

Una orientación escolar y profesional personalizada a los alumnos/as

VALORES QUE DESARROLLAMOS

El respeto a los demás

El respeto, defensa y mejora del medio ambiente

La tolerancia

La cooperación y la solidaridad

La paz



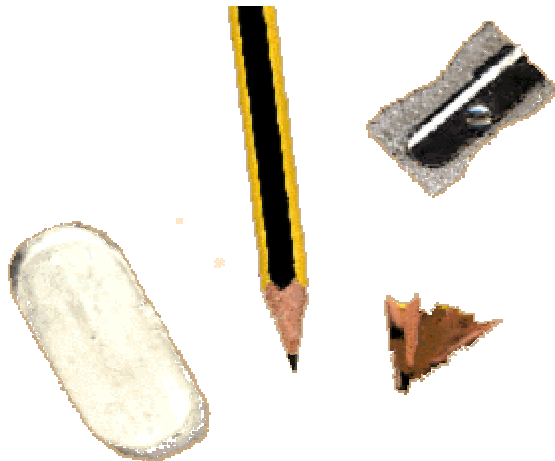
NIVELES EDUCATIVOS

Infantil

Niños y niñas de 3 a 6 años.

En los primeros cursos de la Escuela Infantil, las áreas se aglutinan en torno a temas relacionados con la vida de los niños/as, a través del juego y mediante una metodología de

Proyectos de trabajo.



Primaria

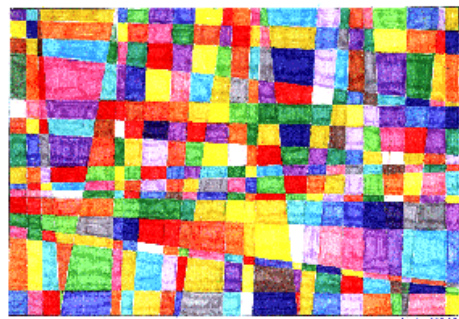
Niños y niñas de 6 a 12 años

Se intenta establecer una metodología activa y participativa, donde la globalización y el trabajo por centros de interés juegan un papel muy importante.

Secundaria

Niños y niñas de 12 a 16 años.

Se incorpora un enfoque interdisciplinar en el que las áreas se trabajan relacionadas para que los alumnos/as puedan interpretar los hechos y las etapas históricas desde las distintas aportaciones y manifestaciones culturales.



SERVICIOS DEL CENTRO

Horarios

Escuela Infantil: de 9 a 16 h
Enseñanza Primaria: de 9 a 16 h.
Enseñanza Secundaria: de 8,15 a 16,10 h.



Instalaciones

Amplios patios de recreo
Gimnasio
Canchas de fútbol y baloncesto
Sala de profesores
Secretaría
Despachos de tutoría
Laboratorio
Aula de informática
Aula de tecnología
Biblioteca
Aulas (*)
Comedor

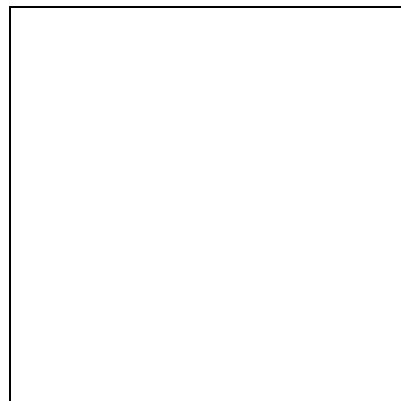
() N° de aulas*

Seis aulas de Educación Infantil: 2 de tres años,
2 de cuatro años, 2 de cinco años
Dieciocho aulas de Enseñanza Primaria: 3 de cada
desde
1° a 6° de primaria
Ocho aulas de Enseñanza Secundaria (Primer ciclo):
4 de 1° de Secundaria, 4 de 2° de Secundaria.

Departamento de Orientación

Formado por un psicólogo y un pedagogo, cuyas funciones consisten fundamentalmente en:

- Realizar el diagnóstico de los grupos de alumnos y de aquellos alumnos que requieran un trato especial..
- Colaborar con el tutor y profesores de los cursos en el seguimiento y evolución de los distintos grupos.
- Colaborar con el profesorado en la elaboración de materiales y programas para aquellos alumnos que precisen una atención especial



- Orientación y ayuda a los padres en todo lo relacionado con sus hijos.



Biblioteca

Es un servicio de apoyo a los tutores y alumnos en función del tema que se esté trabajando.

Se realizan actividades como:

Cuentacuentos
Lectura compartida
Visitas programadas
Proyecto educativo europeo Comenius
Servicio de préstamo

Departamento de Idiomas

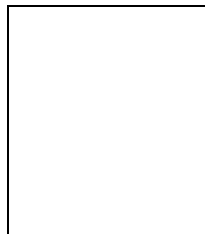
En el colegio se imparte inglés desde la educación infantil y francés desde el primer ciclo de la Enseñanza Secundaria.



Comedor

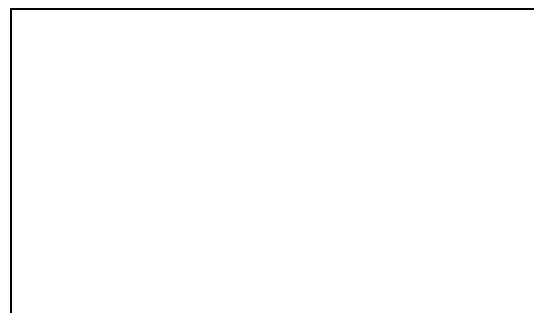
La comida es elaborada en el propio colegio, por personal especializado.

Existe una comisión del Consejo escolar del Centro, que participa en la elaboración y seguimiento de los menús.



Asociación de padres y madres

Formada por los padres del colegio que, voluntariamente, deseen pertenecer a la misma y paguen la cuota anual que se establece en la asamblea.
Tiene una junta directiva
Sus funciones se establecen en las reuniones de delegados





Servicio asistencial

De 8 a 9 horas y de 16 a 18 horas

Actividades extraescolares

De carácter deportivo

Gimnasia rítmica

Baloncesto

Fútbol

Natación

Ajedrez

De carácter artístico

Pintura

Escuela de música

(Música y movimiento,
lenguaje musical e
instrumentos)

Teatro

Informática



CUESTIONARIO

P.1 ¿QUÉ HACES CUANDO SALES DEL COLEGIO?

- Voy a casa 1
- Me quedo en el colegio 2
- Juego en la calle 3
- Practico deportes 4
- Estoy apuntado a clases 5

→ *P.1_1 ¿PARA QUÉ TE QUEDAS EN EL COLEGIO?*

→ *P.1_2 ¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTÁS APUNTADO?*

P.2 CUANDO VUELVES A CASA, ¿HAY ALGUIEN?

- Sí 1
- No 2

→ *P.2_1 ¿QUIÉN ESTÁ?*

P.3 ¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE HACES CUANDO LLEGAS A CASA?

- Merendar 1
- Hacer los deberes 2
- Recoger mi cuarto 3
- Ver la televisión 4
- Hablar con mis padres 5
- Utilizar el ordenador 6
- Jugar a la videoconsola 7
- Jugar con juegos o juguetes 8
- Varias actividades simultáneamente 9
- Otros _____ / / /

P. 4 SEÑALA DEL 1 AL 6 ¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA?

Merendar	1
Hacer los deberes	2
Ver la televisión	3
Jugar a la videoconsola	4
Jugar con juegos o juguetes	5
Recoger mi cuarto	6
Hablar con mis padres	7
Utilizar el ordenador	8
Deportes	9
Música	10
Leer	11
Otros	/ / /

P.5 ¿CON QUIÉN JUEGAS? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

Solo	1
Con mis hermanos	2
Con mis papás	3
Con mis amigos	4
Con mis vecinos	5
Con los abuelos	6
Con la cuidadora	7
Otros	/ / /

P.6 ¿CON QUIÉN HACES LOS DEBERES? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

Solo	1
Con mis hermanos	2
Con mis papás	3
Con mis amigos	4
Con mis vecinos	5
Con los abuelos	6
Con la cuidadora	7
Otros	/ / /

P. 7 ¿CON QUIÉN VES MÁS LA TELE? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

- Solo 1
- Con mis hermanos 2
- Con mis papás 3
- Con mis amigos 4
- Con mis vecinos 5
- Con los abuelos 6
- Con la cuidadora 7
- Otros _____ // /

P. 8 ¿DÓNDE VES LA TELE?

- Casa 1
- Casa de mis amigos o familiares 2
- Cole 3
- Otros _____ // /

P. 9 ¿EN QUÉ HABITACIONES O LUGARES DE TU CASA HAY TELE?

- Salón comedor 1
- Habitación de mis papás 2
- Mi habitación 3
- Sala de estar 4
- Cocina 5
- Otros _____ // /

→ *P. 9_1 ¿VES TELEVISIÓN EN TU HABITACIÓN?*

- Sí 1
- No 2

P. 10 ¿CÚANDO VES LA TELE?

- Mañana 1
- Mediodía 2
- Tarde 3
- Noche 4
- Otros _____ // /

P. 11 ¿A QUÉ HORA SUELES ACOSTARTE?

- De 8 a 9 1
- De 9 a 10 2
- De 10 a 11 3
- De 11 a 12 4
- Más tarde de las 12 5

P. 12 ¿CUÁNTAS HORAS DE TELEVISIÓN VES, APROXIMADAMENTE, AL DÍA?

- Más de 5 horas 1
- Entre 4 y 5 horas 2
- Entre 3 y 4 horas 3
- Entre 2 y 3 horas 4
- Entre 1 y 2 horas 5
- Menos de 1 hora 6
- Menos de media hora 7
- Ninguna 8
- NS/NC 99

P. 13 ¿QUIÉN ELIGE EN TU CASA LO QUE SE VE EN LA TELEVISIÓN?

- Padres 1
- Hermano/s 2
- Yo 3
- NS/NC 99
- Otros _____ / / /

P. 14 ¿VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?

- Sí 1
- No 2

P. 14_1 ¿POR QUÉ SÍ?

.....
.....
.....

P.14_2 ¿POR QUÉ NO?

.....
.....
.....

P. 14_3 ¿QUÉ ES LO QUE NO PUEDES VER?

 P. 14_3_A ¿POR QUÉ NO PUEDES VERLO?

P. 15 ¿HABLAS CON OTRAS PERSONAS DE LO QUE VES EN LA TELE?

- Nadie 1
- Papás 2
- Hermanos 3
- Amigos 4
- Abuelos 5
- Profesores 6
- Cuidadora 7
- Otras personas 8
- Otros _____ / / /

P.15_1 ¿PREGUNTAS A TUS PAPÁS LO QUE NO ENTIENDES DE LA TELEVISIÓN?

- Sí 1
- No 2

P. 16 ¿CUÁLES SON TUS CINCO PROGRAMAS FAVORITOS DE TELEVISIÓN? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?

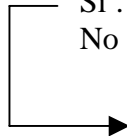
TIPO DE PROGRAMA	NOMBRE DEL PROGRAMA

P. 17 CUANDO HAY PUBLICIDAD EN TU PROGRAMA FAVORITO, ¿QUÉ HACES?

- Cambio de canal..... 1
- Me quedo viéndola hasta que continúe el programa ...2
- Acabo los deberes 3
- Hablo con mis papás de lo que he visto 4
- Hablo con mis papás de otras cosas 5
- Juego a la videoconsola 6
- Recojo mi habitación 7
- Otros _____ / / _

P. 18 ¿CONOCES ALGÚN PROGRAMA QUE SE EMITA POR LA NOCHE?

- Sí 1
- No 2



P.18_1 ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE CONOCES? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?

TIPO DE PROGRAMA	NOMBRE DEL PROGRAMA

P. 19 ¿QUÉ PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE VES Y TE GUSTAN MÁS? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?

TIPO DE PROGRAMA	NOMBRE DEL PROGRAMA

P. 20 ¿TE GRABAN TUS PAPÁS ALGÚN PROGRAMA EN VÍDEO?

Sí 1
No 2

→ *P20_1 ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS TE GRABAN EN VÍDEO? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?*

TIPO DE PROGRAMA	NOMBRE DEL PROGRAMA

P. 20_2_A SÍ TE GRABAN, ¿POR QUÉ?

P.20_2_B NO TE GRABAN, ¿POR QUÉ?

PLAN DE CÓDIGOS

		CÓDIGO	TIPO RESPUESTA
P.1	¿QUÉ HACES CUANDO SALES DEL COLEGIO?		
	VOY A CASA	1	
	PRACTICO DEPORTES	2	
	ESTOY APUNTADO A CLASES	3	
	ME QUEDO EN EL COLEGIO	4	
	JUEGO EN LA CALLE	5	
	OTROS	98	
	NS/NC	99	
P.1_1	¿PARA QUÉ TE QUEDAS EN EL COLEGIO?		
	ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES	1	
	MÚSICA		
	DEPORTE		
	PARA HACER LOS DEBERES	2	
	PARA JUGAR	3	
	PARA COMER	4	
	OTROS	98	
	NS/NC	99	
P.1_2	¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTÁS APUNTADO?		
	IDIOMAS	1	
	INGLÉS		
	ALEMÁN		
	MÚSICA Y BAILE	2	
	INFORMÁTICA	3	
	PINTURA Y PLÁSTICA	4	
	CATEQUESIS	5	
	TEATRO	6	
	VARIAS CLASES	7	
	OTROS	98	
	NS/NC	99	
P.2	CUANDO VUELVES A CASA, ¿HAY ALGUIEN?		
	SÍ	1	
	NO	2	
	NS/NC	99	
P.2_1	¿QUIÉN ESTÁ?		
	PAPÁ	1	
	MAMA	2	
	HERMANOS	3	
	ABUELOS	4	
	AMIGOS	5	
	CUIDADOR/A	6	
	TÍOS	7	
	OTRAS PERSONAS	8	
	PRIMOS		
	CUNADA		
	NOVIO MADRE		
	MASCOTA	9	
P.3	¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE HACES CUANDO LLEGAS A CASA?		
	MERENDAR	1	
	HACER LOS DEBERES	2	
	VER LA TELEVISIÓN	3	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	4	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	5	
	RECOGER MI CUARTO	6	
	HABLAR CON MIS PADRES	7	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	8	
	VARIAS ACTIVIDADES SIMULTÁNEAMENTE	9	
	MERENDAR Y VER LA TELE		
	HACER LOS DEBERES Y MERENDAR		
	OTROS	98	
	NS/NC	99	
P.4	SEÑALA DEL 1 AL 6 ¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA?		
	MERENDAR	1	
	HACER LOS DEBERES	2	
	VER LA TELEVISIÓN	3	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	4	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	5	
	RECOGER MI CUARTO	6	
	HABLAR CON MIS PADRES	7	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	8	
	DEPORTES	9	
	MÚSICA	10	
	LEER	11	
	OTROS	98	

P.5	¿CON QUIÉN JUEGAS? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)		
	SOLO	1	
	CON MIS HERMANOS	2	
	CON MIS PAPÁS	3	
	CON MIS AMIGOS	4	
	CON MIS VECINOS	5	
	CON LOS ABUELOS	6	
	CON LA CUIDADORA	7	
	OTRAS PERSONAS	8	
	PRIMOS		
	TÍO		
	CON MIS PRIMOS Y SOBRINOS		
	OTROS	98	
P.6	¿CON QUIÉN HACES LOS DEBERES? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)		
	SOLO	1	
	CON MIS HERMANOS	2	
	CON MIS PAPÁS	3	
	CON MIS AMIGOS	4	
	CON MIS VECINOS	5	
	CON LOS ABUELOS	6	
	CON LA CUIDADORA	7	
	OTRAS PERSONAS	8	
	PRIMA		
	PROFESORA PARTICULAR		
	TÍA		
P.7	¿CON QUIÉN VES LA TELE? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)		
	SOLO	1	
	CON MIS HERMANOS	2	
	CON MIS PAPÁS	3	
	CON MIS AMIGOS	4	
	CON MIS VECINOS	5	
	CON LOS ABUELOS	6	
	CON LA CUIDADORA	7	
	OTRAS PERSONAS	8	
	SOBRINOS		
	TÍA Y PRIMOS		
	NOVIO MADRE		
	OTROS	98	
P.8	¿DÓNDE VES LA TELE?		
	CASA	1	
	CASA DE MIS AMIGOS O FAMILIARES	2	
	COLE	3	
	OTROS SITIOS	4	
	BAR		
	CINE		
	OTROS	98	
P.9	¿EN QUÉ HABITACIONES O LUGARES DE TU CASA HAY TELE?		
	SALÓN COMEDOR	1	
	HABITACIÓN DE MIS PAPÁS	2	
	MI HABITACIÓN	3	
	SALA DE ESTAR	4	
	COCINA	5	
	OTROS LUGARES DE LA CASA	6	
	HABITACIÓN DE JUEGOS		
	HABITACIÓN DE INVITADOS		
	HABITACIÓN DE LA PLANCHA Y EL ORDENADOR		
	CUARTO DEL PIANO		
	DESVÁN		
	ESTUDIO		
	OTROS	98	
P.9_1	¿VES TELEVISIÓN EN TU HABITACIÓN?		
	SI	1	
	NO	2	
	NS/NC	99	

P.10	¿CUÁNDO VES LA TELE?		
	MAÑANA	1	
	MEDIODÍA	2	
	TARDE	3	
	NOCHE	4	
	OTROS	98	
P.11	¿A QUÉ HORA SUELES ACOSTARTE?		
	DE 8 A 9	1	
	DE 9 A 10	2	
	DE 10 A 11	3	
	DE 11 A 12	4	
	MÁS TARDE DE LAS 12	5	
P.12	¿CUÁNTAS HORAS DE TELEVISIÓN VES, APROXIMADAMENTE, AL DÍA?		
	MÁS DE 5 HORAS	1	
	ENTRE 4 Y 5 HORAS	2	
	ENTRE 3 Y 4 HORAS	3	
	ENTRE 2 Y 3 HORAS	4	
	ENTRE 1 Y 2 HORAS	5	
	MENOS DE 1 HORA	6	
	MENOS DE MEDIA HORA	7	
	NINGUNA	8	
	NS/NC	99	
P.13	¿QUIÉN ELIGE EN TU CASA LO QUE SE VE EN LA TELEVISIÓN?		
	PADRES	1	
	HERMANO/S	2	
	YO	3	
	OTRAS PERSONAS	4	
	ABUELOS		
	CUIDADORA		
	TÍO/A		
	PRIMOS		
	NS/NC	99	
P.14	¿VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?		
	SI	1	
	NO	2	
	OTROS	98	
P.14_1	SÍ: ¿POR QUÉ VES TODO LO QUIERES EN LA TELE?		
	CONSUMO PERMISIVO	1	
	ME DEJAN VER TODO LAS VECES QUE QUIERO		
	MI MADRE Y MI PADRE ME DEJAN		
	MIS PADRES ME DEJAN, NO LES IMPORTA		
	PORQUE ME GUSTA Y ME DEJAN		
	COJO EL MANDO Y MIS PADRES NO ME LO QUITAN		
	ME APETECE VERLO, Y PORQUE ME DEJAN		
	A MIS PADRES TAMBIÉN LES GUSTA LO QUE PONGO		
	ME DEJAN PONER LO QUE YO QUIERO		
	PORQUE MIS PADRES SON MUY BUENOS		
	INTERÉS CONTENIDOS	2	
	HAY PROGRAMAS QUE MOLAN		
	ECHAN MIS DIBUJOS FAVORITOS		
	PORQUE ME GUSTAN		
	PORQUE ME APETECE VERLO		
	PORQUE QUIERO		
	PORQUE SIEMPRE HAY PROGRAMAS QUE ME GUSTAN		
	CONSUMO EN SOLITARIO	3	
	ALGUNAS VECES NO ME VEN MIS PAPÁS		
	MIS PADRES VEN LA TELE EN EL SALÓN, YO EN LA COCINA VEO LO QUE QUIERO		
	CUANDO LLEGO A CASA, MAMÁ ESTÁ TRABAJANDO		
	SE VA A LA COCINA PARA HACER LA COMIDA		
	CASI SIEMPRE ESTOY SOLO		
	MIS PADRES NO LO VEN MUY A MENUDO		
	VEO YO SOLO LA TELEVISIÓN		
	ESCASO INTERÉS CONTENIDOS	4	
	NO ME GUSTA DEMASIADO LA TELE		
	NO ME INTERESA MUCHO LO QUE PONEN		
	COMO LO QUE QUIERO VER ES POCO, ME DEJAN VERLO SI ME PORTO BIEN		
	NO QUIERO VER MUCHA		
	CONTENIDOS INOFENSIVOS	5	
	PORQUE DICEN QUE NO VEO NADA MALO		
	NO VEO COSAS DE TERROR		
	NO VEO COSAS MALAS		
	SABEN QUE A MI NO ME GUSTAN LAS PELIS DE MAYORES		
	SIEMPRE VEO EL MISMO CANAL, DIBUJOS,		
	SON COSAS PARA NIÑOS		
	CONSUMO COMPARTIDO	6	
	A TODOS NOS GUSTA MÁS O MENOS LO MISMO		
	A MI HERMANA NO LA IMPORTA		
	LO QUE VE MI MADRE ME GUSTA A MI		
	LAS COSAS QUE ME GUSTAN A MI, TAMBIÉN LE GUSTAN A MIS PADRES		
	OTROS	98	
	NS/NC	99	

P.14_2		NO: ¿POR QUÉ NO VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?	
CONTROL PATERNO			1
A VECES NO ME DEJAN			
COSAS AGRESIVAS, AMOR, A MIS PADRES NO LES GUSTA			
MIS PADRES NO ME DEJAN VERLO			
HAY PROGRAMAS QUE NO ME DEJAN VER			
PORQUE HAY COSAS PROHIBIDAS			
SÓLO ME DEJAN VER LOS DIBUJOS Y DOS PROGRAMAS			
REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES			2
POR HACER LOS DEBERES			
TENGO QUE HACER TRABAJOS TODOS LOS DÍAS			
PREFIERO HACER OTRAS COSAS			
TENGO QUE IR A LA ACADEMIA			
ME PONGO A JUGAR			
TENGO QUE CENAR			
TENGO QUE HACER COSAS DEL COLEGIO			
CONSUMO COMPARTIDO			3
LA TELEVISIÓN ES DE TODOS			
SE VE LO QUE LA MAYORÍA QUIERA			
TAMBIÉN DECIDEN MIS PADRES Y MIS HERMANOS			
A MIS PADRES NO LES GUSTA LO MISMO QUE A MI			
NO LES GUSTA A LOS DEMÁS			
TAMBIÉN TENGO QUE RESPETAR A MIS HERMANOS			
NOS TURNAMOS MI HERMANA Y YO			
MI MADRE ELIGE TAMBIÉN LO QUE QUIERE VER			
LIMITACIÓN EDAD			4
ALGUNOS PROGRAMAS DE MAYORES			
SON PELICULAS QUE NO PUEDO VER			
ALGUNOS SON PARA 18 AÑOS			
NO ES DE MI EDAD			
SON MUY FUERTES			
NO RECOMENDADO PARA MI EDAD			
DESCANSO NOCTURNO			5
ME VOY A LA CAMA			
ES MUY TARDE Y ME TENGO QUE ACOSTAR			
LA HORA NO ME LO PERMITE			
HAY PROGRAMAS QUE ACABAN MUY TARDE			
NO ME DEJAN ACOSTARME TARDE			
NO ES HORA DE ESTAR EN EL COMEDOR A LAS 11 DE LA NOCHE			
CONSUMO AUTORITARIO			6
MI HERMANO NO ME DEJA			
MI MADRE CAMBIA DE CANAL			
ES LA HORA DEL TELEDIARIO, ME DICEN QUE ES UNA TONTERIA			
MI PADRE CAMBIA LOS CANALES			
MIS HERMANOS ME QUITAN EL MANDO			
MIS PADRES ESTÁN VIENDO ALGO QUE LES INTERESA Y NO ME DEJAN CAMBIAR DE CANAL			
CONTENIDOS ADULTOS: SEXO, TERROR Y VIOLENCIA			7
COSAS AMOR			
PELICULAS DE MIEDO			
POR LA VIOLENCIA DE LA PELICULA O POR LA SANGRE			
HAY COSAS QUE SON MUY AGRESIVAS			
HAY SERIES QUE NO ME DEJAN VER PORQUE SON DE MATAR			
PORQUE ES VIOLENCIA Y PALABROTAS			
CONSECUENCIAS NEGATIVAS EDUCACIÓN/SALUD			8
ME QUEDO EMBOBADO			
DAÑA LOS OJOS			
ME PUEDO VOLVER LOCA			
NO ES BUENO ABUSAR			
NO ME CONVIENE			
TE ENSEÑAN COSAS QUE NO DEBES APRENDER			
SON COSAS QUE NO SE PUEDEN VER PORQUE SI NO, LOS NIÑOS SE VUELVEN NERVIOSOS			
ESCASO INTERÉS CONTENIDOS			9
A VECES QUIERO VER UN PROGRAMA Y CUANDO HAY ALGO, NO ES BUENO			
A VECES NO ME GUSTA			
COMO LA MAYORÍA DE LAS VECES ELIJO YO, HAY COSAS QUE NO ME GUSTAN			
NO QUIERO VER NADA EN ESPECIAL			
CONSUMO ESCASO/MULO			10
NO TENGO TIEMPO Y NO VEO MUCHO LA TELE			
ENTRE SEMANA NO VEO CASI LA TELE			
NO ME GUSTA MUCHO VER LA TELE			
OTROS			98
NS/NC			99

CONTENIDO SEXUAL	1
COSAS DE GUARRERÍAS	
PELICULAS DE PORNO	
PELICULAS VERDES	
PELICULAS DE SEXO	
PELICULAS X	
PROGRAMAS ADULTOS	2
COSAS DE MAYORES	
CONFIANZA CIEGA	
TÓMBOLA	
CUANDO NO ES PARA TODOS LOS PUBLICOS	
COSAS PARA MAYORES DE 18 AÑOS	
CONTENIDO TERROR	3
PELICULAS DE MIEDO	
COSAS DE MIEDO	
PELICULAS DE TERROR	
EXORCISTAS	
LA MOMIA 2	
SERIES	4
HOSPITAL CENTRAL	
COMPANEROS	
ANA Y LOS SIETE	
MIS SERIES FAVORITAS	
SERIES DE NIÑOS	
CONTENIDO VIOLENCIA/ACCIÓN	5
COSAS DE MATAR	
PELICULAS VIOLENTAS	
AGRESIVIDAD	
PELICULAS QUE SUELTAN MUCHOS TACOS	
PELICULAS DE GUERRA	
DIBUJOS ANIMADOS ADULTOS	6
SOUHT PARK	
LOS SIMPSON	
DIBUJOS ANIMADOS EN GENERAL	7
DIBUJOS	
HEIDI	
DORAEMON	
DIBUJOS ANIMADOS AGRESIVOS	8
POKEMON	
EVANGELION	
DRAGON BALL GT	
DIGIMON	
CONTENIDOS HORARIO NOCTURNO	9
PROGRAMAS DE POR LA NOCHE	
COSAS QUE PONEN CUANDO ESTOY DURMIENDO	
LO QUE VIENE A PARTIR DE LAS 9 Y 10	
LOS PROGRAMAS NOCTURNOS	
OPERACIÓN TRIUNFO	
NADA QUE SEÁ MUY TARDE A PARTIR DE LAS 11	
PELICULAS EN GENERAL	10
LAS PELICULAS	
PELICULAS PARA MAYORES DE 9 AÑOS	
PELICULAS DE LA TELE	
PELICULAS PARA ADULTOS	11
NO APTAS PARA MENORES DE 18 Y 13 AÑOS	
PELICULAS NO RECOMENDADAS PARA MI EDAD	
PELICULAS DE MAS DE MI EDAD	
PELICULAS FUERTES	
TELENOVELAS	12
CULEBRONES	
BETTY, LA FEA	
LA VERDAD DE LAURA	
INFORMATIVOS	13
EL TELEDIARIO	
LAS NOTICIAS	
DEPORTES	14
LOS DEPORTES	
EL FUTBOL	
LOS PARTIDOS DE FUTBOL DEL REAL MADRID	
COSAS DE DEPORTES	
PROGRAMAS DE BAJA CALIDAD	15
PROGRAMAS MALOS	
PROGRAMAS BASURA	
CONSUMO RESTRINGIDO	16
CANALES DE OTRAS COSAS MENOS DE DIBUJOS	
LOS QUE NO ME DEJAN MIS PADRES	
NADA	
CASI NADA	
CONSUMO NO RESTRINGIDO	17
PUEDO VER TODO	
TODO LO VEO	
ME DEJAN VER TODO	
POCAS COSAS	
CANAL CONCRETO	18
CANAL PLUS	
CANAL 7 POR LA NOCHE	
OTROS	98
NS/NC	99

P.14 3 A ¿POR QUÉ NO PUEDES VERLO?	
LIMITACIÓN EDAD	1
NO SON RECOMENDADAS PARA MENORES DE 18 AÑOS	
NO SON ADECUADAS PARA MI, PORQUE NO SON APTAS PARA MI EDAD	
NO SON PARA MI EDAD	
SOY UN MENOR	
COSAS DE MAYORES	
CONTROL PATERNO	2
ME HAN CASTIGADO	
MIS PADRES LO CONOCEN Y NO LES GUSTAN PARA MI	
PORQUE NO ME DEJAN	
MI PAPA NO QUIERE QUE VEA CONFIANZA CIEGA	
MIS PADRES ME REGAÑAN	
CONTENIDOS VIOLENTOS	3
DICEN PALABROTAS	
HAY ASESINATOS	
SON MUY VIOLENTAS	
ENSEÑAN COSAS DE MATAR	
ES DE DISPAROS	
MATAN A MUCHA GENTE	
HAY MUCHA SANGRE	
CONTENIDO TERROR	4
ALGUNAS DAN MUCHO MIEDO	
SON DE ESPIRITUS	
DESPUÉS ME SALEN PESADILLAS	
LAS DE BRUJAS DICEN COSAS DIABÓLICAS	
LUEGO SUEÑO Y TENGO PESADILLAS	
CONTENIDO SEXUAL	5
APARECE GENTE HACIENDO EL AMOR	
ES DE GUARRERIAS	
ES MUY FUERTE Y ES PARA LOS MAYORES	
ES MUY GUARRO	
EXCITAN Y SON MUY CACHONDOS	
DESCANSO NOCTURNO	6
ES MUY TARDE, ME TENGO QUE IR A LA CAMA	
ANTES DE ESA HORA TENGO SUEÑO Y ME VOY A DORMIR	
ES MUY TARDE, HAY QUE IR A LA CAMA	
ME TENGO QUE ACOSTAR	
LUEGO NO ME PUEDO LEVANTAR	
AL DÍA SIGUIENTE HAY COLE	
ALGUNOS TERMINAN MUY TARDE	
REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES	7
ME TENGO QUE IR	
TENGO QUE ESTUDIAR	
ESTOY EN EXTRAESCOLARES	
TENGO QUE HACER LA CASA, LOS DEBERES Y LA COMIDA	
TENGO QUE IR A ENTRENAR	
ESTOY EN EL COLE	
ESCASO INTERÉS CONTENIDOS	8
SON COSAS QUE NO ME GUSTAN	
SON UN ROLLO	
LAS NOTICIAS A MI NO ME GUSTAN	
NO ME INTERESA	
CONSUMO COMPARTIDO	9
LE TOCA A MI HERMANA	
NO OPINAMOS IGUAL	
ESTÁN LAS TELES OCUPADAS	
QUIEREN VER OTRA COSA	
TAMBIÉN TENGO QUE RESPETAR A MIS HERMANOS	
CONSUMO AUTORITARIO	10
CAMBIAN DE CANAL	
MI HERMANA ME QUITA EL MANDO	
NO ME DEJAN, ESTÁN VIENDO OTRA COSA	
MI PADRE SE PONE EL FUTBOL	
CONSUMO ESCASO/ NULO	11
NO LA VEO	
NO VEO LA TELE	
NO ME GUSTA VER DEMASIADA TELEVISION	
CONSECUENCIAS NEGATIVAS PARA LA SALUD/ EDUCACIÓN	12
PUEDEN PERJUDICAR MI EDUCACIÓN	
ME CAUSARÍA COSAS EN LA CABEZA	
ME EDUCAN MAL Y, LUEGO, HAGO COSAS MALAS	
MIS PADRES NO QUIEREN QUE DIGA PALABROTAS NI HAGA GUARRERIAS	
DANAN LA SENSIBILIDAD	
PREJUICIO SEXISTA	13
PORQUE ES DE CHICOS	
OTROS	98
NS/NC	99

P.15	¿HABLAS CON OTRAS PERSONAS DE LO QUE VES EN LA TELE?	
	NADIE	1
	PAPÁS	2
	HERMANOS	3
	AMIGOS	4
	ABUELOS	5
	PROFESORES	6
	CUIDADORA	7
	OTRAS PERSONAS	8
	TIOS	
	PRIMOS	
	VECINOS	
	NOVIO MAMÁ	
	OTROS	98
P.15_1	¿PREGUNTAS A TUS PAPÁS LO QUE NO ENTIENDES DE LA TELEVISIÓN?	
	SI	1
	NO	2
	OTROS	98
	A VECES	
	NO LA VEO	
P.16	¿CUÁLES SON TUS CINCO PROGRAMAS FAVORITOS DE TELEVISIÓN? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?	
	DIBUJOS ANIMADOS	1
	SERIES	2
	PROGRAMAS	3
	CONCURSOS	4
	PELÍCULAS	5
	CINE CINCO ESTRELLAS	
	TOMB RAIDER	
	EL SEÑOR DE LOS ANILLOS	
	TITANIC	
	MATRIX	
	GLADIATOR	
	TELENOVELAS	6
	BETTY, LA FEA	
	LA VERDAD DE LAURA	
	LA FUERZA DEL DESEO	
	DEPORTES	7
	FÚTBOL	
	FÚTBOL ES FÚTBOL	
	ESTADIO 2	
	BALONCESTO	
	AUTOMOVILISMO	
	¡HALA MADRID!	
	DOCUMENTALES	8
	DE ANIMALES	
	DE PESCA	
	CANAL INFANTIL	9
	FOX KIDS	
	CARTOON NETWORK	
	NICKELODEON	
	DISNEY CHANNEL	
	PELÍCULAS INFANTILES	10
	EL PEQUEÑO VAMPIRO	
	EL EMPERADOR Y SUS LOCURAS	
	ATLANTIS: EL IMPERIO PERDIDO	
	TOY STORY	
	LA ISLA DEL TESORO	
	CANAL CONCRETO	11
	ANTENA 3	
	TVE	
	EUROSPORT	
	LOCOMOTION	
	NATURA	
	CALLE 13	
	PUBLICIDAD	12
	ANUNCIOS DE NIKE	
	PEPSI	
	FILIPINOS	
	AXE	
	MARCA	
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	13
	TELEDIARIO	
	TELENOTICIAS	
	MADRID DIRECTO	
	AHORA	
	OTROS PROGRAMAS	14
	LOS DOMATOR	
	VEVGIO	
	EL DEFENSOR CINCO	
	EL DE LA TAQUILLA	
	NINGUNO	15
	OTROS	98
	NS/NC	99

P.16_1	TÍTULO DE LOS DIBUJOS FAVORITOS	
	LOS SIMPSON	1
	CAMPEONES	2
	DORAEMON	3
	POKEMON	4
	DRAGON BALL	5
	LA BANDA DEL PATIO	6
	DIGIMON	7
	LA MOMIA NIÑERA	8
	LAS TRES MELLIZAS	9
	FUTURAMA	10
	SPIDERMAN	11
	TOM Y JERRY	12
	SOUTH PARK	13
	LAS SUPERNENAS	14
	MONSTER RANCHER	15
	OTROS DIBUJOS	16
	CHICHO TERREMOTO	
	KONG	
	LA CLASE 402	
	DETECTIVE CONAN	
P.16_2	TÍTULO DEL PROGRAMA FAVORITO	
	CRUZ Y RAYA.COM	1
	CLUB DISNEY	2
	CLUB MEGATRIX	3
	ESTA ES MI GENTE	4
	ART ATTACK	5
	EL DIARIO DE PATRICIA	6
	EL INFORMAL	7
	NOCHE DE FIESTA	8
	DESESPERADO CLUB SOCIAL	9
	LA BATIDORA	10
	TPH CLUB	11
	CYBERCLUB	12
	A TU LADO	13
	OTROS PROGRAMAS	14
	¡AY MI MADRE!	
	MAMMA MIA	
	MENTIRAS PELIGROSAS	
	BRICOMANIA	
P.16_3	TÍTULO DEL CONCURSO FAVORITO	
	OPERACIÓN TRIUNFO	1
	PASAPALABRA	2
	¡A SACO!	3
	GRAN HERMANO	4
	CONFIANZA CIEGA	5
	DECISIÓN FINAL	6
	LLUVIA DE ESTRELLAS	7
	MENUDAS ESTRELLAS	8
	DESPEGA COMO PUEDas	9
	EL SHOW DE LOS RÉCORDS	10
	50 X 15	11
	GRAN PRIX	12
	CIFRAS Y LETRAS	13
	OTROS CONCURSOS	14
	SABER Y GANAR	
	TRIUNFOMANIA	
	SE BUSCA UNA ESTRELLA	
	FUROR	
P.16_4	TÍTULO DE LA SERIE FAVORITA	
	COMPAÑEROS	1
	CUÉNTAME COMO PASO	2
	ANA Y LOS SIETE	3
	AL SALIR DE CLASE	4
	JAVIER YA NO VIVE SOLO	5
	EMBRUJADAS	6
	UN PASO ADELANTE	7
	ALADINA	8
	POLICÍAS	9
	SABRINA, COSAS DE BRUJAS	10
	7 VIDAS	11
	ALF	12
	HOSPITAL CENTRAL	13
	EL COMISARIO	14
	FRIENDS	15
	PERIODISTAS	16
	OTRAS SERIES	17
	COSAS DE GEMELAS	
	ESTE CHICO ES UN GENIO	
	VACACIONES EN EL MAR	
	WALKER	

P.17	CUANDO HAY PUBLICIDAD EN TU PROGRAMA FAVORITO, ¿QUÉ HACES?	
	CAMBIO DE CANAL	1
	ME QUEDO VIENDO LA PUBICIDAD HASTA QUE CONTINUA EL PROGRAMA	2
	ACABO LOS DEBERES	3
	HABLO CON MIS PAPÁS DE LO QUE HE VISTO	4
	HABLO CON MIS PAPÁS DE OTRAS COSAS	5
	JUEGO A LA VIDEOCONSOLA	6
	RECOJO MI HABITACIÓN	7
	OTROS	98
P.18	¿CONOCES ALGÚN PROGRAMA QUE SE EMITA POR LA NOCHE?	
	SÍ	1
	NO	2
	OTROS	98
	NS/NC	99
P.18_1	¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE CONOCES? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?	
	SERIES	1
	PROGRAMAS	2
	CONCURSOS	3
	PELÍCULAS	4
	CINE 5 ESTRELLAS	
	MEGAHIT	
	TERMINATOR	
	GHOST	
	DRÁCULA	
	MANOLITO GAFOTAS	
	DIBUJOS ANIMADOS	5
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	6
	TELEDIARIO	
	TELENOTICIAS	
	NOTICIAS	
	CARTELERA	
	DEPORTES	7
	EL DÍA DESPUÉS	
	FÚTBOL	
	FÚTBOL ES FÚTBOL	
	AUTOMOVILISMO	
	MÁS QUE COCHES	
	CANAL CONCRETO	8
	MTV	
	CANAL PORNO	
	LOCOMOTION	
	NATURA	
	CANAL INFANTIL	9
	TOON DISNEY	
	CARTOON NETWORK	
	DISNEY CHANNEL	
	DOCUMENTALES	10
	PUBLICIDAD	11
	OTROS PROGRAMAS	12
	TINIEBLAS	
	LA TRAMPILLA	
	MORIR POR DINERO	
	PROGRAMA ANTES DEL CLUB DE LA COMEDIA	
	NINGUNO	13
	OTROS	98
	NS/NC	99
P.18_1 A	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE	
	SOUTH PARK	1
	LOS SIMPSON	2
	DRAGON BALL	3
	DIGIMON	4
	POKÉMON	5
	TOM Y JERRY	6
	OTROS DIBUJOS	7
	SPIDERMAN	
	JESTER, EL AVENTURERO	
	EL SECRETO DE AKKO	
	POWER RANGERS	
P.18_1 B	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE SE EMITE POR LA NOCHE	
	CRUZ Y RAYA.COM	1
	CRÓNICAS MARCIANAS	2
	NOCHE DE FIESTA	3
	EL INFORMAL	4
	LA BATIDORA	5
	ESTA ES MI GENTE	6
	MAMMA MIA	7
	TÓMBOLA	8
	LA NOCHE CON... FUENTES Y CIA	9
	¡AY MI MADRE!	10
	ABIERTO AL ANOCHECER	11
	LAS NOTICIAS DEL GUIÑOL	12
	NO SÓLO MÚSICA	13
	OTROS PROGRAMAS	14
	EL CLUB DE LA COMEDIA	
	LA NOCHE ABIERTA	
	¡OJO QUE NOS VENI!	
	EL VAGAMUNDO	

P.18 1 C	TÍTULO DEL CONCURSO QUE SE EMITE POR LA NOCHE	
	OPERACIÓN TRIUNFO	1
	CONFIANZA CIEGA	2
	GRAN HERMANO	3
	PASAPALABRA	4
	TRIUNFOMANÍA	5
	¡A SACO!	6
	LLUVIA DE ESTRELLAS	7
	MENUDAS ESTRELLAS	8
	GRAN PRIX	9
	DESPEGA COMO PUEDas	10
	OTROS CONCURSOS	11
	EL PRECIO JUSTO	
	EL SHOW DE LOS RÉCORDS	
	SE BUSCA UNA ESTRELLA	
	SUPERVIVIENTES	
P.18 1 D	TÍTULO DE LA SERIE QUE SE EMITE POR LA NOCHE	
	ANA Y LOS SIETE	1
	CUÉNTAME COMO PASO	2
	COMPAÑEROS	3
	POLICÍAS	4
	UN PASO ADELANTE	5
	HOSPITAL CENTRAL	6
	JAVIER YA NO VIVE SOLO	7
	PERIODISTAS	8
	ALADINA	9
	EL COMISARIO	10
	7 VIDAS	11
	OTRAS SERIES	12
	MOESHA	
	UN CHUPETE PARA ELLA	
	MATRIMONIO CON HIJOS	
	URGENCIAS	
P.19	¿QUÉ PROGRAMAS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE VES Y TE GUSTAN MÁS? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?	
	SERIES	1
	CONCURSOS	2
	PROGRAMAS	3
	PELÍCULAS	4
	CINE 5 ESTRELLAS	
	GRAN CINE	
	TERMINATOR	
	EL VAMPIRO	
	SCREAM	
	MANOLITO GAFOTAS	
	DIBUJOS ANIMADOS	5
	DEPORTES	6
	EL DÍA DESPUÉS	
	FÚTBOL	
	FÚTBOL ES FÚTBOL	
	BALONCESTO: MICHAEL JORDAN	
	¡HALA MADRID!	
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	7
	TELEDIARIO	
	NOTICIAS	
	CANAL INFANTIL	8
	TOON DISNEY	
	NICKELODEON	
	CARTOON NETWORK	
	DISNEY CHANNEL	
	CANAL CONCRETO	9
	MTV	
	LOCOMOTION	
	NATURA	
	DOCUMENTALES	10
	OTROS PROGRAMAS	11
	TINIEBLAS	
	CAMPANERO	
	MATAR A UN LADRON	
	NINGUNO	12
	NS/NC	99

P.19_1	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS		
	SOUTH PARK	1	
	LOS SIMPSON	2	
	DRAGON BALL	3	
	CAMPEONES	4	
	OTROS DIBUJOS	5	
	ANTIFAZ Y MENDOZA		
	LOS 4 FANTÁSTICOS		
	BOB Y MARGARET		
	CRÓNICAS DE MIEDO		
P.19_2	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS		
	CRUZ Y RAYA.COM	1	
	LA BATIDORA	2	
	EL INFORMAL	3	
	NOCHE DE FIESTA	4	
	ESTA ES MI GENTE	5	
	¡AY MI MADRE!	6	
	MAMMA MIA	7	
	LAS NOTICIAS DEL GUIÑOL	8	
	CRÓNICAS MARCIANAS	9	
	VIDEOS, VIDEOS	10	
	OTROS PROGRAMAS	11	
	NADA PERSONAL		
	¡OJO QUE NOS VEN!		
	LA CORRIENTE ALTERNA		
	ZONA 7		
P.19_3	TÍTULO DEL CONCURSO QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS		
	OPERACIÓN TRIUNFO	1	
	PASAPALABRA	2	
	GRAN HERMANO	3	
	¡A SACO!	4	
	CONFIANZA CIEGA	5	
	LLUVIA DE ESTRELLAS	6	
	SE BUSCA UNA ESTRELLA	7	
	MENUDAS ESTRELLAS	8	
	TRIUNFOMANÍA	9	
	DESPEGA COMO PUEDAS	10	
	OTROS CONCURSOS	11	
	LA RULETA DE LA FORTUNA		
	GRAN PRIX		
	50X15		
	EL SHOW DE LOS RÉCORDS		
P.19_4	TÍTULO DE LA SERIE QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS		
	ANA Y LOS SIETE	1	
	CUÉNTAME COMO PASÓ	2	
	COMPAÑEROS	3	
	POLICÍAS	4	
	UN PASO ADELANTE	5	
	JAVIER YA NO VIVE SOLO	6	
	HOSPITAL CENTRAL	7	
	ALADINA	8	
	7 VIDAS	9	
	EL COMISARIO	10	
	PERIODISTAS	11	
	OTRAS SERIES	12	
	FENÓMENOS EXTRANOS		
	MOESHA		
	MATRIMONIO CON HIJOS		
	UN CHUPETÉ PARA ELLA		

P.20	¿TE GRABAN TUS PAPÁS ALGÚN PROGRAMA EN VÍDEO?		
	SI	1	
	NO	2	
P.20_1	¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS TE GRABAN EN VÍDEO? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?		
	SERIES	1	
	PELÍCULAS	2	
	INDIANA JONES		
	SCREAM		
	TORRENTE 2		
	TITANIC		
	MATRIX		
	GLADIATOR		
	CONCURSOS	3	
	DIBUJOS ANIMADOS	4	
	PROGRAMAS	5	
	DEPORTES	6	
	FÚTBOL		
	BALONCESTO		
	AUTOMOVILISMO		
	¡HALA MADRID!		
	TELENOVELAS	7	
	PELÍCULAS INFANTILES	8	
	BABY, EL CERDITO VALIENTE		
	E.T.		
	LAS MIL Y UNA NOCHE		
	PEQUEÑOS GUERREROS		
	SOLO EN CASA		
	DOCUMENTALES	9	
	CANAL CONCRETO	10	
	LOCOMOTION		
	NICKELÓDEON		
	INFORMATIVOS	11	
	OTROS PROGRAMAS	12	
	BONGO		
	LOS CHIQUIPOPS		
	MAX MAX		
	TINIEBLAS		
	NINGUNO	13	
	OTROS	98	
	NS/NC	99	
P.20_1 A	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE TE GRABAN		
	LOS SIMPSON	1	
	SOUTH PARK	2	
	CAMPEONES	3	
	POKÉMON	4	
	DIGIMON	5	
	DRAGON BALL	6	
	OTROS DIBUJOS	7	
	LA MOMIA NINERA		
	BATMAN		
	SONIC		
	LA BANDA DEL PATIO		
P.20_1 B	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE TE GRABAN		
	CRUZ Y RAYA.COM	1	
	CLUB MEGATRIX	2	
	ESTA ES MI GENTE	3	
	VIDEOS, VIDEOS	4	
	OTROS PROGRAMAS	5	
	EL CLUB DE LA COMEDIA		
	ART ATTACK		
	¡AY MI MADRE!		
	MUSICA SI		
P.20_1 C	TÍTULO DEL CONCURSO QUE TE GRABAN		
	OPERACIÓN TRIUNFO	1	
	TRIUNFOMANIA	2	
	CONFIANZA CIEGA	3	
	GRAN HERMANO	4	
	MENUDAS ESTRELLAS	5	
	OTROS CONCURSOS	6	
	GRAN PRIX		
P.20_1 D	TÍTULO DE LA SERIE QUE TE GRABAN		
	ANA Y LOS SIETE	1	
	CUÉNTAME COMO PASO	2	
	COMPÁÑEROS	3	
	UN PASO ADELANTE	4	
	ALADINA	5	
	HOSPITAL CENTRAL	6	
	JAVIER YA NO VIVE SOLO	7	
	PERIODISTAS	8	
	EMBRUJADAS	9	
	EL COMISARIO	10	
	OTRAS SERIES	11	
	7 VIDAS		
	FRIENDS		
	MANOS A LA OBRA		
	POLICÍAS		

P.20 2 A	SÍ: ¿POR QUÉ TE GRABAN?		
	INTERÉS CONTENIDOS	1	
	SE LO PIDO Y A ELLOS TAMBIÉN LES GUSTA		
	ME GUSTAN LOS PROGRAMAS		
	NOS GUSTA LO QUE GRABAN		
	SOY AFICIONADO Y ME GUSTA		
	SON LOS MÁS EMOCIONANTES		
	DESCANSO NOCTURNO	2	
	ES TARDE Y ME TENGO QUE ACOSTAR		
	ME ENTRA SUEÑO		
	ACABAN MUY TARDE Y NO ME DA TIEMPO A VERLO		
	ALGUNAS VECES ME QUEDO DORMIDO		
	REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES	3	
	SE EMITE EN HORAS QUE NO ESTOY		
	ESTOY EN CLASE		
	NO TENGO TIEMPO O NO ESTOY		
	ESTOY HACIENDO LOS DEBERES Y NO LOS PUEDO VER EN ESE MOMENTO		
	OTROS	98	
	LOS GRABAN MUY BIEN		
	PARA QUE LO VEA SIN ANUNCIOS		
	PORQUE SOY BUENO		
	PORQUE SALÍ YO EN ESE PROGRAMA		
	NS/NC	99	
P.20 2 B	NO: ¿POR QUÉ NO TE GRABAN?		
	ESCASO INTERÉS PROGRAMACIÓN	1	
	NO ME INTERESA		
	ME DA IGUAL PERDÉRMELO		
	NO SUELO VER LA TELE, Y CUANDO LA VEO ME GUSTAN POCAS COSAS		
	NO QUIERO QUE ME GRABEN PROGRAMAS		
	NO ME GUSTA NADA DE LO QUE ECHAN		
	DIFICULTADES PARA GRABAR: CARENCIA, MAL FUNCIONAMIENTO O DESCONOCIMIENTO DE MANEJO DEL VIDEO	2	
	NO TENGO VIDEO		
	NO HAY CINTAS DE GRABAR		
	SE GRABA EN BLANCO Y NEGRO Y TORCIDO		
	ESTÁ ROTO		
	NO SABEN CÓMO GRABAR		
	NO SABEN UTILIZAR EL VIDEO		
	LIMITACIÓN PADRES	3	
	YO SE LO DIGO Y ELLOS NO ME DEJAN		
	NO PUEDEN		
	NO QUIEREN MIS PADRES GRABARLO		
	OTROS	98	
	YA LO VEO EN MI HABITACIÓN		
	PORQUE LUEGO NO TENGO TIEMPO PARA VERLO		
	PORQUE LOS PROGRAMAS QUE ME GUSTAN LOS VEO		
	NS/NC	99	
	RESPUESTA ÚNICA		
	RESPUESTA MÚLTIPLE		
	PREGUNTA PRINCIPAL		
	SUBPREGUNTA 1		
	SUBPREGUNTA 2		
NOTAS:			
<p>* La mayoría de las respuestas, como se advertirá en los resultados, han sido ordenadas por orden de frecuencia en cuanto al número de veces que se han citado. De este modo, por ejemplo, a la pregunta 1 "¿Qué haces cuando sales del colegio?" la respuesta más numerosa ha sido "Voy a casa", seguida de "Practico deportes", "Estoy apuntado a clases" y así, sucesivamente, hasta agotar las contestaciones.</p>			
<p>* Las preguntas en las que se concreta el tipo de dibujos animados, programas, series o concursos que cita el niño, también se han listado teniendo en cuenta el orden de frecuencia, por lo que no siempre aparecen los mismos títulos televisivos, dependiendo de la significatividad en el número de ocasiones que se citan. Por este motivo, en el apartado "Otros dibujos/programas/concursos/series" se concentran todos los que han sido nombrados en escasas ocasiones y, así, unas veces se incorporan en este descriptor genérico y otras, atendiendo a la mayor frecuencia o mayor número de veces que se nombran, tienen un código propio.</p>			

CÓDIGOS PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

CÓDIGO	PREGUNTA
P.1.	¿QUÉ HACES CUANDO SALES DEL COLEGIO?
P.1_1	¿PARA QUÉ TE QUEDAS EN EL COLEGIO?
P.1_2	¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTÁS APUNTADO?
P.2	CUANDO VUELVES A CASA, ¿HAY ALGUIEN?
P.2_1	¿QUIÉN ESTÁ?
P.3	¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE HACES CUANDO LLEGAS A CASA?
P.4	SEÑALA DEL 1 AL 6 ¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA?
P.5	¿CON QUIÉN JUEGAS? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)
P.6	¿CON QUIÉN HACES LOS DEBERES? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)
P.7	¿CON QUIÉN VES LA TELE? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)
P.8	¿DÓNDE VES LA TELE?
P.9	¿EN QUÉ HABITACIONES O LUGARES DE TU CASA HAY TELE?
P.9_1	¿VES TELEVISIÓN EN TU HABITACIÓN?
P.10	¿CUÁNDO VES LA TELE?
P.11	¿A QUÉ HORA SUELES ACOSTARTE?
P.12	¿CUÁNTAS HORAS DE TELEVISIÓN VES, APROXIMADAMENTE, AL DÍA?
P.13	¿QUIÉN ELIGE EN TU CASA LO QUE SE VE EN LA TELEVISIÓN?
P.14	¿VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?
P.14_1	SÍ: ¿POR QUÉ VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?
P.14_2	NO: ¿POR QUÉ NO VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?
P.14_3	¿QUÉ ES LO QUE NO PUEDES VER?
P.14_3_A	¿POR QUÉ NO PUEDES VERLO?
P.15	¿HABLAS CON OTRAS PERSONAS DE LO QUE VES EN LA TELE?
P.15_1	¿PREGUNTAS A TUS PAPÁS LO QUE NO ENTIENDES DE LA TELEVISIÓN?
P.16	¿CUÁLES SON TUS CINCO PROGRAMAS FAVORITOS DE TELEVISIÓN? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?
P.16_1	TÍTULO DE LOS DIBUJOS FAVORITOS
P.16_2	TÍTULO DEL PROGRAMA FAVORITO
P.16_3	TÍTULO DEL CONCURSO FAVORITO
P.16_4	TÍTULO DE LA SERIE FAVORITA
P.17	CUANDO HAY PUBLICIDAD EN TU PROGRAMA FAVORITO, ¿QUÉ HACES?
P.18	¿CONOCES ALGÚN PROGRAMA QUE SE EMITA POR LA NOCHE?
P.18_1	¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE CONOCES? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?
P.18_1_A	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE
P.18_1_B	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE SE EMITE POR LA NOCHE
P.18_1_C	TÍTULO DEL CONCURSO QUE SE EMITE POR LA NOCHE
P.18_1_D	TÍTULO DE LA SERIE QUE SE EMITE POR LA NOCHE
P.19	¿QUÉ PROGRAMAS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE VES Y TE GUSTAN MÁS? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?
P.19_1	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS
P.19_2	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS
P.19_3	TÍTULO DEL CONCURSO QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS
P.19_4	TÍTULO DE LA SERIE QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS
P.20	¿TE GRABAN TUS PAPÁS ALGÚN PROGRAMA EN VÍDEO?
P.20_1	¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS TE GRABAN EN VÍDEO? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?
P.20_1_A	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE TE GRABAN
P.20_1_B	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE TE GRABAN
P.20_1_C	TÍTULO DEL CONCURSO QUE TE GRABAN
P.20_1_D	TÍTULO DE LA SERIE QUE TE GRABAN
P.20_2_A	SÍ: ¿POR QUÉ TE GRABAN?
P.20_2_B	NO: ¿POR QUÉ NO TE GRABAN?

<i>BLOQUES TEMÁTICOS</i>	<i>SUBTEMAS</i>	EDAD	CANTIDAD CONSUMO (+ ó - de 2 horas)	DIÁLOGO PADRES
ACTIVIDADES TIEMPO LIBRE	Distribución		1, 3	
	Preferencia	4	4	
	Acompañamiento	5,6,7		7
HÁBITOS CONSUMO TV	Dónde (lugar consumo)	9_1	9,9_1	10, 11
	Cuándo (horarios consumo)	10, 11, 18	10, 11, 18	
	Cuánto (cantidad consumo)	12 ←		→ 12
	Cómo: Modalidad consumo (acompañamie	13		13
	Inserción publicidad	17	17	17
SATISFACCIÓN CONSUMO TV/LÍMITES	Ves todo lo que quieres	14, 14_1	14, 14_1	14, 14_1
	Qué no puedes ver	14_3, 14_3_A	14_3, 14_3_A	14_3, 14_3_A
DIÁLOGO PADRES CONTENIDOS TV	Hablas de lo que ves	15	15 ←	
	Preguntas lo que no entiendes	15_1	15_1 ←	
PREFERENCIAS CONSUMO TV	Programas favoritos	16	16	16
	Programas nocturnos	19	19	19
	Grabación vídeo	20_1	20	20_2_A, 20_2_B

TABLAS DE FRECUENCIA (RESPUESTAS SIMPLES)

P.1_1 ¿PARA QUÉ TE QUEDAS EN EL COLEGIO?

Estadísticos

1_1- QUE HACES CUANDO SALES
DEL COLE. Me quedo en cole para

N	Válidos	63
	Perdidos	11

1_1- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE. Me quedo en cole para

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES	41	55,4	65,1	65,1
	HACER LOS DEBERES	3	4,1	4,8	69,8
	JUGAR	7	9,5	11,1	81,0
	COMER	12	16,2	19,0	100,0
	Total	63	85,1	100,0	
Perdidos	98	4	5,4		
	99	7	9,5		
	Total	11	14,9		
Total		74	100,0		

P.1_2 ¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTÁS APUNTADO?

Estadísticos

1_2- ¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTAS APUNTADO?

N	Válidos	143
	Perdidos	13

1_2- ¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTAS APUNTADO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	IDIOMAS	51	32,7	35,7	35,7
	MÚSICA Y BAILE	24	15,4	16,8	52,4
	INFORMÁTICA	11	7,1	7,7	60,1
	PINTURA Y PLÁSTICA	9	5,8	6,3	66,4
	CATEQUESIS	8	5,1	5,6	72,0
	TEATRO	3	1,9	2,1	74,1
	VARIAS CLASES	37	23,7	25,9	100,0
	Total	143	91,7	100,0	
Perdidos	98	2	1,3		
	99	11	7,1		
	Total	13	8,3		
Total		156	100,0		

P.2 CUANDO VUELVES A CASA, ¿HAY ALGUIEN?

Estadísticos

2- HAY ALGUIEN EN CASA

N	Válidos	436
	Perdidos	4

2- HAY ALGUIEN EN CASA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	398	90,5	91,3	91,3
	NO	38	8,6	8,7	100,0
	Total	436	99,1	100,0	
Perdidos	99	4	,9		
Total		440	100,0		

P.3 ¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE HACES CUANDO LLEGAS A CASA?

Estadísticos

3- LO PRIMERO QUE HACES

N	Válidos	424
	Perdidos	16

3- LO PRIMERO QUE HACES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MERENDAR	151	34,3	35,6	35,6
	HACER LOS DEBERES	137	31,1	32,3	67,9
	VER LA TELEVISION	26	5,9	6,1	74,1
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	25	5,7	5,9	80,0
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	17	3,9	4,0	84,0
	RECOGER MI CUARTO	13	3,0	3,1	87,0
	HABLAR CON MIS PADRES	16	3,6	3,8	90,8
	UTILIZAR EL ORDENADOR	4	,9	,9	91,7
	VARIAS ACTIVIDADES SIMULTÁNEAMENTE	35	8,0	8,3	100,0
	Total	424	96,4	100,0	
	Perdidos	98	15	3,4	
99		1	,2		
Total		16	3,6		
Total		440	100,0		

P.4 SEÑALA DEL 1 AL 6, ¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA?

Estadísticos

	4_1- LO QUE MÁS TE GUSTA (1)	4_2- LO QUE MÁS TE GUSTA (2)	4_3- LO QUE MÁS TE GUSTA (3)	4_4- LO QUE MÁS TE GUSTA (4)	4_5- LO QUE MÁS TE GUSTA (5)	4_6- LO QUE MÁS TE GUSTA (6)
N Válidos	422	425	420	401	373	330
Perdidos	18	15	20	39	67	110

Tabla de frecuencia

4_1- LO QUE MÁS TE GUSTA (1)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	50	11,4	11,8	11,8	
	HACER LOS DEBERES	55	12,5	13,0	24,9	
	VER LA TELEVISION	65	14,8	15,4	40,3	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	74	16,8	17,5	57,8	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	63	14,3	14,9	72,7	
	RECOGER MI CUARTO	12	2,7	2,8	75,6	
	HABLAR CON MIS PADRES	40	9,1	9,5	85,1	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	47	10,7	11,1	96,2	
	DEPORTES	8	1,8	1,9	98,1	
	MÚSICA	3	,7	,7	98,8	
	LEER	5	1,1	1,2	100,0	
	Total	422	95,9	100,0		
	Perdidos	98	12	2,7		
		99	6	1,4		
Total		18	4,1			
Total		440	100,0			

4_2- LO QUE MÁS TE GUSTA (2)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	75	17,0	17,6	17,6	
	HACER LOS DEBERES	62	14,1	14,6	32,2	
	VER LA TELEVISION	74	16,8	17,4	49,6	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	50	11,4	11,8	61,4	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	49	11,1	11,5	72,9	
	RECOGER MI CUARTO	13	3,0	3,1	76,0	
	HABLAR CON MIS PADRES	32	7,3	7,5	83,5	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	66	15,0	15,5	99,1	
	LEER	4	,9	,9	100,0	
	Total	425	96,6	100,0		
	Perdidos	98	4	,9		
		99	11	2,5		
Total		15	3,4			
Total		440	100,0			

4_3- LO QUE MÁS TE GUSTA (3)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	61	13,9	14,5	14,5	
	HACER LOS DEBERES	42	9,5	10,0	24,5	
	VER LA TELEVISION	86	19,5	20,5	45,0	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	30	6,8	7,1	52,1	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	61	13,9	14,5	66,7	
	RECOGER MI CUARTO	36	8,2	8,6	75,2	
	HABLAR CON MIS PADRES	36	8,2	8,6	83,8	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	67	15,2	16,0	99,8	
	DEPORTES	1	,2	,2	100,0	
	Total	420	95,5	100,0		
	Perdidos	98	4	,9		
		99	16	3,6		
		Total	20	4,5		
Total		440	100,0			

4_4- LO QUE MÁS TE GUSTA (4)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	59	13,4	14,7	14,7	
	HACER LOS DEBERES	49	11,1	12,2	26,9	
	VER LA TELEVISION	50	11,4	12,5	39,4	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	27	6,1	6,7	46,1	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	69	15,7	17,2	63,3	
	RECOGER MI CUARTO	41	9,3	10,2	73,6	
	HABLAR CON MIS PADRES	53	12,0	13,2	86,8	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	50	11,4	12,5	99,3	
	DEPORTES	2	,5	,5	99,8	
	LEER	1	,2	,2	100,0	
	Total	401	91,1	100,0		
	Perdidos	98	9	2,0		
		99	30	6,8		
		Total	39	8,9		
Total	440	100,0				

4_5- LO QUE MÁS TE GUSTA (5)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	53	12,0	14,2	14,2	
	HACER LOS DEBERES	45	10,2	12,1	26,3	
	VER LA TELEVISION	54	12,3	14,5	40,8	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	24	5,5	6,4	47,2	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	59	13,4	15,8	63,0	
	RECOGER MI CUARTO	43	9,8	11,5	74,5	
	HABLAR CON MIS PADRES	55	12,5	14,7	89,3	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	35	8,0	9,4	98,7	
	DEPORTES	1	,2	,3	98,9	
	LEER	4	,9	1,1	100,0	
	Total	373	84,8	100,0		
	Perdidos	98	9	2,0		
		99	58	13,2		
		Total	67	15,2		
Total	440	100,0				

4_6- LO QUE MÁS TE GUSTA (6)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	41	9,3	12,4	12,4	
	HACER LOS DEBERES	57	13,0	17,3	29,7	
	VER LA TELEVISION	39	8,9	11,8	41,5	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	25	5,7	7,6	49,1	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	41	9,3	12,4	61,5	
	RECOGER MI CUARTO	51	11,6	15,5	77,0	
	HABLAR CON MIS PADRES	51	11,6	15,5	92,4	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	21	4,8	6,4	98,8	
	DEPORTES	1	,2	,3	99,1	
	MÚSICA	2	,5	,6	99,7	
	LEER	1	,2	,3	100,0	
	Total	330	75,0	100,0		
	Perdidos	98	15	3,4		
		99	95	21,6		
Total		110	25,0			
Total	440	100,0				

P.9_1 ¿VES TV, DE LUNES A VIERNES, EN TU HABITACIÓN?

Estadísticos

10- VES TELE EN TU HABITACIÓN

N	Válidos	439
	Perdidos	1

10- VES TELE EN TU HABITACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	116	26,4	26,4	26,4
	NO	323	73,4	73,6	100,0
	Total	439	99,8	100,0	
Perdidos	99	1	,2		
Total		440	100,0		

P.11 ¿A QUÉ HORA SUELES ACOSTARTE?

12- HORA ACOSTARSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 8 A 9	47	10,7	10,7	10,7
9 A 10	158	35,9	35,9	46,6
10 A 11	167	38,0	38,0	84,5
11 A 12	47	10,7	10,7	95,2
MÁS TARDE DE LAS 12	21	4,8	4,8	100,0
Total	440	100,0	100,0	

P.12 ¿CUÁNTAS HORAS DE TV VES, APROXIMADAMENTE, AL DÍA?

13- HORAS TV AL DÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MÁS DE 5 HORAS	40	9,1	9,1	9,1
	ENTRE 4 Y 5 HORAS	40	9,1	9,1	18,3
	ENTRE 3 Y 4 HORAS	28	6,4	6,4	24,7
	ENTRE 2 Y 3 HORAS	67	15,2	15,3	40,0
	ENTRE 1 Y 2 HORAS	159	36,1	36,3	76,3
	MENOS DE 1 HORA	59	13,4	13,5	89,7
	MENOS DE MEDIA HORA	22	5,0	5,0	94,7
	NINGUNA HORA	23	5,2	5,3	100,0
	Total	438	99,5	100,0	
Perdidos	NS/NC	2	,5		
Total		440	100,0		

P.14 ¿VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?

15- VES TODO LO QUE QUIERES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	107	24,3	24,6	24,6
	NO	328	74,5	75,4	100,0
	Total	435	98,9	100,0	
Perdidos	OTROS	5	1,1		
Total		440	100,0		

P.15 ¿PREGUNTAS A TUS PAPÁS LO QUE NO ENTIENDES DE LA TELEVISIÓN?

17_1- PREGUNTAS A LO PAPÁS LO QUE NO ENTIENDES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	334	75,9	77,5	77,5
	NO	97	22,0	22,5	100,0
	Total	431	98,0	100,0	
Perdidos	OTROS	9	2,0		
Total		440	100,0		

P.16 ¿CUÁLES SON TUS CINCO PROGRAMAS FAVORITOS Y SUS NOMBRES?

Estadísticos

		16...1m- 5 PROGRAMA FAVORITOS (1)	16...2m- 5 PROGRAMA FAVORITOS (2)	16...3m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (3)	16...4m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (4)	16...5m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (5)
N	Válidos	429	384	320	246	172
	Perdidos	11	56	120	194	268
Media		3,13	2,95	3,28	3,38	3,38
Moda		1	1	1	1	1
Desv. típ.		2,93	2,46	3,12	2,96	2,77
Curtosis		6,054	6,037	3,045	2,647	2,488
Error típ. de curtosis		,235	,248	,272	,309	,368

Tabla de frecuencia

16...1m- 5 PROGRAMA FAVORITOS (1)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIBUJOS ANIMADOS	157	35,7	36,6	36,6
	SERIES	71	16,1	16,6	53,1
	PROGRAMAS	61	13,9	14,2	67,4
	CONCURSOS	77	17,5	17,9	85,3
	PELÍCULAS	15	3,4	3,5	88,8
	TELENOVELAS	9	2,0	2,1	90,9
	DEPORTES	7	1,6	1,6	92,5
	DOCUMENTALES	8	1,8	1,9	94,4
	CANAL INFANTIL	3	,7	,7	95,1
	PELÍCULAS INFANTILES	1	,2	,2	95,3
	CANAL CONCRETO	3	,7	,7	96,0
	PUBLICIDAD	1	,2	,2	96,3
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	4	,9	,9	97,2
	OTROS PROGRAMAS	5	1,1	1,2	98,4
	NINGÚN PROGRAMA	7	1,6	1,6	100,0
	Total	429	97,5	100,0	
	Perdidos	OTROS	10	2,3	
NS/NC		1	,2		
Total		11	2,5		
Total	440	100,0			

16...2m- 5 PROGRAMA FAVORITOS (2)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIBUJOS ANIMADOS	128	29,1	33,3	33,3
	SERIES	86	19,5	22,4	55,7
	PROGRAMAS	53	12,0	13,8	69,5
	CONCURSOS	58	13,2	15,1	84,6
	PELÍCULAS	21	4,8	5,5	90,1
	TELENOVELAS	10	2,3	2,6	92,7
	DEPORTES	6	1,4	1,6	94,3
	DOCUMENTALES	6	1,4	1,6	95,8
	CANAL INFANTIL	4	,9	1,0	96,9
	CANAL CONCRETO	4	,9	1,0	97,9
	PUBLICIDAD	3	,7	,8	98,7
	OTROS PROGRAMAS	5	1,1	1,3	100,0
	Total	384	87,3	100,0	
Perdidos	Sistema	56	12,7		
Total		440	100,0		

16...3m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (3)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIBUJOS ANIMADOS	113	25,7	35,3	35,3
	SERIES	69	15,7	21,6	56,9
	PROGRAMAS	48	10,9	15,0	71,9
	CONCURSOS	22	5,0	6,9	78,8
	PELÍCULAS	17	3,9	5,3	84,1
	TELENOVELAS	11	2,5	3,4	87,5
	DEPORTES	7	1,6	2,2	89,7
	DOCUMENTALES	3	,7	,9	90,6
	CANAL INFANTIL	6	1,4	1,9	92,5
	PELÍCULAS INFANTILES	5	1,1	1,6	94,1
	CANAL CONCRETO	6	1,4	1,9	95,9
	PUBLICIDAD	2	,5	,6	96,6
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	5	1,1	1,6	98,1
	OTROS PROGRAMAS	6	1,4	1,9	100,0
	Total	320	72,7	100,0	
Perdidos	OTROS	1	,2		
	Sistema	119	27,0		
	Total	120	27,3		
Total		440	100,0		

16...4m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (4)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIBUJOS ANIMADOS	78	17,7	31,7	31,7
	SERIES	44	10,0	17,9	49,6
	PROGRAMAS	47	10,7	19,1	68,7
	CONCURSOS	24	5,5	9,8	78,5
	PELÍCULAS	14	3,2	5,7	84,1
	TELENOVELAS	6	1,4	2,4	86,6
	DEPORTES	10	2,3	4,1	90,7
	CANAL INFANTIL	3	,7	1,2	91,9
	PELÍCULAS INFANTILES	9	2,0	3,7	95,5
	CANAL CONCRETO	3	,7	1,2	96,7
	PUBLICIDAD	4	,9	1,6	98,4
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	1	,2	,4	98,8
	OTROS PROGRAMAS	3	,7	1,2	100,0
	Total	246	55,9	100,0	
	Perdidos	OTROS	1	,2	
Sistema		193	43,9		
Total		194	44,1		
Total	440	100,0			

16...5m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (5)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIBUJOS ANIMADOS	49	11,1	28,5	28,5
	SERIES	39	8,9	22,7	51,2
	PROGRAMAS	23	5,2	13,4	64,5
	CONCURSOS	20	4,5	11,6	76,2
	PELÍCULAS	15	3,4	8,7	84,9
	TELENOVELAS	4	,9	2,3	87,2
	DEPORTES	5	1,1	2,9	90,1
	DOCUMENTALES	4	,9	2,3	92,4
	CANAL INFANTIL	4	,9	2,3	94,8
	PELÍCULAS INFANTILES	3	,7	1,7	96,5
	CANAL CONCRETO	2	,5	1,2	97,7
	PUBLICIDAD	2	,5	1,2	98,8
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	1	,2	,6	99,4
	OTROS PROGRAMAS	1	,2	,6	100,0
	Total	172	39,1	100,0	
Perdidos	OTROS	2	,5		
	Sistema	266	60,5		
	Total	268	60,9		
Total		440	100,0		

P. 18 ¿CONOCES ALGÚN PROGRAMA QUE SE EMITA POR LA NOCHE?

20- CONOCES ALGÚN PROGRAMA QUE SE EMITA POR LA NOCHE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	394	89,5	94,0	94,0
	NO	25	5,7	6,0	100,0
	Total	419	95,2	100,0	
Perdidos	OTROS	1	,2		
	NS/NC	20	4,5		
	Total	21	4,8		
Total		440	100,0		

P.20 ¿TE GRABAN TUS PAPÁS ALGÚN PROGRAMA EN VÍDEO?

22- TE GRABAN EN VÍDEO...

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	273	62,0	62,0	62,0
	NO	167	38,0	38,0	100,0
	Total	440	100,0	100,0	

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS: N° DE TELEVISIONES EN EL HOGAR

Frecuencias

Estadísticos

NÚMERO DE TV RECODIFICADA

N	Válidos	439
	Perdidos	1

NÚMERO DE TV RECODIFICADA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DE 0 A 2	312	70,9	71,1	71,1
	DE 3 A 4 TV	120	27,3	27,3	98,4
	5 O MÁS	7	1,6	1,6	100,0
	Total	439	99,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,2		
Total		440	100,0		

N° TELEVISIONES TODOS LOS TRAMOS (SIN RECODIFICAR)

Estadísticos

P21N° TVS HOGAR

N	Válidos	439
	Perdidos	1
Media		2,09
Mediana		2,00
Moda		2

P21N° TVS HOGAR

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0 TV	1	,2	,2	,2
	1 TV	133	30,2	30,3	30,5
	2 TV	178	40,5	40,5	71,1
	TV	88	20,0	20,0	91,1
	4 TV	32	7,3	7,3	98,4
	5 TV	6	1,4	1,4	99,8
	6 TV	1	,2	,2	100,0
	Total	439	99,8	100,0	
Perdidos	NS/NC	1	,2		
Total		440	100,0		

Número de hermanos

Estadísticos

Nº HERMANOS

N	Válidos	440
	Perdidos	0
Media		1,42
Moda		1
Desv. típ.		4,76

Nº HERMANOS

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 0	75	17,0	17,0	17,0
1	251	57,0	57,0	74,1
2	79	18,0	18,0	92,0
3	26	5,9	5,9	98,0
4	5	1,1	1,1	99,1
6	2	,5	,5	99,5
8	1	,2	,2	99,8
99	1	,2	,2	100,0
Total	440	100,0	100,0	

TABLAS DE FRECUENCIA (RESPUESTAS MÚLTIPLES)

P.1 ¿QUÉ HACES CUANDO SALES DEL COLE?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
VOY A CASA	1	311	40,0	71,0
PRACTICO DEPORTES	2	199	25,6	45,4
ESTOY APUNTADO A CLASES	3	156	20,1	35,6
ME QUEDO EN EL COLEGIO	4	74	9,5	16,9
JUEGO EN LA CALLE	5	38	4,9	8,7
		-----	-----	-----
	Total responses	778	100,0	177,6

2 missing cases; 438 valid cases

P.2_1 CUANDO VUELVES A CASA, ¿QUIÉN ESTÁ?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
PAPÁ	1	157	19,8	39,4
MAMA	2	280	35,4	70,4
HERMANO/S	3	199	25,2	50,0
ABUELOS	4	54	6,8	13,6
AMIGOS	5	5	,6	1,3
CUIDADORA	6	59	7,5	14,8
TIOS	7	16	2,0	4,0
OTRAS PERSONAS	8	11	1,4	2,8
MASCOTA	9	10	1,3	2,5
		-----	-----	-----
	Total responses	791	100,0	198,7

0 missing cases; 398 valid cases

P.5 ¿CON QUIÉN JUEGAS? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SOLO/A	1	134	20,1	30,8
HERMANO/S	2	206	30,9	47,4
PAPÁS	3	61	9,1	14,0
AMIGOS	4	161	24,1	37,0
VECINOS	5	58	8,7	13,3
ABUELOS	6	18	2,7	4,1
CUIDADORA	7	10	1,5	2,3
OTRAS PERSONAS	8	19	2,8	4,4
		-----	-----	-----
	Total responses	667	100,0	153,3

5 missing cases; 435 valid cases

P.6 ¿CON QUIÉN HACES LOS DEBERES? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SOLO/A	1	309	66,9	70,2
HERMANO/S	2	36	7,8	8,2
PAPÁS	3	94	20,3	21,4
AMIGOS	4	7	1,5	1,6
VECINOS	5	3	,6	,7
ABUELOS	6	1	,2	,2
CUIDADORA	7	6	1,3	1,4
OTRAS PERSONAS	8	6	1,3	1,4
		-----	-----	-----
	Total responses	462	100,0	105,0

0 missing cases; 440 valid cases

P.7 ¿CON QUIÉN VES LA TV? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SOLO/A	1	70	10,9	16,4
HERMANO/S	2	243	37,9	56,8
PAPÁS	3	240	37,4	56,1
AMIGOS	4	19	3,0	4,4
VECINOS	5	5	,8	1,2
ABUELOS	6	38	5,9	8,9
CUIDADORA	7	10	1,6	2,3
OTRAS PERSONAS	8	16	2,5	3,7
		-----	-----	-----
	Total responses	641	100,0	149,8

12 missing cases; 428 valid cases

P.8 ¿DÓNDE VES LA TV?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CASA	1	427	82,4	99,1
CASA AMIGOS O FAMILIARES	2	78	15,1	18,1
COLEGIO	3	9	1,7	2,1
OTROS SITIOS	4	4	,8	,9
		-----	-----	-----
	Total responses	518	100,0	120,2

9 missing cases; 431 valid cases

—

P.9 ¿EN QUÉ HABITACIONES O LUGARES DE TU CASA HAY TELE?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SALÓN COMEDOR 85,2		1	373	40,7
HABITACIÓN PAPÁS	2	149	16,2	34,0
MI HABITACIÓN	3	128	14,0	29,2
SALA ESTAR	4	127	13,8	29,0
COCINA	5	80	8,7	18,3
OTROS LUGARES CASA	6	60	6,5	13,7
		-----	-----	-----
	Total responses	917	100,0	209,4

2 missing cases; 438 valid cases

—

P.10 ¿CÚANDO VES LA TELE?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
MAÑANA	1	232	24,1	55,1
MEDIODÍA	2	148	15,4	35,2
TARDE	3	252	26,2	59,9
NOCHE	4	329	34,2	78,1
		-----	-----	-----
	Total responses	961	100,0	228,3

19 missing cases; 421 valid cases

—

P.13 ¿QUIÉN ELIGE EN TU CASA LO QUE SE VE EN LA TELEVISIÓN?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
PAPÁS	1	339	43,5	78,8
HERMANOS	2	152	19,5	35,3
YO	3	265	34,0	61,6
OTRAS PERSONAS	4	24	3,1	5,6
		-----	-----	-----
	Total responses	780	100,0	181,4

10 missing cases; 430 valid cases

P.14_1 SÍ: ¿POR QUÉ VES TODO LO QUE QUIERES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CONSUMO PERMISIVO	1	38	38,8	42,2
INTERÉS CONTENIDOS	2	24	24,5	26,7
CONSUMO EN SOLITARIO	3	17	17,3	18,9
ESCASO INTERÉS CONTENIDOS	4	4	4,1	4,4
CONTENIDOS INOFENSIVOS	5	7	7,1	7,8
CONSUMO COMPARTIDO	6	8	8,2	8,9
		-----	-----	-----
	Total responses	98	100,0	108,9

350 missing cases; 90 valid cases

—

P.14_2 NO: ¿POR QUÉ NO VES TODO LO QUE QUIERES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CONTROL PATERNO	1	104	27,3	33,7
REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES	2	60	15,7	19,4
CONSUMO COMPARTIDO	3	64	16,8	20,7
LIMITACIÓN EDAD	4	43	11,3	13,9
DESCANSO NOCTURNO	5	33	8,7	10,7
CONSUMO AUTORITARIO	6	22	5,8	7,1
CONTENIDOS ADULTOS: SEXO, TERROR Y VIOLE	7	17	4,5	5,5
CONSECUENCIAS NEGATIVAS EDUCACIÓN/SALUD	8	17	4,5	5,5
ESCASO INTERÉS CONTENIDOS	9	13	3,4	4,2
CONSUMO ESCASO/NULO	10	8	2,1	2,6
		-----	-----	-----
	Total responses	381	100,0	123,3

131 missing cases; 309 valid cases

P.14_3 ¿QUÉ ES LO QUE NO PUEDES VER?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CONTENIDO SEXUAL	1	113	19,1	28,1
PROGRAMAS ADULTOS	2	71	12,0	17,7
CONTENIDO TERROR	3	63	10,7	15,7
SERIES	4	47	8,0	11,7
CONTENIDO VIOLENCIA/ACCIÓN	5	43	7,3	10,7
DIBUJOS ANIMADOS ADULTOS	6	39	6,6	9,7
DIBUJOS ANIMADOS EN GENERAL	7	24	4,1	6,0
DIBUJOS ANIMADOS AGRESIVOS	8	8	1,4	2,0
CONTENIDOS HORARIO NOCTURNO	9	25	4,2	6,2
PELÍCULAS EN GENERAL	10	17	2,9	4,2
PELÍCULAS PARA ADULTOS	11	79	13,4	19,7
TELENOVELAS	12	16	2,7	4,0
INFORMATIVOS	13	13	2,2	3,2
DEPORTES	14	10	1,7	2,5
PROGRAMAS DE BAJA CALIDAD	15	5	,8	1,2
CONSUMO RESTRINGIDO	16	11	1,9	2,7
CONSUMO NO RESTRINGIDO	17	5	,8	1,2
CANAL CONCRETO	18	2	,3	,5
		-----	-----	-----
	Total responses	591	100,0	147,0

38 missing cases; 402 valid cases

P.14_3_A ¿POR QUÉ NO PUEDES VERLO?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
LIMITACIÓN EDAD	1	118	25,4	30,8
CONTROL PATERNO	2	86	18,5	22,5
CONTENIDOS VIOLENTOS	3	44	9,5	11,5
CONTENIDO TERROR	4	37	8,0	9,7
CONTENIDO SEXUAL	5	35	7,5	9,1
DESCANSO NOCTURNO	6	40	8,6	10,4
REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES	7	16	3,4	4,2
ESCASO INTERÉS CONTENIDOS	8	27	5,8	7,0
CONSUMO COMPARTIDO	9	20	4,3	5,2
CONSUMO AUTORITARIO	10	18	3,9	4,7
CONSUMO ESCASO/NULO	11	10	2,2	2,6
CONSECUENCIAS NEGATIVAS SALUD/EDUCACIÓN	12	13	2,8	3,4
PREJUICIO SEXISTA	13	1	,2	,3
		-----	-----	-----
	Total responses	465	100,0	121,4

57 missing cases; 383 valid cases

—

P.15 ¿HABLAS CON OTRAS PERSONAS DE LO QUE VES EN LA TELE?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
NADIE	1	56	6,3	12,9
PAPAS	2	235	26,3	54,3
HERMANO/S	3	172	19,2	39,7
AMIGOS	4	294	32,8	67,9
ABUELOS	5	69	7,7	15,9
PROFESORES	6	17	1,9	3,9
CUIDADORA	7	20	2,2	4,6
OTRAS PERSONAS	8	32	3,6	7,4
		-----	-----	-----
	Total responses	895	100,0	206,7

7 missing cases; 433 valid cases

—

P.16 ¿CUÁLES SON TUS CINCO PROGRAMAS (ESPACIOS) FAVORITOS DE TELEVISIÓN Y SUS NOMBRES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
DIBUJOS ANIMADOS	1	525	33,8	122,4
SERIES	2	309	19,9	72,0
PROGRAMAS	3	232	15,0	54,1
CONCURSOS	4	201	13,0	46,9
PELÍCULAS	5	82	5,3	19,1
TELENOVELAS	6	40	2,6	9,3
DEPORTES	7	35	2,3	8,2
DOCUMENTALES	8	21	1,4	4,9
CANAL INFANTIL	9	20	1,3	4,7
PELÍCULAS INFANTILES	10	18	1,2	4,2
CANAL CONCRETO	11	18	1,2	4,2
PUBLICIDAD	12	12	,8	2,8
INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZAD	13	11	,7	2,6
OTROS PROGRAMAS	14	20	1,3	4,7
NINGÚN PROGRAMA	15	7	,5	1,6
		-----	-----	-----
	Total responses	1551	100,0	361,5

11 missing cases; 429 valid cases

P.16_1 TÍTULO DIBUJOS ANIMADOS FAVORITOS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
LOS SIMPSON	1	118	23,6	42,1
CAMPEONES	2	53	10,6	18,9
DORAEEMON	3	40	8,0	14,3
POKÉMON	4	35	7,0	12,5
DRAGON BALL	5	32	6,4	11,4
LA BANDA DEL PATIO	6	26	5,2	9,3
DIGIMON	7	20	4,0	7,1
LA MOMIA NIÑERA	8	13	2,6	4,6
LAS TRES MELLIZAS	9	12	2,4	4,3
FUTURAMA	10	12	2,4	4,3
SPIDERMAN	11	8	1,6	2,9
TOM Y JERRY	12	8	1,6	2,9
SOUTH PARK	13	7	1,4	2,5
LAS SUPERNENAS	14	6	1,2	2,1
MONSTER RANCHER	15	6	1,2	2,1
OTROS DIBUJOS	16	105	21,0	37,5
		-----	-----	-----
	Total responses	501	100,0	178,9

160 missing cases; 280 valid cases

—

P.16_2 TÍTULO PROGRAMAS FAVORITOS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CRUZ Y RAYA.COM	1	46	20,1	29,3
CLUB DISNEY	2	40	17,5	25,5
CLUB MEGATRIX	3	24	10,5	15,3
ESTA ES MI GENTE	4	23	10,0	14,6
ART ATTACK	5	12	5,2	7,6
EL DIARIO DE PATRICIA	6	13	5,7	8,3
EL INFORMAL	7	9	3,9	5,7
NOCHE DE FIESTA	8	8	3,5	5,1
DESESPERADO CLUB SOCIAL	9	7	3,1	4,5
LA BATIDORA	10	6	2,6	3,8
TPH CLUB	11	5	2,2	3,2
CYBERCLUB	12	4	1,7	2,5
A TU LADO	13	4	1,7	2,5
OTROS PROGRAMAS	14	28	12,2	17,8
		-----	-----	-----
	Total responses	229	100,0	145,9

283 missing cases; 157 valid cases

—

P.16_3 TÍTULO CONCURSOS FAVORITOS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
OPERACIÓN TRIUNFO	1	100	49,8	67,1
PASAPALABRA	2	34	16,9	22,8
¡A SACO!	3	14	7,0	9,4
GRAN HERMANO	4	10	5,0	6,7
CONFIANZA CIEGA	5	8	4,0	5,4
DECISIÓN FINAL	6	4	2,0	2,7
LLUVIA DE ESTRELLAS	7	4	2,0	2,7
MENUDAS ESTRELLAS	8	4	2,0	2,7
DESPEGA COMO PUEDES	9	3	1,5	2,0
EL SHOW DE LOS RÉCORDS	10	3	1,5	2,0
50X15	11	3	1,5	2,0
GRAND PRIX	12	3	1,5	2,0
CIFRAS Y LETRAS	13	3	1,5	2,0
OTROS CONCURSOS	14	8	4,0	5,4
		-----	-----	-----
	Total responses	201	100,0	134,9

291 missing cases; 149 valid cases

—

P.16_4 TÍTULO SERIES FAVORITAS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
COMPAÑEROS	1	42	13,9	22,2
CUÉNTAME CÓMO PASÓ	2	35	11,6	18,5
ANA Y LOS SIETE	3	32	10,6	16,9
AL SALIR DE CLASE	4	24	7,9	12,7
JAVIER YA NO VIVE SOLO	5	19	6,3	10,1
EMBRUJADAS	6	17	5,6	9,0
UN PASO ADELANTE	7	17	5,6	9,0
ALADINA	8	16	5,3	8,5
POLICÍAS	9	12	4,0	6,3
SABRINA, COSAS DE BRUJAS	10	13	4,3	6,9
SIETE VIDAS	11	8	2,6	4,2
ALF	12	7	2,3	3,7
HOSPITAL CENTRAL	13	7	2,3	3,7
EL COMISARIO	14	6	2,0	3,2
FRIENDS	15	5	1,7	2,6
PERIODISTAS	16	5	1,7	2,6
OTRAS SERIES	17	37	12,3	19,6
		-----	-----	-----
	Total responses	302	100,0	159,8

251 missing cases; 189 valid cases

—

P.17 CUANDO HAY PUBLICIDAD EN TU PROGRAMA PREFERIDO, ¿QUÉ HACES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CAMBIO DE CANAL	1	284	39,9	66,2
ME QUEDO VIENDO LA PUBLICIDAD	2	164	23,0	38,2
ABABO LOS DEBERES	3	82	11,5	19,1
HABLO CON MIS PAPAS DE LO QUE HE VISTO	4	68	9,6	15,9
HABLO CON MIS PAPAS DE OTRAS COSAS	5	41	5,8	9,6
JUEGO A LA VIDEOCONSOLA	6	38	5,3	8,9
RECOJO MI HABITACIÓN	7	35	4,9	8,2
		-----	-----	-----
	Total responses	712	100,0	166,0

11 missing cases; 429 valid cases

—

P.18_1 ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE CONOCES Y CUÁLES SON SUS NOMBRES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SERIES	1	175	21,6	41,7
PROGRAMAS	2	196	24,2	46,7
CONCURSOS	3	192	23,7	45,7
PELÍCULAS	4	55	6,8	13,1
DIBUJOS ANIMADOS	5	65	8,0	15,5
INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZAD	6	52	6,4	12,4
DEPORTES	7	25	3,1	6,0
CANAL CONCRETO	8	8	1,0	1,9
CANAL INFANTIL	9	5	,6	1,2
DOCUMENTALES	10	3	,4	,7
PUBLICIDAD	11	2	,2	,5
OTROS PROGRAMAS	12	6	,7	1,4
NINGÚN PROGRAMA	13	25	3,1	6,0
		-----	-----	-----
	Total responses	809	100,0	192,6

20 missing cases; 420 valid cases

—

P.18_1_A TÍTULO DE DIBUJOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE CONOCES

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SOUTH PARK	1	48	64,9	73,8
LOS SIMPSON	2	6	8,1	9,2
DRAGON BALL	3	4	5,4	6,2
DIGIMON	4	3	4,1	4,6
POKÉMON	5	2	2,7	3,1
TOM Y JERRY	6	2	2,7	3,1
OTROS DIBUJOS	7	9	12,2	13,8
		-----	-----	-----
	Total responses	74	100,0	113,8

375 missing cases; 65 valid cases

—

P.18_1_B TÍTULO DE PROGRAMAS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE CONOCES

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CRUZ Y RAYA.COM	1	61	20,7	31,0
CRÓNICAS MARCIANAS	2	60	20,4	30,5
NOCHE DE FIESTA	3	30	10,2	15,2
EL INFORMAL	4	29	9,9	14,7
LA BATIDORA	5	18	6,1	9,1
ESTA ES MI GENTE	6	13	4,4	6,6
MAMMA MÍA	7	10	3,4	5,1
TÓMBOLA	8	10	3,4	5,1
LA NOCHE CON... FUENTES Y CIA	9	9	3,1	4,6
¡AY MI MADRE!	10	9	3,1	4,6
ABIERTO AL ANOCHECER	11	6	2,0	3,0
LAS NOTICIAS DEL GUIÑOL	12	6	2,0	3,0
NO SÓLO MÚSICA	13	6	2,0	3,0
OTROS PROGRAMAS	14	27	9,2	13,7
		-----	-----	-----
	Total responses	294	100,0	149,2

243 missing cases; 197 valid cases

P.18_1_C TÍTULO DE CONCURSOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE CONOCES

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
OPERACIÓN TRIUNFO	1	116	45,7	60,4
CONFIANZA CIEGA	2	25	9,8	13,0
GRAN HERMANO	3	25	9,8	13,0
PASAPALABRA	4	21	8,3	10,9
TRIUNFOMANÍA	5	19	7,5	9,9
¡A SACO!	6	11	4,3	5,7
LLUVIA DE ESTRELLAS	7	7	2,8	3,6
MENUDAS ESTRELLAS	8	9	3,5	4,7
GRAND PRIX	9	5	2,0	2,6
DESPEGA COMO PUEDas	10	3	1,2	1,6
OTROS CONCURSOS	11	13	5,1	6,8
		-----	-----	-----
	Total responses	254	100,0	132,3

248 missing cases; 192 valid cases

—

P.18_1_D TÍTULO DE SERIES QUE SE EMITEN POR LA NOCHE CONOCES

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
ANA Y LOS SIETE	1	70	21,3	40,0
CUÉNTAME CÓMO PASÓ	2	57	17,3	32,6
COMPAÑEROS	3	35	10,6	20,0
POLICÍAS	4	35	10,6	20,0
UN PASO ADELANTE	5	20	6,1	11,4
HOSPITAL CENTRAL	6	19	5,8	10,9
JAVIER YA NO VIVE SOLO	7	17	5,2	9,7
PERIODISTAS	8	17	5,2	9,7
ALADINA	9	16	4,9	9,1
EL COMISARIO	10	14	4,3	8,0
SIETE VIDAS	11	13	4,0	7,4
OTRAS SERIES	12	16	4,9	9,1
		-----	-----	-----
	Total responses	329	100,0	188,0

265 missing cases; 175 valid cases

—

P.19 ¿QUÉ PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE VES Y TE GUSTAN MÁS Y CUÁLES SON SUS NOMBRES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SERIES	1	149	25,7	37,2
CONCURSOS	2	144	24,9	35,9
PROGRAMAS	3	114	19,7	28,4
PELÍCULAS	4	29	5,0	7,2
DIBUJOS ANIMADOS	5	30	5,2	7,5
DEPORTES	6	24	4,1	6,0
INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZAD	7	14	2,4	3,5
CANAL INFANTIL	8	5	,9	1,2
CANAL CONCRETO	9	3	,5	,7
DOCUMENTALES	10	3	,5	,7
OTROS PROGRAMAS	11	4	,7	1,0
NINGÚN PROGRAMA	12	60	10,4	15,0
		-----	-----	-----
	Total responses	579	100,0	144,4

39 missing cases; 401 valid cases

—

P.19_1 TÍTULO DE DIBUJOS ANIMADOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SOUTH PARK	1	18	58,1	60,0
LOS SIMPSON	2	3	9,7	10,0
DRAGON BALL	3	3	9,7	10,0
CAMPEONES	4	2	6,5	6,7
OTROS DIBUJOS	5	5	16,1	16,7
		-----	-----	-----
	Total responses	31	100,0	103,3

410 missing cases; 30 valid cases

—

P.19_2 TÍTULO DE PROGRAMAS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CRUZ Y RAYA.COM	1	56	38,4	49,1
LA BATIDORA	2	22	15,1	19,3
EL INFORMAL	3	18	12,3	15,8
NOCHE DE FIESTA	4	10	6,8	8,8
ESTA ES MI GENTE	5	9	6,2	7,9
¡AY MI MADRE!	6	6	4,1	5,3
MAMMA MÍA	7	5	3,4	4,4
LAS NOTICIAS DEL GUIÑOL	8	3	2,1	2,6
CRÓNICAS MARCIANAS	9	3	2,1	2,6
VIDEOS, VIDEOS	10	2	1,4	1,8
OTROS PROGRAMAS	11	12	8,2	10,5
		-----	-----	-----
	Total responses	146	100,0	128,1

326 missing cases; 114 valid cases

—

P.19_3 TÍTULO DE CONCURSOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
OPERACIÓN TRIUNFO	1	99	56,9	68,8
PASAPALABRA	2	14	8,0	9,7
GRAN HERMANO	3	12	6,9	8,3
¡A SACO!	4	9	5,2	6,3
CONFIANZA CIEGA	5	8	4,6	5,6
LLUVIA DE ESTRELLAS	6	5	2,9	3,5
SE BUSCA UNA ESTRELLA	7	4	2,3	2,8
MENUDAS ESTRELLAS	8	4	2,3	2,8
TRIUNFOMANÍA	9	8	4,6	5,6
DESPEGA COMO PUEDas	10	3	1,7	2,1
OTROS CONCURSOS	11	8	4,6	5,6
		-----	-----	-----
	Total responses	174	100,0	120,8

296 missing cases; 144 valid cases

—

P.19_4 TÍTULO DE SERIES QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
ANA Y LOS SIETE	1	41	18,3	27,5
CUÉNTAME CÓMO PASÓ	2	40	17,9	26,8
COMPAÑEROS	3	26	11,6	17,4
POLICÍAS	4	21	9,4	14,1
UN PASO ADELANTE	5	16	7,1	10,7
JAVIER YA NO VIVE SOLO	6	15	6,7	10,1
HOSPITAL CENTRAL	7	12	5,4	8,1
ALADINA	8	12	5,4	8,1
SIETE VIDAS	9	10	4,5	6,7
EL COMISARIO	10	10	4,5	6,7
PERIODISTAS	11	8	3,6	5,4
OTRAS SERIES	12	13	5,8	8,7
		-----	-----	-----
	Total responses	224	100,0	150,3

291 missing cases; 149 valid cases

—

P.20_1 ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS TE GRABAN Y CUÁLES SON SUS NOMBRES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SERIES	1	96	24,7	35,8
PELÍCULAS	2	101	26,0	37,7
CONCURSOS	3	64	16,5	23,9
DIBUJOS ANIMADOS	4	42	10,8	15,7
PROGRAMAS	5	30	7,7	11,2
DEPORTES	6	17	4,4	6,3
TELENOVELAS	7	14	3,6	5,2
PELÍCULAS INFANTILES	8	9	2,3	3,4
DOCUMENTALES	9	6	1,5	2,2
CANAL CONCRETO	10	2	,5	,7
INFORMATIVOS	11	1	,3	,4
OTROS PROGRAMAS	12	4	1,0	1,5
NINGÚN PROGRAMA	13	2	,5	,7
		-----	-----	-----
	Total responses	388	100,0	144,8

172 missing cases; 268 valid cases

—

P.20_1_A TÍTULO DE LOS DIBUJOS ANIMADOS QUE TE GRABAN

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
LOS SIMPSON	1	8	16,0	18,6
SOUTH PARK	2	6	12,0	14,0
CAMPEONES	3	6	12,0	14,0
POKÉMON	4	5	10,0	11,6
DIGIMON	5	4	8,0	9,3
DRAGON BALL	6	3	6,0	7,0
OTROS DIBUJOS	7	18	36,0	41,9
		-----	-----	-----
	Total responses	50	100,0	116,3

397 missing cases; 43 valid cases

—

P.20_1_B TÍTULO DE LOS PROGRAMAS QUE TE GRABAN

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CRUZ Y RAYA.COM	1	12	34,3	40,0
CLUB MEGATRIX	2	5	14,3	16,7
ESTA ES MI GENTE	3	3	8,6	10,0
VIDEOS, VIDEOS	4	3	8,6	10,0
OTROS PROGRAMAS	5	12	34,3	40,0
		-----	-----	-----
	Total responses	35	100,0	116,7

410 missing cases; 30 valid cases

—

P.20_1_C TÍTULO DE LOS CONCURSOS QUE TE GRABAN

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
OPERACIÓN TRIUNFO	1	51	72,9	79,7
TRIUNFOMANÍA	2	10	14,3	15,6
CONFIANZA CIEGA	3	3	4,3	4,7
GRAN HERMANO	4	3	4,3	4,7
MENUDAS ESTRELLAS	5	2	2,9	3,1
OTROS CONCURSOS	6	1	1,4	1,6
		-----	-----	-----
	Total responses	70	100,0	109,4

376 missing cases; 64 valid cases

—

P.20_1_D TÍTULO DE LAS SERIES QUE TE GRABAN

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
ANA Y LOS SIETE	1	28	21,5	29,5
CUÉNTAME CÓMO PASÓ	2	28	21,5	29,5
COMPAÑEROS	3	22	16,9	23,2
UN PASO ADELANTE	4	7	5,4	7,4
ALADINA	5	5	3,8	5,3
HOSPITAL CENTRAL	6	5	3,8	5,3
JAVIER YA NO VIVE SOLO	7	5	3,8	5,3
PERIODISTAS	8	5	3,8	5,3
EMBRUJADAS	9	5	3,8	5,3
EL COMISARIO	10	3	2,3	3,2
OTRAS SERIES	11	17	13,1	17,9
		-----	-----	-----
	Total responses	130	100,0	136,8

345 missing cases; 95 valid cases

—

P.20_2_A SÍ TE GRABAN, ¿POR QUÉ?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
INTERÉS CONTENIDOS	1	177	65,6	70,5
DESCANSO NOCTURNO	2	68	25,2	27,1
REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES	3	25	9,3	10,0
		-----	-----	-----
	Total responses	270	100,0	107,6

189 missing cases; 251 valid cases

P.20_2_B NO TE GRABAN, ¿POR QUÉ?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
ESCASO INTERÉS PROGRAMACIÓN	1	45	49,5	50,6
DIFICULTADES PARA GRABAR: MAL FUNCIONAMI	2	30	33,0	33,7
LIMITACIÓN PADRES	3	16	17,6	18,0
		-----	-----	-----
	Total responses	91	100,0	102,2

351 missing cases; 89 valid cases

TABLAS DE CONTINGENCIA¹

TABLA 1: VER LA TELEVISIÓN CON LOS PADRES INFLUYE EN LA HORA DE ACOSTARSE

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
A.2 HORA DE ACOSTARSE * 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	428	97,3%	12	2,7%	440	100,0%

Tabla de contingencia A.2 HORA DE ACOSTARSE * 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas

			7...3m- VEO LA TELE CON... Papas		Total
			SI	NO	
A.2 HORA DE ACOSTARSE	DE 8 A 10	Recuento	98	97	195
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	50,3%	49,7%	100,0%
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	40,8%	51,6%	45,6%
		% del total	22,9%	22,7%	45,6%
	DE 10 A 12	Recuento	126	86	212
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	59,4%	40,6%	100,0%
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	52,5%	45,7%	49,5%
		% del total	29,4%	20,1%	49,5%
	MÁS TARDE 12	Recuento	16	5	21
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	76,2%	23,8%	100,0%
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	6,7%	2,7%	4,9%
		% del total	3,7%	1,2%	4,9%
Total	Recuento	240	188	428	
	% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	56,1%	43,9%	100,0%	
	% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	56,1%	43,9%	100,0%	

Estadístico: *Chi-cuadrado de Pearson*: Valor 7,101 y Sig. Asintótica 0,029.

¹ En la parte inferior de cada tabla se adjunta el estadístico *Chi cuadrado* propuesto por Pearson (1911) que nos permite contrastar la hipótesis planteada en cada caso, estableciendo si existe o no relación entre las variables estudiadas, mediante el contraste entre las frecuencias observadas y las esperadas. De este modo, si la probabilidad (Significación asintótica o nivel de significación observado) es inferior a 0,05; las variables están relacionadas y, por tanto, podemos afirmar que la tabla es significativa.

TABLA 2: VER LA TELEVISIÓN CON LOS PADRES INFLUYE EN LA CANTIDAD DE HORAS DIARIAS QUE SE CONSUMEN

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P12 RECODIFICADA * 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	426	96,8%	14	3,2%	440	100,0%

Tabla de contingencia P12 RECODIFICADA * 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas

		7...3m- VEO LA TELE CON... Papas		Total
		SI	NO	
P12 RECODIFICADA/ MENOS DE 2 HORAS	Recuento	128	124	252
	% de P12 RECODIFICADA	50,8%	49,2%	100,0%
	% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	53,3%	66,7%	59,2%
	% del total	30,0%	29,1%	59,2%
DE 2 A 4 HORAS	Recuento	66	28	94
	% de P12 RECODIFICADA	70,2%	29,8%	100,0%
	% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	27,5%	15,1%	22,1%
	% del total	15,5%	6,6%	22,1%
MÁS DE 4 HORAS	Recuento	46	34	80
	% de P12 RECODIFICADA	57,5%	42,5%	100,0%
	% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	19,2%	18,3%	18,8%
	% del total	10,8%	8,0%	18,8%
Total	Recuento	240	186	426
	% de P12 RECODIFICADA	56,3%	43,7%	100,0%
	% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	56,3%	43,7%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 10,550 y Sig. Asintótica 0,005.

TABLA 3: LA EDAD INFLUYE EN VER LA TELEVISIÓN JUNTO CON LOS PADRES

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
7...3m- VEO LA TELE CON... Papas * EDAD RECODIFICADA	428	97,3%	12	2,7%	440	100,0%

Tabla de contingencia 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	SI	Recuento	102	138	240
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	42,5%	57,5%	100,0%
	NO	% de EDAD RECODIFICADA	51,0%	60,5%	56,1%
		% del total	23,8%	32,2%	56,1%
Total	SI	Recuento	98	90	188
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	52,1%	47,9%	100,0%
	NO	% de EDAD RECODIFICADA	49,0%	39,5%	43,9%
		% del total	22,9%	21,0%	43,9%
Total	SI	Recuento	200	228	428
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	46,7%	53,3%	100,0%
	NO	% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	46,7%	53,3%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 3,925 y Sig. Asintótica 0,048.

TABLA 4: LA EDAD INFLUYE EN DIALOGAR CON LOS PADRES DE LO QUE SE VE EN TV

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás * EDAD RECODIFICADA	440	100,0%	0	,0%	440	100,0%

Tabla de contingencia 15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás	SI	Recuento	92	143	235
		% de 15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás	39,1%	60,9%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	44,0%	61,9%	53,4%
		% del total	20,9%	32,5%	53,4%
	NO	Recuento	117	88	205
		% de 15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás	57,1%	42,9%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	56,0%	38,1%	46,6%
		% del total	26,6%	20,0%	46,6%
Total		Recuento	209	231	440
		% de 15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás	47,5%	52,5%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	47,5%	52,5%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson**: Valor 14,106 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 5: IR A CASA DESPUÉS DEL COLEGIO, EN LUGAR DE REALIZAR OTRAS ACTIVIDADES EN EL TIEMPO DE OCIO, AFECTA A LA CANTIDAD DE TELEVISIÓN QUE SE VE AL DÍA

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P12 RECODIFICADA * 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa	435	98,9%	5	1,1%	440	100,0%

Tabla de contingencia P12 RECODIFICADA * 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa

	1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa			Total
	VOY A CASA	OTRAS ACTIVIDADES	99	
P12 RECODIFICADA MENOS DE 2 HORAS	Recuento	171	90	261
	% de P12 RECODIFICADA	65,5%	34,5%	100,0%
	% de 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa	55,5%	71,4%	60,0%
	% del total	39,3%	20,7%	60,0%
DE 2 A 4 HORAS	Recuento	75	20	95
	% de P12 RECODIFICADA	78,9%	21,1%	100,0%
	% de 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa	24,4%	15,9%	21,8%
	% del total	17,2%	4,6%	21,8%
MÁS DE 4 HORAS	Recuento	62	16	79
	% de P12 RECODIFICADA	78,5%	20,3%	100,0%
	% de 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa	20,1%	12,7%	18,2%
	% del total	14,3%	3,7%	18,2%
Total	Recuento	308	126	435
	% de P12 RECODIFICADA	70,8%	29,0%	100,0%
	% de 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	70,8%	29,0%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 13,951 y Sig. Asintótica 0,007.

TABLA 6: EL NÚMERO DE EQUIPOS DE TELEVISIÓN CON LOS QUE CUENTA EL HOGAR REPERCUTE EN LA CANTIDAD DE TIEMPO QUE SE CONSUME AL DÍA

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P12 RECODIFICADA * NÚMERO DE TV RECODIFICADA	437	99,3%	3	,7%	440	100,0%

Tabla de contingencia P12 RECODIFICADA * NÚMERO DE TV RECODIFICADA

		NÚMERO DE TV RECODIFICADA			Total
		DE 0 A 2	DE 3 A 4 TV	5 O MÁS	
P12 RECODIFICA MENOS DE 2 HORAS	Recuento	204	55	3	262
	% de P12 RECODIFICADA	77,9%	21,0%	1,1%	100,0%
	% de NÚMERO DE TV RECODIFICADA	65,4%	46,6%	42,9%	60,0%
	% del total	46,7%	12,6%	,7%	60,0%
DE 2 A 4 HORAS	Recuento	62	33		95
	% de P12 RECODIFICADA	65,3%	34,7%		100,0%
	% de NÚMERO DE TV RECODIFICADA	19,9%	28,0%		21,7%
	% del total	14,2%	7,6%		21,7%
MÁS DE 4 HORAS	Recuento	46	30	4	80
	% de P12 RECODIFICADA	57,5%	37,5%	5,0%	100,0%
	% de NÚMERO DE TV RECODIFICADA	14,7%	25,4%	57,1%	18,3%
	% del total	10,5%	6,9%	,9%	18,3%
Total	Recuento	312	118	7	437
	% de P12 RECODIFICADA	71,4%	27,0%	1,6%	100,0%
	% de NÚMERO DE TV RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	71,4%	27,0%	1,6%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 20,703 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 7: VER TV EN LA PROPIA HABITACIÓN REPERCUTE EN EL TIEMPO DIARIO DE CONSUMO

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P12 RECODIFICADA * 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN	437	99,3%	3	,7%	440	100,0%

Tabla de contingencia P12 RECODIFICADA * 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN

		9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN		Total
		SI	NO	
P12 RECODIFICADA MENOS DE 2 HORAS	Recuento	47	215	262
	% de P12 RECODIFICADA	17,9%	82,1%	100,0%
	% de 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN	40,9%	66,8%	60,0%
	% del total	10,8%	49,2%	60,0%
DE 2 A 4 HORAS	Recuento	32	63	95
	% de P12 RECODIFICADA	33,7%	66,3%	100,0%
	% de 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN	27,8%	19,6%	21,7%
	% del total	7,3%	14,4%	21,7%
MÁS DE 4 HORAS	Recuento	36	44	80
	% de P12 RECODIFICADA	45,0%	55,0%	100,0%
	% de 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN	31,3%	13,7%	18,3%
	% del total	8,2%	10,1%	18,3%
Total	Recuento	115	322	437
	% de P12 RECODIFICADA	26,3%	73,7%	100,0%
	% de 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	26,3%	73,7%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson**: Valor 26,544 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 8: LA EDAD DETERMINA LA HORA EN QUE SUELEN ACOSTARSE LOS NIÑOS

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
A.2 HORA DE ACOSTARSE * EDAD RECODIFICADA	440	100,0%	0	,0%	440	100,0%

Tabla de contingencia A.2 HORA DE ACOSTARSE * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9	DE 10 A 12	
A.2 HORA DE ACOSTARSE	DE 8 A 10	Recuento	130	75	205
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	63,4%	36,6%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	62,2%	32,5%	46,6%
		% del total	29,5%	17,0%	46,6%
	DE 10 A 12	Recuento	68	146	214
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	31,8%	68,2%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	32,5%	63,2%	48,6%
		% del total	15,5%	33,2%	48,6%
	MÁS TARDE 12	Recuento	11	10	21
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	52,4%	47,6%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	5,3%	4,3%	4,8%
		% del total	2,5%	2,3%	4,8%
Total	Recuento	209	231	440	
	% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	47,5%	52,5%	100,0%	
	% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	47,5%	52,5%	100,0%	

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 42,239 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 9: LA EDAD DETERMINA EL NÚMERO DE HORAS DE TELEVISIÓN QUE VEN LOS NIÑOS

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P12 RECODIFICADA * EDAD RECODIFICADA	438	99,5%	2	,5%	440	100,0%

Tabla de contingencia P12 RECODIFICADA * EDAD RECODIFICADA

		EDAD RECODIFICADA		Total
		DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
P12 RECODIFICADA MENOS DE 2 HORAS	Recuento	128	135	263
	% de P12 RECODIFICADA	48,7%	51,3%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	61,8%	58,4%	60,0%
	% del total	29,2%	30,8%	60,0%
DE 2 A 4 HORAS	Recuento	35	60	95
	% de P12 RECODIFICADA	36,8%	63,2%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	16,9%	26,0%	21,7%
	% del total	8,0%	13,7%	21,7%
MÁS DE 4 HORAS	Recuento	44	36	80
	% de P12 RECODIFICADA	55,0%	45,0%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	21,3%	15,6%	18,3%
	% del total	10,0%	8,2%	18,3%
Total	Recuento	207	231	438
	% de P12 RECODIFICADA	47,3%	52,7%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	47,3%	52,7%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson**: Valor 6,269 y Sig. Asintótica 0,044.

TABLA 10: LA EDAD DETERMINA LA MAYOR RESPONSABILIDAD EN LAS ACTIVIDADES DEL NIÑO EN SU LLEGADA A CASA TRAS LA SALIDA DEL COLEGIO.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
3- LO PRIMERO QUE HACES * EDAD RECODIFICADA	424	96,4%	16	3,6%	440	100,0%

Tabla de contingencia 3- LO PRIMERO QUE HACES * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9	DE 10 A 12	
3- LO PRIMERO QUE HACES	MERENDAR	Recuento	71	80	151
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	47,0%	53,0%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	35,1%	36,0%	35,6%
		% del total	16,7%	18,9%	35,6%
HACER LOS DEBERES	HACER LOS DEBERES	Recuento	50	87	137
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	36,5%	63,5%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	24,8%	39,2%	32,3%
		% del total	11,8%	20,5%	32,3%
VER LA TELEVISION	VER LA TELEVISION	Recuento	18	8	26
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	69,2%	30,8%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	8,9%	3,6%	6,1%
		% del total	4,2%	1,9%	6,1%
JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	Recuento	16	9	25
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	64,0%	36,0%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	7,9%	4,1%	5,9%
		% del total	3,8%	2,1%	5,9%
JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	Recuento	15	2	17
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	88,2%	11,8%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	7,4%	,9%	4,0%
		% del total	3,5%	,5%	4,0%
RECOGER MI CUARTO	RECOGER MI CUARTO	Recuento	2	11	13
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	15,4%	84,6%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	1,0%	5,0%	3,1%
		% del total	,5%	2,6%	3,1%
HABLAR CON MIS PADRES	HABLAR CON MIS PADRES	Recuento	7	9	16
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	43,8%	56,3%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	3,5%	4,1%	3,8%
		% del total	1,7%	2,1%	3,8%
UTILIZAR EL ORDENADOR	UTILIZAR EL ORDENADOR	Recuento	3	1	4
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	75,0%	25,0%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	1,5%	,5%	,9%
		% del total	,7%	,2%	,9%
VARIAS ACTIVIDADES SIMULTÁNEAMENTE	VARIAS ACTIVIDADES SIMULTÁNEAMENTE	Recuento	20	15	35
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	57,1%	42,9%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	9,9%	6,8%	8,3%
		% del total	4,7%	3,5%	8,3%
Total	Total	Recuento	202	222	424
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	47,6%	52,4%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	47,6%	52,4%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 33,603 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 11: LOS GUSTOS POR LAS DIFERENTES ALTERNATIVAS REALIZADAS EN EL TIEMPO LIBRE CAMBIAN EN FUNCIÓN DE LA EDAD

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	1	163	176	339
MERENDAR		48,1	51,9	78,1
		78,4	77,9	
		37,6	40,6	
	2	150	160	310
HACER LOS DEBERES		48,4	51,6	71,4
		72,1	70,8	
		34,6	36,9	
	3	170	198	368
VER LA TELEVISION		46,2	53,8	84,8
		81,7	87,6	
		39,2	45,6	
	4	101	129	230
JUGAR A LA VIDEOCONS		43,9	56,1	53,0
		48,6	57,1	
		23,3	29,7	
	5	173	169	342
JUGAR CON JUEGOS O J		50,6	49,4	78,8
		83,2	74,8	
		39,9	38,9	
	6	98	98	196
RECOGER MI CUARTO		50,0	50,0	45,2
		47,1	43,4	
		22,6	22,6	
Column		208	226	434
Total		47,9	52,1	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
Row pct		12		Row
Col pct				Total
Tab pct		1	2	
7	118	149	267	
HABLAR CON MIS PADRE	44,2	55,8	61,5	
	56,7	65,9		
	27,2	34,3		
8	133	153	286	
UTILIZAR EL ORDENADO	46,5	53,5	65,9	
	63,9	67,7		
	30,6	35,3		
9	4	9	13	
DEPORTES	30,8	69,2	3,0	
	1,9	4,0		
	,9	2,1		
10	1	4	5	
MÚSICA	20,0	80,0	1,2	
	,5	1,8		
	,2	,9		
11	1	14	15	
LEER	6,7	93,3	3,5	
	,5	6,2		
	,2	3,2		
Column	208	226	434	
Total	47,9	52,1	100,0	

Percents and totals based on respondents

434 valid cases; 6 missing cases

TABLA 12: LA EDAD INFLUYE EN EL HECHO DE JUGAR SOLO O ACOMPAÑADO²

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a * EDAD RECODIFICADA	440	100,0%	0	,0%	440	100,0%

Tabla de contingencia 5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a	sí	Recuento	70	64	134
		% de 5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a	52,2%	47,8%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	33,5%	27,7%	30,5%
		% del total	15,9%	14,5%	30,5%
	no	Recuento	139	167	306
		% de 5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a	45,4%	54,6%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	66,5%	72,3%	69,5%
		% del total	31,6%	38,0%	69,5%
Total		Recuento	209	231	440
		% de 5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a	47,5%	52,5%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	47,5%	52,5%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 1,735 y Sig. Asintótica 0,188.

² En esta tabla, la significación asintótica se eleva a 0,188; por lo que al ser superior a 0,05 podemos concluir que no existe relación entre las variables analizadas.

TABLA 13: LA EDAD INFLUYE EN HACER LOS DEBERES SOLO O ACOMPAÑADO

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
6...1m- DEBERES CON... Solo/a * EDAD RECODIFICADA	440	100,0%	0	,0%	440	100,0%

Tabla de contingencia 6...1m- DEBERES CON... Solo/a * EDAD RECODIFICADA

		EDAD RECODIFICADA		Total
		DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
6...1m- DEBERES si CON... Solo/a	Recuento	129	180	309
	% de 6...1m- DEBERES CON... Solo/a	41,7%	58,3%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	61,7%	77,9%	70,2%
	% del total	29,3%	40,9%	70,2%
no	Recuento	80	51	131
	% de 6...1m- DEBERES CON... Solo/a	61,1%	38,9%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	38,3%	22,1%	29,8%
	% del total	18,2%	11,6%	29,8%
Total	Recuento	209	231	440
	% de 6...1m- DEBERES CON... Solo/a	47,5%	52,5%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	47,5%	52,5%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 13,772 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 14: LA EDAD INFLUYE EN VER LA TELEVISIÓN SOLO O ACOMPAÑADO

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a * EDAD RECODIFICADA	440	100,0%	0	,0%	440	100,0%

Tabla de contingencia 7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a	si	Recuento	41	29	70
		% de 7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a	58,6%	41,4%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	19,6%	12,6%	15,9%
		% del total	9,3%	6,6%	15,9%
	no	Recuento	168	202	370
		% de 7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a	45,4%	54,6%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	80,4%	87,4%	84,1%
		% del total	38,2%	45,9%	84,1%
Total	Recuento	209	231	440	
	% de 7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a	47,5%	52,5%	100,0%	
	% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	47,5%	52,5%	100,0%	

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson**: Valor 4,092 y Sig. Asintótica 0,043.

TABLA 15: LAS PREFERENCIAS TELEVISIVAS DE LOS NIÑOS VARÍAN CONFORME AVANZA SU EDAD.

	Count	DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	Row Total
Row pct				
Col pct				
Tab pct		1	2	
1	227	298	525	
DIBUJOS ANIMADOS	43,2	56,8	122,4	
	112,4	131,3		
	52,9	69,5		
2	93	216	309	
SERIES	30,1	69,9	72,0	
	46,0	95,2		
	21,7	50,3		
3	108	124	232	
PROGRAMAS	46,6	53,4	54,1	
	53,5	54,6		
	25,2	28,9		
4	89	112	201	
CONCURSOS	44,3	55,7	46,9	
	44,1	49,3		
	20,7	26,1		
5	30	52	82	
PELÍCULAS	36,6	63,4	19,1	
	14,9	22,9		
	7,0	12,1		
6	13	27	40	
TELENOVELAS	32,5	67,5	9,3	
	6,4	11,9		
	3,0	6,3		
Column Total	202	227	429	
	47,1	52,9	100,0	

	Count	DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	Row Total
Row pct				
Col pct				
Tab pct		1	2	
7	7	28	35	
DEPORTES	20,0	80,0	8,2	
	3,5	12,3		
	1,6	6,5		
8	8	13	21	
DOCUMENTALES	38,1	61,9	4,9	
	4,0	5,7		
	1,9	3,0		
9	11	9	20	
CANAL INFANTIL	55,0	45,0	4,7	
	5,4	4,0		
	2,6	2,1		
10	11	7	18	
PELÍCULAS INFANTILES	61,1	38,9	4,2	
	5,4	3,1		
	2,6	1,6		
11	7	11	18	
CANAL CONCRETO	38,9	61,1	4,2	
	3,5	4,8		
	1,6	2,6		
12	1	11	12	
PUBLICIDAD	8,3	91,7	2,8	
	,5	4,8		
	,2	2,6		
Column Total	202	227	429	
	47,1	52,9	100,0	

Count	DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	Row Total
Row pct			
Col pct			
Tab pct	1	2	
13	7	4	11
INFORMATIVOS E INFOR	63,6	36,4	2,6
	3,5	1,8	
	1,6	,9	
14	12	8	20
OTROS PROGRAMAS	60,0	40,0	4,7
	5,9	3,5	
	2,8	1,9	
15	6	1	7
NINGÚN PROGRAMA	85,7	14,3	1,6
	3,0	,4	
	1,4	,2	
Column Total	202	227	429
	47,1	52,9	100,0

Percents and totals based on respondents

429 valid cases; 11 missing cases

TABLA 15.1: LA EDAD DETERMINA LOS GUSTOS TELEVISIVOS: DIBUJOS ANIMADOS

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
LOS SIMPSON	1	33	85	118
		28,0	72,0	42,1
		26,8	54,1	
		11,8	30,4	
CAMPEONES	2	21	32	53
		39,6	60,4	18,9
		17,1	20,4	
		7,5	11,4	
DORAEMON	3	14	26	40
		35,0	65,0	14,3
		11,4	16,6	
		5,0	9,3	
POKÉMON	4	21	14	35
		60,0	40,0	12,5
		17,1	8,9	
		7,5	5,0	
DRAGON BALL	5	11	21	32
		34,4	65,6	11,4
		8,9	13,4	
		3,9	7,5	
LA BANDA DEL PATIO	6	9	17	26
		34,6	65,4	9,3
		7,3	10,8	
		3,2	6,1	
	Column	123	157	280
	Total	43,9	56,1	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
Row pct		12		Row
Col pct				Total
Tab pct		1	2	
	7	12	8	20
DIGIMON		60,0	40,0	7,1
		9,8	5,1	
		4,3	2,9	
	8	2	11	13
LA MOMIA NIÑERA		15,4	84,6	4,6
		1,6	7,0	
		,7	3,9	
	9	11	1	12
LAS TRES MELLIZAS		91,7	8,3	4,3
		8,9	,6	
		3,9	,4	
	10	3	9	12
FUTURAMA		25,0	75,0	4,3
		2,4	5,7	
		1,1	3,2	
	11	6	2	8
SPIDERMAN		75,0	25,0	2,9
		4,9	1,3	
		2,1	,7	
	12	5	3	8
TOM Y JERRY		62,5	37,5	2,9
		4,1	1,9	
		1,8	1,1	
Column		123	157	280
Total		43,9	56,1	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	13	1	6	7
SOUTH PARK		14,3	85,7	2,5
		,8	3,8	
		,4	2,1	
	14	5	1	6
LAS SUPERNENAS		83,3	16,7	2,1
		4,1	,6	
		1,8	,4	
	15	1	5	6
MONSTER RANCHER		16,7	83,3	2,1
		,8	3,2	
		,4	1,8	
	16	58	47	105
OTROS DIBUJOS		55,2	44,8	37,5
		47,2	29,9	
		20,7	16,8	
	Column	123	157	280
	Total	43,9	56,1	100,0

Percents and totals based on respondents
280 valid cases; 160 missing cases

TABLA 15.2: LA EDAD DETERMINA LOS GUSTOS TELEVISIVOS: PROGRAMAS

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
1		24	22	46
CRUZ Y RAYA.COM		52,2	47,8	29,3
		36,4	24,2	
		15,3	14,0	
2		21	19	40
CLUB DISNEY		52,5	47,5	25,5
		31,8	20,9	
		13,4	12,1	
3		9	15	24
CLUB MEGATRIX		37,5	62,5	15,3
		13,6	16,5	
		5,7	9,6	
4		9	14	23
ESTA ES MI GENTE		39,1	60,9	14,6
		13,6	15,4	
		5,7	8,9	
5		11	1	12
ART ATTACK		91,7	8,3	7,6
		16,7	1,1	
		7,0	,6	
6		7	6	13
EL DIARIO DE PATRICI		53,8	46,2	8,3
		10,6	6,6	
		4,5	3,8	
Column		66	91	157
Total		42,0	58,0	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
Row pct	12			Row
Col pct				Total
Tab pct	1	2		
7	1	8	9	
EL INFORMAL	11,1	88,9	5,7	
	1,5	8,8		
	,6	5,1		
8	3	5	8	
NOCHE DE FIESTA	37,5	62,5	5,1	
	4,5	5,5		
	1,9	3,2		
9	2	5	7	
DESESPERADO CLUB SOC	28,6	71,4	4,5	
	3,0	5,5		
	1,3	3,2		
10	0	6	6	
LA BATIDORA	,0	100,0	3,8	
	,0	6,6		
	,0	3,8		
11	3	2	5	
TPH CLUB	60,0	40,0	3,2	
	4,5	2,2		
	1,9	1,3		
12	3	1	4	
CYBERCLUB	75,0	25,0	2,5	
	4,5	1,1		
	1,9	,6		
Column Total	66	91	157	
	42,0	58,0	100,0	

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	13	4	0	4
A TU LADO		100,0	,0	2,5
		6,1	,0	
		2,5	,0	
	14	9	19	28
OTROS PROGRAMAS		32,1	67,9	17,8
		13,6	20,9	
		5,7	12,1	
	Column	66	91	157
	Total	42,0	58,0	100,0

Percents and totals based on respondents

157 valid cases; 283 missing cases

TABLA 15.3: LA EDAD DETERMINA LOS GUSTOS TELEVISIVOS: CONCURSOS

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
1		34	66	100
OPERACIÓN TRIUNFO		34,0	66,0	67,1
		54,0	76,7	
		22,8	44,3	
2		18	16	34
PASAPALABRA		52,9	47,1	22,8
		28,6	18,6	
		12,1	10,7	
3		9	5	14
¡A SACO!		64,3	35,7	9,4
		14,3	5,8	
		6,0	3,4	
4		5	5	10
GRAN HERMANO		50,0	50,0	6,7
		7,9	5,8	
		3,4	3,4	
5		1	7	8
CONFIANZA CIEGA		12,5	87,5	5,4
		1,6	8,1	
		,7	4,7	
6		3	1	4
DECISIÓN FINAL		75,0	25,0	2,7
		4,8	1,2	
		2,0	,7	
Column		63	86	149
Total		42,3	57,7	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
Row pct		12		Row
Col pct				Total
Tab pct		1	2	
7		2	2	4
LLUVIA DE ESTRELLAS		50,0	50,0	2,7
		3,2	2,3	
		1,3	1,3	
8		4	0	4
MENUDAS ESTRELLAS		100,0	,0	2,7
		6,3	,0	
		2,7	,0	
9		2	1	3
DESPEGA COMO PUEDas		66,7	33,3	2,0
		3,2	1,2	
		1,3	,7	
10		2	1	3
EL SHOW DE LOS RÉCOR		66,7	33,3	2,0
		3,2	1,2	
		1,3	,7	
11		2	1	3
50X15		66,7	33,3	2,0
		3,2	1,2	
		1,3	,7	
12		3	0	3
GRAND PRIX		100,0	,0	2,0
		4,8	,0	
		2,0	,0	
Column		63	86	149
Total		42,3	57,7	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	13	2	1	3
CIFRAS Y LETRAS		66,7	33,3	2,0
		3,2	1,2	
		1,3	,7	
	14	2	6	8
OTROS CONCURSOS		25,0	75,0	5,4
		3,2	7,0	
		1,3	4,0	
	Column	63	86	149
	Total	42,3	57,7	100,0

Percents and totals based on respondents

149 valid cases; 291 missing cases

TABLA 15.4: LA EDAD DETERMINA LOS GUSTOS TELEVISIVOS: SERIES

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	1	10	32	42
COMPAÑEROS		23,8	76,2	22,2
		15,6	25,6	
		5,3	16,9	
	2	13	22	35
CUÉNTAME CÓMO PASÓ		37,1	62,9	18,5
		20,3	17,6	
		6,9	11,6	
	3	13	19	32
ANA Y LOS SIETE		40,6	59,4	16,9
		20,3	15,2	
		6,9	10,1	
	4	9	15	24
AL SALIR DE CLASE		37,5	62,5	12,7
		14,1	12,0	
		4,8	7,9	
	5	6	13	19
JAVIER YA NO VIVE SO		31,6	68,4	10,1
		9,4	10,4	
		3,2	6,9	
	6	13	4	17
EMBRUJADAS		76,5	23,5	9,0
		20,3	3,2	
		6,9	2,1	
Column		64	125	189
Total		33,9	66,1	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
Row pct		12		Row
Col pct				Total
Tab pct		1	2	
7	4	13	17	
UN PASO ADELANTE	23,5	76,5	9,0	
	6,3	10,4		
	2,1	6,9		
8	5	11	16	
ALADINA	31,3	68,8	8,5	
	7,8	8,8		
	2,6	5,8		
9	2	10	12	
POLICÍAS	16,7	83,3	6,3	
	3,1	8,0		
	1,1	5,3		
10	5	8	13	
SABRINA, COSAS DE BR	38,5	61,5	6,9	
	7,8	6,4		
	2,6	4,2		
11	0	8	8	
SIETE VIDAS	,0	100,0	4,2	
	,0	6,4		
	,0	4,2		
12	3	4	7	
ALF	42,9	57,1	3,7	
	4,7	3,2		
	1,6	2,1		
Column	64	125	189	
Total	33,9	66,1	100,0	

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
Row pct		12		Row
Col pct				Total
Tab pct		1	2	
13	0	7	7	
HOSPITAL CENTRAL	,0	100,0	3,7	
	,0	5,6		
	,0	3,7		
14	0	6	6	
EL COMISARIO	,0	100,0	3,2	
	,0	4,8		
	,0	3,2		
15	0	5	5	
FRIENDS	,0	100,0	2,6	
	,0	4,0		
	,0	2,6		
16	0	5	5	
PERIODISTAS	,0	100,0	2,6	
	,0	4,0		
	,0	2,6		
17	10	27	37	
OTRAS SERIES	27,0	73,0	19,6	
	15,6	21,6		
	5,3	14,3		
Column	64	125	189	
Total	33,9	66,1	100,0	

Percents and totals based on respondents

189 valid cases; 251 missing cases

GRUPOS DE DISCUSIÓN:
GUIÓN EJES TEMÁTICOS

1 - Reparto del tiempo de ocio.

2 - Hábitos de consumo televisivo.

3 - Percepción de valores y contravalores en varias secuencias de imágenes.

4 – Diferencias entre realidad y ficción televisiva.

5 - Percepción de los aspectos críticos en varios mensajes.

6 - Distinción entre series dirigidas a niños y a adultos.

1 - Reparto del tiempo de ocio.

- * Actividades extraescolares dentro y fuera del hogar, ¿cuáles?**
- * Actividades dentro del hogar, ¿cuáles y cuánto tiempo?**
- * Tiempo dedicado a hacer los deberes. ¿Solo o acompañado?**
- * Tiempo destinado a jugar. ¿A qué y con quién?**
- * Tiempo dedicado a ver la televisión. ¿Solo o acompañado?**
- * Actividades preferidas. De las mencionadas antes (que realizas tanto dentro como fuera del hogar), elige 3.**
- * Utilidad de cada actividad. ¿Para qué te sirve?**
- * ¿Qué te gustaría hacer en tu tiempo libre si pudieras hacer lo que quisieras?. Se admite cualquier posibilidad...**

2 - Hábitos de consumo televisivo.

- * ¿Cuánto tiempo veis al día la tele? (repetición de pregunta para asentar respuestas).
- * ¿Cuándo veis la televisión?. Horarios (mañana, mediodía, tarde, noche). Diferencias entre lunes a viernes y fines de semana.
- * ¿Dónde veis la tele?
- * ¿Cómo veis la televisión? (dejar la pregunta abierta, para ver si la interpretan: solos o acompañados, ubicación,...).
- * ¿Para qué veis la tele?
- * Aspectos positivos de ver la tele (cosas buenas).
- * Aspectos negativos de ver la tele (cosas malas).
- * Encendéis la tele para ver algo que sabéis que van a poner o para ver lo que estén echando, aunque no sepáis lo que es.
- * Veis todo lo que queréis en la tele o tenéis algún límite a la hora de ver la televisión... ¿Cuál/es, quién/es lo/s establecen?
- * ¿Qué hacéis cuando se emite algo que no os gusta?
- * Preferencias de la televisión: Programas y personajes que más os gustan.
- * ¿Qué hacéis cuando ponen publicidad en medio de vuestro programa favorito?
- * ¿Qué otras alternativas elegís antes de la televisión en vuestro tiempo libre?
- * ¿Qué cambiaríais de la televisión actual?
- * ¿De qué manera os gustaría participar en la tele?
- * ¿Habéis pasado alguna vez miedo viendo la tele...? (Contad la experiencia).

- IMAGEN 1: Serie “*Los tres amigos y Jerry*”.

- * **¿Qué tipo de programas veis con vuestros padres?**
- * **¿Habláis con ellos mientras los veis o después de verlos?**
- * **¿Preguntáis a vuestros papás lo que no entendéis de la tele? ¿Por qué?**
- * **¿Con qué otras personas que no sean vuestros papás habláis de lo que veis en la tele?**
- * **Ver la televisión con vuestros papás os aporta...**
- * **No ver la tele con vuestros papás os aporta...**

- IMAGEN 2: Spot “*Ver la televisión con personas mayores*”.

3 - Percepción de valores y contravalores en varias secuencias de imágenes.

- * ¿Qué habéis visto en esta imagen?**
- * ¿Qué aspectos positivos (cosas buenas) habéis encontrado? ¿Por qué?**
- * ¿Qué aspectos negativos (cosas malas) habéis encontrado? ¿Por qué?**
- * ¿Habéis hablado de este tema en algún sitio antes?**
- * ¿Con quién hablasteis de esto antes?**
- * ¿Conocéis a alguien que...?**
- * ¿Os gustaría...? ¿Por qué?**

- **IMAGEN 3**: - Serie “*Blooson*”. Tema: Consumo alcohol.
- **IMAGEN 4**: - Serie “*Compañeros*”. Tema: Consumo alcohol.
- **IMAGEN 5**: - Noticia “*Viajes de ensueño*”. Tema: Gasto desmedido.
- **IMAGEN 6**: - Serie “*Pato Donald*”. Tema: Ahorro.
- **IMAGEN 7**: - Spot campaña “*Punto verde*”. Tema: Reciclaje.

- *Comparación de dos spots:*

- **IMAGEN 8**: - Spot “*coche Hot wheels*”.
- **IMAGEN 9**: - Spot campaña “*DGT*”.

(Primero, verlos por separado):

- * ¿Qué habéis visto en esta imagen?**
- * ¿Qué aspectos positivos (cosas buenas) habéis encontrado? ¿Por qué?**
- * ¿Qué aspectos negativos (cosas malas) habéis encontrado? ¿Por qué?**

(Una vez vistos los dos anuncios, establecer comparaciones):

- * ¿Tienen algo en común estos anuncios?**
- * ¿Cuál de los dos te ha gustado más?**
- * ¿Por qué motivos?**

4- Diferencias entre realidad y ficción televisiva.

- * Lo que acabáis de ver, ¿es realidad o ficción?**
- * ¿Creéis que eso ocurre en la vida real?**
- * ¿Qué diferencias pensáis que hay entre lo que veis en la tele y lo que vivís en la realidad?**
- * Algo de lo que veis en la tele, ¿es real?. ¿Por qué?...**

- **IMÁGENES**: Las mismas que en el apartado anterior (de la 3 a la 9), puesto que también nos sirven para analizar si diferencian entre realidad y ficción, en función del formato televisivo que estén viendo: serie infantil/juvenil, serie familiar, serie de dibujos animados, noticia o spot.

5 - Percepción de los aspectos críticos en varios mensajes.

*** ¿De qué trata esta imagen?**

*** ¿Critica algo?**

(Describen únicamente o captan el mensaje).

- **IMAGEN 10**: Programa “*Desesperado Club Social*”. Tema: Abandono de animales (Mensaje directo).

- **IMAGEN 11**: Serie “*Los Simpson*”. Tema: Realización de actividades productivas, por ejemplo ver un documental educativo o realizar los deberes, vs. otras que, llevadas a un extremo, pueden considerarse perjudiciales, como el enganche a los videojuegos. (Mensaje para adultos).

- **IMAGEN 12**: Spot campaña de “*prevención de consumo de tabaco*”. (Mensaje abstracto).

6 - Distinción entre series dirigidas a niños y a adultos.

- * **¿Habéis visto alguna vez esta serie? (La siguen, la han visto esporádicamente, no la han visto nunca,...).**
- * **¿Con quién la habéis visto?**
- * **¿Sabéis a qué hora se emite?**
- * **¿De qué trata? (conocéis argumento, algún personaje,...).**
- * **¿Pensáis que es para niños o para personas mayores?**
- * **¿Por qué pensáis que es para niños o por qué pensáis que es para adultos?**

- IMAGEN 13: Serie “*South Park*”.

- IMAGEN 14: Serie “*Los Simpson*”.

* *Para establecer diferencias con:*

- IMAGEN 6: Serie “*Pato Donald*”.

GRUPOS DE DISCUSIÓN: SECUENCIAS DE IMÁGENES

<u>Nº IMAGEN</u>	<u>FORMATO</u>	<u>EMISIÓN</u>	<u>TEMA</u>	<u>DURACIÓN</u>
1	SERIE DIBUJOS ANIMADOS	"Los tres amigos y Jerry"	Perjuicios de ver la televisión durante mucho tiempo y búsqueda de alternativas	0:01:22
2	SPOT PUBLICITARIO	Campaña "Ver televisión con personas mayores"	Ver televisión acompañado de adultos	0:00:08
3	SERIE INFANTIL/JUVENIL	"Blooson"	Inicio al consumo de alcohol	0:01:00
4	SERIE FAMILIAR	"Compañeros"	Adicción al alcohol	0:00:54
5	NOTICIA	noticia "viajes de ensueño"	Gasto desmedido	0:00:53
6	SERIE DIBUJOS ANIMADOS	"El Pato Donald"	Ahorro	0:01:48
7	SPOT PUBLICITARIO	Campaña reciclaje "Punto verde"	Reciclaje	0:00:30
8	SPOT PUBLICITARIO	Coche "Hot wheels"	Velocidad (coches de juguete)	0:00:20
9	SPOT PUBLICITARIO	Campaña "DGT"	Prevención de accidentes de tráfico	0:00:20
10	PROGRAMA JUVENIL	"Desesperado Club Social"	Abandono de animales	0:01:04
11	SERIE ANIMACIÓN ADULTOS	"Los Simpson" -Lisa enferma-	Incitación de la madre al enganche a los videojuegos y al absentismo escolar	0:01:51
12	SPOT PUBLICITARIO	Campaña "prevención consumo tabaco" (www.youthsmokingprevention.es.net)	Prevención de consumo tabaco en adolescentes: no es necesario fumar para divertirse	0:00:30
13	SERIE ANIMACIÓN ADULTOS	"South Park"	Serie adultos (lenguaje grosero)	0:00:32
14	SERIE ANIMACIÓN ADULTOS	"Los Simpson" -Bart y Homer viendo un programa violento en la televisión pública-	Serie adultos (lenguaje agresivo y violencia física)	0:01:11

TOTAL DURACIÓN **0:12:23**

GRUPOS DE DISCUSIÓN:

SECUENCIAS DE IMÁGENES

- **IMAGEN 1:** Serie de dibujos animados “*Los tres amigos y Jerry*” (perteneciente al contenedor “*Club Megatrix*” de Antena 3 TV). Capítulo “Lección de supervivencia”.

- Descripción: En los hogares de dos de los protagonistas de esta serie, los niños se encuentran viendo la televisión y sus padres la apagan bruscamente, según exponen para “*que salgan a la calle a sudar la camiseta (hacer deporte)*” y porque les “*van a reventar los ojos*”, en cada caso. Posteriormente, uno de los padres lee el periódico, mientras su hijo permanece inmutable a lo que está viendo en un programa de televisión, cuando el padre le interrumpe por el interés que le despierta la noticia que está leyendo: “*...unos científicos afirman que los niños que ven mucho la televisión, de mayores, tienen más posibilidades de ser delincuentes...*” y vuelve a apagar el receptor. Tras esta escena, se muestra una reunión del Consejo Escolar en la que se plantea si alguien tiene alguna “*sugerencia constructiva*” que hacer respecto a la problemática de la cantidad de horas que los niños ven la televisión, a lo que los profesores responden que: “*hacer ejercicio para una buena moralidad*”, “*la lectura para evitar el debilitamiento moral*” o “*estudiar la Biblia como camino a la rectitud*”. Finalmente, el padre que antes salía leyendo el periódico, que es el profesor de gimnasia del colegio, impone la necesidad de “*una lección de supervivencia*”, ya que los niños “*se han vuelto pasivos y blandengues por ver mucho la TV*”.
- Utilidad/finalidad: Esta secuencia nos servirá como síntesis de los dos primeros bloques temáticos. A través de este fragmento de imágenes, se pueden replantear y concretar diversas cuestiones relativas a los siguientes ítems:

- Hábitos de consumo televisivo, ¿cuándo, cuánto, cómo, dónde y con quien ven la TV?
- Aspectos positivos y negativos de ver la televisión.
- Utilidad que tiene en su vida diaria la televisión.
- Consumo mediante elección previa de la programación o sin selección efectuada antes de sentarse a ver la televisión.
- Qué hacen cuando en la televisión se emite algo que no les gusta (con el fin de advertir si, cuando no les gusta lo programado, cambian de canal para ver qué otros espacios emiten o, directamente, apagan el receptor).
- ¿Tienen libertad para ver todo lo que quieren? ¿Qué tipo de límites les establecen?
- Qué otras actividades realizan en su tiempo libre, como alternativas a su práctica televisiva.

- **IMAGEN 2:** Spot “Ver la televisión con personas mayores”, perteneciente a una campaña de Telecinco:

- Descripción: En formato de dibujos animados, se presenta a un niño que coge a sus padres de la mano y les acompaña hasta el sofá para que vean con él la televisión. Mediante una voz en off, se introduce el eslogan: “ *Ver la televisión con personas mayores es mucho mejor*”.
- Utilidad/Finalidad: Con esta imagen, pretendemos conversar con los niños acerca de cuestiones relativas a si comparten con sus padres u otros adultos el tiempo de ocio destinado a ver la televisión. Algunas preguntas que se les pueden plantear:
 - ¿Ven vuestros padres u otros adultos con vosotros la televisión?
 - ¿Qué tipo de programas veis con vuestros padres?
 - ¿Habláis con ellos acerca de los contenidos que veis en la tele?
 - ¿Les preguntáis a vuestros padres lo que no entendéis en la televisión?.

- **IMAGEN 3:** Serie “*Blooson*”, emitida en el contenedor “*Club Megatrix*” de Antena 3 TV.

- **IMAGEN 4:** Serie “*Compañeros*” de Antena 3 TV.

- Descripción: En la primera de las secuencias, las dos adolescentes protagonistas de la serie se encuentran solas en la habitación de un hotel y se disponen a beber alcohol, cuando una de ellas decide renunciar a su intento, debido a una serie de recuerdos negativos que posee de experiencias cercanas. La amiga toma un trago de un vaso que contiene güisqui y se niega a seguir bebiendo porque, según dice, le da asco el sabor.

En la segunda, podemos ver un momento de enorme tensión familiar dado que, debido al alcoholismo de la madre, el hijo menor tiene que irse a vivir con su padre y ella lo interpreta como un abandono y le rechaza. Una joven (su nuera) le reprocha que, debido a su adicción, ha perdido su trabajo y que se lo gasta todo en alcohol.

- Utilidad/Finalidad¹: Mediante el visionado de estas imágenes trataremos de analizar los valores y contravalores que los niños perciben en estos mensajes relacionados con el inicio prematuro al consumo por parte de los adolescentes y con la adicción al alcohol, en los que se recogen los efectos negativos que tiene para la salud y para el entorno familiar.

¹ Otro de los objetivos de las imágenes 3 a 9 es tratar de responder a cómo perciben los niños cada una de estas secuencias, atendiendo a la *escala de niveles de actividad* planteada en la metodología de análisis de la investigación.

- **IMAGEN 5**: Noticia “Viajes de ensueño” en el informativo de Antena 3 TV.

- Descripción: En esta noticia, se informa de las lujosas prestaciones a las que se tiene acceso en viajes considerados “*únicos, para vacaciones de ensueño*” y del gasto millonario que suponen. Por este motivo, sólo tienen la posibilidad de viajar con esta desmesura y “privilegios” personas con un elevadísimo poder adquisitivo.
- Utilidad/Finalidad: Analizar los contravalores, derivados del gasto desmedido, que los niños perciben en este fragmento televisivo.

- **IMAGEN 6**: Serie de dibujos animados “*El Pato Donald*”, emitida en el programa contenedor “*Club Disney*” de Telecinco:

- Descripción: Es el cumpleaños de Donald y sus tres sobrinos quieren comprarle un regalo, deciden que una caja de puros, pero no tienen dinero. Se proponen trabajar arreglando el jardín de su tío para conseguir fondos, le pasan la factura por las tareas realizadas y les paga, al considerarlo un precio razonable. El pato Donald (que desconoce para qué quieren el dinero) les recoge las monedas y las introduce en una hucha. De forma simultánea, a través de una composición musical, se advierte que “*Si eres buen chico y sabes ahorrar, el día de mañana lo agradecerás*”.
- Utilidad/Finalidad: Analizar los valores relativos al concepto de ahorro que los niños perciben en esta secuencia.

- **IMAGEN 7**: Spot sobre el reciclaje, que forma parte de la campaña “*Punto verde*”.

- Descripción: Dos personas jóvenes se encuentran en una cocina, tiran todos los envases a la misma bolsa de basura, por lo que van saltando del cubo. Se dan cuenta de que tienen el “punto verde” y comienzan a separarlos de forma selectiva en distintas bolsas. Mediante voz en off, se indica “*Con la colaboración de todos, este año hemos recuperado cien mil envases*”. Y se introduce el eslogan “*Punto verde. Separar para reciclar.*”.
- Utilidad/Finalidad: Analizar los valores referentes al tema del reciclaje que perciben en este mensaje. Explorar si se fomenta el diálogo positivo, a partir de mensajes televisivos como el que contiene este anuncio perteneciente a una campaña de concienciación social.

- **IMAGEN 8**: Spot coche “*Hot wheels*”.

- Descripción: Unos niños presencian, con atención y entusiasmo, una pista de coches de juguete. Una voz en off introduce, con gran celeridad, un mensaje: *“Hot wheels, los coches más veloces. Hot wheels, listos para salir disparados, llegar los primeros, son rápidos, como una bala. Alcanza velocidades de vértigo en la pista y adelántate a todos. Si tu coche no es un Hot wheels, estás acabado”*. Y se cierra con el eslogan: *“Hot wheels, velocidad a tope”*.

- **IMAGEN 9**: Spot campaña “*DGT*”.

- Descripción: Simula un accidente, con la imagen de dos adultos tumbados en un coche en estado inerte (ausentes de actividad, brazos caídos, cabeza girada, zapatos tirados,...), mientras una niña llora en el asiento trasero. Posteriormente, se observa como se despiertan, sonríen y miran a la niña. Voz en off: *“La somnolencia es una de las principales causas de accidentes de tráfico. Para y duerme, en caso de síntomas evidentes. Tú, sí puedes evitarlo”*.
- Utilidad/Finalidad: Spots **Coche “Hot Wheels” (en contraposición) / “DGT”**: Analizar la descripción que ofrecen los niños de cada uno de los mensajes por separado y los posibles valores (precaución, prevención, prudencia,...) y contravalores (velocidad, rapidez, riesgo,...) que perciban en cada uno de los spots. Delimitar si establecen relaciones entre ambos anuncios; con cuál de los dos mensajes se quedan y porqué motivos, con el fin de concluir si una programación en contraste ayuda a la pedagogía de la imagen.

- **IMAGEN 10**: Programa juvenil “*Desesperado Club Social*” de Antena 3 TV.

- Descripción: una de las presentadoras del programa asevera, de manera crítica, que “*una sociedad que abandona los animales, es una sociedad enferma y con carencias*”. Posteriormente, se da paso a un documento en el que aparecen perros abandonados y se incluye un mensaje, a través de voz en off, en el que se indica “*Solidarios con los demás, con la tierra, con nosotros mismos, con los animales...*”. Después, se ofrecen cifras de los perros y gatos que cada año son abandonados y del fatídico destino de muchos de ellos. Por último, se finaliza con el interrogante: “*Si él no lo haría, ¿por qué vas a hacerlo tú...?*”, cuestión que se deja abierta invitando al televidente a la reflexión.
- Utilidad/Finalidad: En este caso, elegimos un mensaje directo para observar si los niños captan los aspectos críticos que se abordan: crítica a la sociedad y, por tanto, a las personas como ciudadanos por falta de responsabilidad y solidaridad con los animales.

- **IMAGEN 11**: Serie de animación “*Los Simpson*” –Lisa enferma- (Antena 3 TV):

- Descripción: Lisa está enferma y su madre decide que se quede en casa, a pesar de que ella insiste en ir al colegio. La niña está en la cama viendo el canal educativo de televisión y su madre le propone que juegue con los videojuegos de su hermano Bart, puesto que “*en los anuncios dicen que son muy entretenidos*”. Lisa se justifica respondiendo que “*casi no está aprendiendo nada...*”, con el documental que está viendo. Entonces, comienza a jugar con la videoconsola y se muestra aburrída, aunque al final acaba enganchándose. Un compañero de clase le visita y le informa de que tiene que leer un libro para el colegio, pero ella renuncia a sus deberes lectivos y sigue jugando...
- Utilidad/Finalidad: Concretar cómo entienden una secuencia contenida en una serie para adultos y si perciben los aspectos críticos del mensaje, que se fundamenta en el comportamiento cuestionable de la madre por incitar a su hija a hacer lo contrario de lo que se supone socialmente correcto: no ir a clase, jugar a videojuegos en lugar de ver documentales de televisión con fines educativos,...

- **IMAGEN 12**: Spot para la prevención del consumo de tabaco en adolescentes (Campaña www.youthsmokingprevention.es.net).

- Descripción: Se introduce la imagen de un adolescente (*Juan, 14 años*) que realiza varias actividades: escucha música en su walkman mientras recorre una calle en monopatín, rodeado por un grupo de amigos baila en el centro de la pista de una discoteca, etc. y se incluyen rótulos en los que, en cada escenario, se indica: “*No para, No descansa, No se pierde una, No se corta, No fuma*”.
- Utilidad/Finalidad: Examinar cómo interpretan un mensaje narrativamente abstracto y carente de diálogo, si únicamente describen las imágenes o captan el mensaje. Este spot critica el tópico de que fumar ayuda a divertirse más, a ser más abierto y a tener más amigos.

- **IMAGEN 13**: Serie de animación “*South Park*” (Antena 3 TV):

- Descripción: Los cuatro protagonistas de la serie están pasando unas horas en el campo y hablan de los beneficios de “*ser un hombre de bosque*”. Están sentados alrededor de una hoguera, cuando Cartman, con el vulgar lenguaje que caracteriza la serie, dice que se va a casa porque tiene que ir al baño a hacer sus necesidades. Los demás le sugieren que las haga en medio del bosque, pero se muestra poco hábil, no sabe ni cómo ni dónde actuar. Sus amigos, mediante burlas, le responden que detrás de un árbol pero que se aleje de donde están ellos.
- Utilidad/Finalidad: Chequear si han visto alguna vez estos dibujos para adultos emitidos en horario nocturno, si consideran que están destinados a personas mayores y qué argumentos ofrecen al respecto. En este sentido, advertir cómo responden al uso que se hace en la serie de un lenguaje lleno de groserías e insultos.

- **IMAGEN 14**: Serie de animación “*Los Simpson*” –Bart y Homer viendo un programa violento de televisión- (Antena 3 TV):

- Descripción: Se inicia el capítulo con la imagen central del logotipo de una cadena de televisión “*PBS/Thames*” y una voz en off que indica “*Está usted viendo la televisión pública*”. Bart, sorprendido de ver a su padre viendo el canal público, le cuestiona lo que está viendo y Homer le responde que ha “*tropezado con una serie británica realmente deliciosa, que trata sobre una familia de bebedores, pero entrañables hooligans*” y detalla cuál es el argumento: “*cuando no se lían a tortas entre ellos, se lían a patadas en el culo con los peatones*”. A Bart le interesa lo que le ha contado su padre de la serie y se sienta junto a él en el sofá para verla... Comienza la serie británica con la imagen de un padre y un hijo bebiendo cerveza compulsivamente, junto a ellos hay un árbol de navidad y un banderín del equipo de fútbol Manchester. El hijo le dice “*Desgraciadas navidades viejo, así la palmes*” y golpea con brusquedad a su padre en la cabeza con una botella de cerveza. El padre le reprocha que ya le “*abrió la sesera el año pasado*” y le pega con una barra de hierro. Llega la madre, les tira un cubo de lejía por haberle ensuciado la habitación y padre e hijo cogen palos de cricket para pegarle. Homer y Bart aparecen muy atentos a la trama de la serie, cuando se interrumpe con un presentador que califica la actitud de la madre de “*atrevida*” y afirma que “*no es de extrañar que sea la serie de más éxito en Inglaterra*” y que van a emitir siete capítulos seguidos. Homer se queja por la interrupción de la serie...

- Utilidad/Finalidad: Dado que esta serie es la que más éxito tiene entre el público infantil (según consta en los datos de audiencia²), pese a estar destinada a adultos, examinaremos qué motivos argumentan para considerarla una serie para niños. A propósito de lo expuesto, trataremos de explicar cómo entienden que el fragmento seleccionado a propósito, que contiene una fuerte carga de agresión verbal y violencia física, puedan verlo los niños.

² Véase el anexo IX, en el que se expone el cuadro de los 50 programas más vistos en el año 2002, con datos pertenecientes a TN Sofres.

COLEGIO EMPERADOR FERNANDO★

MARCO JURÍDICO

Es una institución docente de carácter público, ubicado en el Distrito III en la calle Ronda Fiscal s/n. De la urbanización Los Gorriones en Alcalá de Henares.

El centro se configura como una comunidad educativa constituida por los alumnos, padres y madres de alumnos, personal no docente y profesores.

MARCO FÍSICO

Se encuadra en la urbanización Los Gorriones, que junto con los barrios de Reyes Católicos-Rinconada, barrio del Pilar y la urbanización Copasa, forman el Distrito III de Alcalá de Henares. Limitado por la Avenida Reyes Católicos, el Paseo de los Curas y la carretera de Pastrana. En el sur de la ciudad, distrito en expansión ya que las construcciones de altura de la urbanización Los Gorriones o Copasa van desapareciendo para dar paso al tipo de vivienda unifamiliar y chalets de nueva construcción.

La industria está ausente en este medio y es el comercio la principal actividad económica del barrio.

Su población compuesta por 19.102 habitantes es estable. La tercera edad predomina en el eje Reyes Católicos, en los Gorriones se asientan parejas más jóvenes, con edades comprendidas entre los 30 y 40 años. Es una población mayoritariamente obrera con un nivel medio bastante aceptable.

El distrito cuenta con un club de pensionistas, el Centro de salud Luis Vives, seis colegios públicos, una Escuela Municipal de Educación Infantil, cuatro guarderías privadas, dos institutos de Bachillerato, el centro de Profesores de Alcalá de Henares y una biblioteca Pública Municipal y varias entidades deportivas junto con las Escuelas Deportivas Municipales de los colegios.

La situación laboral de los padres es tipo medio-bajo.

HISTORIA DEL CENTRO

El Centro empezó a funcionar en el curso escolar 80/81. La misma constructora que construyó la urbanización donde se sitúa el Centro acordó con el Ayuntamiento de Alcalá de Henares la cesión de terrenos y construcción del Colegio es el primer Colegio Municipal de E.G.B. de Alcalá de Henares.

Forma parte de los centros acogidos al Programa de Integración.

CARACTERÍSTICAS ARQUITECTÓNICAS FUNCIONALES

Se divide en tres bloques divididos por zonas de patio.

- El primer bloque consta de planta baja y dos pisos. Se ubican Dirección, Secretaría, Sala de Usos Múltiples, que se utiliza para comedor y teatro, gimnasio, aula de pretecnología, laboratorio y audiovisuales, también las clases de Primaria y Primer Ciclo de ESO.

- El segundo bloque es el Polideportivo Municipal Emperador Fernando.

- En el tercer bloque se imparten clases del Segundo Ciclo de Educación Infantil que consta de cuatro aulas, sala de calderas y dos tutorías.

RASGOS DE IDENTIDAD DEL COLEGIO

Con este Proyecto Educativo de Centro, se pretende formular propósitos para un periodo largo dentro de los límites de la escolarización obligatoria.

- 1.- Respeto a todas las confesiones religiosas sin practicar el adoctrinamiento.
- 2.- La línea metodológica se basa en la observación directa, actividad e individualización.
- 3.- Pluralismo ideológico y valores democráticos, mediante la neutralidad, respeto y no dogmatismo.
- 4.- Coeducación para integrar a los niños disminuidos físicos y psíquicos, superando mitos y tabúes.
- 5.- Modalidad de gestión institucional: democrática, participativa y abierta.

OBJETIVOS GENERALES

El objetivo fundamental es proporcionar a los alumnos, en colaboración con sus familias, los medios necesarios para una educación integral.

- Respeto a la dignidad de la persona.
- Preparación progresiva para el uso responsable de la libertad.
- Educación de los valores afectivos.
- Desarrollo de la capacidad de razonamiento, de la creatividad y de participación.
- Creación de una atmósfera que favorezca la solidaridad, la cooperación y la convivencia integradoras en medio de nuestra sociedad pluralista.
- Educación del espíritu crítico, para ir consiguiendo una actitud renovadora de la sociedad que progrese en los valores de justicia y no discriminación.

- Educación basada en el respeto mutuo hacia los miembros de la colectividad sin tener en cuenta las minusvalías.

ÁMBITOS DE GESTIÓN DEL COLEGIO

A) Ámbito pedagógico

El equipo de profesores del Centro trabajamos los siguientes objetivos dentro de nuestra línea metodológica:

- Potenciar la iniciativa y creatividad.
- Fomentar la observación y los hábitos de trabajo.
- Potenciar la integración de todos los alumnos y la coeducación.
- Elaborar la Programación General del Centro.

B) Ámbito económico-administrativo

Los objetivos son los siguientes:

- Utilizar instrumentos eficaces de comunicación.
- Procurar informatizar todo el trabajo burocrático.

C) Ámbito humano y de servicios

El objetivo relativo a las relaciones interpersonales de la convivencia se pueden articular así:

- Conseguir el respeto y cumplimiento del Reglamento de Régimen interno.

D) Ámbito institucional

Los objetivos relativos a la participación, funciones de los órganos de gobierno y equipo de profesores:

- Impulsar la participación en la gestión de los órganos colegiados.
- Coordinarse y colaborar con otras instituciones (Ayuntamiento, Distrito, Comunidad Autónoma de Madrid,...).
- Fomentar la participación de los padres en las actividades programadas por el colegio.

ORGANIZACIÓN PEDAGÓGICA.

FUNCIONAMIENTO.

Aspectos:

- **Actuación en equipo del profesorado que supone:**
 - Elaborar la programación de aula en conjunto por todos los profesores del mismo nivel.
 - Aplicar dicha programación con los mismos criterios, respetando la peculiar personalidad de cada profesor.
 - Celebrar reuniones periódicas de nivel, ciclo y departamentos.

- **Realización de actividades extraescolares potenciadoras del trabajo de aula según estos principios:**
 - Se programarán al inicio del curso.
 - Las que surjan a lo largo del mismo, aprobadas por la Comisión de Actividades Extraescolares del Consejo Escolar.
 - Se procurará que las realicen el mayor número posible de alumnos.
 - Se realiza el aprendizaje significativo.

- **El profesorado:**
 - Partirá del nivel de desarrollo de los alumnos y de sus aprendizajes previos.
 - Provocará la movilización de los conocimientos previos y de la memorización comprensiva.
 - Proporcionará situaciones en las que los alumnos deban actualizar sus conocimientos.
 - Promoverá situaciones de aprendizaje que resulten motivadoras, que exijan actividad mental y que le lleve a reflexionar y justificar sus actuaciones.

- **El alumnado:**
 - Será el sujeto de las actividades educativas del Centro, sobre el que giren todas las estrategias educativas, para su desarrollo integral como persona.
 - Adoptará una postura activa y participativa en su tarea de aprendizaje y de colaboración en los órganos de representación del centro.

- **La evaluación, recuperación y criterios de promoción del alumnado seguirán el principio de la evaluación continua, para lo cual:**
 - Se respetarán los criterios de evaluación adoptados para cada uno de los ciclos.
 - Se utilizarán todos los procedimientos e instrumentos de evaluación fijados en el Proyecto Curricular.

COLEGIO MONTSERRAT★



COLEGIO
Montserrat



SITUACIÓN DEL CENTRO

El Colegio Montserrat se encuentra ubicado en la calle Juan Esplandiu, 2 bis, en el barrio de La Estrella de Madrid, entre Moratalaz y la estación de metro de Sainz de Baranda.

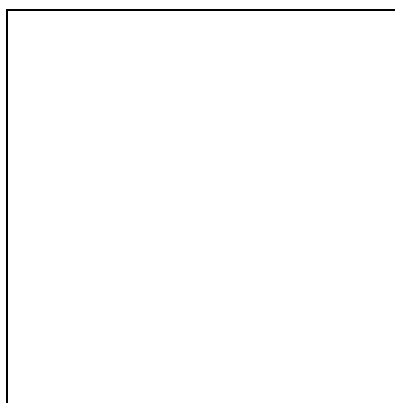
Correo electrónico: colegio.montserrat1@fuhem.es

¿QUIÉNES SOMOS?

El colegio Montserrat es un colegio Privado Concertado según la definición de la LODE.

En el colegio se imparten todas las etapas desde la escuela infantil a secundaria. Cuenta con un total de 1.400 alumnos y 78 profesores.

Como colegio Privado pertenecemos al Área educativa de la **Fundación Hogar del Empleado**. Institución independiente, decidida a desarrollar y promover cuantas iniciativas a su alcance tiendan a fomentar la dimensión pública de la sociedad civil e inscribe en su ámbito de actuación los centros educativos desde 1948.





La **Fundación Hogar del Empleado** es un centro de análisis y reflexión en el que se abordan las principales preocupaciones de la sociedad actual: educación, paz, relaciones internacionales, derechos humanos, ecología, desarrollo y economía.

A lo largo de sus treinta y cinco años de vida, la Fundación Hogar del Empleado ha sabido ofrecer un servicio social, adaptándose a las necesidades de cada momento. En este sentido, cabe destacar la labor realizada en educación, un trabajo que se ha convertido en modelo de calidad e innovación.

La Fundación Hogar del Empleado es hoy una institución...

Original

En constante evolución

Con espíritu crítico y gusto por el debate

Rigurosa en sus estudios

Defensora de la educación como factor compensador de desigualdades

Capaz de dar soluciones a través de **proyectos concretos en educación, cooperación internacional y desarrollo**

Con una larga trayectoria en la **construcción de vivienda social**

Abierta a la sociedad y participativa

La Fundación Hogar del Empleado concibe la actividad educativa como un bien público, compensador de desigualdades. De ahí que pretenda ofrecer un servicio a la comunidad basado en:

- La tolerancia, el respeto mutuo y el trabajo cooperativo.
- La defensa de la paz, la justicia y la solidaridad entre los pueblos y las personas.
- La defensa de la naturaleza, el medio ambiente y nuestro patrimonio cultural.
- El diálogo y la comunicación.
- La igualdad entre las personas.
- La valoración del esfuerzo personal.
- La libertad de conciencia del alumnado.
- La libertad de cátedra del profesor.
- La libertad individual, sin más límite que el derecho y la seguridad de todos.
- La gestión democrática de cada centro, basada en la participación de todos los miembros de la comunidad escolar.

PRINCIPIOS QUE ORIENTAN NUESTRA LABOR EDUCATIVA

El proceso educativo debe estar orientado a transformar y mejorar la existencia.

Intentamos despertar la conciencia crítica y la comprensión de la sociedad.

Preconizamos la defensa de los derechos humanos.

Preparamos a nuestros alumnos para una sociedad orientada hacia el futuro

Orientamos nuestra intervención para facilitar la conquista de la propia identidad

Pretendemos que el aprendizaje se produzca en un clima agradable de trabajo y motivador, totalmente compatible con el esfuerzo.



Por todo ello nuestra puesta al día se ve reflejada en:

Nuestra formación continua

La apertura de nuestro centro al contexto social y cultural en el que nos desenvolvemos

La incorporación de las nuevas tecnologías al medio educativo

Una orientación escolar y profesional personalizada a los alumnos/as

VALORES QUE DESARROLLAMOS

El respeto a los demás

El respeto, defensa y mejora del medio ambiente

La tolerancia

La cooperación y la solidaridad

La paz



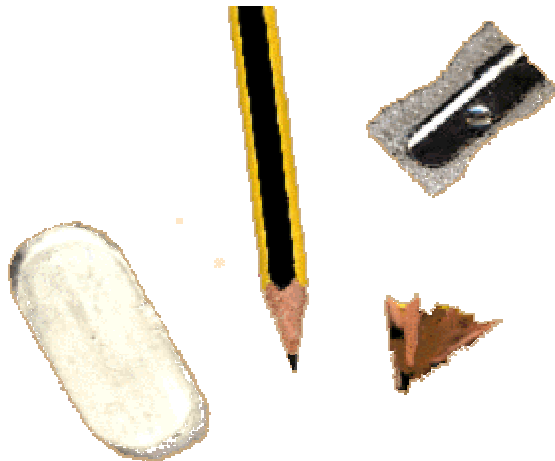
NIVELES EDUCATIVOS

Infantil

Niños y niñas de 3 a 6 años.

En los primeros cursos de la Escuela Infantil, las áreas se aglutinan en torno a temas relacionados con la vida de los niños/as, a través del juego y mediante una metodología de

Proyectos de trabajo.



Primaria

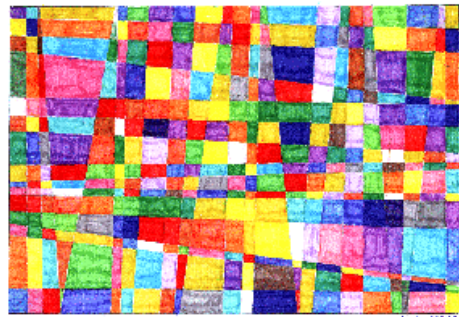
Niños y niñas de 6 a 12 años

Se intenta establecer una metodología activa y participativa, donde la globalización y el trabajo por centros de interés juegan un papel muy importante.

Secundaria

Niños y niñas de 12 a 16 años.

Se incorpora un enfoque interdisciplinar en el que las áreas se trabajan relacionadas para que los alumnos/as puedan interpretar los hechos y las etapas históricas desde las distintas aportaciones y manifestaciones culturales.



SERVICIOS DEL CENTRO

Horarios

Escuela Infantil: de 9 a 16 h
Enseñanza Primaria: de 9 a 16 h.
Enseñanza Secundaria: de 8,15 a 16,10 h.



Instalaciones

Amplios patios de recreo
Gimnasio
Canchas de fútbol y baloncesto
Sala de profesores
Secretaría
Despachos de tutoría
Laboratorio
Aula de informática
Aula de tecnología
Biblioteca
Aulas (*)
Comedor

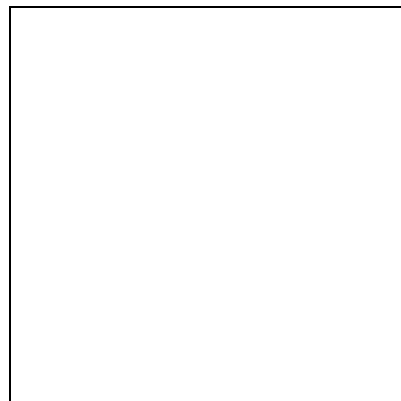
() N° de aulas*

Seis aulas de Educación Infantil: 2 de tres años,
2 de cuatro años, 2 de cinco años
Dieciocho aulas de Enseñanza Primaria: 3 de cada
desde
1° a 6° de primaria
Ocho aulas de Enseñanza Secundaria (Primer ciclo):
4 de 1° de Secundaria, 4 de 2° de Secundaria.

Departamento de Orientación

Formado por un psicólogo y un pedagogo, cuyas funciones consisten fundamentalmente en:

- Realizar el diagnóstico de los grupos de alumnos y de aquellos alumnos que requieran un trato especial..
- Colaborar con el tutor y profesores de los cursos en el seguimiento y evolución de los distintos grupos.
- Colaborar con el profesorado en la elaboración de materiales y programas para aquellos alumnos que precisen una atención especial



- Orientación y ayuda a los padres en todo lo relacionado con sus hijos.



Biblioteca

Es un servicio de apoyo a los tutores y alumnos en función del tema que se esté trabajando.

Se realizan actividades como:

Cuentacuentos
Lectura compartida
Visitas programadas
Proyecto educativo europeo Comenius
Servicio de préstamo

Departamento de Idiomas

En el colegio se imparte inglés desde la educación infantil y francés desde el primer ciclo de la Enseñanza Secundaria.



Comedor

La comida es elaborada en el propio colegio, por personal especializado.

Existe una comisión del Consejo escolar del Centro, que participa en la elaboración y seguimiento de los menús.



Asociación de padres y madres

Formada por los padres del colegio que, voluntariamente, deseen pertenecer a la misma y paguen la cuota anual que se establece en la asamblea.
Tiene una junta directiva
Sus funciones se establecen en las reuniones de delegados





Servicio asistencial

De 8 a 9 horas y de 16 a 18 horas

Actividades extraescolares

De carácter deportivo

Gimnasia rítmica

Baloncesto

Fútbol

Natación

Ajedrez

De carácter artístico

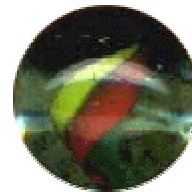
Pintura

Escuela de música

(Música y movimiento,
lenguaje musical e
instrumentos)

Teatro

Informática



CUESTIONARIO

P.1 ¿QUÉ HACES CUANDO SALES DEL COLEGIO?

- Voy a casa 1
- Me quedo en el colegio 2
- Juego en la calle 3
- Practico deportes 4
- Estoy apuntado a clases 5

→ *P.1_1 ¿PARA QUÉ TE QUEDAS EN EL COLEGIO?*

→ *P.1_2 ¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTÁS APUNTADO?*

P.2 CUANDO VUELVES A CASA, ¿HAY ALGUIEN?

- Sí 1
- No 2

→ *P.2_1 ¿QUIÉN ESTÁ?*

P.3 ¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE HACES CUANDO LLEGAS A CASA?

- Merendar 1
- Hacer los deberes 2
- Recoger mi cuarto 3
- Ver la televisión 4
- Hablar con mis padres 5
- Utilizar el ordenador 6
- Jugar a la videoconsola 7
- Jugar con juegos o juguetes 8
- Varias actividades simultáneamente 9
- Otros _____ / / /

P. 4 SEÑALA DEL 1 AL 6 ¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA?

Merendar	1
Hacer los deberes	2
Ver la televisión	3
Jugar a la videoconsola	4
Jugar con juegos o juguetes	5
Recoger mi cuarto	6
Hablar con mis padres	7
Utilizar el ordenador	8
Deportes	9
Música	10
Leer	11
Otros	/ / /

P.5 ¿CON QUIÉN JUEGAS? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

Solo	1
Con mis hermanos	2
Con mis papás	3
Con mis amigos	4
Con mis vecinos	5
Con los abuelos	6
Con la cuidadora	7
Otros	/ / /

P.6 ¿CON QUIÉN HACES LOS DEBERES? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

Solo	1
Con mis hermanos	2
Con mis papás	3
Con mis amigos	4
Con mis vecinos	5
Con los abuelos	6
Con la cuidadora	7
Otros	/ / /

P. 7 ¿CON QUIÉN VES MÁS LA TELE? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

- Solo 1
- Con mis hermanos 2
- Con mis papás 3
- Con mis amigos 4
- Con mis vecinos 5
- Con los abuelos 6
- Con la cuidadora 7
- Otros _____ // /

P. 8 ¿DÓNDE VES LA TELE?

- Casa 1
- Casa de mis amigos o familiares 2
- Cole 3
- Otros _____ // /

P. 9 ¿EN QUÉ HABITACIONES O LUGARES DE TU CASA HAY TELE?

- Salón comedor 1
- Habitación de mis papás 2
- Mi habitación 3
- Sala de estar 4
- Cocina 5
- Otros _____ // /

→ *P. 9_1 ¿VES TELEVISIÓN EN TU HABITACIÓN?*

- Sí 1
- No 2

P. 10 ¿CÚANDO VES LA TELE?

- Mañana 1
- Mediodía 2
- Tarde 3
- Noche 4
- Otros _____ // /

P. 11 ¿A QUÉ HORA SUELES ACOSTARTE?

- De 8 a 9 1
- De 9 a 10 2
- De 10 a 11 3
- De 11 a 12 4
- Más tarde de las 12 5

P. 12 ¿CUÁNTAS HORAS DE TELEVISIÓN VES, APROXIMADAMENTE, AL DÍA?

- Más de 5 horas 1
- Entre 4 y 5 horas 2
- Entre 3 y 4 horas 3
- Entre 2 y 3 horas 4
- Entre 1 y 2 horas 5
- Menos de 1 hora 6
- Menos de media hora 7
- Ninguna 8
- NS/NC 99

P. 13 ¿QUIÉN ELIGE EN TU CASA LO QUE SE VE EN LA TELEVISIÓN?

- Padres 1
- Hermano/s 2
- Yo 3
- NS/NC 99
- Otros _____ / / /

P. 14 ¿VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?

- Sí 1
- No 2

P. 14_1 ¿POR QUÉ SÍ?

.....
.....
.....

P.14_2 ¿POR QUÉ NO?

.....
.....
.....

P. 14_3 ¿QUÉ ES LO QUE NO PUEDES VER?

 P. 14_3_A ¿POR QUÉ NO PUEDES VERLO?

P. 15 ¿HABLAS CON OTRAS PERSONAS DE LO QUE VES EN LA TELE?

- Nadie 1
- Papás 2
- Hermanos 3
- Amigos 4
- Abuelos 5
- Profesores 6
- Cuidadora 7
- Otras personas 8
- Otros _____ / / /

P.15_1 ¿PREGUNTAS A TUS PAPÁS LO QUE NO ENTIENDES DE LA TELEVISIÓN?

- Sí 1
- No 2

P. 16 ¿CUÁLES SON TUS CINCO PROGRAMAS FAVORITOS DE TELEVISIÓN? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?

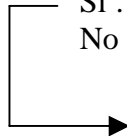
TIPO DE PROGRAMA	NOMBRE DEL PROGRAMA

P. 17 CUANDO HAY PUBLICIDAD EN TU PROGRAMA FAVORITO, ¿QUÉ HACES?

- Cambio de canal..... 1
- Me quedo viéndola hasta que continúe el programa ...2
- Acabo los deberes 3
- Hablo con mis papás de lo que he visto 4
- Hablo con mis papás de otras cosas 5
- Juego a la videoconsola 6
- Recojo mi habitación 7
- Otros _____ / / _

P. 18 ¿CONOCES ALGÚN PROGRAMA QUE SE EMITA POR LA NOCHE?

- Sí 1
- No 2



P.18_1 ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE CONOCES? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?

TIPO DE PROGRAMA	NOMBRE DEL PROGRAMA

P. 19 ¿QUÉ PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE VES Y TE GUSTAN MÁS? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?

TIPO DE PROGRAMA	NOMBRE DEL PROGRAMA

P. 20 ¿TE GRABAN TUS PAPÁS ALGÚN PROGRAMA EN VÍDEO?

Sí 1
No 2

→ *P20_1 ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS TE GRABAN EN VÍDEO? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?*

TIPO DE PROGRAMA	NOMBRE DEL PROGRAMA

P. 20_2_A SÍ TE GRABAN, ¿POR QUÉ?

P.20_2_B NO TE GRABAN, ¿POR QUÉ?

PLAN DE CÓDIGOS

		CÓDIGO	TIPO RESPUESTA
P.1	¿QUÉ HACES CUANDO SALES DEL COLEGIO?		
	VOY A CASA	1	
	PRACTICO DEPORTES	2	
	ESTOY APUNTADO A CLASES	3	
	ME QUEDO EN EL COLEGIO	4	
	JUEGO EN LA CALLE	5	
	OTROS	98	
	NS/NC	99	
P.1_1	¿PARA QUÉ TE QUEDAS EN EL COLEGIO?		
	ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES	1	
	MÚSICA		
	DEPORTE		
	PARA HACER LOS DEBERES	2	
	PARA JUGAR	3	
	PARA COMER	4	
	OTROS	98	
	NS/NC	99	
P.1_2	¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTÁS APUNTADO?		
	IDIOMAS	1	
	INGLÉS		
	ALEMÁN		
	MÚSICA Y BAILE	2	
	INFORMÁTICA	3	
	PINTURA Y PLÁSTICA	4	
	CATEQUESIS	5	
	TEATRO	6	
	VARIAS CLASES	7	
	OTROS	98	
	NS/NC	99	
P.2	CUANDO VUELVES A CASA, ¿HAY ALGUIEN?		
	SÍ	1	
	NO	2	
	NS/NC	99	
P.2_1	¿QUIÉN ESTÁ?		
	PAPÁ	1	
	MAMA	2	
	HERMANOS	3	
	ABUELOS	4	
	AMIGOS	5	
	CUIDADOR/A	6	
	TÍOS	7	
	OTRAS PERSONAS	8	
	PRIMOS		
	CUNADA		
	NOVIO MADRE		
	MASCOTA	9	
P.3	¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE HACES CUANDO LLEGAS A CASA?		
	MERENDAR	1	
	HACER LOS DEBERES	2	
	VER LA TELEVISIÓN	3	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	4	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	5	
	RECOGER MI CUARTO	6	
	HABLAR CON MIS PADRES	7	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	8	
	VARIAS ACTIVIDADES SIMULTÁNEAMENTE	9	
	MERENDAR Y VER LA TELE		
	HACER LOS DEBERES Y MERENDAR		
	OTROS	98	
	NS/NC	99	
P.4	SEÑALA DEL 1 AL 6 ¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA?		
	MERENDAR	1	
	HACER LOS DEBERES	2	
	VER LA TELEVISIÓN	3	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	4	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	5	
	RECOGER MI CUARTO	6	
	HABLAR CON MIS PADRES	7	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	8	
	DEPORTES	9	
	MÚSICA	10	
	LEER	11	
	OTROS	98	

P.5	¿CON QUIÉN JUEGAS? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)		
	SOLO	1	
	CON MIS HERMANOS	2	
	CON MIS PAPÁS	3	
	CON MIS AMIGOS	4	
	CON MIS VECINOS	5	
	CON LOS ABUELOS	6	
	CON LA CUIDADORA	7	
	OTRAS PERSONAS	8	
	PRIMOS		
	TÍO		
	CON MIS PRIMOS Y SOBRINOS		
	OTROS	98	
P.6	¿CON QUIÉN HACES LOS DEBERES? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)		
	SOLO	1	
	CON MIS HERMANOS	2	
	CON MIS PAPÁS	3	
	CON MIS AMIGOS	4	
	CON MIS VECINOS	5	
	CON LOS ABUELOS	6	
	CON LA CUIDADORA	7	
	OTRAS PERSONAS	8	
	PRIMA		
	PROFESORA PARTICULAR		
	TÍA		
P.7	¿CON QUIÉN VES LA TELE? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)		
	SOLO	1	
	CON MIS HERMANOS	2	
	CON MIS PAPÁS	3	
	CON MIS AMIGOS	4	
	CON MIS VECINOS	5	
	CON LOS ABUELOS	6	
	CON LA CUIDADORA	7	
	OTRAS PERSONAS	8	
	SOBRINOS		
	TÍA Y PRIMOS		
	NOVIO MADRE		
	OTROS	98	
P.8	¿DÓNDE VES LA TELE?		
	CASA	1	
	CASA DE MIS AMIGOS O FAMILIARES	2	
	COLE	3	
	OTROS SITIOS	4	
	BAR		
	CINE		
	OTROS	98	
P.9	¿EN QUÉ HABITACIONES O LUGARES DE TU CASA HAY TELE?		
	SALÓN COMEDOR	1	
	HABITACIÓN DE MIS PAPÁS	2	
	MI HABITACIÓN	3	
	SALA DE ESTAR	4	
	COCINA	5	
	OTROS LUGARES DE LA CASA	6	
	HABITACIÓN DE JUEGOS		
	HABITACIÓN DE INVITADOS		
	HABITACIÓN DE LA PLANCHA Y EL ORDENADOR		
	CUARTO DEL PIANO		
	DESVÁN		
	ESTUDIO		
	OTROS	98	
P.9_1	¿VES TELEVISIÓN EN TU HABITACIÓN?		
	SI	1	
	NO	2	
	NS/NC	99	

P.10	¿CUÁNDO VES LA TELE?		
	MAÑANA	1	
	MEDIODÍA	2	
	TARDE	3	
	NOCHE	4	
	OTROS	98	
P.11	¿A QUÉ HORA SUELES ACOSTARTE?		
	DE 8 A 9	1	
	DE 9 A 10	2	
	DE 10 A 11	3	
	DE 11 A 12	4	
	MÁS TARDE DE LAS 12	5	
P.12	¿CUÁNTAS HORAS DE TELEVISIÓN VES, APROXIMADAMENTE, AL DÍA?		
	MÁS DE 5 HORAS	1	
	ENTRE 4 Y 5 HORAS	2	
	ENTRE 3 Y 4 HORAS	3	
	ENTRE 2 Y 3 HORAS	4	
	ENTRE 1 Y 2 HORAS	5	
	MENOS DE 1 HORA	6	
	MENOS DE MEDIA HORA	7	
	NINGUNA	8	
	NS/NC	99	
P.13	¿QUIÉN ELIGE EN TU CASA LO QUE SE VE EN LA TELEVISIÓN?		
	PADRES	1	
	HERMANO/S	2	
	YO	3	
	OTRAS PERSONAS	4	
	ABUELOS		
	CUIDADORA		
	TÍO/A		
	PRIMOS		
	NS/NC	99	
P.14	¿VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?		
	SI	1	
	NO	2	
	OTROS	98	
P.14_1	SÍ: ¿POR QUÉ VES TODO LO QUIERES EN LA TELE?		
	CONSUMO PERMISIVO	1	
	ME DEJAN VER TODO LAS VECES QUE QUIERO		
	MI MADRE Y MI PADRE ME DEJAN		
	MIS PADRES ME DEJAN, NO LES IMPORTA		
	PORQUE ME GUSTA Y ME DEJAN		
	COJO EL MANDO Y MIS PADRES NO ME LO QUITAN		
	ME APETECE VERLO, Y PORQUE ME DEJAN		
	A MIS PADRES TAMBIÉN LES GUSTA LO QUE PONGO		
	ME DEJAN PONER LO QUE YO QUIERO		
	PORQUE MIS PADRES SON MUY BUENOS		
	INTERÉS CONTENIDOS	2	
	HAY PROGRAMAS QUE MOLAN		
	ECHAN MIS DIBUJOS FAVORITOS		
	PORQUE ME GUSTAN		
	PORQUE ME APETECE VERLO		
	PORQUE QUIERO		
	PORQUE SIEMPRE HAY PROGRAMAS QUE ME GUSTAN		
	CONSUMO EN SOLITARIO	3	
	ALGUNAS VECES NO ME VEN MIS PAPÁS		
	MIS PADRES VEN LA TELE EN EL SALÓN, YO EN LA COCINA VEO LO QUE QUIERO		
	CUANDO LLEGO A CASA, MAMÁ ESTÁ TRABAJANDO		
	SE VA A LA COCINA PARA HACER LA COMIDA		
	CASI SIEMPRE ESTOY SOLO		
	MIS PADRES NO LO VEN MUY A MENUDO		
	VEO YO SOLO LA TELEVISIÓN		
	ESCASO INTERÉS CONTENIDOS	4	
	NO ME GUSTA DEMASIADO LA TELE		
	NO ME INTERESA MUCHO LO QUE PONEN		
	COMO LO QUE QUIERO VER ES POCO, ME DEJAN VERLO SI ME PORTO BIEN		
	NO QUIERO VER MUCHA		
	CONTENIDOS INOFENSIVOS	5	
	PORQUE DICEN QUE NO VEO NADA MALO		
	NO VEO COSAS DE TERROR		
	NO VEO COSAS MALAS		
	SABEN QUE A MI NO ME GUSTAN LAS PELIS DE MAYORES		
	SIEMPRE VEO EL MISMO CANAL, DIBUJOS,		
	SON COSAS PARA NIÑOS		
	CONSUMO COMPARTIDO	6	
	A TODOS NOS GUSTA MÁS O MENOS LO MISMO		
	A MI HERMANA NO LA IMPORTA		
	LO QUE VE MI MADRE ME GUSTA A MI		
	LAS COSAS QUE ME GUSTAN A MI, TAMBIÉN LE GUSTAN A MIS PADRES		
	OTROS	98	
	NS/NC	99	

P.14_2		NO: ¿POR QUÉ NO VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?	
CONTROL PATERNO			1
A VECES NO ME DEJAN			
COSAS AGRESIVAS, AMOR, A MIS PADRES NO LES GUSTA			
MIS PADRES NO ME DEJAN VERLO			
HAY PROGRAMAS QUE NO ME DEJAN VER			
PORQUE HAY COSAS PROHIBIDAS			
SÓLO ME DEJAN VER LOS DIBUJOS Y DOS PROGRAMAS			
REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES			2
POR HACER LOS DEBERES			
TENGO QUE HACER TRABAJOS TODOS LOS DÍAS			
PREFIERO HACER OTRAS COSAS			
TENGO QUE IR A LA ACADEMIA			
ME PONGO A JUGAR			
TENGO QUE CENAR			
TENGO QUE HACER COSAS DEL COLEGIO			
CONSUMO COMPARTIDO			3
LA TELEVISIÓN ES DE TODOS			
SE VE LO QUE LA MAYORÍA QUIERA			
TAMBIÉN DECIDEN MIS PADRES Y MIS HERMANOS			
A MIS PADRES NO LES GUSTA LO MISMO QUE A MI			
NO LES GUSTA A LOS DEMÁS			
TAMBIÉN TENGO QUE RESPETAR A MIS HERMANOS			
NOS TURNAMOS MI HERMANA Y YO			
MI MADRE ELIGE TAMBIÉN LO QUE QUIERE VER			
LIMITACIÓN EDAD			4
ALGUNOS PROGRAMAS DE MAYORES			
SON PELICULAS QUE NO PUEDO VER			
ALGUNOS SON PARA 18 AÑOS			
NO ES DE MI EDAD			
SON MUY FUERTES			
NO RECOMENDADO PARA MI EDAD			
DESCANSO NOCTURNO			5
ME VOY A LA CAMA			
ES MUY TARDE Y ME TENGO QUE ACOSTAR			
LA HORA NO ME LO PERMITE			
HAY PROGRAMAS QUE ACABAN MUY TARDE			
NO ME DEJAN ACOSTARME TARDE			
NO ES HORA DE ESTAR EN EL COMEDOR A LAS 11 DE LA NOCHE			
CONSUMO AUTORITARIO			6
MI HERMANO NO ME DEJA			
MI MADRE CAMBIA DE CANAL			
ES LA HORA DEL TELEDIARIO, ME DICEN QUE ES UNA TONTERIA			
MI PADRE CAMBIA LOS CANALES			
MIS HERMANOS ME QUITAN EL MANDO			
MIS PADRES ESTÁN VIENDO ALGO QUE LES INTERESA Y NO ME DEJAN CAMBIAR DE CANAL			
CONTENIDOS ADULTOS: SEXO, TERROR Y VIOLENCIA			7
COSAS AMOR			
PELICULAS DE MIEDO			
POR LA VIOLENCIA DE LA PELICULA O POR LA SANGRE			
HAY COSAS QUE SON MUY AGRESIVAS			
HAY SERIES QUE NO ME DEJAN VER PORQUE SON DE MATAR			
PORQUE ES VIOLENCIA Y PALABROTAS			
CONSECUENCIAS NEGATIVAS EDUCACIÓN/SALUD			8
ME QUEDO EMBOBADO			
DAÑA LOS OJOS			
ME PUEDO VOLVER LOCA			
NO ES BUENO ABUSAR			
NO ME CONVIENE			
TE ENSEÑAN COSAS QUE NO DEBES APRENDER			
SON COSAS QUE NO SE PUEDEN VER PORQUE SI NO, LOS NIÑOS SE VUELVEN NERVIOSOS			
ESCASO INTERÉS CONTENIDOS			9
A VECES QUIERO VER UN PROGRAMA Y CUANDO HAY ALGO, NO ES BUENO			
A VECES NO ME GUSTA			
COMO LA MAYORÍA DE LAS VECES ELIJO YO, HAY COSAS QUE NO ME GUSTAN			
NO QUIERO VER NADA EN ESPECIAL			
CONSUMO ESCASO/NULO			10
NO TENGO TIEMPO Y NO VEO MUCHO LA TELE			
ENTRE SEMANA NO VEO CASI LA TELE			
NO ME GUSTA MUCHO VER LA TELE			
OTROS			98
NS/NC			99

CONTENIDO SEXUAL	1
COSAS DE GUARRERÍAS	
PELICULAS DE PORNO	
PELICULAS VERDES	
PELICULAS DE SEXO	
PELICULAS X	
PROGRAMAS ADULTOS	2
COSAS DE MAYORES	
CONFIANZA CIEGA	
TÓMBOLA	
CUANDO NO ES PARA TODOS LOS PUBLICOS	
COSAS PARA MAYORES DE 18 AÑOS	
CONTENIDO TERROR	3
PELICULAS DE MIEDO	
COSAS DE MIEDO	
PELICULAS DE TERROR	
EXORCISTAS	
LA MOMIA 2	
SERIES	4
HOSPITAL CENTRAL	
COMPANEROS	
ANA Y LOS SIETE	
MIS SERIES FAVORITAS	
SERIES DE NIÑOS	
CONTENIDO VIOLENCIA/ACCIÓN	5
COSAS DE MATAR	
PELICULAS VIOLENTAS	
AGRESIVIDAD	
PELICULAS QUE SUELTAN MUCHOS TACOS	
PELICULAS DE GUERRA	
DIBUJOS ANIMADOS ADULTOS	6
SOUHT PARK	
LOS SIMPSON	
DIBUJOS ANIMADOS EN GENERAL	7
DIBUJOS	
HEIDI	
DORAEMON	
DIBUJOS ANIMADOS AGRESIVOS	8
POKEMON	
EVANGELION	
DRAGON BALL GT	
DIGIMON	
CONTENIDOS HORARIO NOCTURNO	9
PROGRAMAS DE POR LA NOCHE	
COSAS QUE PONEN CUANDO ESTOY DURMIENDO	
LO QUE VIENE A PARTIR DE LAS 9 Y 10	
LOS PROGRAMAS NOCTURNOS	
OPERACIÓN TRIUNFO	
NADA QUE SEÁ MUY TARDE A PARTIR DE LAS 11	
PELICULAS EN GENERAL	10
LAS PELICULAS	
PELICULAS PARA MAYORES DE 9 AÑOS	
PELICULAS DE LA TELE	
PELICULAS PARA ADULTOS	11
NO APTAS PARA MENORES DE 18 Y 13 AÑOS	
PELICULAS NO RECOMENDADAS PARA MI EDAD	
PELICULAS DE MAS DE MI EDAD	
PELICULAS FUERTES	
TELENOVELAS	12
CULEBRONES	
BETTY, LA FEA	
LA VERDAD DE LAURA	
INFORMATIVOS	13
EL TELEDIARIO	
LAS NOTICIAS	
DEPORTES	14
LOS DEPORTES	
EL FUTBOL	
LOS PARTIDOS DE FUTBOL DEL REAL MADRID	
COSAS DE DEPORTES	
PROGRAMAS DE BAJA CALIDAD	15
PROGRAMAS MALOS	
PROGRAMAS BASURA	
CONSUMO RESTRINGIDO	16
CANALES DE OTRAS COSAS MENOS DE DIBUJOS	
LOS QUE NO ME DEJAN MIS PADRES	
NADA	
CASI NADA	
CONSUMO NO RESTRINGIDO	17
PUEDO VER TODO	
TODO LO VEO	
ME DEJAN VER TODO	
POCAS COSAS	
CANAL CONCRETO	18
CANAL PLUS	
CANAL 7 POR LA NOCHE	
OTROS	98
NS/NC	99

P.14 3 A ¿POR QUÉ NO PUEDES VERLO?	
LIMITACIÓN EDAD	1
NO SON RECOMENDADAS PARA MENORES DE 18 AÑOS	
NO SON ADECUADAS PARA MI, PORQUE NO SON APTAS PARA MI EDAD	
NO SON PARA MI EDAD	
SOY UN MENOR	
COSAS DE MAYORES	
CONTROL PATERNO	2
ME HAN CASTIGADO	
MIS PADRES LO CONOCEN Y NO LES GUSTAN PARA MI	
PORQUE NO ME DEJAN	
MI PAPA NO QUIERE QUE VEA CONFIANZA CIEGA	
MIS PADRES ME REGAÑAN	
CONTENIDOS VIOLENTOS	3
DICEN PALABROTAS	
HAY ASESINATOS	
SON MUY VIOLENTAS	
ENSEÑAN COSAS DE MATAR	
ES DE DISPAROS	
MATAN A MUCHA GENTE	
HAY MUCHA SANGRE	
CONTENIDO TERROR	4
ALGUNAS DAN MUCHO MIEDO	
SON DE ESPÍRITUS	
DESPUÉS ME SALEN PESADILLAS	
LAS DE BRUJAS DICEN COSAS DIABÓLICAS	
LUEGO SUEÑO Y TENGO PESADILLAS	
CONTENIDO SEXUAL	5
APARECE GENTE HACIENDO EL AMOR	
ES DE GUARRERIAS	
ES MUY FUERTE Y ES PARA LOS MAYORES	
ES MUY GUARRO	
EXCITAN Y SON MUY CACHONDOS	
DESCANSO NOCTURNO	6
ES MUY TARDE, ME TENGO QUE IR A LA CAMA	
ANTES DE ESA HORA TENGO SUEÑO Y ME VOY A DORMIR	
ES MUY TARDE, HAY QUE IR A LA CAMA	
ME TENGO QUE ACOSTAR	
LUEGO NO ME PUEDO LEVANTAR	
AL DÍA SIGUIENTE HAY COLE	
ALGUNOS TERMINAN MUY TARDE	
REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES	7
ME TENGO QUE IR	
TENGO QUE ESTUDIAR	
ESTOY EN EXTRAESCOLARES	
TENGO QUE HACER LA CASA, LOS DEBERES Y LA COMIDA	
TENGO QUE IR A ENTRENAR	
ESTOY EN EL COLE	
ESCASO INTERÉS CONTENIDOS	8
SON COSAS QUE NO ME GUSTAN	
SON UN ROLLO	
LAS NOTICIAS A MI NO ME GUSTAN	
NO ME INTERESA	
CONSUMO COMPARTIDO	9
LE TOCA A MI HERMANA	
NO OPINAMOS IGUAL	
ESTÁN LAS TELES OCUPADAS	
QUIEREN VER OTRA COSA	
TAMBIÉN TENGO QUE RESPETAR A MIS HERMANOS	
CONSUMO AUTORITARIO	10
CAMBIAN DE CANAL	
MI HERMANA ME QUITA EL MANDO	
NO ME DEJAN, ESTÁN VIENDO OTRA COSA	
MI PADRE SE PONE EL FUTBOL	
CONSUMO ESCASO/ NULO	11
NO LA VEO	
NO VEO LA TELE	
NO ME GUSTA VER DEMASIADA TELEVISIÓN	
CONSECUENCIAS NEGATIVAS PARA LA SALUD/ EDUCACIÓN	12
PUEDEN PERJUDICAR MI EDUCACIÓN	
ME CAUSARÍA COSAS EN LA CABEZA	
ME EDUCAN MAL Y, LUEGO, HAGO COSAS MALAS	
MIS PADRES NO QUIEREN QUE DIGA PALABROTAS NI HAGA GUARRERIAS	
DANAN LA SENSIBILIDAD	
PREJUICIO SEXISTA	13
PORQUE ES DE CHICOS	
OTROS	98
NS/NC	99

P.15	¿HABLAS CON OTRAS PERSONAS DE LO QUE VES EN LA TELE?	
	NADIE	1
	PAPÁS	2
	HERMANOS	3
	AMIGOS	4
	ABUELOS	5
	PROFESORES	6
	CUIDADORA	7
	OTRAS PERSONAS	8
	TIOS	
	PRIMOS	
	VECINOS	
	NOVIO MAMÁ	
	OTROS	98
P.15_1	¿PREGUNTAS A TUS PAPÁS LO QUE NO ENTIENDES DE LA TELEVISIÓN?	
	SI	1
	NO	2
	OTROS	98
	A VECES	
	NO LA VEO	
P.16	¿CUÁLES SON TUS CINCO PROGRAMAS FAVORITOS DE TELEVISIÓN? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?	
	DIBUJOS ANIMADOS	1
	SERIES	2
	PROGRAMAS	3
	CONCURSOS	4
	PELÍCULAS	5
	CINE CINCO ESTRELLAS	
	TOMB RAIDER	
	EL SEÑOR DE LOS ANILLOS	
	TITANIC	
	MATRIX	
	GLADIATOR	
	TELENOVELAS	6
	BETTY, LA FEA	
	LA VERDAD DE LAURA	
	LA FUERZA DEL DESEO	
	DEPORTES	7
	FÚTBOL	
	FÚTBOL ES FÚTBOL	
	ESTADIO 2	
	BALONCESTO	
	AUTOMOVILISMO	
	¡HALA MADRID!	
	DOCUMENTALES	8
	DE ANIMALES	
	DE PESCA	
	CANAL INFANTIL	9
	FOX KIDS	
	CARTOON NETWORK	
	NICKELODEON	
	DISNEY CHANNEL	
	PELÍCULAS INFANTILES	10
	EL PEQUEÑO VAMPIRO	
	EL EMPERADOR Y SUS LOCURAS	
	ATLANTIS: EL IMPERIO PERDIDO	
	TOY STORY	
	LA ISLA DEL TESORO	
	CANAL CONCRETO	11
	ANTENA 3	
	TVE	
	EUROSPORT	
	LOCOMOTION	
	NATURA	
	CALLE 13	
	PUBLICIDAD	12
	ANUNCIOS DE NIKE	
	PEPSI	
	FILIPINOS	
	AXE	
	MARCA	
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	13
	TELEDIARIO	
	TELENOTICIAS	
	MADRID DIRECTO	
	AHORA	
	OTROS PROGRAMAS	14
	LOS DOMATOR	
	VEGIO	
	EL DEFENSOR CINCO	
	EL DE LA TAQUILLA	
	NINGUNO	15
	OTROS	98
	NS/NC	99

P.16_1	TÍTULO DE LOS DIBUJOS FAVORITOS	
	LOS SIMPSON	1
	CAMPEONES	2
	DORAEMON	3
	POKEMON	4
	DRAGON BALL	5
	LA BANDA DEL PATIO	6
	DIGIMON	7
	LA MOMIA NIÑERA	8
	LAS TRES MELLIZAS	9
	FUTURAMA	10
	SPIDERMAN	11
	TOM Y JERRY	12
	SOUTH PARK	13
	LAS SUPERENAS	14
	MONSTER RANCHER	15
	OTROS DIBUJOS	16
	CHICHO TERREMOTO	
	KONG	
	LA CLASE 402	
	DETECTIVE CONAN	
P.16_2	TÍTULO DEL PROGRAMA FAVORITO	
	CRUZ Y RAYA.COM	1
	CLUB DISNEY	2
	CLUB MEGATRIX	3
	ESTA ES MI GENTE	4
	ART ATTACK	5
	EL DIARIO DE PATRICIA	6
	EL INFORMAL	7
	NOCHE DE FIESTA	8
	DESESPERADO CLUB SOCIAL	9
	LA BATIDORA	10
	TPH CLUB	11
	CYBERCLUB	12
	A TU LADO	13
	OTROS PROGRAMAS	14
	¡AY MI MADRE!	
	MAMMA MIA	
	MENTIRAS PELIGROSAS	
	BRICOMANIA	
P.16_3	TÍTULO DEL CONCURSO FAVORITO	
	OPERACIÓN TRIUNFO	1
	PASAPALABRA	2
	¡A SACO!	3
	GRAN HERMANO	4
	CONFIANZA CIEGA	5
	DECISIÓN FINAL	6
	LLUVIA DE ESTRELLAS	7
	MENUDAS ESTRELLAS	8
	DESPEGA COMO PUEDas	9
	EL SHOW DE LOS RÉCORDS	10
	50 X 15	11
	GRAN PRIX	12
	CIFRAS Y LETRAS	13
	OTROS CONCURSOS	14
	SABER Y GANAR	
	TRIUNFOMANIA	
	SE BUSCA UNA ESTRELLA	
	FUROR	
P.16_4	TÍTULO DE LA SERIE FAVORITA	
	COMPAÑEROS	1
	CUÉNTAME COMO PASO	2
	ANA Y LOS SIETE	3
	AL SALIR DE CLASE	4
	JAVIER YA NO VIVE SOLO	5
	EMBRUJADAS	6
	UN PASO ADELANTE	7
	ALADINA	8
	POLICÍAS	9
	SABRINA, COSAS DE BRUJAS	10
	7 VIDAS	11
	ALF	12
	HOSPITAL CENTRAL	13
	EL COMISARIO	14
	FRIENDS	15
	PERIODISTAS	16
	OTRAS SERIES	17
	COSAS DE GEMELAS	
	ESTE CHICO ES UN GENIO	
	VACACIONES EN EL MAR	
	WALKER	

P.17	CUANDO HAY PUBLICIDAD EN TU PROGRAMA FAVORITO, ¿QUÉ HACES?	
	CAMBIO DE CANAL	1
	ME QUEDO VIENDO LA PUBICIDAD HASTA QUE CONTINUA EL PROGRAMA	2
	ACABO LOS DEBERES	3
	HABLO CON MIS PAPÁS DE LO QUE HE VISTO	4
	HABLO CON MIS PAPÁS DE OTRAS COSAS	5
	JUEGO A LA VIDEOCONSOLA	6
	RECOJO MI HABITACIÓN	7
	OTROS	98
P.18	¿CONOCES ALGÚN PROGRAMA QUE SE EMITA POR LA NOCHE?	
	SÍ	1
	NO	2
	OTROS	98
	NS/NC	99
P.18_1	¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE CONOCES? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?	
	SERIES	1
	PROGRAMAS	2
	CONCURSOS	3
	PELÍCULAS	4
	CINE 5 ESTRELLAS	
	MEGAHIT	
	TERMINATOR	
	GHOST	
	DRÁCULA	
	MANOLITO GAFOTAS	
	DIBUJOS ANIMADOS	5
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	6
	TELEDIARIO	
	TELENOTICIAS	
	NOTICIAS	
	CARTELERA	
	DEPORTES	7
	EL DÍA DESPUÉS	
	FÚTBOL	
	FÚTBOL ES FÚTBOL	
	AUTOMOVILISMO	
	MÁS QUE COCHES	
	CANAL CONCRETO	8
	MTV	
	CANAL PORNO	
	LOCOMOTION	
	NATURA	
	CANAL INFANTIL	9
	TOON DISNEY	
	CARTOON NETWORK	
	DISNEY CHANNEL	
	DOCUMENTALES	10
	PUBLICIDAD	11
	OTROS PROGRAMAS	12
	TINIEBLAS	
	LA TRAMPILLA	
	MORIR POR DINERO	
	PROGRAMA ANTES DEL CLUB DE LA COMEDIA	
	NINGUNO	13
	OTROS	98
	NS/NC	99
P.18_1 A	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE	
	SOUTH PARK	1
	LOS SIMPSON	2
	DRAGON BALL	3
	DIGIMON	4
	POKÉMON	5
	TOM Y JERRY	6
	OTROS DIBUJOS	7
	SPIDERMAN	
	JESTER, EL AVENTURERO	
	EL SECRETO DE AKKO	
	POWER RANGERS	
P.18_1 B	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE SE EMITE POR LA NOCHE	
	CRUZ Y RAYA.COM	1
	CRÓNICAS MARCIANAS	2
	NOCHE DE FIESTA	3
	EL INFORMAL	4
	LA BATIDORA	5
	ESTA ES MI GENTE	6
	MAMMA MIA	7
	TÓMBOLA	8
	LA NOCHE CON... FUENTES Y CIA	9
	¡AY MI MADRE!	10
	ABIERTO AL ANOCHECER	11
	LAS NOTICIAS DEL GUIÑOL	12
	NO SÓLO MÚSICA	13
	OTROS PROGRAMAS	14
	EL CLUB DE LA COMEDIA	
	LA NOCHE ABIERTA	
	¡OJO QUE NOS VENI!	
	EL VAGAMUNDO	

P.18 1 C	TÍTULO DEL CONCURSO QUE SE EMITE POR LA NOCHE	
	OPERACIÓN TRIUNFO	1
	CONFIANZA CIEGA	2
	GRAN HERMANO	3
	PASAPALABRA	4
	TRIUNFOMANÍA	5
	¡A SACO!	6
	LLUVIA DE ESTRELLAS	7
	MENUDAS ESTRELLAS	8
	GRAN PRIX	9
	DESPEGA COMO PUEDas	10
	OTROS CONCURSOS	11
	EL PRECIO JUSTO	
	EL SHOW DE LOS RÉCORDS	
	SE BUSCA UNA ESTRELLA	
	SUPERVIVIENTES	
P.18 1 D	TÍTULO DE LA SERIE QUE SE EMITE POR LA NOCHE	
	ANA Y LOS SIETE	1
	CUÉNTAME COMO PASO	2
	COMPAÑEROS	3
	POLICÍAS	4
	UN PASO ADELANTE	5
	HOSPITAL CENTRAL	6
	JAVIER YA NO VIVE SOLO	7
	PERIODISTAS	8
	ALADINA	9
	EL COMISARIO	10
	7 VIDAS	11
	OTRAS SERIES	12
	MOESHA	
	UN CHUPETE PARA ELLA	
	MATRIMONIO CON HIJOS	
	URGENCIAS	
P.19	¿QUÉ PROGRAMAS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE VES Y TE GUSTAN MÁS? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?	
	SERIES	1
	CONCURSOS	2
	PROGRAMAS	3
	PELÍCULAS	4
	CINE 5 ESTRELLAS	
	GRAN CINE	
	TERMINATOR	
	EL VAMPIRO	
	SCREAM	
	MANOLITO GAFOTAS	
	DIBUJOS ANIMADOS	5
	DEPORTES	6
	EL DÍA DESPUÉS	
	FÚTBOL	
	FÚTBOL ES FÚTBOL	
	BALONCESTO: MICHAEL JORDAN	
	¡HALA MADRID!	
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	7
	TELEDIARIO	
	NOTICIAS	
	CANAL INFANTIL	8
	TOON DISNEY	
	NICKELODEON	
	CARTOON NETWORK	
	DISNEY CHANNEL	
	CANAL CONCRETO	9
	MTV	
	LOCOMOTION	
	NATURA	
	DOCUMENTALES	10
	OTROS PROGRAMAS	11
	TINIEBLAS	
	CAMPANERO	
	MATAR A UN LADRON	
	NINGUNO	12
	NS/NC	99

P.19_1	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS		
	SOUTH PARK	1	
	LOS SIMPSON	2	
	DRAGON BALL	3	
	CAMPEONES	4	
	OTROS DIBUJOS	5	
	ANTIFAZ Y MENDOZA		
	LOS 4 FANTÁSTICOS		
	BOB Y MARGARET		
	CRÓNICAS DE MIEDO		
P.19_2	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS		
	CRUZ Y RAYA.COM	1	
	LA BATIDORA	2	
	EL INFORMAL	3	
	NOCHE DE FIESTA	4	
	ESTA ES MI GENTE	5	
	¡AY MI MADRE!	6	
	MAMMA MIA	7	
	LAS NOTICIAS DEL GUIÑOL	8	
	CRÓNICAS MARCIANAS	9	
	VIDEOS, VIDEOS	10	
	OTROS PROGRAMAS	11	
	NADA PERSONAL		
	¡OJO QUE NOS VEN!		
	LA CORRIENTE ALTERNA		
	ZONA 7		
P.19_3	TÍTULO DEL CONCURSO QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS		
	OPERACIÓN TRIUNFO	1	
	PASAPALABRA	2	
	GRAN HERMANO	3	
	¡A SACO!	4	
	CONFIANZA CIEGA	5	
	LLUVIA DE ESTRELLAS	6	
	SE BUSCA UNA ESTRELLA	7	
	MENUDAS ESTRELLAS	8	
	TRIUNFOMANÍA	9	
	DESPEGA COMO PUEDAS	10	
	OTROS CONCURSOS	11	
	LA RULETA DE LA FORTUNA		
	GRAN PRIX		
	50X15		
	EL SHOW DE LOS RÉCORDS		
P.19_4	TÍTULO DE LA SERIE QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS		
	ANA Y LOS SIETE	1	
	CUÉNTAME COMO PASÓ	2	
	COMPAÑEROS	3	
	POLICÍAS	4	
	UN PASO ADELANTE	5	
	JAVIER YA NO VIVE SOLO	6	
	HOSPITAL CENTRAL	7	
	ALADINA	8	
	7 VIDAS	9	
	EL COMISARIO	10	
	PERIODISTAS	11	
	OTRAS SERIES	12	
	FENÓMENOS EXTRANOS		
	MOESHA		
	MATRIMONIO CON HIJOS		
	UN CHUPETÉ PARA ELLA		

P.20	¿TE GRABAN TUS PAPÁS ALGÚN PROGRAMA EN VÍDEO?		
	SI	1	
	NO	2	
P.20_1	¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS TE GRABAN EN VÍDEO? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?		
	SERIES	1	
	PELÍCULAS	2	
	INDIANA JONES		
	SCREAM		
	TORRENTE 2		
	TITANIC		
	MATRIX		
	GLADIATOR		
	CONCURSOS	3	
	DIBUJOS ANIMADOS	4	
	PROGRAMAS	5	
	DEPORTES	6	
	FÚTBOL		
	BALONCESTO		
	AUTOMOVILISMO		
	¡HALA MADRID!		
	TELENOVELAS	7	
	PELÍCULAS INFANTILES	8	
	BABY, EL CERDITO VALIENTE		
	E.T.		
	LAS MIL Y UNA NOCHE		
	PEQUEÑOS GUERREROS		
	SOLO EN CASA		
	DOCUMENTALES	9	
	CANAL CONCRETO	10	
	LOCOMOTION		
	NICKELÓDEON		
	INFORMATIVOS	11	
	OTROS PROGRAMAS	12	
	BONGO		
	LOS CHIQUIPOPS		
	MAX MAX		
	TINIEBLAS		
	NINGUNO	13	
	OTROS	98	
	NS/NC	99	
P.20_1 A	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE TE GRABAN		
	LOS SIMPSON	1	
	SOUTH PARK	2	
	CAMPEONES	3	
	POKÉMON	4	
	DIGIMON	5	
	DRAGON BALL	6	
	OTROS DIBUJOS	7	
	LA MOMIA NINERA		
	BATMAN		
	SONIC		
	LA BANDA DEL PATIO		
P.20_1 B	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE TE GRABAN		
	CRUZ Y RAYA.COM	1	
	CLUB MEGATRIX	2	
	ESTA ES MI GENTE	3	
	VIDEOS, VIDEOS	4	
	OTROS PROGRAMAS	5	
	EL CLUB DE LA COMEDIA		
	ART ATTACK		
	¡AY MI MADRE!		
	MUSICA SI		
P.20_1 C	TÍTULO DEL CONCURSO QUE TE GRABAN		
	OPERACIÓN TRIUNFO	1	
	TRIUNFOMANIA	2	
	CONFIANZA CIEGA	3	
	GRAN HERMANO	4	
	MENUDAS ESTRELLAS	5	
	OTROS CONCURSOS	6	
	GRAN PRIX		
P.20_1 D	TÍTULO DE LA SERIE QUE TE GRABAN		
	ANA Y LOS SIETE	1	
	CUÉNTAME COMO PASO	2	
	COMPÁÑEROS	3	
	UN PASO ADELANTE	4	
	ALADINA	5	
	HOSPITAL CENTRAL	6	
	JAVIER YA NO VIVE SOLO	7	
	PERIODISTAS	8	
	EMBRUJADAS	9	
	EL COMISARIO	10	
	OTRAS SERIES	11	
	7 VIDAS		
	FRIENDS		
	MANOS A LA OBRA		
	POLICÍAS		

P.20 2 A	SÍ: ¿POR QUÉ TE GRABAN?	1	
	INTERÉS CONTENIDOS		
	SE LO PIDO Y A ELLOS TAMBIÉN LES GUSTA		
	ME GUSTAN LOS PROGRAMAS		
	NOS GUSTA LO QUE GRABAN		
	SOY AFICIONADO Y ME GUSTA		
	SON LOS MÁS EMOCIONANTES		
	DESCANSO NOCTURNO	2	
	ES TARDE Y ME TENGO QUE ACOSTAR		
	ME ENTRA SUEÑO		
	ACABAN MUY TARDE Y NO ME DA TIEMPO A VERLO		
	ALGUNAS VECES ME QUEDO DORMIDO		
	REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES	3	
	SE EMITE EN HORAS QUE NO ESTOY		
	ESTOY EN CLASE		
	NO TENGO TIEMPO O NO ESTOY		
	ESTOY HACIENDO LOS DEBERES Y NO LOS PUEDO VER EN ESE MOMENTO		
	OTROS	98	
	LOS GRABAN MUY BIEN		
	PARA QUE LO VEA SIN ANUNCIOS		
	PORQUE SOY BUENO		
	PORQUE SALÍ YO EN ESE PROGRAMA		
	NS/NC	99	
P.20 2 B	NO: ¿POR QUÉ NO TE GRABAN?		
	ESCASO INTERÉS PROGRAMACIÓN	1	
	NO ME INTERESA		
	ME DA IGUAL PERDÉRMELO		
	NO SUELO VER LA TELE, Y CUANDO LA VEO ME GUSTAN POCAS COSAS		
	NO QUIERO QUE ME GRABEN PROGRAMAS		
	NO ME GUSTA NADA DE LO QUE ECHAN		
	DIFICULTADES PARA GRABAR: CARENCIA, MAL FUNCIONAMIENTO O DESCONOCIMIENTO DE MANEJO DEL VIDEO	2	
	NO TENGO VIDEO		
	NO HAY CINTAS DE GRABAR		
	SE GRABA EN BLANCO Y NEGRO Y TORCIDO		
	ESTÁ ROTO		
	NO SABEN CÓMO GRABAR		
	NO SABEN UTILIZAR EL VIDEO		
	LIMITACIÓN PADRES	3	
	YO SE LO DIGO Y ELLOS NO ME DEJAN		
	NO PUEDEN		
	NO QUIEREN MIS PADRES GRABARLO		
	OTROS	98	
	YA LO VEO EN MI HABITACIÓN		
	PORQUE LUEGO NO TENGO TIEMPO PARA VERLO		
	PORQUE LOS PROGRAMAS QUE ME GUSTAN LOS VEO		
	NS/NC	99	
RESPUESTA ÚNICA			
RESPUESTA MÚLTIPLE			
PREGUNTA PRINCIPAL			
SUBPREGUNTA 1			
SUBPREGUNTA 2			
<p>NOTAS:</p> <p>* La mayoría de las respuestas, como se advertirá en los resultados, han sido ordenadas por orden de frecuencia en cuanto al número de veces que se han citado. De este modo, por ejemplo, a la pregunta 1 "¿Qué haces cuando sales del colegio?" la respuesta más numerosa ha sido "Voy a casa", seguida de "Practico deportes", "Estoy apuntado a clases" y así, sucesivamente, hasta agotar las contestaciones.</p> <p>* Las preguntas en las que se concreta el tipo de dibujos animados, programas, series o concursos que cita el niño, también se han listado teniendo en cuenta el orden de frecuencia, por lo que no siempre aparecen los mismos títulos televisivos, dependiendo de la significatividad en el número de ocasiones que se citan. Por este motivo, en el apartado "Otros dibujos/programas/concursos/series" se concentran todos los que han sido nombrados en escasas ocasiones y, así, unas veces se incorporan en este descriptor genérico y otras, atendiendo a la mayor frecuencia o mayor número de veces que se nombran, tienen un código propio.</p>			

CÓDIGOS PREGUNTAS DEL CUESTIONARIO

CÓDIGO	PREGUNTA
P.1.	¿QUÉ HACES CUANDO SALES DEL COLEGIO?
P.1_1	¿PARA QUÉ TE QUEDAS EN EL COLEGIO?
P.1_2	¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTÁS APUNTADO?
P.2	CUANDO VUELVES A CASA, ¿HAY ALGUIEN?
P.2_1	¿QUIÉN ESTÁ?
P.3	¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE HACES CUANDO LLEGAS A CASA?
P.4	SEÑALA DEL 1 AL 6 ¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA?
P.5	¿CON QUIÉN JUEGAS? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)
P.6	¿CON QUIÉN HACES LOS DEBERES? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)
P.7	¿CON QUIÉN VES LA TELE? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)
P.8	¿DÓNDE VES LA TELE?
P.9	¿EN QUÉ HABITACIONES O LUGARES DE TU CASA HAY TELE?
P.9_1	¿VES TELEVISIÓN EN TU HABITACIÓN?
P.10	¿CUÁNDO VES LA TELE?
P.11	¿A QUÉ HORA SUELES ACOSTARTE?
P.12	¿CUÁNTAS HORAS DE TELEVISIÓN VES, APROXIMADAMENTE, AL DÍA?
P.13	¿QUIÉN ELIGE EN TU CASA LO QUE SE VE EN LA TELEVISIÓN?
P.14	¿VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?
P.14_1	SÍ: ¿POR QUÉ VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?
P.14_2	NO: ¿POR QUÉ NO VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?
P.14_3	¿QUÉ ES LO QUE NO PUEDES VER?
P.14_3_A	¿POR QUÉ NO PUEDES VERLO?
P.15	¿HABLAS CON OTRAS PERSONAS DE LO QUE VES EN LA TELE?
P.15_1	¿PREGUNTAS A TUS PAPÁS LO QUE NO ENTIENDES DE LA TELEVISIÓN?
P.16	¿CUÁLES SON TUS CINCO PROGRAMAS FAVORITOS DE TELEVISIÓN? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?
P.16_1	TÍTULO DE LOS DIBUJOS FAVORITOS
P.16_2	TÍTULO DEL PROGRAMA FAVORITO
P.16_3	TÍTULO DEL CONCURSO FAVORITO
P.16_4	TÍTULO DE LA SERIE FAVORITA
P.17	CUANDO HAY PUBLICIDAD EN TU PROGRAMA FAVORITO, ¿QUÉ HACES?
P.18	¿CONOCES ALGÚN PROGRAMA QUE SE EMITA POR LA NOCHE?
P.18_1	¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE CONOCES? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?
P.18_1_A	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE
P.18_1_B	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE SE EMITE POR LA NOCHE
P.18_1_C	TÍTULO DEL CONCURSO QUE SE EMITE POR LA NOCHE
P.18_1_D	TÍTULO DE LA SERIE QUE SE EMITE POR LA NOCHE
P.19	¿QUÉ PROGRAMAS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE VES Y TE GUSTAN MÁS? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?
P.19_1	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS
P.19_2	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS
P.19_3	TÍTULO DEL CONCURSO QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS
P.19_4	TÍTULO DE LA SERIE QUE SE EMITE POR LA NOCHE TE GUSTA MÁS
P.20	¿TE GRABAN TUS PAPÁS ALGÚN PROGRAMA EN VÍDEO?
P.20_1	¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS TE GRABAN EN VÍDEO? ¿CUÁLES SON SUS NOMBRES?
P.20_1_A	TÍTULO DE LOS DIBUJOS QUE TE GRABAN
P.20_1_B	TÍTULO DEL PROGRAMA QUE TE GRABAN
P.20_1_C	TÍTULO DEL CONCURSO QUE TE GRABAN
P.20_1_D	TÍTULO DE LA SERIE QUE TE GRABAN
P.20_2_A	SÍ: ¿POR QUÉ TE GRABAN?
P.20_2_B	NO: ¿POR QUÉ NO TE GRABAN?

<i>BLOQUES TEMÁTICOS</i>	<i>SUBTEMAS</i>	EDAD	CANTIDAD CONSUMO (+ ó - de 2 horas)	DIÁLOGO PADRES
ACTIVIDADES TIEMPO LIBRE	Distribución		1, 3	
	Preferencia	4	4	
	Acompañamiento	5,6,7		7
HÁBITOS CONSUMO TV	Dónde (lugar consumo)	9_1	9,9_1	10, 11
	Cuándo (horarios consumo)	10, 11, 18	10, 11, 18	
	Cuánto (cantidad consumo)	12 ←		→ 12
	Cómo: Modalidad consumo (acompañamie	13		13
	Inserción publicidad	17	17	17
SATISFACCIÓN CONSUMO TV/LÍMITES	Ves todo lo que quieres	14, 14_1	14, 14_1	14, 14_1
	Qué no puedes ver	14_3, 14_3_A	14_3, 14_3_A	14_3, 14_3_A
DIÁLOGO PADRES CONTENIDOS TV	Hablas de lo que ves	15	15 ←	
	Preguntas lo que no entiendes	15_1	15_1 ←	
PREFERENCIAS CONSUMO TV	Programas favoritos	16	16	16
	Programas nocturnos	19	19	19
	Grabación vídeo	20_1	20	20_2_A, 20_2_B

TABLAS DE FRECUENCIA (RESPUESTAS SIMPLES)

P.1_1 ¿PARA QUÉ TE QUEDAS EN EL COLEGIO?

Estadísticos

1_1- QUE HACES CUANDO SALES
DEL COLE. Me quedo en cole para

N	Válidos	63
	Perdidos	11

1_1- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE. Me quedo en cole para

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES	41	55,4	65,1	65,1
	HACER LOS DEBERES	3	4,1	4,8	69,8
	JUGAR	7	9,5	11,1	81,0
	COMER	12	16,2	19,0	100,0
	Total	63	85,1	100,0	
Perdidos	98	4	5,4		
	99	7	9,5		
	Total	11	14,9		
Total		74	100,0		

P.1_2 ¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTÁS APUNTADO?

Estadísticos

1_2- ¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTAS APUNTADO?

N	Válidos	143
	Perdidos	13

1_2- ¿A QUÉ TIPO DE CLASES ESTAS APUNTADO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	IDIOMAS	51	32,7	35,7	35,7
	MÚSICA Y BAILE	24	15,4	16,8	52,4
	INFORMÁTICA	11	7,1	7,7	60,1
	PINTURA Y PLÁSTICA	9	5,8	6,3	66,4
	CATEQUESIS	8	5,1	5,6	72,0
	TEATRO	3	1,9	2,1	74,1
	VARIAS CLASES	37	23,7	25,9	100,0
	Total	143	91,7	100,0	
Perdidos	98	2	1,3		
	99	11	7,1		
	Total	13	8,3		
Total		156	100,0		

P.2 CUANDO VUELVES A CASA, ¿HAY ALGUIEN?

Estadísticos

2- HAY ALGUIEN EN CASA

N	Válidos	436
	Perdidos	4

2- HAY ALGUIEN EN CASA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	398	90,5	91,3	91,3
	NO	38	8,6	8,7	100,0
	Total	436	99,1	100,0	
Perdidos	99	4	,9		
Total		440	100,0		

P.3 ¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE HACES CUANDO LLEGAS A CASA?

Estadísticos

3- LO PRIMERO QUE HACES

N	Válidos	424
	Perdidos	16

3- LO PRIMERO QUE HACES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MERENDAR	151	34,3	35,6	35,6
	HACER LOS DEBERES	137	31,1	32,3	67,9
	VER LA TELEVISION	26	5,9	6,1	74,1
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	25	5,7	5,9	80,0
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	17	3,9	4,0	84,0
	RECOGER MI CUARTO	13	3,0	3,1	87,0
	HABLAR CON MIS PADRES	16	3,6	3,8	90,8
	UTILIZAR EL ORDENADOR	4	,9	,9	91,7
	VARIAS ACTIVIDADES SIMULTÁNEAMENTE	35	8,0	8,3	100,0
	Total	424	96,4	100,0	
	Perdidos	98	15	3,4	
99		1	,2		
Total		16	3,6		
Total		440	100,0		

P.4 SEÑALA DEL 1 AL 6, ¿QUÉ ES LO QUE MÁS TE GUSTA?

Estadísticos

	4_1- LO QUE MÁS TE GUSTA (1)	4_2- LO QUE MÁS TE GUSTA (2)	4_3- LO QUE MÁS TE GUSTA (3)	4_4- LO QUE MÁS TE GUSTA (4)	4_5- LO QUE MÁS TE GUSTA (5)	4_6- LO QUE MÁS TE GUSTA (6)
N Válidos	422	425	420	401	373	330
Perdidos	18	15	20	39	67	110

Tabla de frecuencia

4_1- LO QUE MÁS TE GUSTA (1)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	50	11,4	11,8	11,8	
	HACER LOS DEBERES	55	12,5	13,0	24,9	
	VER LA TELEVISION	65	14,8	15,4	40,3	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	74	16,8	17,5	57,8	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	63	14,3	14,9	72,7	
	RECOGER MI CUARTO	12	2,7	2,8	75,6	
	HABLAR CON MIS PADRES	40	9,1	9,5	85,1	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	47	10,7	11,1	96,2	
	DEPORTES	8	1,8	1,9	98,1	
	MÚSICA	3	,7	,7	98,8	
	LEER	5	1,1	1,2	100,0	
	Total	422	95,9	100,0		
	Perdidos	98	12	2,7		
		99	6	1,4		
Total		18	4,1			
Total		440	100,0			

4_2- LO QUE MÁS TE GUSTA (2)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	75	17,0	17,6	17,6	
	HACER LOS DEBERES	62	14,1	14,6	32,2	
	VER LA TELEVISION	74	16,8	17,4	49,6	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	50	11,4	11,8	61,4	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	49	11,1	11,5	72,9	
	RECOGER MI CUARTO	13	3,0	3,1	76,0	
	HABLAR CON MIS PADRES	32	7,3	7,5	83,5	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	66	15,0	15,5	99,1	
	LEER	4	,9	,9	100,0	
	Total	425	96,6	100,0		
	Perdidos	98	4	,9		
		99	11	2,5		
Total		15	3,4			
Total		440	100,0			

4_3- LO QUE MÁS TE GUSTA (3)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	61	13,9	14,5	14,5	
	HACER LOS DEBERES	42	9,5	10,0	24,5	
	VER LA TELEVISION	86	19,5	20,5	45,0	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	30	6,8	7,1	52,1	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	61	13,9	14,5	66,7	
	RECOGER MI CUARTO	36	8,2	8,6	75,2	
	HABLAR CON MIS PADRES	36	8,2	8,6	83,8	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	67	15,2	16,0	99,8	
	DEPORTES	1	,2	,2	100,0	
	Total	420	95,5	100,0		
	Perdidos	98	4	,9		
		99	16	3,6		
		Total	20	4,5		
Total		440	100,0			

4_4- LO QUE MÁS TE GUSTA (4)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	59	13,4	14,7	14,7	
	HACER LOS DEBERES	49	11,1	12,2	26,9	
	VER LA TELEVISION	50	11,4	12,5	39,4	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	27	6,1	6,7	46,1	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	69	15,7	17,2	63,3	
	RECOGER MI CUARTO	41	9,3	10,2	73,6	
	HABLAR CON MIS PADRES	53	12,0	13,2	86,8	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	50	11,4	12,5	99,3	
	DEPORTES	2	,5	,5	99,8	
	LEER	1	,2	,2	100,0	
	Total	401	91,1	100,0		
	Perdidos	98	9	2,0		
		99	30	6,8		
		Total	39	8,9		
Total	440	100,0				

4_5- LO QUE MÁS TE GUSTA (5)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	53	12,0	14,2	14,2	
	HACER LOS DEBERES	45	10,2	12,1	26,3	
	VER LA TELEVISION	54	12,3	14,5	40,8	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	24	5,5	6,4	47,2	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	59	13,4	15,8	63,0	
	RECOGER MI CUARTO	43	9,8	11,5	74,5	
	HABLAR CON MIS PADRES	55	12,5	14,7	89,3	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	35	8,0	9,4	98,7	
	DEPORTES	1	,2	,3	98,9	
	LEER	4	,9	1,1	100,0	
	Total	373	84,8	100,0		
	Perdidos	98	9	2,0		
		99	58	13,2		
		Total	67	15,2		
Total	440	100,0				

4_6- LO QUE MÁS TE GUSTA (6)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado	
Válidos	MERENDAR	41	9,3	12,4	12,4	
	HACER LOS DEBERES	57	13,0	17,3	29,7	
	VER LA TELEVISION	39	8,9	11,8	41,5	
	JUGAR A LA VIDEOCONSOLA	25	5,7	7,6	49,1	
	JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES	41	9,3	12,4	61,5	
	RECOGER MI CUARTO	51	11,6	15,5	77,0	
	HABLAR CON MIS PADRES	51	11,6	15,5	92,4	
	UTILIZAR EL ORDENADOR	21	4,8	6,4	98,8	
	DEPORTES	1	,2	,3	99,1	
	MÚSICA	2	,5	,6	99,7	
	LEER	1	,2	,3	100,0	
	Total	330	75,0	100,0		
	Perdidos	98	15	3,4		
		99	95	21,6		
Total		110	25,0			
Total		440	100,0			

P.9_1 ¿VES TV, DE LUNES A VIERNES, EN TU HABITACIÓN?

Estadísticos

10- VES TELE EN TU HABITACIÓN

N	Válidos	439
	Perdidos	1

10- VES TELE EN TU HABITACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	116	26,4	26,4	26,4
	NO	323	73,4	73,6	100,0
	Total	439	99,8	100,0	
Perdidos	99	1	,2		
Total		440	100,0		

P.11 ¿A QUÉ HORA SUELES ACOSTARTE?

12- HORA ACOSTARSE

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 8 A 9	47	10,7	10,7	10,7
9 A 10	158	35,9	35,9	46,6
10 A 11	167	38,0	38,0	84,5
11 A 12	47	10,7	10,7	95,2
MÁS TARDE DE LAS 12	21	4,8	4,8	100,0
Total	440	100,0	100,0	

P.12 ¿CUÁNTAS HORAS DE TV VES, APROXIMADAMENTE, AL DÍA?

13- HORAS TV AL DÍA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MÁS DE 5 HORAS	40	9,1	9,1	9,1
	ENTRE 4 Y 5 HORAS	40	9,1	9,1	18,3
	ENTRE 3 Y 4 HORAS	28	6,4	6,4	24,7
	ENTRE 2 Y 3 HORAS	67	15,2	15,3	40,0
	ENTRE 1 Y 2 HORAS	159	36,1	36,3	76,3
	MENOS DE 1 HORA	59	13,4	13,5	89,7
	MENOS DE MEDIA HORA	22	5,0	5,0	94,7
	NINGUNA HORA	23	5,2	5,3	100,0
	Total	438	99,5	100,0	
Perdidos	NS/NC	2	,5		
	Total	440	100,0		

P.14 ¿VES TODO LO QUE QUIERES EN LA TELE?

15- VES TODO LO QUE QUIERES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	107	24,3	24,6	24,6
	NO	328	74,5	75,4	100,0
	Total	435	98,9	100,0	
Perdidos	OTROS	5	1,1		
Total		440	100,0		

P.15 ¿PREGUNTAS A TUS PAPÁS LO QUE NO ENTIENDES DE LA TELEVISIÓN?

17_1- PREGUNTAS A LO PAPÁS LO QUE NO ENTIENDES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	334	75,9	77,5	77,5
	NO	97	22,0	22,5	100,0
	Total	431	98,0	100,0	
Perdidos	OTROS	9	2,0		
Total		440	100,0		

P.16 ¿CUÁLES SON TUS CINCO PROGRAMAS FAVORITOS Y SUS NOMBRES?

Estadísticos

		16...1m- 5 PROGRAMA FAVORITOS (1)	16...2m- 5 PROGRAMA FAVORITOS (2)	16...3m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (3)	16...4m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (4)	16...5m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (5)
N	Válidos	429	384	320	246	172
	Perdidos	11	56	120	194	268
Media		3,13	2,95	3,28	3,38	3,38
Moda		1	1	1	1	1
Desv. típ.		2,93	2,46	3,12	2,96	2,77
Curtosis		6,054	6,037	3,045	2,647	2,488
Error típ. de curtosis		,235	,248	,272	,309	,368

Tabla de frecuencia

16...1m- 5 PROGRAMA FAVORITOS (1)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIBUJOS ANIMADOS	157	35,7	36,6	36,6
	SERIES	71	16,1	16,6	53,1
	PROGRAMAS	61	13,9	14,2	67,4
	CONCURSOS	77	17,5	17,9	85,3
	PELÍCULAS	15	3,4	3,5	88,8
	TELENOVELAS	9	2,0	2,1	90,9
	DEPORTES	7	1,6	1,6	92,5
	DOCUMENTALES	8	1,8	1,9	94,4
	CANAL INFANTIL	3	,7	,7	95,1
	PELÍCULAS INFANTILES	1	,2	,2	95,3
	CANAL CONCRETO	3	,7	,7	96,0
	PUBLICIDAD	1	,2	,2	96,3
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	4	,9	,9	97,2
	OTROS PROGRAMAS	5	1,1	1,2	98,4
	NINGÚN PROGRAMA	7	1,6	1,6	100,0
	Total	429	97,5	100,0	
	Perdidos	OTROS	10	2,3	
NS/NC		1	,2		
Total		11	2,5		
Total	440	100,0			

16...2m- 5 PROGRAMA FAVORITOS (2)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIBUJOS ANIMADOS	128	29,1	33,3	33,3
	SERIES	86	19,5	22,4	55,7
	PROGRAMAS	53	12,0	13,8	69,5
	CONCURSOS	58	13,2	15,1	84,6
	PELÍCULAS	21	4,8	5,5	90,1
	TELENOVELAS	10	2,3	2,6	92,7
	DEPORTES	6	1,4	1,6	94,3
	DOCUMENTALES	6	1,4	1,6	95,8
	CANAL INFANTIL	4	,9	1,0	96,9
	CANAL CONCRETO	4	,9	1,0	97,9
	PUBLICIDAD	3	,7	,8	98,7
	OTROS PROGRAMAS	5	1,1	1,3	100,0
	Total	384	87,3	100,0	
Perdidos	Sistema	56	12,7		
Total		440	100,0		

16...3m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (3)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIBUJOS ANIMADOS	113	25,7	35,3	35,3
	SERIES	69	15,7	21,6	56,9
	PROGRAMAS	48	10,9	15,0	71,9
	CONCURSOS	22	5,0	6,9	78,8
	PELÍCULAS	17	3,9	5,3	84,1
	TELENOVELAS	11	2,5	3,4	87,5
	DEPORTES	7	1,6	2,2	89,7
	DOCUMENTALES	3	,7	,9	90,6
	CANAL INFANTIL	6	1,4	1,9	92,5
	PELÍCULAS INFANTILES	5	1,1	1,6	94,1
	CANAL CONCRETO	6	1,4	1,9	95,9
	PUBLICIDAD	2	,5	,6	96,6
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	5	1,1	1,6	98,1
	OTROS PROGRAMAS	6	1,4	1,9	100,0
	Total	320	72,7	100,0	
Perdidos	OTROS	1	,2		
	Sistema	119	27,0		
Total	120	27,3			
Total	440	100,0			

16...4m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (4)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIBUJOS ANIMADOS	78	17,7	31,7	31,7
	SERIES	44	10,0	17,9	49,6
	PROGRAMAS	47	10,7	19,1	68,7
	CONCURSOS	24	5,5	9,8	78,5
	PELÍCULAS	14	3,2	5,7	84,1
	TELENOVELAS	6	1,4	2,4	86,6
	DEPORTES	10	2,3	4,1	90,7
	CANAL INFANTIL	3	,7	1,2	91,9
	PELÍCULAS INFANTILES	9	2,0	3,7	95,5
	CANAL CONCRETO	3	,7	1,2	96,7
	PUBLICIDAD	4	,9	1,6	98,4
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	1	,2	,4	98,8
	OTROS PROGRAMAS	3	,7	1,2	100,0
	Total	246	55,9	100,0	
	Perdidos	OTROS	1	,2	
Sistema		193	43,9		
Total		194	44,1		
Total	440	100,0			

16...5m- 5 PROGRAMAS FAVORITOS (5)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIBUJOS ANIMADOS	49	11,1	28,5	28,5
	SERIES	39	8,9	22,7	51,2
	PROGRAMAS	23	5,2	13,4	64,5
	CONCURSOS	20	4,5	11,6	76,2
	PELÍCULAS	15	3,4	8,7	84,9
	TELENOVELAS	4	,9	2,3	87,2
	DEPORTES	5	1,1	2,9	90,1
	DOCUMENTALES	4	,9	2,3	92,4
	CANAL INFANTIL	4	,9	2,3	94,8
	PELÍCULAS INFANTILES	3	,7	1,7	96,5
	CANAL CONCRETO	2	,5	1,2	97,7
	PUBLICIDAD	2	,5	1,2	98,8
	INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	1	,2	,6	99,4
	OTROS PROGRAMAS	1	,2	,6	100,0
	Total	172	39,1	100,0	
Perdidos	OTROS	2	,5		
	Sistema	266	60,5		
Total	268	60,9			
Total	440	100,0			

P. 18 ¿CONOCES ALGÚN PROGRAMA QUE SE EMITA POR LA NOCHE?

20- CONOCES ALGÚN PROGRAMA QUE SE EMITA POR LA NOCHE

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	394	89,5	94,0	94,0
	NO	25	5,7	6,0	100,0
	Total	419	95,2	100,0	
Perdidos	OTROS	1	,2		
	NS/NC	20	4,5		
	Total	21	4,8		
Total		440	100,0		

P.20 ¿TE GRABAN TUS PAPÁS ALGÚN PROGRAMA EN VÍDEO?

22- TE GRABAN EN VÍDEO...

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI	273	62,0	62,0	62,0
	NO	167	38,0	38,0	100,0
	Total	440	100,0	100,0	

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIAS: N° DE TELEVISIONES EN EL HOGAR

Frecuencias

Estadísticos

NÚMERO DE TV RECODIFICADA

N	Válidos	439
	Perdidos	1

NÚMERO DE TV RECODIFICADA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DE 0 A 2	312	70,9	71,1	71,1
	DE 3 A 4 TV	120	27,3	27,3	98,4
	5 O MÁS	7	1,6	1,6	100,0
	Total	439	99,8	100,0	
Perdidos	Sistema	1	,2		
Total		440	100,0		

Nº TELEVISIONES TODOS LOS TRAMOS (SIN RECODIFICAR)

Estadísticos

P21Nº TVS HOGAR

N	Válidos	439
	Perdidos	1
Media		2,09
Mediana		2,00
Moda		2

P21Nº TVS HOGAR

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0 TV	1	,2	,2	,2
	1 TV	133	30,2	30,3	30,5
	2 TV	178	40,5	40,5	71,1
	TV	88	20,0	20,0	91,1
	4 TV	32	7,3	7,3	98,4
	5 TV	6	1,4	1,4	99,8
	6 TV	1	,2	,2	100,0
	Total	439	99,8	100,0	
Perdidos	NS/NC	1	,2		
Total		440	100,0		

Número de hermanos

Estadísticos

Nº HERMANOS

N	Válidos	440
	Perdidos	0
Media		1,42
Moda		1
Desv. típ.		4,76

Nº HERMANOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	0	75	17,0	17,0	17,0
	1	251	57,0	57,0	74,1
	2	79	18,0	18,0	92,0
	3	26	5,9	5,9	98,0
	4	5	1,1	1,1	99,1
	6	2	,5	,5	99,5
	8	1	,2	,2	99,8
	99	1	,2	,2	100,0
	Total	440	100,0	100,0	

TABLAS DE FRECUENCIA (RESPUESTAS MÚLTIPLES)

P.1 ¿QUÉ HACES CUANDO SALES DEL COLE?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
VOY A CASA	1	311	40,0	71,0
PRACTICO DEPORTES	2	199	25,6	45,4
ESTOY APUNTADO A CLASES	3	156	20,1	35,6
ME QUEDO EN EL COLEGIO	4	74	9,5	16,9
JUEGO EN LA CALLE	5	38	4,9	8,7
		-----	-----	-----
	Total responses	778	100,0	177,6

2 missing cases; 438 valid cases

P.2_1 CUANDO VUELVES A CASA, ¿QUIÉN ESTÁ?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
PAPÁ	1	157	19,8	39,4
MAMA	2	280	35,4	70,4
HERMANO/S	3	199	25,2	50,0
ABUELOS	4	54	6,8	13,6
AMIGOS	5	5	,6	1,3
CUIDADORA	6	59	7,5	14,8
TIOS	7	16	2,0	4,0
OTRAS PERSONAS	8	11	1,4	2,8
MASCOTA	9	10	1,3	2,5
		-----	-----	-----
	Total responses	791	100,0	198,7

0 missing cases; 398 valid cases

P.5 ¿CON QUIÉN JUEGAS? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SOLO/A	1	134	20,1	30,8
HERMANO/S	2	206	30,9	47,4
PAPÁS	3	61	9,1	14,0
AMIGOS	4	161	24,1	37,0
VECINOS	5	58	8,7	13,3
ABUELOS	6	18	2,7	4,1
CUIDADORA	7	10	1,5	2,3
OTRAS PERSONAS	8	19	2,8	4,4
		-----	-----	-----
	Total responses	667	100,0	153,3

5 missing cases; 435 valid cases

P.6 ¿CON QUIÉN HACES LOS DEBERES? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SOLO/A	1	309	66,9	70,2
HERMANO/S	2	36	7,8	8,2
PAPÁS	3	94	20,3	21,4
AMIGOS	4	7	1,5	1,6
VECINOS	5	3	,6	,7
ABUELOS	6	1	,2	,2
CUIDADORA	7	6	1,3	1,4
OTRAS PERSONAS	8	6	1,3	1,4
		-----	-----	-----
	Total responses	462	100,0	105,0

0 missing cases; 440 valid cases

P.7 ¿CON QUIÉN VES LA TV? (LA MAYORÍA DE LAS VECES)

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SOLO/A	1	70	10,9	16,4
HERMANO/S	2	243	37,9	56,8
PAPÁS	3	240	37,4	56,1
AMIGOS	4	19	3,0	4,4
VECINOS	5	5	,8	1,2
ABUELOS	6	38	5,9	8,9
CUIDADORA	7	10	1,6	2,3
OTRAS PERSONAS	8	16	2,5	3,7
		-----	-----	-----
	Total responses	641	100,0	149,8

12 missing cases; 428 valid cases

P.8 ¿DÓNDE VES LA TV?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CASA	1	427	82,4	99,1
CASA AMIGOS O FAMILIARES	2	78	15,1	18,1
COLEGIO	3	9	1,7	2,1
OTROS SITIOS	4	4	,8	,9
		-----	-----	-----
	Total responses	518	100,0	120,2

9 missing cases; 431 valid cases

—

P.9 ¿EN QUÉ HABITACIONES O LUGARES DE TU CASA HAY TELE?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SALÓN COMEDOR 85,2		1	373	40,7
HABITACIÓN PAPÁS	2	149	16,2	34,0
MI HABITACIÓN	3	128	14,0	29,2
SALA ESTAR	4	127	13,8	29,0
COCINA	5	80	8,7	18,3
OTROS LUGARES CASA	6	60	6,5	13,7
		-----	-----	-----
	Total responses	917	100,0	209,4

2 missing cases; 438 valid cases

—

P.10 ¿CÚANDO VES LA TELE?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
MAÑANA	1	232	24,1	55,1
MEDIODÍA	2	148	15,4	35,2
TARDE	3	252	26,2	59,9
NOCHE	4	329	34,2	78,1
		-----	-----	-----
	Total responses	961	100,0	228,3

19 missing cases; 421 valid cases

—

P.13 ¿QUIÉN ELIGE EN TU CASA LO QUE SE VE EN LA TELEVISIÓN?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
PAPÁS	1	339	43,5	78,8
HERMANOS	2	152	19,5	35,3
YO	3	265	34,0	61,6
OTRAS PERSONAS	4	24	3,1	5,6
		-----	-----	-----
	Total responses	780	100,0	181,4

10 missing cases; 430 valid cases

P.14_1 SÍ: ¿POR QUÉ VES TODO LO QUE QUIERES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CONSUMO PERMISIVO	1	38	38,8	42,2
INTERÉS CONTENIDOS	2	24	24,5	26,7
CONSUMO EN SOLITARIO	3	17	17,3	18,9
ESCASO INTERÉS CONTENIDOS	4	4	4,1	4,4
CONTENIDOS INOFENSIVOS	5	7	7,1	7,8
CONSUMO COMPARTIDO	6	8	8,2	8,9
		-----	-----	-----
	Total responses	98	100,0	108,9

350 missing cases; 90 valid cases

—

P.14_2 NO: ¿POR QUÉ NO VES TODO LO QUE QUIERES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CONTROL PATERNO	1	104	27,3	33,7
REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES	2	60	15,7	19,4
CONSUMO COMPARTIDO	3	64	16,8	20,7
LIMITACIÓN EDAD	4	43	11,3	13,9
DESCANSO NOCTURNO	5	33	8,7	10,7
CONSUMO AUTORITARIO	6	22	5,8	7,1
CONTENIDOS ADULTOS: SEXO, TERROR Y VIOLE	7	17	4,5	5,5
CONSECUENCIAS NEGATIVAS EDUCACIÓN/SALUD	8	17	4,5	5,5
ESCASO INTERÉS CONTENIDOS	9	13	3,4	4,2
CONSUMO ESCASO/NULO	10	8	2,1	2,6
		-----	-----	-----
	Total responses	381	100,0	123,3

131 missing cases; 309 valid cases

P.14_3 ¿QUÉ ES LO QUE NO PUEDES VER?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CONTENIDO SEXUAL	1	113	19,1	28,1
PROGRAMAS ADULTOS	2	71	12,0	17,7
CONTENIDO TERROR	3	63	10,7	15,7
SERIES	4	47	8,0	11,7
CONTENIDO VIOLENCIA/ACCIÓN	5	43	7,3	10,7
DIBUJOS ANIMADOS ADULTOS	6	39	6,6	9,7
DIBUJOS ANIMADOS EN GENERAL	7	24	4,1	6,0
DIBUJOS ANIMADOS AGRESIVOS	8	8	1,4	2,0
CONTENIDOS HORARIO NOCTURNO	9	25	4,2	6,2
PELÍCULAS EN GENERAL	10	17	2,9	4,2
PELÍCULAS PARA ADULTOS	11	79	13,4	19,7
TELENOVELAS	12	16	2,7	4,0
INFORMATIVOS	13	13	2,2	3,2
DEPORTES	14	10	1,7	2,5
PROGRAMAS DE BAJA CALIDAD	15	5	,8	1,2
CONSUMO RESTRINGIDO	16	11	1,9	2,7
CONSUMO NO RESTRINGIDO	17	5	,8	1,2
CANAL CONCRETO	18	2	,3	,5
		-----	-----	-----
	Total responses	591	100,0	147,0

38 missing cases; 402 valid cases

P.14_3_A ¿POR QUÉ NO PUEDES VERLO?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
LIMITACIÓN EDAD	1	118	25,4	30,8
CONTROL PATERNO	2	86	18,5	22,5
CONTENIDOS VIOLENTOS	3	44	9,5	11,5
CONTENIDO TERROR	4	37	8,0	9,7
CONTENIDO SEXUAL	5	35	7,5	9,1
DESCANSO NOCTURNO	6	40	8,6	10,4
REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES	7	16	3,4	4,2
ESCASO INTERÉS CONTENIDOS	8	27	5,8	7,0
CONSUMO COMPARTIDO	9	20	4,3	5,2
CONSUMO AUTORITARIO	10	18	3,9	4,7
CONSUMO ESCASO/NULO	11	10	2,2	2,6
CONSECUENCIAS NEGATIVAS SALUD/EDUCACIÓN	12	13	2,8	3,4
PREJUICIO SEXISTA	13	1	,2	,3
		-----	-----	-----
	Total responses	465	100,0	121,4

57 missing cases; 383 valid cases

—

P.15 ¿HABLAS CON OTRAS PERSONAS DE LO QUE VES EN LA TELE?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
NADIE	1	56	6,3	12,9
PAPAS	2	235	26,3	54,3
HERMANO/S	3	172	19,2	39,7
AMIGOS	4	294	32,8	67,9
ABUELOS	5	69	7,7	15,9
PROFESORES	6	17	1,9	3,9
CUIDADORA	7	20	2,2	4,6
OTRAS PERSONAS	8	32	3,6	7,4
		-----	-----	-----
	Total responses	895	100,0	206,7

7 missing cases; 433 valid cases

—

P.16 ¿CUÁLES SON TUS CINCO PROGRAMAS (ESPACIOS) FAVORITOS DE TELEVISIÓN Y SUS NOMBRES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
DIBUJOS ANIMADOS	1	525	33,8	122,4
SERIES	2	309	19,9	72,0
PROGRAMAS	3	232	15,0	54,1
CONCURSOS	4	201	13,0	46,9
PELÍCULAS	5	82	5,3	19,1
TELENOVELAS	6	40	2,6	9,3
DEPORTES	7	35	2,3	8,2
DOCUMENTALES	8	21	1,4	4,9
CANAL INFANTIL	9	20	1,3	4,7
PELÍCULAS INFANTILES	10	18	1,2	4,2
CANAL CONCRETO	11	18	1,2	4,2
PUBLICIDAD	12	12	,8	2,8
INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZAD	13	11	,7	2,6
OTROS PROGRAMAS	14	20	1,3	4,7
NINGÚN PROGRAMA	15	7	,5	1,6
		-----	-----	-----
	Total responses	1551	100,0	361,5

11 missing cases; 429 valid cases

P.16_1 TÍTULO DIBUJOS ANIMADOS FAVORITOS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
LOS SIMPSON	1	118	23,6	42,1
CAMPEONES	2	53	10,6	18,9
DORAEEMON	3	40	8,0	14,3
POKÉMON	4	35	7,0	12,5
DRAGON BALL	5	32	6,4	11,4
LA BANDA DEL PATIO	6	26	5,2	9,3
DIGIMON	7	20	4,0	7,1
LA MOMIA NIÑERA	8	13	2,6	4,6
LAS TRES MELLIZAS	9	12	2,4	4,3
FUTURAMA	10	12	2,4	4,3
SPIDERMAN	11	8	1,6	2,9
TOM Y JERRY	12	8	1,6	2,9
SOUTH PARK	13	7	1,4	2,5
LAS SUPERNENAS	14	6	1,2	2,1
MONSTER RANCHER	15	6	1,2	2,1
OTROS DIBUJOS	16	105	21,0	37,5
		-----	-----	-----
	Total responses	501	100,0	178,9

160 missing cases; 280 valid cases

—

P.16_2 TÍTULO PROGRAMAS FAVORITOS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CRUZ Y RAYA.COM	1	46	20,1	29,3
CLUB DISNEY	2	40	17,5	25,5
CLUB MEGATRIX	3	24	10,5	15,3
ESTA ES MI GENTE	4	23	10,0	14,6
ART ATTACK	5	12	5,2	7,6
EL DIARIO DE PATRICIA	6	13	5,7	8,3
EL INFORMAL	7	9	3,9	5,7
NOCHE DE FIESTA	8	8	3,5	5,1
DESESPERADO CLUB SOCIAL	9	7	3,1	4,5
LA BATIDORA	10	6	2,6	3,8
TPH CLUB	11	5	2,2	3,2
CYBERCLUB	12	4	1,7	2,5
A TU LADO	13	4	1,7	2,5
OTROS PROGRAMAS	14	28	12,2	17,8
		-----	-----	-----
	Total responses	229	100,0	145,9

283 missing cases; 157 valid cases

—

P.16_3 TÍTULO CONCURSOS FAVORITOS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
OPERACIÓN TRIUNFO	1	100	49,8	67,1
PASAPALABRA	2	34	16,9	22,8
¡A SACO!	3	14	7,0	9,4
GRAN HERMANO	4	10	5,0	6,7
CONFIANZA CIEGA	5	8	4,0	5,4
DECISIÓN FINAL	6	4	2,0	2,7
LLUVIA DE ESTRELLAS	7	4	2,0	2,7
MENUDAS ESTRELLAS	8	4	2,0	2,7
DESPEGA COMO PUEDES	9	3	1,5	2,0
EL SHOW DE LOS RÉCORDS	10	3	1,5	2,0
50X15	11	3	1,5	2,0
GRAND PRIX	12	3	1,5	2,0
CIFRAS Y LETRAS	13	3	1,5	2,0
OTROS CONCURSOS	14	8	4,0	5,4
		-----	-----	-----
	Total responses	201	100,0	134,9

291 missing cases; 149 valid cases

—

P.16_4 TÍTULO SERIES FAVORITAS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
COMPAÑEROS	1	42	13,9	22,2
CUÉNTAME CÓMO PASÓ	2	35	11,6	18,5
ANA Y LOS SIETE	3	32	10,6	16,9
AL SALIR DE CLASE	4	24	7,9	12,7
JAVIER YA NO VIVE SOLO	5	19	6,3	10,1
EMBRUJADAS	6	17	5,6	9,0
UN PASO ADELANTE	7	17	5,6	9,0
ALADINA	8	16	5,3	8,5
POLICÍAS	9	12	4,0	6,3
SABRINA, COSAS DE BRUJAS	10	13	4,3	6,9
SIETE VIDAS	11	8	2,6	4,2
ALF	12	7	2,3	3,7
HOSPITAL CENTRAL	13	7	2,3	3,7
EL COMISARIO	14	6	2,0	3,2
FRIENDS	15	5	1,7	2,6
PERIODISTAS	16	5	1,7	2,6
OTRAS SERIES	17	37	12,3	19,6
		-----	-----	-----
	Total responses	302	100,0	159,8

251 missing cases; 189 valid cases

—

P.17 CUANDO HAY PUBLICIDAD EN TU PROGRAMA PREFERIDO, ¿QUÉ HACES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CAMBIO DE CANAL	1	284	39,9	66,2
ME QUEDO VIENDO LA PUBLICIDAD	2	164	23,0	38,2
ABABO LOS DEBERES	3	82	11,5	19,1
HABLO CON MIS PAPAS DE LO QUE HE VISTO	4	68	9,6	15,9
HABLO CON MIS PAPAS DE OTRAS COSAS	5	41	5,8	9,6
JUEGO A LA VIDEOCONSOLA	6	38	5,3	8,9
RECOJO MI HABITACIÓN	7	35	4,9	8,2
		-----	-----	-----
	Total responses	712	100,0	166,0

11 missing cases; 429 valid cases

—

**P.18_1 ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE
CONOCES Y CUÁLES SON SUS NOMBRES?**

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SERIES	1	175	21,6	41,7
PROGRAMAS	2	196	24,2	46,7
CONCURSOS	3	192	23,7	45,7
PELÍCULAS	4	55	6,8	13,1
DIBUJOS ANIMADOS	5	65	8,0	15,5
INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZAD	6	52	6,4	12,4
DEPORTES	7	25	3,1	6,0
CANAL CONCRETO	8	8	1,0	1,9
CANAL INFANTIL	9	5	,6	1,2
DOCUMENTALES	10	3	,4	,7
PUBLICIDAD	11	2	,2	,5
OTROS PROGRAMAS	12	6	,7	1,4
NINGÚN PROGRAMA	13	25	3,1	6,0
		-----	-----	-----
	Total responses	809	100,0	192,6

20 missing cases; 420 valid cases

—

P.18_1_A TÍTULO DE DIBUJOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE CONOCES

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SOUTH PARK	1	48	64,9	73,8
LOS SIMPSON	2	6	8,1	9,2
DRAGON BALL	3	4	5,4	6,2
DIGIMON	4	3	4,1	4,6
POKÉMON	5	2	2,7	3,1
TOM Y JERRY	6	2	2,7	3,1
OTROS DIBUJOS	7	9	12,2	13,8
		-----	-----	-----
	Total responses	74	100,0	113,8

375 missing cases; 65 valid cases

—

P.18_1_B TÍTULO DE PROGRAMAS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE CONOCES

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CRUZ Y RAYA.COM	1	61	20,7	31,0
CRÓNICAS MARCIANAS	2	60	20,4	30,5
NOCHE DE FIESTA	3	30	10,2	15,2
EL INFORMAL	4	29	9,9	14,7
LA BATIDORA	5	18	6,1	9,1
ESTA ES MI GENTE	6	13	4,4	6,6
MAMMA MÍA	7	10	3,4	5,1
TÓMBOLA	8	10	3,4	5,1
LA NOCHE CON... FUENTES Y CIA	9	9	3,1	4,6
¡AY MI MADRE!	10	9	3,1	4,6
ABIERTO AL ANOCHECER	11	6	2,0	3,0
LAS NOTICIAS DEL GUIÑOL	12	6	2,0	3,0
NO SÓLO MÚSICA	13	6	2,0	3,0
OTROS PROGRAMAS	14	27	9,2	13,7
		-----	-----	-----
	Total responses	294	100,0	149,2

243 missing cases; 197 valid cases

P.18_1_C TÍTULO DE CONCURSOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE CONOCES

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
OPERACIÓN TRIUNFO	1	116	45,7	60,4
CONFIANZA CIEGA	2	25	9,8	13,0
GRAN HERMANO	3	25	9,8	13,0
PASAPALABRA	4	21	8,3	10,9
TRIUNFOMANÍA	5	19	7,5	9,9
¡A SACO!	6	11	4,3	5,7
LLUVIA DE ESTRELLAS	7	7	2,8	3,6
MENUDAS ESTRELLAS	8	9	3,5	4,7
GRAND PRIX	9	5	2,0	2,6
DESPEGA COMO PUEDas	10	3	1,2	1,6
OTROS CONCURSOS	11	13	5,1	6,8
		-----	-----	-----
	Total responses	254	100,0	132,3

248 missing cases; 192 valid cases

—

P.18_1_D TÍTULO DE SERIES QUE SE EMITEN POR LA NOCHE CONOCES

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
ANA Y LOS SIETE	1	70	21,3	40,0
CUÉNTAME CÓMO PASÓ	2	57	17,3	32,6
COMPAÑEROS	3	35	10,6	20,0
POLICÍAS	4	35	10,6	20,0
UN PASO ADELANTE	5	20	6,1	11,4
HOSPITAL CENTRAL	6	19	5,8	10,9
JAVIER YA NO VIVE SOLO	7	17	5,2	9,7
PERIODISTAS	8	17	5,2	9,7
ALADINA	9	16	4,9	9,1
EL COMISARIO	10	14	4,3	8,0
SIETE VIDAS	11	13	4,0	7,4
OTRAS SERIES	12	16	4,9	9,1
		-----	-----	-----
	Total responses	329	100,0	188,0

265 missing cases; 175 valid cases

—

P.19 ¿QUÉ PROGRAMAS QUE SE EMITAN POR LA NOCHE VES Y TE GUSTAN MÁS Y CUÁLES SON SUS NOMBRES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SERIES	1	149	25,7	37,2
CONCURSOS	2	144	24,9	35,9
PROGRAMAS	3	114	19,7	28,4
PELÍCULAS	4	29	5,0	7,2
DIBUJOS ANIMADOS	5	30	5,2	7,5
DEPORTES	6	24	4,1	6,0
INFORMATIVOS E INFORMATIVOS ESPECIALIZAD	7	14	2,4	3,5
CANAL INFANTIL	8	5	,9	1,2
CANAL CONCRETO	9	3	,5	,7
DOCUMENTALES	10	3	,5	,7
OTROS PROGRAMAS	11	4	,7	1,0
NINGÚN PROGRAMA	12	60	10,4	15,0
		-----	-----	-----
	Total responses	579	100,0	144,4

39 missing cases; 401 valid cases

—

P.19_1 TÍTULO DE DIBUJOS ANIMADOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SOUTH PARK	1	18	58,1	60,0
LOS SIMPSON	2	3	9,7	10,0
DRAGON BALL	3	3	9,7	10,0
CAMPEONES	4	2	6,5	6,7
OTROS DIBUJOS	5	5	16,1	16,7
		-----	-----	-----
	Total responses	31	100,0	103,3

410 missing cases; 30 valid cases

—

P.19_2 TÍTULO DE PROGRAMAS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CRUZ Y RAYA.COM	1	56	38,4	49,1
LA BATIDORA	2	22	15,1	19,3
EL INFORMAL	3	18	12,3	15,8
NOCHE DE FIESTA	4	10	6,8	8,8
ESTA ES MI GENTE	5	9	6,2	7,9
¡AY MI MADRE!	6	6	4,1	5,3
MAMMA MÍA	7	5	3,4	4,4
LAS NOTICIAS DEL GUIÑOL	8	3	2,1	2,6
CRÓNICAS MARCIANAS	9	3	2,1	2,6
VIDEOS, VIDEOS	10	2	1,4	1,8
OTROS PROGRAMAS	11	12	8,2	10,5
		-----	-----	-----
	Total responses	146	100,0	128,1

326 missing cases; 114 valid cases

—

P.19_3 TÍTULO DE CONCURSOS QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
OPERACIÓN TRIUNFO	1	99	56,9	68,8
PASAPALABRA	2	14	8,0	9,7
GRAN HERMANO	3	12	6,9	8,3
¡A SACO!	4	9	5,2	6,3
CONFIANZA CIEGA	5	8	4,6	5,6
LLUVIA DE ESTRELLAS	6	5	2,9	3,5
SE BUSCA UNA ESTRELLA	7	4	2,3	2,8
MENUDAS ESTRELLAS	8	4	2,3	2,8
TRIUNFOMANÍA	9	8	4,6	5,6
DESPEGA COMO PUEDas	10	3	1,7	2,1
OTROS CONCURSOS	11	8	4,6	5,6
		-----	-----	-----
	Total responses	174	100,0	120,8

296 missing cases; 144 valid cases

—

P.19_4 TÍTULO DE SERIES QUE SE EMITEN POR LA NOCHE TE GUSTAN MÁS

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
ANA Y LOS SIETE	1	41	18,3	27,5
CUÉNTAME CÓMO PASÓ	2	40	17,9	26,8
COMPAÑEROS	3	26	11,6	17,4
POLICÍAS	4	21	9,4	14,1
UN PASO ADELANTE	5	16	7,1	10,7
JAVIER YA NO VIVE SOLO	6	15	6,7	10,1
HOSPITAL CENTRAL	7	12	5,4	8,1
ALADINA	8	12	5,4	8,1
SIETE VIDAS	9	10	4,5	6,7
EL COMISARIO	10	10	4,5	6,7
PERIODISTAS	11	8	3,6	5,4
OTRAS SERIES	12	13	5,8	8,7
		-----	-----	-----
	Total responses	224	100,0	150,3

291 missing cases; 149 valid cases

—

P.20_1 ¿QUÉ TIPO DE PROGRAMAS TE GRABAN Y CUÁLES SON SUS NOMBRES?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
SERIES	1	96	24,7	35,8
PELÍCULAS	2	101	26,0	37,7
CONCURSOS	3	64	16,5	23,9
DIBUJOS ANIMADOS	4	42	10,8	15,7
PROGRAMAS	5	30	7,7	11,2
DEPORTES	6	17	4,4	6,3
TELENOVELAS	7	14	3,6	5,2
PELÍCULAS INFANTILES	8	9	2,3	3,4
DOCUMENTALES	9	6	1,5	2,2
CANAL CONCRETO	10	2	,5	,7
INFORMATIVOS	11	1	,3	,4
OTROS PROGRAMAS	12	4	1,0	1,5
NINGÚN PROGRAMA	13	2	,5	,7
		-----	-----	-----
	Total responses	388	100,0	144,8

172 missing cases; 268 valid cases

—

P.20_1_A TÍTULO DE LOS DIBUJOS ANIMADOS QUE TE GRABAN

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
LOS SIMPSON	1	8	16,0	18,6
SOUTH PARK	2	6	12,0	14,0
CAMPEONES	3	6	12,0	14,0
POKÉMON	4	5	10,0	11,6
DIGIMON	5	4	8,0	9,3
DRAGON BALL	6	3	6,0	7,0
OTROS DIBUJOS	7	18	36,0	41,9
		-----	-----	-----
	Total responses	50	100,0	116,3

397 missing cases; 43 valid cases

—

P.20_1_B TÍTULO DE LOS PROGRAMAS QUE TE GRABAN

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
CRUZ Y RAYA.COM	1	12	34,3	40,0
CLUB MEGATRIX	2	5	14,3	16,7
ESTA ES MI GENTE	3	3	8,6	10,0
VIDEOS, VIDEOS	4	3	8,6	10,0
OTROS PROGRAMAS	5	12	34,3	40,0
		-----	-----	-----
	Total responses	35	100,0	116,7

410 missing cases; 30 valid cases

—

P.20_1_C TÍTULO DE LOS CONCURSOS QUE TE GRABAN

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
OPERACIÓN TRIUNFO	1	51	72,9	79,7
TRIUNFOMANÍA	2	10	14,3	15,6
CONFIANZA CIEGA	3	3	4,3	4,7
GRAN HERMANO	4	3	4,3	4,7
MENUDAS ESTRELLAS	5	2	2,9	3,1
OTROS CONCURSOS	6	1	1,4	1,6
		-----	-----	-----
	Total responses	70	100,0	109,4

376 missing cases; 64 valid cases

—

P.20_1_D TÍTULO DE LAS SERIES QUE TE GRABAN

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
ANA Y LOS SIETE	1	28	21,5	29,5
CUÉNTAME CÓMO PASÓ	2	28	21,5	29,5
COMPAÑEROS	3	22	16,9	23,2
UN PASO ADELANTE	4	7	5,4	7,4
ALADINA	5	5	3,8	5,3
HOSPITAL CENTRAL	6	5	3,8	5,3
JAVIER YA NO VIVE SOLO	7	5	3,8	5,3
PERIODISTAS	8	5	3,8	5,3
EMBRUJADAS	9	5	3,8	5,3
EL COMISARIO	10	3	2,3	3,2
OTRAS SERIES	11	17	13,1	17,9
		-----	-----	-----
	Total responses	130	100,0	136,8

345 missing cases; 95 valid cases

—

P.20_2_A SÍ TE GRABAN, ¿POR QUÉ?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
INTERÉS CONTENIDOS	1	177	65,6	70,5
DESCANSO NOCTURNO	2	68	25,2	27,1
REALIZACIÓN DE OTRAS ACTIVIDADES	3	25	9,3	10,0
		-----	-----	-----
	Total responses	270	100,0	107,6

189 missing cases; 251 valid cases

P.20_2_B NO TE GRABAN, ¿POR QUÉ?

Category label	Code	Count	Pct of Responses	Pct of Cases
ESCASO INTERÉS PROGRAMACIÓN	1	45	49,5	50,6
DIFICULTADES PARA GRABAR: MAL FUNCIONAMI	2	30	33,0	33,7
LIMITACIÓN PADRES	3	16	17,6	18,0
		-----	-----	-----
	Total responses	91	100,0	102,2

351 missing cases; 89 valid cases

TABLAS DE CONTINGENCIA¹

TABLA 1: VER LA TELEVISIÓN CON LOS PADRES INFLUYE EN LA HORA DE ACOSTARSE

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
A.2 HORA DE ACOSTARSE * 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	428	97,3%	12	2,7%	440	100,0%

Tabla de contingencia A.2 HORA DE ACOSTARSE * 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas

			7...3m- VEO LA TELE CON... Papas		Total
			SI	NO	
A.2 HORA DE ACOSTARSE	DE 8 A 10	Recuento	98	97	195
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	50,3%	49,7%	100,0%
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	40,8%	51,6%	45,6%
		% del total	22,9%	22,7%	45,6%
	DE 10 A 12	Recuento	126	86	212
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	59,4%	40,6%	100,0%
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	52,5%	45,7%	49,5%
		% del total	29,4%	20,1%	49,5%
	MÁS TARDE 12	Recuento	16	5	21
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	76,2%	23,8%	100,0%
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	6,7%	2,7%	4,9%
		% del total	3,7%	1,2%	4,9%
Total	Recuento	240	188	428	
	% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	56,1%	43,9%	100,0%	
	% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	56,1%	43,9%	100,0%	

Estadístico: *Chi-cuadrado de Pearson*: Valor 7,101 y Sig. Asintótica 0,029.

¹ En la parte inferior de cada tabla se adjunta el estadístico *Chi cuadrado* propuesto por Pearson (1911) que nos permite contrastar la hipótesis planteada en cada caso, estableciendo si existe o no relación entre las variables estudiadas, mediante el contraste entre las frecuencias observadas y las esperadas. De este modo, si la probabilidad (Significación asintótica o nivel de significación observado) es inferior a 0,05; las variables están relacionadas y, por tanto, podemos afirmar que la tabla es significativa.

TABLA 2: VER LA TELEVISIÓN CON LOS PADRES INFLUYE EN LA CANTIDAD DE HORAS DIARIAS QUE SE CONSUMEN

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P12 RECODIFICADA * 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	426	96,8%	14	3,2%	440	100,0%

Tabla de contingencia P12 RECODIFICADA * 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas

		7...3m- VEO LA TELE CON... Papas		Total
		SI	NO	
P12 RECODIFICADA/ MENOS DE 2 HORAS	Recuento	128	124	252
	% de P12 RECODIFICADA	50,8%	49,2%	100,0%
	% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	53,3%	66,7%	59,2%
	% del total	30,0%	29,1%	59,2%
DE 2 A 4 HORAS	Recuento	66	28	94
	% de P12 RECODIFICADA	70,2%	29,8%	100,0%
	% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	27,5%	15,1%	22,1%
	% del total	15,5%	6,6%	22,1%
MÁS DE 4 HORAS	Recuento	46	34	80
	% de P12 RECODIFICADA	57,5%	42,5%	100,0%
	% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	19,2%	18,3%	18,8%
	% del total	10,8%	8,0%	18,8%
Total	Recuento	240	186	426
	% de P12 RECODIFICADA	56,3%	43,7%	100,0%
	% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	56,3%	43,7%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 10,550 y Sig. Asintótica 0,005.

TABLA 3: LA EDAD INFLUYE EN VER LA TELEVISIÓN JUNTO CON LOS PADRES

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
7...3m- VEO LA TELE CON... Papas * EDAD RECODIFICADA	428	97,3%	12	2,7%	440	100,0%

Tabla de contingencia 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	SI	Recuento	102	138	240
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	42,5%	57,5%	100,0%
	NO	% de EDAD RECODIFICADA	51,0%	60,5%	56,1%
		% del total	23,8%	32,2%	56,1%
Total	SI	Recuento	98	90	188
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	52,1%	47,9%	100,0%
	NO	% de EDAD RECODIFICADA	49,0%	39,5%	43,9%
		% del total	22,9%	21,0%	43,9%
Total	SI	Recuento	200	228	428
		% de 7...3m- VEO LA TELE CON... Papas	46,7%	53,3%	100,0%
	NO	% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	46,7%	53,3%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson**: Valor 3,925 y Sig. Asintótica 0,048.

TABLA 4: LA EDAD INFLUYE EN DIALOGAR CON LOS PADRES DE LO QUE SE VE EN TV

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás * EDAD RECODIFICADA	440	100,0%	0	,0%	440	100,0%

Tabla de contingencia 15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás	SI	Recuento	92	143	235
		% de 15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás	39,1%	60,9%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	44,0%	61,9%	53,4%
		% del total	20,9%	32,5%	53,4%
	NO	Recuento	117	88	205
		% de 15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás	57,1%	42,9%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	56,0%	38,1%	46,6%
		% del total	26,6%	20,0%	46,6%
Total	Recuento	209	231	440	
	% de 15...2m- HABLAS DE LO QUE VES EN TV CON...papás	47,5%	52,5%	100,0%	
	% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	47,5%	52,5%	100,0%	

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson**: Valor 14,106 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 5: IR A CASA DESPUÉS DEL COLEGIO, EN LUGAR DE REALIZAR OTRAS ACTIVIDADES EN EL TIEMPO DE OCIO, AFECTA A LA CANTIDAD DE TELEVISIÓN QUE SE VE AL DÍA

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P12 RECODIFICADA * 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa	435	98,9%	5	1,1%	440	100,0%

Tabla de contingencia P12 RECODIFICADA * 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa

	1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa			Total
	VOY A CASA	OTRAS ACTIVIDADES	99	
P12 RECODIFICADA MENOS DE 2 HORAS	Recuento	171	90	261
	% de P12 RECODIFICADA	65,5%	34,5%	100,0%
	% de 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa	55,5%	71,4%	60,0%
	% del total	39,3%	20,7%	60,0%
DE 2 A 4 HORAS	Recuento	75	20	95
	% de P12 RECODIFICADA	78,9%	21,1%	100,0%
	% de 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa	24,4%	15,9%	21,8%
	% del total	17,2%	4,6%	21,8%
MÁS DE 4 HORAS	Recuento	62	16	79
	% de P12 RECODIFICADA	78,5%	20,3%	100,0%
	% de 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa	20,1%	12,7%	100,0%
	% del total	14,3%	3,7%	,2%
Total	Recuento	308	126	435
	% de P12 RECODIFICADA	70,8%	29,0%	,2%
	% de 1...1m.- QUE HACES CUANDO SALES DEL COLE.Voy a casa	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	70,8%	29,0%	,2%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 13,951 y Sig. Asintótica 0,007.

TABLA 6: EL NÚMERO DE EQUIPOS DE TELEVISIÓN CON LOS QUE CUENTA EL HOGAR REPERCUTE EN LA CANTIDAD DE TIEMPO QUE SE CONSUME AL DÍA

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P12 RECODIFICADA * NÚMERO DE TV RECODIFICADA	437	99,3%	3	,7%	440	100,0%

Tabla de contingencia P12 RECODIFICADA * NÚMERO DE TV RECODIFICADA

		NÚMERO DE TV RECODIFICADA			Total
		DE 0 A 2	DE 3 A 4 TV	5 O MÁS	
P12 RECODIFICA MENOS DE 2 HORAS	Recuento	204	55	3	262
	% de P12 RECODIFICADA	77,9%	21,0%	1,1%	100,0%
	% de NÚMERO DE TV RECODIFICADA	65,4%	46,6%	42,9%	60,0%
	% del total	46,7%	12,6%	,7%	60,0%
DE 2 A 4 HORAS	Recuento	62	33		95
	% de P12 RECODIFICADA	65,3%	34,7%		100,0%
	% de NÚMERO DE TV RECODIFICADA	19,9%	28,0%		21,7%
	% del total	14,2%	7,6%		21,7%
MÁS DE 4 HORAS	Recuento	46	30	4	80
	% de P12 RECODIFICADA	57,5%	37,5%	5,0%	100,0%
	% de NÚMERO DE TV RECODIFICADA	14,7%	25,4%	57,1%	18,3%
	% del total	10,5%	6,9%	,9%	18,3%
Total	Recuento	312	118	7	437
	% de P12 RECODIFICADA	71,4%	27,0%	1,6%	100,0%
	% de NÚMERO DE TV RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	71,4%	27,0%	1,6%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 20,703 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 7: VER TV EN LA PROPIA HABITACIÓN REPERCUTE EN EL TIEMPO DIARIO DE CONSUMO

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P12 RECODIFICADA * 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN	437	99,3%	3	,7%	440	100,0%

Tabla de contingencia P12 RECODIFICADA * 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN

		9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN		Total
		SI	NO	
P12 RECODIFICADA MENOS DE 2 HORAS	Recuento	47	215	262
	% de P12 RECODIFICADA	17,9%	82,1%	100,0%
	% de 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN	40,9%	66,8%	60,0%
	% del total	10,8%	49,2%	60,0%
DE 2 A 4 HORAS	Recuento	32	63	95
	% de P12 RECODIFICADA	33,7%	66,3%	100,0%
	% de 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN	27,8%	19,6%	21,7%
	% del total	7,3%	14,4%	21,7%
MÁS DE 4 HORAS	Recuento	36	44	80
	% de P12 RECODIFICADA	45,0%	55,0%	100,0%
	% de 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN	31,3%	13,7%	18,3%
	% del total	8,2%	10,1%	18,3%
Total	Recuento	115	322	437
	% de P12 RECODIFICADA	26,3%	73,7%	100,0%
	% de 9_1- VES TELE EN TU HABITACIÓN	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	26,3%	73,7%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson**: Valor 26,544 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 8: LA EDAD DETERMINA LA HORA EN QUE SUELEN ACOSTARSE LOS NIÑOS

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
A.2 HORA DE ACOSTARSE * EDAD RECODIFICADA	440	100,0%	0	,0%	440	100,0%

Tabla de contingencia A.2 HORA DE ACOSTARSE * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9	DE 10 A 12	
A.2 HORA DE ACOSTARSE	DE 8 A 10	Recuento	130	75	205
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	63,4%	36,6%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	62,2%	32,5%	46,6%
		% del total	29,5%	17,0%	46,6%
	DE 10 A 12	Recuento	68	146	214
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	31,8%	68,2%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	32,5%	63,2%	48,6%
		% del total	15,5%	33,2%	48,6%
	MÁS TARDE 12	Recuento	11	10	21
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	52,4%	47,6%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	5,3%	4,3%	4,8%
		% del total	2,5%	2,3%	4,8%
Total		Recuento	209	231	440
		% de A.2 HORA DE ACOSTARSE	47,5%	52,5%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	47,5%	52,5%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 42,239 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 9: LA EDAD DETERMINA EL NÚMERO DE HORAS DE TELEVISIÓN QUE VEN LOS NIÑOS

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
P12 RECODIFICADA * EDAD RECODIFICADA	438	99,5%	2	,5%	440	100,0%

Tabla de contingencia P12 RECODIFICADA * EDAD RECODIFICADA

		EDAD RECODIFICADA		Total
		DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
P12 RECODIFICADA MENOS DE 2 HORAS	Recuento	128	135	263
	% de P12 RECODIFICADA	48,7%	51,3%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	61,8%	58,4%	60,0%
	% del total	29,2%	30,8%	60,0%
DE 2 A 4 HORAS	Recuento	35	60	95
	% de P12 RECODIFICADA	36,8%	63,2%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	16,9%	26,0%	21,7%
	% del total	8,0%	13,7%	21,7%
MÁS DE 4 HORAS	Recuento	44	36	80
	% de P12 RECODIFICADA	55,0%	45,0%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	21,3%	15,6%	18,3%
	% del total	10,0%	8,2%	18,3%
Total	Recuento	207	231	438
	% de P12 RECODIFICADA	47,3%	52,7%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	47,3%	52,7%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson**: Valor 6,269 y Sig. Asintótica 0,044.

TABLA 10: LA EDAD DETERMINA LA MAYOR RESPONSABILIDAD EN LAS ACTIVIDADES DEL NIÑO EN SU LLEGADA A CASA TRAS LA SALIDA DEL COLEGIO.

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
3- LO PRIMERO QUE HACES * EDAD RECODIFICADA	424	96,4%	16	3,6%	440	100,0%

Tabla de contingencia 3- LO PRIMERO QUE HACES * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9	DE 10 A 12	
3- LO PRIMERO QUE HACES	MERENDAR	Recuento	71	80	151
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	47,0%	53,0%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	35,1%	36,0%	35,6%
		% del total	16,7%	18,9%	35,6%
HACER LOS DEBERES		Recuento	50	87	137
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	36,5%	63,5%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	24,8%	39,2%	32,3%
		% del total	11,8%	20,5%	32,3%
VER LA TELEVISION		Recuento	18	8	26
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	69,2%	30,8%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	8,9%	3,6%	6,1%
		% del total	4,2%	1,9%	6,1%
JUGAR A LA VIDEOCONSOLA		Recuento	16	9	25
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	64,0%	36,0%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	7,9%	4,1%	5,9%
		% del total	3,8%	2,1%	5,9%
JUGAR CON JUEGOS O JUGUETES		Recuento	15	2	17
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	88,2%	11,8%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	7,4%	,9%	4,0%
		% del total	3,5%	,5%	4,0%
RECOGER MI CUARTO		Recuento	2	11	13
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	15,4%	84,6%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	1,0%	5,0%	3,1%
		% del total	,5%	2,6%	3,1%
HABLAR CON MIS PADRES		Recuento	7	9	16
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	43,8%	56,3%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	3,5%	4,1%	3,8%
		% del total	1,7%	2,1%	3,8%
UTILIZAR EL ORDENADOR		Recuento	3	1	4
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	75,0%	25,0%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	1,5%	,5%	,9%
		% del total	,7%	,2%	,9%
VARIAS ACTIVIDADES SIMULTÁNEAMENTE		Recuento	20	15	35
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	57,1%	42,9%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	9,9%	6,8%	8,3%
		% del total	4,7%	3,5%	8,3%
Total		Recuento	202	222	424
		% de 3- LO PRIMERO QUE HACES	47,6%	52,4%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	47,6%	52,4%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 33,603 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 11: LOS GUSTOS POR LAS DIFERENTES ALTERNATIVAS REALIZADAS EN EL TIEMPO LIBRE CAMBIAN EN FUNCIÓN DE LA EDAD

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	1	163	176	339
MERENDAR		48,1	51,9	78,1
		78,4	77,9	
		37,6	40,6	
	2	150	160	310
HACER LOS DEBERES		48,4	51,6	71,4
		72,1	70,8	
		34,6	36,9	
	3	170	198	368
VER LA TELEVISION		46,2	53,8	84,8
		81,7	87,6	
		39,2	45,6	
	4	101	129	230
JUGAR A LA VIDEOCONS		43,9	56,1	53,0
		48,6	57,1	
		23,3	29,7	
	5	173	169	342
JUGAR CON JUEGOS O J		50,6	49,4	78,8
		83,2	74,8	
		39,9	38,9	
	6	98	98	196
RECOGER MI CUARTO		50,0	50,0	45,2
		47,1	43,4	
		22,6	22,6	
Column		208	226	434
Total		47,9	52,1	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
Row pct	12			Row
Col pct				Total
Tab pct	1	2		
7	118	149	267	
HABLAR CON MIS PADRE	44,2	55,8	61,5	
	56,7	65,9		
	27,2	34,3		
8	133	153	286	
UTILIZAR EL ORDENADO	46,5	53,5	65,9	
	63,9	67,7		
	30,6	35,3		
9	4	9	13	
DEPORTES	30,8	69,2	3,0	
	1,9	4,0		
	,9	2,1		
10	1	4	5	
MÚSICA	20,0	80,0	1,2	
	,5	1,8		
	,2	,9		
11	1	14	15	
LEER	6,7	93,3	3,5	
	,5	6,2		
	,2	3,2		
Column	208	226	434	
Total	47,9	52,1	100,0	

Percents and totals based on respondents

434 valid cases; 6 missing cases

TABLA 12: LA EDAD INFLUYE EN EL HECHO DE JUGAR SOLO O ACOMPAÑADO²

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a * EDAD RECODIFICADA	440	100,0%	0	,0%	440	100,0%

Tabla de contingencia 5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a	sí	Recuento	70	64	134
		% de 5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a	52,2%	47,8%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	33,5%	27,7%	30,5%
		% del total	15,9%	14,5%	30,5%
	no	Recuento	139	167	306
		% de 5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a	45,4%	54,6%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	66,5%	72,3%	69,5%
		% del total	31,6%	38,0%	69,5%
Total		Recuento	209	231	440
		% de 5...1m- JUEGAS CON... A.solo-a	47,5%	52,5%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
		% del total	47,5%	52,5%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson:** Valor 1,735 y Sig. Asintótica 0,188.

² En esta tabla, la significación asintótica se eleva a 0,188; por lo que al ser superior a 0,05 podemos concluir que no existe relación entre las variables analizadas.

TABLA 13: LA EDAD INFLUYE EN HACER LOS DEBERES SOLO O ACOMPAÑADO

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
6...1m- DEBERES CON... Solo/a * EDAD RECODIFICADA	440	100,0%	0	,0%	440	100,0%

Tabla de contingencia 6...1m- DEBERES CON... Solo/a * EDAD RECODIFICADA

		EDAD RECODIFICADA		Total
		DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
6...1m- DEBERES si CON... Solo/a	Recuento	129	180	309
	% de 6...1m- DEBERES CON... Solo/a	41,7%	58,3%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	61,7%	77,9%	70,2%
	% del total	29,3%	40,9%	70,2%
no	Recuento	80	51	131
	% de 6...1m- DEBERES CON... Solo/a	61,1%	38,9%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	38,3%	22,1%	29,8%
	% del total	18,2%	11,6%	29,8%
Total	Recuento	209	231	440
	% de 6...1m- DEBERES CON... Solo/a	47,5%	52,5%	100,0%
	% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%
	% del total	47,5%	52,5%	100,0%

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson**: Valor 13,772 y Sig. Asintótica 0,000.

TABLA 14: LA EDAD INFLUYE EN VER LA TELEVISIÓN SOLO O ACOMPAÑADO

Resumen del procesamiento de los casos

	Casos					
	Válidos		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a * EDAD RECODIFICADA	440	100,0%	0	,0%	440	100,0%

Tabla de contingencia 7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a * EDAD RECODIFICADA

			EDAD RECODIFICADA		Total
			DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	
7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a	si	Recuento	41	29	70
		% de 7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a	58,6%	41,4%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	19,6%	12,6%	15,9%
		% del total	9,3%	6,6%	15,9%
	no	Recuento	168	202	370
		% de 7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a	45,4%	54,6%	100,0%
		% de EDAD RECODIFICADA	80,4%	87,4%	84,1%
		% del total	38,2%	45,9%	84,1%
Total	Recuento	209	231	440	
	% de 7...1m- VEO LA TELE CON... Solo/a	47,5%	52,5%	100,0%	
	% de EDAD RECODIFICADA	100,0%	100,0%	100,0%	
	% del total	47,5%	52,5%	100,0%	

Estadístico: **Chi-cuadrado de Pearson**: Valor 4,092 y Sig. Asintótica 0,043.

TABLA 15: LAS PREFERENCIAS TELEVISIVAS DE LOS NIÑOS VARÍAN CONFORME AVANZA SU EDAD.

	Count	DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	Row Total
Row pct				
Col pct				
Tab pct		1	2	
1	227	298	525	
DIBUJOS ANIMADOS	43,2	56,8	122,4	
	112,4	131,3		
	52,9	69,5		
2	93	216	309	
SERIES	30,1	69,9	72,0	
	46,0	95,2		
	21,7	50,3		
3	108	124	232	
PROGRAMAS	46,6	53,4	54,1	
	53,5	54,6		
	25,2	28,9		
4	89	112	201	
CONCURSOS	44,3	55,7	46,9	
	44,1	49,3		
	20,7	26,1		
5	30	52	82	
PELÍCULAS	36,6	63,4	19,1	
	14,9	22,9		
	7,0	12,1		
6	13	27	40	
TELENOVELAS	32,5	67,5	9,3	
	6,4	11,9		
	3,0	6,3		
Column Total	202	227	429	
	47,1	52,9	100,0	

	Count	DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	Row Total
Row pct				
Col pct				
Tab pct		1	2	
7	7	28	35	
DEPORTES	20,0	80,0	8,2	
	3,5	12,3		
	1,6	6,5		
8	8	13	21	
DOCUMENTALES	38,1	61,9	4,9	
	4,0	5,7		
	1,9	3,0		
9	11	9	20	
CANAL INFANTIL	55,0	45,0	4,7	
	5,4	4,0		
	2,6	2,1		
10	11	7	18	
PELÍCULAS INFANTILES	61,1	38,9	4,2	
	5,4	3,1		
	2,6	1,6		
11	7	11	18	
CANAL CONCRETO	38,9	61,1	4,2	
	3,5	4,8		
	1,6	2,6		
12	1	11	12	
PUBLICIDAD	8,3	91,7	2,8	
	,5	4,8		
	,2	2,6		
Column Total	202	227	429	
	47,1	52,9	100,0	

Count	DE 7 A 9 AÑOS	DE 10 A 12 AÑOS	Row Total
Row pct			
Col pct			
Tab pct	1	2	
13	7	4	11
INFORMATIVOS E INFOR	63,6	36,4	2,6
	3,5	1,8	
	1,6	,9	
14	12	8	20
OTROS PROGRAMAS	60,0	40,0	4,7
	5,9	3,5	
	2,8	1,9	
15	6	1	7
NINGÚN PROGRAMA	85,7	14,3	1,6
	3,0	,4	
	1,4	,2	
Column Total	202	227	429
	47,1	52,9	100,0

Percents and totals based on respondents

429 valid cases; 11 missing cases

TABLA 15.1: LA EDAD DETERMINA LOS GUSTOS TELEVISIVOS: DIBUJOS ANIMADOS

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	1	33	85	118
LOS SIMPSON		28,0	72,0	42,1
		26,8	54,1	
		11,8	30,4	
	2	21	32	53
CAMPEONES		39,6	60,4	18,9
		17,1	20,4	
		7,5	11,4	
	3	14	26	40
DORAEMON		35,0	65,0	14,3
		11,4	16,6	
		5,0	9,3	
	4	21	14	35
POKÉMON		60,0	40,0	12,5
		17,1	8,9	
		7,5	5,0	
	5	11	21	32
DRAGON BALL		34,4	65,6	11,4
		8,9	13,4	
		3,9	7,5	
	6	9	17	26
LA BANDA DEL PATIO		34,6	65,4	9,3
		7,3	10,8	
		3,2	6,1	
	Column	123	157	280
	Total	43,9	56,1	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
Row pct	12			Row
Col pct				Total
Tab pct	1	2		
7	12	8	20	
DIGIMON	60,0	40,0	7,1	
	9,8	5,1		
	4,3	2,9		
8	2	11	13	
LA MOMIA NIÑERA	15,4	84,6	4,6	
	1,6	7,0		
	,7	3,9		
9	11	1	12	
LAS TRES MELLIZAS	91,7	8,3	4,3	
	8,9	,6		
	3,9	,4		
10	3	9	12	
FUTURAMA	25,0	75,0	4,3	
	2,4	5,7		
	1,1	3,2		
11	6	2	8	
SPIDERMAN	75,0	25,0	2,9	
	4,9	1,3		
	2,1	,7		
12	5	3	8	
TOM Y JERRY	62,5	37,5	2,9	
	4,1	1,9		
	1,8	1,1		
Column	123	157	280	
Total	43,9	56,1	100,0	

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	13	1	6	7
SOUTH PARK		14,3	85,7	2,5
		,8	3,8	
		,4	2,1	
	14	5	1	6
LAS SUPERNENAS		83,3	16,7	2,1
		4,1	,6	
		1,8	,4	
	15	1	5	6
MONSTER RANCHER		16,7	83,3	2,1
		,8	3,2	
		,4	1,8	
	16	58	47	105
OTROS DIBUJOS		55,2	44,8	37,5
		47,2	29,9	
		20,7	16,8	
	Column	123	157	280
	Total	43,9	56,1	100,0

Percents and totals based on respondents
280 valid cases; 160 missing cases

TABLA 15.2: LA EDAD DETERMINA LOS GUSTOS TELEVISIVOS: PROGRAMAS

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
1		24	22	46
CRUZ Y RAYA.COM		52,2	47,8	29,3
		36,4	24,2	
		15,3	14,0	
2		21	19	40
CLUB DISNEY		52,5	47,5	25,5
		31,8	20,9	
		13,4	12,1	
3		9	15	24
CLUB MEGATRIX		37,5	62,5	15,3
		13,6	16,5	
		5,7	9,6	
4		9	14	23
ESTA ES MI GENTE		39,1	60,9	14,6
		13,6	15,4	
		5,7	8,9	
5		11	1	12
ART ATTACK		91,7	8,3	7,6
		16,7	1,1	
		7,0	,6	
6		7	6	13
EL DIARIO DE PATRICI		53,8	46,2	8,3
		10,6	6,6	
		4,5	3,8	
Column		66	91	157
Total		42,0	58,0	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	7	1	8	9
EL INFORMAL		11,1	88,9	5,7
		1,5	8,8	
		,6	5,1	
	8	3	5	8
NOCHE DE FIESTA		37,5	62,5	5,1
		4,5	5,5	
		1,9	3,2	
	9	2	5	7
DESESPERADO CLUB SOC		28,6	71,4	4,5
		3,0	5,5	
		1,3	3,2	
	10	0	6	6
LA BATIDORA		,0	100,0	3,8
		,0	6,6	
		,0	3,8	
	11	3	2	5
TPH CLUB		60,0	40,0	3,2
		4,5	2,2	
		1,9	1,3	
	12	3	1	4
CYBERCLUB		75,0	25,0	2,5
		4,5	1,1	
		1,9	,6	
Column		66	91	157
Total		42,0	58,0	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	13	4	0	4
A TU LADO		100,0	,0	2,5
		6,1	,0	
		2,5	,0	
	14	9	19	28
OTROS PROGRAMAS		32,1	67,9	17,8
		13,6	20,9	
		5,7	12,1	
	Column	66	91	157
	Total	42,0	58,0	100,0

Percents and totals based on respondents

157 valid cases; 283 missing cases

TABLA 15.3: LA EDAD DETERMINA LOS GUSTOS TELEVISIVOS: CONCURSOS

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
1		34	66	100
OPERACIÓN TRIUNFO		34,0	66,0	67,1
		54,0	76,7	
		22,8	44,3	
2		18	16	34
PASAPALABRA		52,9	47,1	22,8
		28,6	18,6	
		12,1	10,7	
3		9	5	14
¡A SACO!		64,3	35,7	9,4
		14,3	5,8	
		6,0	3,4	
4		5	5	10
GRAN HERMANO		50,0	50,0	6,7
		7,9	5,8	
		3,4	3,4	
5		1	7	8
CONFIANZA CIEGA		12,5	87,5	5,4
		1,6	8,1	
		,7	4,7	
6		3	1	4
DECISIÓN FINAL		75,0	25,0	2,7
		4,8	1,2	
		2,0	,7	
Column		63	86	149
Total		42,3	57,7	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
Row pct		12		Row
Col pct				Total
Tab pct		1	2	
7		2	2	4
LLUVIA DE ESTRELLAS		50,0	50,0	2,7
		3,2	2,3	
		1,3	1,3	
8		4	0	4
MENUDAS ESTRELLAS		100,0	,0	2,7
		6,3	,0	
		2,7	,0	
9		2	1	3
DESPEGA COMO PUEDas		66,7	33,3	2,0
		3,2	1,2	
		1,3	,7	
10		2	1	3
EL SHOW DE LOS RÉCOR		66,7	33,3	2,0
		3,2	1,2	
		1,3	,7	
11		2	1	3
50X15		66,7	33,3	2,0
		3,2	1,2	
		1,3	,7	
12		3	0	3
GRAND PRIX		100,0	,0	2,0
		4,8	,0	
		2,0	,0	
Column		63	86	149
Total		42,3	57,7	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	13	2	1	3
CIFRAS Y LETRAS		66,7	33,3	2,0
		3,2	1,2	
		1,3	,7	
	14	2	6	8
OTROS CONCURSOS		25,0	75,0	5,4
		3,2	7,0	
		1,3	4,0	
	Column	63	86	149
	Total	42,3	57,7	100,0

Percents and totals based on respondents

149 valid cases; 291 missing cases

TABLA 15.4: LA EDAD DETERMINA LOS GUSTOS TELEVISIVOS: SERIES

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
	Row pct	12		Row
	Col pct			Total
	Tab pct	1	2	
	1	10	32	42
COMPAÑEROS		23,8	76,2	22,2
		15,6	25,6	
		5,3	16,9	
	2	13	22	35
CUÉNTAME CÓMO PASÓ		37,1	62,9	18,5
		20,3	17,6	
		6,9	11,6	
	3	13	19	32
ANA Y LOS SIETE		40,6	59,4	16,9
		20,3	15,2	
		6,9	10,1	
	4	9	15	24
AL SALIR DE CLASE		37,5	62,5	12,7
		14,1	12,0	
		4,8	7,9	
	5	6	13	19
JAVIER YA NO VIVE SO		31,6	68,4	10,1
		9,4	10,4	
		3,2	6,9	
	6	13	4	17
EMBRUJADAS		76,5	23,5	9,0
		20,3	3,2	
		6,9	2,1	
Column		64	125	189
Total		33,9	66,1	100,0

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
Row pct		12		Row
Col pct				Total
Tab pct		1	2	
7	4	13	17	
UN PASO ADELANTE	23,5	76,5	9,0	
	6,3	10,4		
	2,1	6,9		
8	5	11	16	
ALADINA	31,3	68,8	8,5	
	7,8	8,8		
	2,6	5,8		
9	2	10	12	
POLICÍAS	16,7	83,3	6,3	
	3,1	8,0		
	1,1	5,3		
10	5	8	13	
SABRINA, COSAS DE BR	38,5	61,5	6,9	
	7,8	6,4		
	2,6	4,2		
11	0	8	8	
SIETE VIDAS	,0	100,0	4,2	
	,0	6,4		
	,0	4,2		
12	3	4	7	
ALF	42,9	57,1	3,7	
	4,7	3,2		
	1,6	2,1		
Column	64	125	189	
Total	33,9	66,1	100,0	

	Count	DE 7 A 9	DE 10 A	
Row pct		12		Row
Col pct				Total
Tab pct		1	2	
13	0	7	7	
HOSPITAL CENTRAL	,0	100,0	3,7	
	,0	5,6		
	,0	3,7		
14	0	6	6	
EL COMISARIO	,0	100,0	3,2	
	,0	4,8		
	,0	3,2		
15	0	5	5	
FRIENDS	,0	100,0	2,6	
	,0	4,0		
	,0	2,6		
16	0	5	5	
PERIODISTAS	,0	100,0	2,6	
	,0	4,0		
	,0	2,6		
17	10	27	37	
OTRAS SERIES	27,0	73,0	19,6	
	15,6	21,6		
	5,3	14,3		
Column	64	125	189	
Total	33,9	66,1	100,0	

Percents and totals based on respondents

189 valid cases; 251 missing cases

GRUPOS DE DISCUSIÓN:
GUIÓN EJES TEMÁTICOS

1 - Reparto del tiempo de ocio.

2 - Hábitos de consumo televisivo.

3 - Percepción de valores y contravalores en varias secuencias de imágenes.

4 – Diferencias entre realidad y ficción televisiva.

5 - Percepción de los aspectos críticos en varios mensajes.

6 - Distinción entre series dirigidas a niños y a adultos.

1 - Reparto del tiempo de ocio.

- * Actividades extraescolares dentro y fuera del hogar, ¿cuáles?**
- * Actividades dentro del hogar, ¿cuáles y cuánto tiempo?**
- * Tiempo dedicado a hacer los deberes. ¿Solo o acompañado?**
- * Tiempo destinado a jugar. ¿A qué y con quién?**
- * Tiempo dedicado a ver la televisión. ¿Solo o acompañado?**
- * Actividades preferidas. De las mencionadas antes (que realizas tanto dentro como fuera del hogar), elige 3.**
- * Utilidad de cada actividad. ¿Para qué te sirve?**
- * ¿Qué te gustaría hacer en tu tiempo libre si pudieras hacer lo que quisieras?. Se admite cualquier posibilidad...**

2 - Hábitos de consumo televisivo.

- * ¿Cuánto tiempo veis al día la tele? (repetición de pregunta para asentar respuestas).**
- * ¿Cuándo veis la televisión?. Horarios (mañana, mediodía, tarde, noche). Diferencias entre lunes a viernes y fines de semana.**
- * ¿Dónde veis la tele?**
- * ¿Cómo veis la televisión? (dejar la pregunta abierta, para ver si la interpretan: solos o acompañados, ubicación,...).**
- * ¿Para qué veis la tele?**
- * Aspectos positivos de ver la tele (cosas buenas).**
- * Aspectos negativos de ver la tele (cosas malas).**
- * Encendéis la tele para ver algo que sabéis que van a poner o para ver lo que estén echando, aunque no sepáis lo que es.**
- * Veis todo lo que queréis en la tele o tenéis algún límite a la hora de ver la televisión... ¿Cuál/es, quién/es lo/s establecen?**
- * ¿Qué hacéis cuando se emite algo que no os gusta?**
- * Preferencias de la televisión: Programas y personajes que más os gustan.**
- * ¿Qué hacéis cuando ponen publicidad en medio de vuestro programa favorito?**
- * ¿Qué otras alternativas elegís antes de la televisión en vuestro tiempo libre?**
- * ¿Qué cambiaríais de la televisión actual?**
- * ¿De qué manera os gustaría participar en la tele?**
- * ¿Habéis pasado alguna vez miedo viendo la tele...? (Contad la experiencia).**

- IMAGEN 1: Serie “*Los tres amigos y Jerry*”.

- * **¿Qué tipo de programas veis con vuestros padres?**
- * **¿Habláis con ellos mientras los veis o después de verlos?**
- * **¿Preguntáis a vuestros papás lo que no entendéis de la tele? ¿Por qué?**
- * **¿Con qué otras personas que no sean vuestros papás habláis de lo que veis en la tele?**
- * **Ver la televisión con vuestros papás os aporta...**
- * **No ver la tele con vuestros papás os aporta...**

- IMAGEN 2: Spot "*Ver la televisión con personas mayores*".

3 - Percepción de valores y contravalores en varias secuencias de imágenes.

- * ¿Qué habéis visto en esta imagen?**
- * ¿Qué aspectos positivos (cosas buenas) habéis encontrado? ¿Por qué?**
- * ¿Qué aspectos negativos (cosas malas) habéis encontrado? ¿Por qué?**
- * ¿Habéis hablado de este tema en algún sitio antes?**
- * ¿Con quién hablasteis de esto antes?**
- * ¿Conocéis a alguien que...?**
- * ¿Os gustaría...? ¿Por qué?**

- **IMAGEN 3**: - Serie “*Blooson*”. Tema: Consumo alcohol.
- **IMAGEN 4**: - Serie “*Compañeros*”. Tema: Consumo alcohol.
- **IMAGEN 5**: - Noticia “*Viajes de ensueño*”. Tema: Gasto desmedido.
- **IMAGEN 6**: - Serie “*Pato Donald*”. Tema: Ahorro.
- **IMAGEN 7**: - Spot campaña “*Punto verde*”. Tema: Reciclaje.

- *Comparación de dos spots:*

- **IMAGEN 8**: - Spot “*coche Hot wheels*”.
- **IMAGEN 9**: - Spot campaña “*DGT*”.

(Primero, verlos por separado):

- * ¿Qué habéis visto en esta imagen?**
- * ¿Qué aspectos positivos (cosas buenas) habéis encontrado? ¿Por qué?**
- * ¿Qué aspectos negativos (cosas malas) habéis encontrado? ¿Por qué?**

(Una vez vistos los dos anuncios, establecer comparaciones):

- * ¿Tienen algo en común estos anuncios?**
- * ¿Cuál de los dos te ha gustado más?**
- * ¿Por qué motivos?**

4- Diferencias entre realidad y ficción televisiva.

- * Lo que acabáis de ver, ¿es realidad o ficción?**
- * ¿Creéis que eso ocurre en la vida real?**
- * ¿Qué diferencias pensáis que hay entre lo que veis en la tele y lo que vivís en la realidad?**
- * Algo de lo que veis en la tele, ¿es real?. ¿Por qué?...**

- **IMÁGENES**: Las mismas que en el apartado anterior (de la 3 a la 9), puesto que también nos sirven para analizar si diferencian entre realidad y ficción, en función del formato televisivo que estén viendo: serie infantil/juvenil, serie familiar, serie de dibujos animados, noticia o spot.

5 - Percepción de los aspectos críticos en varios mensajes.

*** ¿De qué trata esta imagen?**

*** ¿Critica algo?**

(Describen únicamente o captan el mensaje).

- **IMAGEN 10**: Programa “*Desesperado Club Social*”. Tema: Abandono de animales (Mensaje directo).

- **IMAGEN 11**: Serie “*Los Simpson*”. Tema: Realización de actividades productivas, por ejemplo ver un documental educativo o realizar los deberes, vs. otras que, llevadas a un extremo, pueden considerarse perjudiciales, como el enganche a los videojuegos. (Mensaje para adultos).

- **IMAGEN 12**: Spot campaña de “*prevención de consumo de tabaco*”. (Mensaje abstracto).

6 - Distinción entre series dirigidas a niños y a adultos.

- * **¿Habéis visto alguna vez esta serie? (La siguen, la han visto esporádicamente, no la han visto nunca,...).**
- * **¿Con quién la habéis visto?**
- * **¿Sabéis a qué hora se emite?**
- * **¿De qué trata? (conocéis argumento, algún personaje,...).**
- * **¿Pensáis que es para niños o para personas mayores?**
- * **¿Por qué pensáis que es para niños o por qué pensáis que es para adultos?**

- IMAGEN 13: Serie “*South Park*”.

- IMAGEN 14: Serie “*Los Simpson*”.

* *Para establecer diferencias con:*

- IMAGEN 6: Serie “*Pato Donald*”.

GRUPOS DE DISCUSIÓN: SECUENCIAS DE IMÁGENES

<u>Nº IMAGEN</u>	<u>FORMATO</u>	<u>EMISIÓN</u>	<u>TEMA</u>	<u>DURACIÓN</u>
1	SERIE DIBUJOS ANIMADOS	"Los tres amigos y Jerry"	Perjuicios de ver la televisión durante mucho tiempo y búsqueda de alternativas	0:01:22
2	SPOT PUBLICITARIO	Campaña "Ver televisión con personas mayores"	Ver televisión acompañado de adultos	0:00:08
3	SERIE INFANTIL/JUVENIL	"Blooson"	Inicio al consumo de alcohol	0:01:00
4	SERIE FAMILIAR	"Compañeros"	Adicción al alcohol	0:00:54
5	NOTICIA	noticia "viajes de ensueño"	Gasto desmedido	0:00:53
6	SERIE DIBUJOS ANIMADOS	"El Pato Donald"	Ahorro	0:01:48
7	SPOT PUBLICITARIO	Campaña reciclaje "Punto verde"	Reciclaje	0:00:30
8	SPOT PUBLICITARIO	Coche "Hot wheels"	Velocidad (coches de juguete)	0:00:20
9	SPOT PUBLICITARIO	Campaña "DGT"	Prevención de accidentes de tráfico	0:00:20
10	PROGRAMA JUVENIL	"Desesperado Club Social"	Abandono de animales	0:01:04
11	SERIE ANIMACIÓN ADULTOS	"Los Simpson" -Lisa enferma-	Incitación de la madre al enganche a los videojuegos y al absentismo escolar	0:01:51
12	SPOT PUBLICITARIO	Campaña "prevención consumo tabaco" (www.youthsmokingprevention.es.net)	Prevención de consumo tabaco en adolescentes: no es necesario fumar para divertirse	0:00:30
13	SERIE ANIMACIÓN ADULTOS	"South Park"	Serie adultos (lenguaje grosero)	0:00:32
14	SERIE ANIMACIÓN ADULTOS	"Los Simpson" -Bart y Homer viendo un programa violento en la televisión pública-	Serie adultos (lenguaje agresivo y violencia física)	0:01:11

TOTAL DURACIÓN **0:12:23**

GRUPOS DE DISCUSIÓN:

SECUENCIAS DE IMÁGENES

- **IMAGEN 1**: Serie de dibujos animados “*Los tres amigos y Jerry*” (perteneciente al contenedor “*Club Megatrix*” de Antena 3 TV). Capítulo “Lección de supervivencia”.

- Descripción: En los hogares de dos de los protagonistas de esta serie, los niños se encuentran viendo la televisión y sus padres la apagan bruscamente, según exponen para “*que salgan a la calle a sudar la camiseta (hacer deporte)*” y porque les “*van a reventar los ojos*”, en cada caso. Posteriormente, uno de los padres lee el periódico, mientras su hijo permanece inmutable a lo que está viendo en un programa de televisión, cuando el padre le interrumpe por el interés que le despierta la noticia que está leyendo: “*...unos científicos afirman que los niños que ven mucho la televisión, de mayores, tienen más posibilidades de ser delincuentes...*” y vuelve a apagar el receptor. Tras esta escena, se muestra una reunión del Consejo Escolar en la que se plantea si alguien tiene alguna “*sugerencia constructiva*” que hacer respecto a la problemática de la cantidad de horas que los niños ven la televisión, a lo que los profesores responden que: “*hacer ejercicio para una buena moralidad*”, “*la lectura para evitar el debilitamiento moral*” o “*estudiar la Biblia como camino a la rectitud*”. Finalmente, el padre que antes salía leyendo el periódico, que es el profesor de gimnasia del colegio, impone la necesidad de “*una lección de supervivencia*”, ya que los niños “*se han vuelto pasivos y blandengues por ver mucho la TV*”.
- Utilidad/finalidad: Esta secuencia nos servirá como síntesis de los dos primeros bloques temáticos. A través de este fragmento de imágenes, se pueden replantear y concretar diversas cuestiones relativas a los siguientes ítems:

- Hábitos de consumo televisivo, ¿cuándo, cuánto, cómo, dónde y con quien ven la TV?
- Aspectos positivos y negativos de ver la televisión.
- Utilidad que tiene en su vida diaria la televisión.
- Consumo mediante elección previa de la programación o sin selección efectuada antes de sentarse a ver la televisión.
- Qué hacen cuando en la televisión se emite algo que no les gusta (con el fin de advertir si, cuando no les gusta lo programado, cambian de canal para ver qué otros espacios emiten o, directamente, apagan el receptor).
- ¿Tienen libertad para ver todo lo que quieren? ¿Qué tipo de límites les establecen?
- Qué otras actividades realizan en su tiempo libre, como alternativas a su práctica televisiva.

- **IMAGEN 2:** Spot “Ver la televisión con personas mayores”, perteneciente a una campaña de Telecinco:

- Descripción: En formato de dibujos animados, se presenta a un niño que coge a sus padres de la mano y les acompaña hasta el sofá para que vean con él la televisión. Mediante una voz en off, se introduce el eslogan: “ *Ver la televisión con personas mayores es mucho mejor*”.
- Utilidad/Finalidad: Con esta imagen, pretendemos conversar con los niños acerca de cuestiones relativas a si comparten con sus padres u otros adultos el tiempo de ocio destinado a ver la televisión. Algunas preguntas que se les pueden plantear:
 - ¿Ven vuestros padres u otros adultos con vosotros la televisión?
 - ¿Qué tipo de programas veis con vuestros padres?
 - ¿Habláis con ellos acerca de los contenidos que veis en la tele?
 - ¿Les preguntáis a vuestros padres lo que no entendéis en la televisión?.

- **IMAGEN 3:** Serie “*Blooson*”, emitida en el contenedor “*Club Megatrix*” de Antena 3 TV.

- **IMAGEN 4:** Serie “*Compañeros*” de Antena 3 TV.

- Descripción: En la primera de las secuencias, las dos adolescentes protagonistas de la serie se encuentran solas en la habitación de un hotel y se disponen a beber alcohol, cuando una de ellas decide renunciar a su intento, debido a una serie de recuerdos negativos que posee de experiencias cercanas. La amiga toma un trago de un vaso que contiene güisqui y se niega a seguir bebiendo porque, según dice, le da asco el sabor.

En la segunda, podemos ver un momento de enorme tensión familiar dado que, debido al alcoholismo de la madre, el hijo menor tiene que irse a vivir con su padre y ella lo interpreta como un abandono y le rechaza. Una joven (su nuera) le reprocha que, debido a su adicción, ha perdido su trabajo y que se lo gasta todo en alcohol.

- Utilidad/Finalidad¹: Mediante el visionado de estas imágenes trataremos de analizar los valores y contravalores que los niños perciben en estos mensajes relacionados con el inicio prematuro al consumo por parte de los adolescentes y con la adicción al alcohol, en los que se recogen los efectos negativos que tiene para la salud y para el entorno familiar.

¹ Otro de los objetivos de las imágenes 3 a 9 es tratar de responder a cómo perciben los niños cada una de estas secuencias, atendiendo a la *escala de niveles de actividad* planteada en la metodología de análisis de la investigación.

- **IMAGEN 5**: Noticia “Viajes de ensueño” en el informativo de Antena 3 TV.

- Descripción: En esta noticia, se informa de las lujosas prestaciones a las que se tiene acceso en viajes considerados “*únicos, para vacaciones de ensueño*” y del gasto millonario que suponen. Por este motivo, sólo tienen la posibilidad de viajar con esta desmesura y “privilegios” personas con un elevadísimo poder adquisitivo.
- Utilidad/Finalidad: Analizar los contravalores, derivados del gasto desmedido, que los niños perciben en este fragmento televisivo.

- **IMAGEN 6**: Serie de dibujos animados “*El Pato Donald*”, emitida en el programa contenedor “*Club Disney*” de Telecinco:

- Descripción: Es el cumpleaños de Donald y sus tres sobrinos quieren comprarle un regalo, deciden que una caja de puros, pero no tienen dinero. Se proponen trabajar arreglando el jardín de su tío para conseguir fondos, le pasan la factura por las tareas realizadas y les paga, al considerarlo un precio razonable. El pato Donald (que desconoce para qué quieren el dinero) les recoge las monedas y las introduce en una hucha. De forma simultánea, a través de una composición musical, se advierte que “*Si eres buen chico y sabes ahorrar, el día de mañana lo agradecerás*”.
- Utilidad/Finalidad: Analizar los valores relativos al concepto de ahorro que los niños perciben en esta secuencia.

- **IMAGEN 7**: Spot sobre el reciclaje, que forma parte de la campaña “*Punto verde*”.

- Descripción: Dos personas jóvenes se encuentran en una cocina, tiran todos los envases a la misma bolsa de basura, por lo que van saltando del cubo. Se dan cuenta de que tienen el “punto verde” y comienzan a separarlos de forma selectiva en distintas bolsas. Mediante voz en off, se indica “*Con la colaboración de todos, este año hemos recuperado cien mil envases*”. Y se introduce el eslogan “*Punto verde. Separar para reciclar.*”.
- Utilidad/Finalidad: Analizar los valores referentes al tema del reciclaje que perciben en este mensaje. Explorar si se fomenta el diálogo positivo, a partir de mensajes televisivos como el que contiene este anuncio perteneciente a una campaña de concienciación social.

- **IMAGEN 8**: Spot coche “*Hot wheels*”.

- Descripción: Unos niños presencian, con atención y entusiasmo, una pista de coches de juguete. Una voz en off introduce, con gran celeridad, un mensaje: *“Hot wheels, los coches más veloces. Hot wheels, listos para salir disparados, llegar los primeros, son rápidos, como una bala. Alcanza velocidades de vértigo en la pista y adelántate a todos. Si tu coche no es un Hot wheels, estás acabado”*. Y se cierra con el eslogan: *“Hot wheels, velocidad a tope”*.

- **IMAGEN 9**: Spot campaña “*DGT*”.

- Descripción: Simula un accidente, con la imagen de dos adultos tumbados en un coche en estado inerte (ausentes de actividad, brazos caídos, cabeza girada, zapatos tirados,...), mientras una niña llora en el asiento trasero. Posteriormente, se observa como se despiertan, sonríen y miran a la niña. Voz en off: *“La somnolencia es una de las principales causas de accidentes de tráfico. Para y duerme, en caso de síntomas evidentes. Tú, sí puedes evitarlo”*.
- Utilidad/Finalidad: Spots **Coche “Hot Wheels” (en contraposición) / “DGT”**: Analizar la descripción que ofrecen los niños de cada uno de los mensajes por separado y los posibles valores (precaución, prevención, prudencia,...) y contravalores (velocidad, rapidez, riesgo,...) que perciban en cada uno de los spots. Delimitar si establecen relaciones entre ambos anuncios; con cuál de los dos mensajes se quedan y porqué motivos, con el fin de concluir si una programación en contraste ayuda a la pedagogía de la imagen.

- **IMAGEN 10**: Programa juvenil “*Desesperado Club Social*” de Antena 3 TV.

- Descripción: una de las presentadoras del programa asevera, de manera crítica, que “*una sociedad que abandona los animales, es una sociedad enferma y con carencias*”. Posteriormente, se da paso a un documento en el que aparecen perros abandonados y se incluye un mensaje, a través de voz en off, en el que se indica “*Solidarios con los demás, con la tierra, con nosotros mismos, con los animales...*”. Después, se ofrecen cifras de los perros y gatos que cada año son abandonados y del fatídico destino de muchos de ellos. Por último, se finaliza con el interrogante: “*Si él no lo haría, ¿por qué vas a hacerlo tú...?*”, cuestión que se deja abierta invitando al televidente a la reflexión.
- Utilidad/Finalidad: En este caso, elegimos un mensaje directo para observar si los niños captan los aspectos críticos que se abordan: crítica a la sociedad y, por tanto, a las personas como ciudadanos por falta de responsabilidad y solidaridad con los animales.

- **IMAGEN 11:** Serie de animación “*Los Simpson*” –Lisa enferma- (Antena 3 TV):

- Descripción: Lisa está enferma y su madre decide que se quede en casa, a pesar de que ella insiste en ir al colegio. La niña está en la cama viendo el canal educativo de televisión y su madre le propone que juegue con los videojuegos de su hermano Bart, puesto que “*en los anuncios dicen que son muy entretenidos*”. Lisa se justifica respondiendo que “*casi no está aprendiendo nada...*”, con el documental que está viendo. Entonces, comienza a jugar con la videoconsola y se muestra aburrída, aunque al final acaba enganchándose. Un compañero de clase le visita y le informa de que tiene que leer un libro para el colegio, pero ella renuncia a sus deberes lectivos y sigue jugando...
- Utilidad/Finalidad: Concretar cómo entienden una secuencia contenida en una serie para adultos y si perciben los aspectos críticos del mensaje, que se fundamenta en el comportamiento cuestionable de la madre por incitar a su hija a hacer lo contrario de lo que se supone socialmente correcto: no ir a clase, jugar a videojuegos en lugar de ver documentales de televisión con fines educativos,...

- **IMAGEN 12**: Spot para la prevención del consumo de tabaco en adolescentes (Campaña www.youthsmokingprevention.es.net).

- Descripción: Se introduce la imagen de un adolescente (*Juan, 14 años*) que realiza varias actividades: escucha música en su walkman mientras recorre una calle en monopatín, rodeado por un grupo de amigos baila en el centro de la pista de una discoteca, etc. y se incluyen rótulos en los que, en cada escenario, se indica: “*No para, No descansa, No se pierde una, No se corta, No fuma*”.
- Utilidad/Finalidad: Examinar cómo interpretan un mensaje narrativamente abstracto y carente de diálogo, si únicamente describen las imágenes o captan el mensaje. Este spot critica el tópico de que fumar ayuda a divertirse más, a ser más abierto y a tener más amigos.

- **IMAGEN 13**: Serie de animación “*South Park*” (Antena 3 TV):

- Descripción: Los cuatro protagonistas de la serie están pasando unas horas en el campo y hablan de los beneficios de “*ser un hombre de bosque*”. Están sentados alrededor de una hoguera, cuando Cartman, con el vulgar lenguaje que caracteriza la serie, dice que se va a casa porque tiene que ir al baño a hacer sus necesidades. Los demás le sugieren que las haga en medio del bosque, pero se muestra poco hábil, no sabe ni cómo ni dónde actuar. Sus amigos, mediante burlas, le responden que detrás de un árbol pero que se aleje de donde están ellos.
- Utilidad/Finalidad: Chequear si han visto alguna vez estos dibujos para adultos emitidos en horario nocturno, si consideran que están destinados a personas mayores y qué argumentos ofrecen al respecto. En este sentido, advertir cómo responden al uso que se hace en la serie de un lenguaje lleno de groserías e insultos.

- **IMAGEN 14**: Serie de animación “*Los Simpson*” –Bart y Homer viendo un programa violento de televisión- (Antena 3 TV):

- Descripción: Se inicia el capítulo con la imagen central del logotipo de una cadena de televisión “*PBS/Thames*” y una voz en off que indica “*Está usted viendo la televisión pública*”. Bart, sorprendido de ver a su padre viendo el canal público, le cuestiona lo que está viendo y Homer le responde que ha “*tropezado con una serie británica realmente deliciosa, que trata sobre una familia de bebedores, pero entrañables hooligans*” y detalla cuál es el argumento: “*cuando no se lían a tortas entre ellos, se lían a patadas en el culo con los peatones*”. A Bart le interesa lo que le ha contado su padre de la serie y se sienta junto a él en el sofá para verla... Comienza la serie británica con la imagen de un padre y un hijo bebiendo cerveza compulsivamente, junto a ellos hay un árbol de navidad y un banderín del equipo de fútbol Manchester. El hijo le dice “*Desgraciadas navidades viejo, así la palmes*” y golpea con brusquedad a su padre en la cabeza con una botella de cerveza. El padre le reprocha que ya le “*abrió la sesera el año pasado*” y le pega con una barra de hierro. Llega la madre, les tira un cubo de lejía por haberle ensuciado la habitación y padre e hijo cogen palos de cricket para pegarle. Homer y Bart aparecen muy atentos a la trama de la serie, cuando se interrumpe con un presentador que califica la actitud de la madre de “*atrevida*” y afirma que “*no es de extrañar que sea la serie de más éxito en Inglaterra*” y que van a emitir siete capítulos seguidos. Homer se queja por la interrupción de la serie...

- Utilidad/Finalidad: Dado que esta serie es la que más éxito tiene entre el público infantil (según consta en los datos de audiencia²), pese a estar destinada a adultos, examinaremos qué motivos argumentan para considerarla una serie para niños. A propósito de lo expuesto, trataremos de explicar cómo entienden que el fragmento seleccionado a propósito, que contiene una fuerte carga de agresión verbal y violencia física, puedan verlo los niños.

² Véase el anexo IX, en el que se expone el cuadro de los 50 programas más vistos en el año 2002, con datos pertenecientes a TN Sofres.

GRUPO DE DISCUSIÓN: A1 a (Colegio Emperador Fernando).

FECHA DE REALIZACIÓN: 22 de abril de 2002.

VARIABLES: Niños de 7 a 9 años.
Ven más de 2 horas diarias la televisión.
Dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: RAQUEL: 7 AÑOS. CURSO: 2º A.
JOSÉ ÁNGEL: 8 AÑOS. CURSO: 3º B.
JUANJO: 9 AÑOS. CURSO: 4º B.
IRENE: 9 AÑOS. CURSO: 4º A.

TRANSCRIPCIÓN:

¿Qué hacéis cuando salís del colegio?

RAQUEL: COMER MIENTRAS VEO TELE.

JOSÉ ÁNGEL: COMO Y MIENTRAS QUE VEO LA TELE, JUEGO.

JUANJO: ME LAVO LAS MANOS, COMO Y ME VOY A MI HABITACIÓN A HACER LOS DEBERES.

IRENE: CUANDO VENGO DEL COMEDOR, SI NO HA VENIDO MI PADRE, ME PONGO A VER LA TELE. SI HA VENIDO, JUEGO CON ÉL.

¿Cuánto tiempo dedicáis a hacer los deberes?

RAQUEL: TARDO POCO, ME VOY A LA HABITACIÓN, PARA QUE ME LO EXPLIQUEN. LUEGO VOY AL SALÓN Y LO HAGO YO SOLA.

JOSÉ ÁNGEL: UNA HORA Y MEDIA.

JUANJO: DIEZ MINUTOS.

IRENE: UNA HORA Y MEDIA, PORQUE TARDO MUCHO EN ESCRIBIR.

¿Con quién hacéis los deberes?

RAQUEL: CON MI MADRE, PADRE, O SI VIENE MI TÍA.

JOSÉ ÁNGEL: CON MI HERMANO.

JUANJO: SOLO.

IRENE: SOLO.

¿Cuánto tiempo dedicáis a jugar?

RAQUEL: POR LA TARDE. LUEGO ME VOY CON MI MADRE A COMPRAR, Y LUEGO CENAMOS, Y LUEGO SI QUIERE MI HERMANA JUGAR, JUGAMOS UN RATO A LAS MUÑECAS. ¿Con quién vives?, CON MIS PADRES Y CON MIS DOS HERMANAS, DE 6 Y 15 AÑOS.

JOSÉ ÁNGEL: PADRES Y HERMANA.

JUANJO: ABUELA, PADRES, HERMANA

IRENE: MADRE, PADRE Y HERMANO.

(TODOS VIVEN CON PADRES Y HERMANOS)

¿Con quién juegas?:

JOSÉ ÁNGEL: CON MI HERMANO, NO SÉ CUÁNTO TIEMPO.

JUANJO: A VECES DOS HORAS O A VECES 30 MINUTOS, CON MI HERMANO.

IRENE: 30 MINUTOS O 1 HORA. SOLA, PORQUE A MI HERMANO NO LE GUSTA JUGAR A ESO, COMO ES MÁS MAYOR...

¿Cuánto tiempo dedicáis a ver la televisión?

RAQUEL: POR LA MAÑANA,, LUEGO CUANDO VENGO DEL COMEDOR, LUEGO ME VOY CON MI MADRE A COMPRAR, Y LUEGO POR LA NOCHE UN POQUITO. GRAN HERMANO, MAMA MÍA Y LUEGO A LA CAMA A LAS nueve. (DOS HORAS).

JOSÉ ÁNGEL: SUELO VER UNA HORA LOS DIBUJOS POR LA MAÑANA. DESPUÉS, UNA HORA AL SALIR DEL COLEGIO, Y SI NO HAY DIBUJOS, PONGO UN VÍDEO. TRES HORAS.

JUANJO: POR LA MAÑANA, TREINTA MIN. AL SALIR DEL COLE, 1 HORA , Y POR LA NOCHE UNA PELI. DOS HORAS Y MEDIA O TRES HORAS.

IRENE: CINCO HORAS Y MEDIA: OLIVER Y BENGUI POR LA MAÑANA, CUANDO VUELVO, LOS SIMPSON Y OTRA COSA, LUEGO BETY LA FEA. SABOR A TI, ESTA ES MI GENTE, LAS NOTICIAS, GRAN HERMANO, Y LA SERIE QUE ECHAN.

¿La veis solos o acompañados?

RAQUEL: A VECES SOLA, OTRAS CON MI HERMANA O MI PADRE.

JOSÉ ÁNGEL: SOLO O CON MI HERMANO.

JUANJO: CON MI HERMANO.

IRENE: CON MI FAMILIA ENTERA.

¿Qué actividad preferís antes de ver la televisión?

RAQUEL: PINTAR, HACER UN DIBUJO PARA MI PADRE O JUGAR CON MI HERMANA.

JOSÉ ÁNGEL: COMER UN BOCADILLO Y TOMAR FANTA.

JUANJO: HACER LOS DEBERES O JUGAR A LA PLAY STATION.

IRENE: DIBUJAR.

¿Papa qué sirve cada una de las cosas que habéis dicho?

RAQUEL: PARA APRENDER A DIBUJAR, Y PARA QUE MI HERMANA APRENDA A DIBUJAR.

JOSÉ ÁNGEL: PARA NADA.

JUANJO: ESTUDIAR PARA SABER MÁS COSAS, Y LA PLAY, PARA ENTRETENERME CON ALGO PORQUE A VECES NO TENGO NADA QUE HACER.

IRENE: PARA DE MAYOR PODER HACER UN OFICIO, PORQUE ME GUSTA.

Si pudieseis hacer lo que quisieseis, ¿qué haríais?

RAQUEL: IR CON MI PADRE PARA ACOMPAÑARLE Y APRENDER. VENDE EN EL PUESTO, Y YO VEO CÓMO LO HACE.

JOSÉ ÁNGEL: PILOTAR UN AVIÓN, YO MONTÉ EN AVIÓN, PERO ERA MUY PEQUEÑITO. MI PADRE ES COCINERO, EN PLAZA CERVANTES.

JUANJO: JUGAR AL FÚTBOL, PORQUE PARECE DIVERTIDO.

IRENE: SER AMIGA DE TODOS LOS DE OPERACIÓN TRIUNFO, PORQUE SABEN CANTAR Y SE VE QUE SON BUENA GENTE.

¿Veis la televisión poco o mucho?

RAQUEL: POCO, PORQUE A VECES, CUANDO SALEN NOTICIAS O COSAS QUE NO SON PARA NIÑOS, ME VOY A JUGAR CON MI HERMANA.

¿Dónde veis la televisión?

RAQUEL: EN EL SOFÁ.

JOSÉ ÁNGEL: EN EL COMEDOR.

JUANJO: LA VEO SOLO, SENTADO.

IRENE: YO DE TODAS LAS FORMAS.

¿Para qué veis la televisión?

RAQUEL: PORQUE SI HAY ALGO DEL COLEGIO, PARA APRENDER, CUANDO SEA PELUQUERA O ALGO, PODRÉ PAGAR Y SABER LAS COSAS.

JOSÉ ÁNGEL: LA VEO PARA DIVERTIRME, ES COMO JUGAR.

JUANJO: PARA NO ABURRIRME.

IRENE: PARA APRENDER, SABER MAS DE LO QUE SABES. Y PARA DIVERTIRME: PASÁRMELO BIEN Y REÍRME.

Aspectos positivos de ver la televisión:

RAQUEL: APRENDO, Y HAY COSAS QUE SI HAY ALGO QUE SE PONE MAL Y YO LO VEO, PARA QUE SE “PUNIESE” BIEN.

JOSÉ ÁNGEL: NINGUNO.

JUANJO: ALGUNOS DIBUJOS EDUCATIVOS.

IRENE: TE INFORMA DE LAS COSAS QUE TIENES QUE HACER, NO COGER NADA DE EXTRAÑOS, Y DE LAS COSAS QUE NO TIENES QUE HACER: DROGARTE...

Aspectos negativos de ver la televisión:

RAQUEL: SOUTH PARK, SALEN ALGUNOS DIBUJOS DE ESOS QUE DICEN PALABROTAS.

JOSÉ ÁNGEL: LO QUE SALE EN INFORMATIVOS, ATENTADOS.

JUANJO: NOTICIAS DE ESAS, QUE CUANDO ESTÁS COMIENDO TE DAN GANAS DE DEVOLVER.

IRENE: PELIS PORNO Y ATENTADOS Y ENFERMEDADES QUE SE LE VEN LOS HUESOS A LA HORA DE COMER.

¿Sabéis lo que van a poner en la televisión o la encendéis sin saberlo?

RAQUEL: A VECES SÍ, AL SALIR DE CLASE Y GRAN HERMANO, O DORAEMON, Y A VECES NO.

JOSÉ ÁNGEL: PARA VER LO QUE PONEN EN EL SERIAL. SI NO HAY NADA, ME VOY A MI HABITACIÓN A VER OTRA COSA.

JUANJO: A VECES.

IRENE: YO ME SÉ CASI TODA LA PROGRAMACIÓN ENTERA.

¿Veis todo lo que queréis en la televisión?

RAQUEL: A MÍ, ME DEJAN VER TODO, PERO SOUTH PARK NO ME DEJA (SU MADRE), LO QUITAMOS, PERO COMO A MI PADRE LE GUSTA, LOS PONE Y NO LOS QUITA.

JOSÉ ÁNGEL: ALGUNAS COSAS, A VECES ME LO CAMBIAN.

JUANJO: ALGUNA PELÍCULA DE ACCIÓN NO ME DEJAN PORQUE ES POR LA NOCHE Y ME TENGO QUE IR A LA CAMA.

IRENE: COMO ME VOY MUY PRONTITO A LA CAMA, NO PUEDO VER LAS SERIES, Y TAMPOCO LES DEJAN A NADIE DE MI FAMILIA VER LAS PELIS PORNO.

¿Qué hacéis cuando se emite algo que no os gusta?

RAQUEL: SE QUEDA MI HERMANA EN EL SALÓN, ME VOY A LA HABITACIÓN DE MIS PADRES QUE SALEN DIBUJOS, O ME PONGO UNA PELÍCULA, ME VOY CON MI PADRE.

JOSÉ ÁNGEL: ME VOY A MI HABITACIÓN A HACER LOS DEBERES.

JUANJO: CAMBIO DE CANAL O HAGO OTRA COSA.

IRENE: ME VOY A MOLESTAR A MI HERMANO.

¿Qué programas os gustan más de la televisión?:

RAQUEL: AL SALIR DE CLASE, GRAN HERMANO, OPERACIÓN TRIUNFO, DIBUJOS, PELÍCULAS DE DISNEY, ALGUNAS PELÍCULAS DE MAYORES, COMO ALGUNA DE POLICIAS.

JOSÉ ÁNGEL: LOS DE LA 2.

JUANJO: SPIDERMAN, TPH CLUB, A SACO.

IRENE: GRAN HERMANA, OPERACIÓN TRIUNFO Y LAS GALAS ESPECIALES DE OPERACIÓN TRIUNFO.

¿Qué hacéis cuando en vuestro programa favorito ponen publicidad?

RAQUEL: ME HAGO UN BOCADILLO, BEBER AGUA, O VOY A JUGAR CON MI HERMANA...

JOSÉ ÁNGEL: ESPERAR A QUE EMPIECE OTRA COSA O ME VOY A MI HABITACIÓN.

JUANJO: ESPERO A QUE TERMINEN LOS ANUNCIOS O CAMBIO DE CANAL.

IRENE: ME QUEDO TRANQUILA AHÍ VIENDO LOS ANUNCIOS, PORQUE TAMBIÉN VEO LOS ANUNCIOS.

¿Qué otras cosas alternativas elegís antes de ver la televisión?

RAQUEL: PREFERIRÍA QUE MI MADRE ME APUNTASE A ALGO, A KARATE, ES MEJOR QUE VER LA TELE, PUEDES DIVERTIRTE, Y SI TIENES UNA HERMANA PEQUEÑA QUE LLORA O TE CHINCHA, PUES TE APUNTAS Y YA NO TE MOLESTA.

JOSÉ ÁNGEL: PREFERIRÍA HACERME UN BOCADILLO, Y SI NO HAY NADA QUE HACER, CONTEMPLAR LO QUE PASA AHÍ FUERA.

JUANJO: QUE ME APUNTASEN A UN EQUIPO DE FÚTBOL O A ALGUNA COSA

IRENE: AERÓBIC O CATEQUESIS

¿Qué cambiarías de la televisión?

RAQUEL: LAS NOTICIAS, POR DIBUJOS O POR UNA PELÍCULA.

JOSÉ ÁNGEL: LOS INFORMATIVOS, PORQUE NO ME GUSTAN LAS COSAS MALAS QUE ENSEÑAN AHÍ.

JUANJO: ALGÚN PROGRAMA QUE SEA MUY ABURRIDO, QUE PONGAN OTRA COSA MÁS INTERESANTE.

IRENE: LAS NOTICIAS MALAS, PORQUE DAN IDEAS, UNO MATÓ A SU FAMILIA.

¿Cómo os gustaría participar en televisión?

RAQUEL: EN EL GRAN HERMANO.

JOSÉ ÁNGEL: EN UN EQUIPO DE NATACIÓN.

JUANJO: EN LOS ANUNCIOS O EN ALGÚN PROGRAMA QUE SALES CON ALGUIEN FAMOSO.

IRENE: CANTAR BIEN Y SER “ROSA 2”, ES MI FAVORITA.

¿Habéis pasado alguna vez miedo viendo la televisión?

RAQUEL: SÍ, PORQUE A MI HERMANA LE GUSTA LAS PELÍCULAS DE MIEDO, CUANDO NO ESTÁ MI MADRE TENEMOS QUE APAGAR LA LUZ.

JOSÉ ÁNGEL: PILÍCULAS DE TERROR, MATAN A PERSONAS.

JUANJO: PELÍCULAS DE MUCHO TERROR.

IRENE: A MI ME DIO RISA, AYER ESTUVIMOS VIENDO “EL HOMBRE SIN SOMBRA” Y SOLO QUEDARON DOS, Y TE DA RISA. ME DA GRACIA QUE MATARA A LAS PERSONAS, PORQUE COMO ERA MENTIRA... . PARECÍA INMORTAL, LE PRENDÍAN FUEGO Y NO SE MORÍA. LO QUE NO ME GUSTO ES QUE SALÍAN TETAS Y COSAS DE ESAS, EL CULO DEL HOMBRE, Y CON EFECTOS ESPECIALES LAS PARTES DEL HOMBRE. ESO ES ASQUEROSO, UNA CHICA SE ESTABA DUCHANDO Y EMPIEZA A TOCARLE LAS TETAS. ME DICEN QUE ME TAPE LOS OJOS. ESTA MAL ESAS COSAS, HACER COSAS PORNO, ASQUEROSIDADES, POR LO MENOS, LOS NIÑOS.

IMAGEN 1: “Tres amigos y Jerry”.

RAQUEL: VER MUCHA TELE PUEDE PONER LOS OJOS MAL Y LE PUEDEN PONER GAFAS.

JOSÉ ÁNGEL: CREÍAN QUE ELLOS VEÍAN COSAS MALAS, Y TAMBIÉN SE PODÍAN QUEDAR CIEGOS VIENDO LA TELE.

JUANJO: QUE LE QUITARA LA TELEVISIÓN PORQUE VEÍAN COSAS MALAS Y LAS PODÍAN HACER DE MAYORES.

IRENE: LE QUITABA LA TELE PORQUE SE IBAN A VOLVER LOCOS, A HACER COSAS MALAS..., Y LUEGO SE PONÍAN A DISCUTIR LOS PADRES PORQUE NO SABÍAN QUÉ HACER.

¿Veis la televisión con los padres??

RAQUEL: MI PADRE LA VE EN SU HABITACIÓN, YO LA VEO CON MI MADRE Y CON MI HERMANA, SÍ PREGUNTO A MI MADRE, Y TAMBIÉN CON MIS AMIGAS, SI HE VISTO ALGO SE LO CUENTO.

JOSÉ ÁNGEL: A MÍ ME GUSTA VER LA TELE CON MIS PADRES, HABLO CON ELLOS DE LAS COSAS QUE ENSEÑAN O HACEN.

JUANJO: LO QUE NO SE LO PREGUNTO, ALGUNA PALABRA RARA.

IRENE: CON MI FAMILIA, DE LAS COSAS QUE VEMOS, DE LAS COSAS QUE NO ENTENDEMOS.

RAQUEL: MI MADRE ME DICE QUE SI VEMOS MUCHA TELE, NOS PODEMOS QUEDAR BIZCOS, O PONERNOS GAFAS, O QUEDARNOS CIEGOS.

JOSÉ ÁNGEL: QUE NO VEA TANTO LA TELE, SI NO ME VAN A PONER GAFAS.

JUANJO: SI VES MUCHA TELE, TE PUEDEN PONER GAFAS.

IRENE: YO NO ENTIENDO LO QUE DICEN , PORQUE YO LLEVO GAFAS PERO ES POR UN PROBLEMA QUE TENGO, Y VEO MUCHO LA TELE. SON UN POCO EXAGERADOS, QUE LE VAN A EXPLOTAR LOS OJOS.

¿De qué soléis hablar con vuestros padres??

RAQUEL: HOY EN EL COLEGIO HEMOS PINTADO, MAÑANA NOS TOCA GIMNASIA. TE HE HECHO UNA COSA, Y MAÑANA TE LA VOY A TRAER, O LE DIGO LO QUE HEMOS COMIDO EN EL COMEDOR...

JOSÉ ÁNGEL: DE LAS COSAS QUE HEMOS HECHO EN EL COLEGIO.

JUANJO: HABLO DE LA PELÍCULA, COMO LA ESTARÍAN HACIENDO POR DETRÁS.

IRENE: NO LO SÉ.

¿Preguntáis todo lo que no entendéis de la televisión?

RAQUEL: A VECES, SOLO ALGUNA COSA, QUÉ ES ESE APARATO QUE HAN SACADO EN TELEVISIÓN...

JOSÉ ÁNGEL: LE SUELO PREGUNTAR ALGUNA COSA, DE ALGO QUE HAN DICHO.

JUANJO: LES PREGUNTO TODAS LAS COSAS QUE NO SÉ, PALABRAS QUE NO ENTIENDO.

IRENE: NO LO PREGUNTO, ME LO PREGUNTO A MI MISMA PORQUE QUIERO APRENDER.

¿Con quién habláis de lo que veis en la televisión?

RAQUEL: HABLO CON MI TÍA, ABUELA, PRIMOS, ALGÚN AMIGO...

JOSÉ ÁNGEL: A MI HERMANO O A MI ABUELA.

JUANJO: AMIGOS, HERMANO O FAMILIA

IRENE: ABUELA, MADRE, PADRE, AMIGOS...

¿Es bueno hablar con vuestros padres de lo que veis en la televisión?

RAQUEL: DECIRLES AHORA VA A SALIR UNA COSA MUY BONITA..., Y DE MALO: LOS DIBUJOS QUE DICEN PALABROTAS, PORQUE ES UNA TONTERÍA, Y LOS NIÑOS NO LO PUEDEN VER PORQUE APRENDEN PALABROTAS. PREFIERO QUE ESTE MI PADRE, PORQUE ESTAR SOLA...

JOSÉ ÁNGEL: A MÍ PREFIERO CON MIS PADRES, HERMANO O ABUELA, PERO SI NO QUIEREN, PUEDO VERLA SOLO.

JUANJO: LO BUENO ES QUE SI NO ENTIENDO UNA PALABRA, APRENDO PALABRAS NUEVAS.

IRENE: LO BUENO QUE TIENE, ES QUE PUEDES APRENDER MÁS COSAS, LO MALO ES QUE SOUTH PARK ES QUE TE DECEPCIONAS AL VER QUE NO ES ESO, NO SÉ CÓMO EXPLICARLO.

IMAGEN 2: Spot Telecinco: “Ver televisión con personas mayores”.

JUANJO: SI ESTÁN CONTIGO, NO TIENES QUE IR HASTA DONDE ESTÉN PARA PREGUNTÁRSELO.

JOSÉ ÁNGEL: ASÍ NO ESTÁS EN SOLITARIO, Y PUEDES ESTAR CON ELLOS HABLANDO.

RAQUEL: ES MEJOR VERLA CON ELLOS, ASÍ NO ESTÁS SOLO, SI SALE UNA PELÍCULA DE MIEDO Y ESTÁS CON ELLOS, NO TE DA MIEDO.

IRENE: SI ECHAN ALGO QUE NO TE GUSTA, SI NO ESTÁN, NO SABES SI ES BUENO O MALO LA PELÍCULA Y NO SABES SI LA TIENES QUE QUITAR O NO.

RAQUEL: VER LA TELE CON PERSONA MÁS MAYOR QUE TÚ, SERÍA MEJOR, PERO CON DESCONOCIDOS, NO PUEDES ABRIRLE LA PUERTA A ALGUIEN Y VER LA TELE CON ÉL. VER LA TV CON PERSONAS MAYORES ES MEJOR, PORQUE ASÍ SI NO SABES ALGO, TE LO DICEN.

IMAGEN 3: “Blooson”.

(IRENE identifica serie. JUAN ríe).

RAQUEL: ESO NO SE PUEDE HACER PORQUE LLEVAN ALCOHOL, Y LOS NIÑOS NO PUEDEN BEBER ESO PORQUE SE PONEN BORRACHOS, SALEN A LA CALLE Y SE PONEN LOCAS.

JOSÉ ALGEL: LA OTRA NO QUERÍA TOMAR, UNA SI LO TOMÓ Y SE LO ESCUPIÓ A LA OTRA EN LA CARA.

JUANJO: QUERÍAN BEBER COSAS QUE NO PODÍAN A ESCONDIDAS, Y LUEGO NO LE GUSTABAN.

IRENE: QUERÍA BEBER ALCOHOL A ESCONDIDAS, PORQUE SUS PADRES A LO MEJOR NO LES DEJABAN. MEZCLARON WHISKI CON NO SÉ QUÉ, Y OLÍA COMO EL ENTRENADOR DEL COLEGIO, UNA NO QUISO BEBER Y LA OTRA BEBIÓ.

ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS:

RAQUEL: LA OTRA TENÍA RAZÓN, NO LO TENÍAN QUE BEBER, PORQUE ESO ES MALO, PORQUE TIENE ALCOHOL, WHISKI, CERVEZA..., Y SI LO MEZCLAS, NO TE LO PUEDES TOMAR, PORQUE SE TE PONE LA TRIPA MALA. Y TE PUEDE PASAR ALGO.

JOSÉ ÁNGEL: LA OTRA QUE NO LO QUERÍA TOMAR, PORQUE OLÍA MAL, HA HECHO BIEN. Y LA OTRA SE LO ESCUPIÓ EN LA CARA, ESO ESTÁ MAL, NO SE PUEDE TOMAR ALGO QUE TU SABES QUE VA A SABER MAL.

JUANJO: UNA CHICA NO QUERÍA BEBERLO, Y LA OTRA MAL, PORQUE LO HA BEBIDO Y...

IRENE: LO VEO MAL DESDE EL PRINCIPIO, NO TENÍAN QUE HABER SACADO LA BEBIDA, PERO TAMBIÉN LO VEO BIEN POR PARTE DE LA CHICA PORQUE NO SE LO HA BEBIDO, PORQUE TE PUEDE HACER DAÑO Y HASTA TE PUEDE MATAR.

IMAGEN 4: “Compañeros”.

(IRENE identifica serie).

RAQUEL: ESA MUJER ESTABA TOMANDO COSAS QUE NO SE PODÍAN TOMAR, SE HA PUESTO BORRACHA, COMO UN POCO LOCA, Y LE HA DICHO A SU HIJO QUE SE VAYA CON SU PADRE. SE GASTABA EL DINERO EN BOTELLAS DE BEBIDA DE ÉSAS QUE TE PUEDEN MATAR EN VEZ DE GASTÁRSELO EN COMIDA.

JOSÉ ALGEL: EL NIÑO QUERÍA VER LO QUE ESTABA BEBIENDO, Y LE DIJO QUE NO SE ACERCARA, QUE ESTABA BORRACHA. SE GASTABA EL DINERO EN WHISKI EN VEZ DE COMPRAR ALGO QUE PUEDAN COMER.

JUANJO: LA MADRE DEL NIÑO ESTABA EMBORRACHADA Y EN VEZ DE GASTARSE EL DINERO EN COMIDA, SE LO HABÍA GASTADO EN BEBER.

IRENE: ESTABA UN POCO TROMPA LA MADRE Y ESTABA EL HIJO, QUE QUERÍA DARLE UN BESO PERO ELLA LE DIJO QUE SE FUERA CON SU PADRE. UNA ADOLESCENTE LE DIJO QUE NO PODÍA SEGUIR ASÍ, LE HAN ECHADO DEL TRABAJO Y NO COMPRABA COMIDA. ESTO ME PARECE MAL, PORQUE ENCIMA QUE LE HAN ECHADO DEL TRABAJO, LO PAGA CON LOS DEMÁS. SI TIENES TÚ LA CULPA, LE ECHAS LA CULPA A LOS DEMÁS.

RAQUEL: YO LO VEO MAL, PORQUE ESA BEBIDA TE PUEDE MATAR, Y TE PUEDES TOMAR UNA CERVEZA O DOS, PERO SI TE PASAS DE LA RAYA, TE VUELVES LOCA, TE CAES PARA ABAJO...

¿Habéis hablado con alguien de este tema?

JUANJO: CON MI MADRE Y MI ABUELA. ME DICEN QUE NO BEBA NUNCA ALCOHOL.

IRENE: YO CON LA TELE. CUANDO DICEN LO DE LAS DROGAS YO DIGO: TAMPOCO HAY QUE BEBER ALCOHOL, PORQUE ES IGUAL DE MALO O PEOR. ME LO HAN DICHO LAS NOTICIAS, LOS DOCUMENTALES.

RAQUEL: VEO AMIGOS DE MI PADRE O MADRE QUE SALEN EN LOS PROGRAMAS O EN LAS NOTICIAS.

IMAGEN 5: Noticia “Vacaciones de ensueño”.

RAQUEL: HE VISTO QUE HABÍA UNA SEÑORA TUMBADA Y EL CAMARERO DEL BARCO TE LLEVABA UNA COPA DE ALGO Y NO SÉ SI ERA GRATIS.

JOSÉ ÁNGEL: UNA SEÑORA ESTABA CORRIENDO EN UNA MAQUINA DE ADELGAZAR.

JUANJO: ERA UN BARCO MUY GRANDE, QUE TENÍA TODOS LOS SERVICIOS, CON MUCHA GENTE DENTRO QUE QUERÍA DAR LA VUELTA AL MUNDO CON EL Y HABÍA UNOS QUE QUERÍAN UNA COPA Y EL CAMARERO IBA.

IRENE: HABÍA UNA SEÑORA Y UN CAMARERO QUE LE IBA A SERVIR UNA COPA SALÍA. TIENE QUE COSTAR UNA PASTA, TIENE QUE VALER MUCHO DINERO.

¿Eso cómo lo veis?

JUANJO: UNA TONTERÍA PORQUE ES MUCHO DINERO PARA DAR LA VUELTA AL MUNDO. PARA ESO TE VAS A OTRO PAÍS Y EXPLORAS, NO LA VUELTA AL MUNDO, NO CUATRO MESES EN UN BARCO.

RAQUEL: ELLOS LO PONEN CARO PARA GANAR DINERO, COMO HAY MUCHAS PERSONAS DE SERVIR Y MUCHOS CLIENTES, EL JEFE DE ALLÍ LES PAGUE. LA GENTE SE GASTA EL DINERO PARA NADA, NO ES BUENO GASTAR DINERO PORQUE LUEGO NO PUEDES COMPRAR COMIDA. ES MEJOR QUE COMPRES COMIDA Y NO TE LO GASTES EN COSAS.

IRENE: SON UNOS APROVECHADOS, Y UNA VUELTA AL MUNDO ES IMPOSIBLE, PORQUE EN LA ATLÁNTIDA POR EJEMPLO, VA A HACER MUCHO FRÍO, Y SI NO TE LLEVAS ABRIGO, NO PUEDES IR, PORQUE TE MUERES DE FRÍO, Y EN EL CENTRO, HACE MUCHO CALOR...

IMAGEN 6: “Pato Donald”.

(IRENE identifica)

RAQUEL: HAN HECHO COSAS, HAN LIMPIADO PARA QUE LES DÉ DINERO, PERO NO DEBERÍA HABERLES DADO DINERO, PORQUE ESO SON PUROS Y LOS PEQUEÑOS NO PUEDEN TOMAR PUROS. LES PUEDE DAR DINERO PERO PARA CHUCHERÍAS, NO PARA COSAS DE MAYORES.

JUANJO: QUERÍAN COMPRAR UNA CAJA DE PUROS, PERO COMO NO TENÍAN, QUERÍAN HACER TRABAJOS PARA QUE SU TÍO LES DIESE DINERO.

IRENE: ESTÁ MAL POR DONALD PORQUE, ENCIMA QUE QUERÍAN HACERLE UN REGALO, LES TENÍA QUE HABER DADO EL DINERO, PORQUE LOS PUROS ERAN PARA ÉL, NO PARA LOS NIÑOS.

JOSÉ ÁNGEL: LOS NIÑOS HAN TRABAJADO PARA QUE LES DIESE EL DINERO SUFICIENTE PARA COMPRARSE LOS PUROS, DESPUÉS LES HA TRAÍDO UNA CAJA PARA QUE LO AHORREN.

¿Qué pensáis del ahorro?

RAQUEL: ESTÁ BIEN, SI AHORRAN, PUEDEN COMPRARSE ALGO MEJOR, Y A LO MEJOR LES SOBRARÍA Y PODRÍAN COMPRARSE MUCHAS MÁS COSAS.

JUANJO: SI NO ES PARA COMPRAR COSAS MALAS, ESTÁ BIEN.

IMAGEN 7: Spot Reciclaje.

IRENE: LO VEO MUY BIEN, ASÍ NO SE TIENEN QUE PODAR TANTOS ÁRBOLES, ASÍ SE PUEDE SALVAR A LA NATURALEZA, RECICLANDO. CON UNAS MÁQUINAS ESPECIALES SE HACEN OTRAS COSAS DE PLÁSTICO.

JUANJO: ESTÁ BIEN, SI LO RECICLAMOS, LAS COSAS QUE NO SIRVEN, PUEDEN SER COSAS NUEVAS QUE SIRVAN.

JOSÉ ÁNGEL: SI LO TIRAS EN OTROS CONTENEDORES, CORTARÁN MÁS ÁRBOLES PORQUE NO LO RECICLARÁN. HAY QUE TIRARLO EN LOS CONTENEDORES CORRESPONDIENTES.

RAQUEL: ESTÁ MUY BIEN PORQUE LOS QUE SON POBRES PODRÁN CONSTRUIR MÁS CIUDADES Y MÁS COSAS Y PODRÁ HABER MÁS CASAS. SI RECICLAMOS PODRÁ ESTAR EL BOSQUE MÁS LIMPIO, Y PODRÁN HACER CIUDADES Y LOS NIÑOS POBRES VIVIR EN ELLAS PORQUE, CON LA BASURA, SE PUEDE HACER COSAS, JUGUETES Y SE LO DAN A LOS NIÑOS POBRES.

¿Quién os ha dicho esto?

RAQUEL: YO LO HE VISTO EN UN ANUNCIO, PONÍAN UNOS GUANTES, COGÍAN LA BASURA Y LO CONVERTÍAN EN JUGUETE.

IRENE: EN CONOCIMIENTO.

JOSÉ ÁNGEL: EN EL TELEDIARIO.

JOSÉ ÁNGEL: YO NO LO HE VISTO.

IMAGEN 8: “Hot wheels”.

RAQUEL: NO DEBERÍA CORRER TANTO, DEBERÍA CORRER COMO LOS NORMALES, PORQUE SI TIENES UN HERMANO PEQUEÑITO, SI TU MADRE LO DEJA POR AHÍ, LE PUEDE PILLAR LA MANO O ALGO.

JUANJO: CREO QUE LO HACEN PARA TOMAR EL PELO, PORQUE NO CORREN TANTO COMO SALE EN LA TELE, CORREN MENOS. LO HACEN PARA QUE GASTES DINERO, PERO ES MENTIRA.

JOSÉ ÁNGEL: SI TIENES UN HERMANO PEQUEÑÍN SE PUEDE HACER DAÑO.

IRENE: ES UN MALGASTO DE DINERO, LO ÚNICO QUE HACEN ES TIMAR PORQUE, LUEGO, NO CORREN TANTO Y ESO PASA CON TODOS LOS MUÑECOS, LE HACEN MUCHA PUBLICIDAD, LUEGO, A LA HORA DE LA VERDAD, NO VALE MUCHO.

IMAGEN 9: "D.G.T."

IRENE: HE VISTO QUE LO QUE ESTÁN HACIENDO ES PREVENIR UNA ENFERMEDAD QUE TE PUEDE HACER UN ACCIDENTE DE COCHE.

JUANJO: QUE TENGAS CUIDADO CON LO QUE HACES, QUE PRESTES MÁS ATENCIÓN. TENER PRECAUCIÓN.

JOSÉ ÁNGEL: PRESTAR ATENCIÓN Y NO DORMIRSE DENTRO DEL COCHE POR SI OTRO COCHE QUIERE PASAR.

RAQUEL: ESO ESTÁ MUY MAL, PORQUE SI EL NIÑO ESTÁ LLORANDO Y TE DEJAS LAS LLAVES DEL COCHE PUESTAS, EL NIÑO PUEDE COGERLAS Y, COMO SON LLAVES DE ÉSAS, PORQUE A VECES SE LA PONEN A LOS NIÑOS PARA QUE JUEGUEN, PUEDE DAR LA VUELTA Y EL COCHE SE PUEDE MOVER Y PUEDE VENIR UN COCHE POR AHÍ Y DARLE UN GOLPE AL COCHE.

¿Veis algo parecido entre estos dos anuncios?:

IRENE: ESTE ANUNCIO ES PARA PREVENIR UNA ENFERMEDAD Y EL OTRO ES PARA SACARTE DINERO DEL BOLSILLO.

RAQUEL: EL DEL COCHE ERA PELIGROSO Y EL OTRO TAMBIÉN, PERO EL DEL COCHE ERA MUCHO MÁS PELIGROSO, PORQUE SI TE PILLA UNA MANO, EL HUESO SE TE PUEDE IR.

JOSÉ ÁNGEL: EL DE LOS OTROS COCHES, SI SON NIÑOS PEQUEÑOS LES PUEDE PILLAR

¿Todo lo que hemos visto es realidad o ficción?

JUANJO: FICCIÓN, SI LO HICIERAN DE VERDAD, NO HABRÍA TANTA GENTE EN EL MUNDO.

IRENE: ALGUNAS COSAS VERDAD, OCURRE EN LA VIDA REAL, TOTAL POR PREVENIR, NO TE VAN A COBRAR DINERO.

RAQUEL: ESO DE PILLARTE LAS MANOS PUEDE PASAR, PORQUE A MÍ MI MADRE ME HA PILLADO LAS MANOS SIN DARSE CUENTA.
ALGUNAS COSAS SON VERDAD, COMO LAS NOTICIAS, OTRAS SON MENTIRA, COMO LOS DIBUJOS.

¿Algo de que veis en la televisión es verdad?

TODOS: SÍ.

JUANJO: ALGUNAS COSAS QUE CUENTAN, EL PASADO DE LOS DINOSAURIOS.

IRENE: LOS PROGRAMAS DE COTILLEOS, BUENO, MENOS LOS MONTAJES.

IMAGEN 10: “Desesperado Club Social”: Animales abandonados.

(IRENE identifica).

RAQUEL: DEJAR A LOS PERROS ABANDONADOS ESTÁ MUY MAL, PORQUE LES PUEDE ATROPELLAR UN COCHE Y SE PUEDEN MORIR, Y ESO DE COGERLES DEL CUELLO ESTÁ MUY MAL, PORQUE TAMBIÉN SE PUEDEN MORIR, Y CON LA CUERDA SE PUEDEN HACER UNA RAJA EN EL CUELLO.

IRENE: ESTÁ MAL ABANDONAR A LOS PERROS, Y DEJARLOS EN LA PERRERA Y LOS MATEN A LOS TRES DÍAS. SI LE TIENES QUE DAR OTRA OPORTUNIDAD Y QUE LE ADOPTE OTRO DUEÑO.

JUANJO: ANUNCIAN QUE HAY PERROS ABANDONADOS Y QUE LOS PUEDES ACOGER PARA QUE NO SE MUERAN.

JOSÉ ÁNGEL: VEO MAL QUE COJAN A UN PERRO CON ESE GANCHO.

¿Critican algo estas imágenes?

IRENE: CRITICA ABANDONARLES.

RAQUEL: COGERLES DEL CUELLO CON ESE PALO.

IMAGEN 11: “Los Simpson”.

RAQUEL: ESO ESTÁ MAL, TENDRÍA QUE ESTAR EN LA CAMA, AHORA NO QUIERE ESTUDIAR PORQUE SE HA ENTRETENIDO CON LA MÁQUINA.

IRENE: LA CULPA LA HA TENIDO LA MADRE POR DARLE LA MAQUINITA A LISA.

JUANJO: ESTÁ MAL, PORQUE SI ESTÁ MAL Y LUEGO TE ENROLLAS UN MONTONAZO CON EL JUEGO...

JOSÉ ÁNGEL: ESTÁ MAL, LA NIÑA QUERÍA VER LOS INFORMATIVOS Y LA MADRE LE HA DADO EL VIDEOJUEGO.

¿Critica algo esta imagen?

IRENE: NO TE TIENES QUE ENGANCHAR A LOS JUEGOS PORQUE SI NO, NO OYES NADA MÁS.

IMAGEN 12: Spot: Campaña prevención consumo tabaco.

RAQUEL: ESO ESTÁ MUY MAL PORQUE TENÍAN QUE ESTAR EN EL COLEGIO ESTUDIANDO.

IRENE: ESTÁ BIEN Y MAL, TENÍAN QUE ESTAR EN EL COLEGIO ESTUDIANDO Y SE HA IDO A UNA DISCOTECA, PERO NI HA TOMADO DROGAS NI ALCOHOL, NI HA FUMADO.

JUANJO: BIEN Y MAL, PORQUE NO ESTUDIA, PERO NO HACE COSAS MALAS.

JOSÉ ÁNGEL: TENÍAN QUE ESTAR EN LA ESCUELA, NO EN UNA DISCOTECA A BAILAR.

¿Critica algo esta imagen?

RAQUEL: ESE NIÑO DEBERÍA ESTAR EN EL COLEGIO.

IRENE: PERO TAMBIÉN PODRÍA SER FIN DE SEMANA.

NOTA: POR UN PROBLEMA TÉCNICO, NO SE PUDO CONCLUIR LA GRABACIÓN.

GRUPO DE DISCUSIÓN: B1 b (Colegio Emperador Fernando).

FECHA DE REALIZACIÓN: 24 de abril de 2002.

VARIABLES: Niños de 7 a 9 años.
Ven menos de 2 horas diarias la televisión.
Dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: JAVIER: 7 AÑOS. CURSO: 2º A.
CATALINA: 8 AÑOS. CURSO: 3º A.
PATRICK: 8 AÑOS. CURSO: 3º B.
CARMEN: 9 AÑOS. CURSO: 4º A.

TRANSCRIPCIÓN:

Actividades realizadas al salir de clase:

JAVIER: HACER LOS DEBERES, VER UN POCO LA TELE, ¿Cuánto: MEDIA HORITA JUGAR... ¿Cuánto?: EL TIEMPO QUE ME DEJAN, SI NO HE TERMINADO LOS DEBERES...

CATALINA: HAGO LOS DEBERES, VOY A GIMNASIA RÍTMICA, JUEGO UN POQUITO, Y LUEGO ME VOY A CASA.

PATRICK: HAGO LOS DEBERES, COMO, Y JUEGO MEDIA HORA.

CARMEN: HAGO LOS DEBERES, VEO UN RATO LA TELE, (MEDIA HORA), JUEGO.

Tiempo de deberes:

JAVIER: MEDIA HORA

CATALINA: ACABO CASI TODOS LOS DÍAS LOS DEBERES EN CLASE. 10 MINUTOS.

PATRICK: 1 HORA

CARMEN : MEDIA HORA

Ayuda de adultos en la realización de deberes:

JAVIER: PREGUNTO LOS PROBLEMAS QUE NO SEPA.

CATALINA: EN ACTIVIDADES QUE NO ENTIENDO, ME AYUDAN MI PAPÁ Y MI MAMÁ.

PATRICK: ¿Te ayuda tu papá?: SÍ.

CARMEN: ME AYUDA MI HERMANA.

Tiempo dedicado a jugar:

JAVIER: MEDIA HORA.

CATALINA: JUEGO UN POQUITO.

PATRICK: MEDIA HORA

CARMEN: MEDIA HORA

¿Con quién jugáis?

JAVIER: CON MI HERMANO

CATALINA: DEPENDE, CON MI HERMANO, PERO ES PEQUEÑO

PATRICK: CON MI HERMANO

CARMEN: CON MI HERMANA.

Tiempo dedicado a ver televisión:

JAVIER: MEDIA HORA.

CATALINA: MEDIA HORA.

PATRICK: MEDIA HORA

CARMEN: MEDIA HORA

¿Con quién?

JAVIER: SOLO Y ACOMPAÑADO DE MI MADRE, PADRE Y HERMANOS. LA VEO MÁS VECES ACOMPAÑADO.

CATALINA: CON TODOS MIS HERMANOS, MI MADRE Y MI PADRE

PATRICK: PADRES Y HERMANOS.

CARMEN: A VECES, SOLA Y, A VECES, CON MIS PADRES.

¿Qué es lo que más te gusta?

JAVIER: GIMNASIA. ¿Para qué te sirve?: PARA CORRER.

CATALINA: GIMNASIA RÍTMICA, ¿Para qué te sirve?, PARA ESTIRAR LOS MÚSCULOS.

PATRICK: VER LA TELE, ¿Para qué te sirve?: PARA DIVERTIRTE. ¿Qué es divertido?: JUGAR. ¿Juegas con la tele?: NO, PERO ES GRACIOSA.

CARMEN: HACER LOS DEBERES, A VECES NOS PONEN ACTIVIDADES DIVERTIDAS.

¿Qué elegiríais hacer en vuestro tiempo libre?

JAVIER: JUGAR AL ORDENADOR, (¿Para qué te sirve?), PARA APRENDER CÓMO SE JUEGA.

CATALINA: JUGAR, PORQUE ESTOY CON MIS AMIGOS, Y PUEDO CORRER...

PATRICK: DEFENSA PERSONAL, ME GUSTA PORQUE EN COLOMBIA ME PEGARON Y ASÍ ME PUEDO DEFENDER.

CARMEN: JUGAR CON LOS AMIGOS, PORQUE ME ENTRETENGO.

¿En qué momentos del día veis la tele?

JAVIER: POR LA TARDE, CUANDO HAY FÚTBOL...

CATALINA: POR LA MAÑANA Y POR LA TARDE

PATRICK: POR LA TARDE Y POR LA NOCHE, (DE 7 A 8)

CARMEN: MAÑANA, TARDE Y NOCHE, (DE 10 A 11).

¿Hay diferencias entre semana y fin de semana?, ¿Os dejan los papás ver la tele más tiempo el fin de semana?

JAVIER: UN POCO MENOS DE MEDIA HORA, PORQUE TENGO QUE HACER LOS DEBERES DEL VIERNES.

CATALINA: UNA HORA, YO LOS DEBERES LOS HAGO EL VIERNES.

¿Para qué ves la tele?

JAVIER: PARA DIVERTIRSE.

CATALINA: PARA REIRTE CON LOS PROGRAMAS.

PATRICK: TAMBIÉN.

CARMEN: TAMBIÉN, PARA DIVERTIRME.

Cosas buenas de ver la tele:

JAVIER: VER PELÍCULAS, FÚTBOL...

CATALINA: NOTICIAS, DOCUMENTALES... PARA ENTERARME DE LAS COSAS MALAS. A MÍ ME DIVIERTEN LOS PROGRAMAS, DIBUJOS Y SERIES: "SABRINA", "POKEMON", EMBRUJADAS.

PATRICK: NOTICIAS, PELÍCULAS DE BALAS...

CARMEN: DIBUJOS, SERIES Y PROGRAMAS.

¿Qué es lo peor de la televisión?

JAVIER: QUE ME MOLESTE MI HERMANO.

CATALINA: CUANDO MATAN A LA GENTE EN LAS PELÍCULAS DE ACCIÓN, PORQUE ES ALGO TRISTE.

PATRICK: ME DA IGUAL, LO QUE MÁS ME GUSTA ES VIDEO Y JUGAR A LA "PLAY". LO PEOR DE LA TELEVISIÓN ES OPERACIÓN TRIUNFO. ¿Qué cambiarías de la tele?: TODO, POR MUÑECOS.

CARMEN: VES COMO MATAN A GENTE Y TE DA PENA.

¿Os sentáis delante de la tele porque sabéis que van a poner algo o por ver lo que ponen?

JAVIER: LO ELIJO MIENTRAS LO ESTOY VIENDO, PORQUE NO SABES LOS PROGRAMAS QUE HAY.

CATALINA: IGUAL.

PATRICK: ME SIENTO Y ESPERO QUE COMIENCE.

CARMEN: YO MIRO EN EL TELETEXTO Y MIRO LAS COSAS QUE SEAN PARA NIÑOS.

PATRICK: (TAMBIÉN EN TELETEXTO).

¿Veis todo lo que queréis en la televisión?

JAVIER: NO, LO QUE ME DEJAN, NO ME DEJAN FOSKIS, (CANAL PLUS).

CATALINA: NO ME DEJAN LAS COCHINADAS..., COSAS DE AMOR, NO ME DEJAN PORQUE ENSEÑAN MUCHAS PALABROTAS Y ES MUY MALO PORQUE INSULTAS A LA GENTE.

PATRICK: PELÍCULAS DE SEXO, PORQUE SE DAN BESOS Y NO NOS GUSTAN. Y ELLOS SÍ LO VEN. ¿Por qué?: PORQUE SON MAYORES.

CARMEN: LO MISMO, PELÍCULAS DE SEXO, PORQUE ES DE MAYORES Y ELLOS TIENEN DERECHO A VERLO, NOSOTROS NO PODEMOS PORQUE APRENDEMOS COSAS MALAS.

¿Qué haces cuando algo no te gusta?

JAVIER: CAMBIAR DE CANAL.

CATALINA: PONER UNA PELÍCULA DE DIBUJOS O CAMBIAR DE CANAL

PATRICK: ME VOY A DORMIR.

CARMEN: CAMBIO DE CANAL.

Programas favoritos:

JAVIER: “FUSKI”, PERO NO ME DEJAN VERLO.

CATALINA: SABRINA, CARTOONS, DISNEY CHANEL, PLAY HOUSE DISNEY...

PATRICK: POKEMON.

CARMEN: SABRINA, Y MUCHOS DIBUJOS.

¿Qué hacéis cuando os ponen publicidad?

TODOS: CAMBIARLO.

Alternativas a ver la televisión en vuestro tiempo libre:

JAVIER: JUGAR EN EL ORDENADOR.

CATALINA: JUEGO A LA CONSOLA.

PATRICK: PLAY 2.

CARMEN: TAMBIÉN.

¿Por qué os gusta más la videoconsola que la televisión?

JAVIER: PORQUE ES DIVERTIDA, TIENE JUEGOS... .

CATALINA: ME DIVIERTO JUGANDO.

PATRICK: ME DIVIERTO.

CARMEN: ME DIVIERTO Y ME RÍO.

¿Cambiaríais algo de la televisión?

JAVIER: LAS COSAS QUE NO ME GUSTAN.

CATALINA: LOS DOCUMENTALES, POR PELÍCULAS DE DIBUJOS, PORQUE NO ME GUSTAN MUCHO, SALEN BICHOS Y ME ABURRO.

PATRICK: LOS DOCUMENTALES.

CARMEN: LAS NOTICIAS, ME ABURRO VIENDO COMO DICEN TODOS LOS DÍAS QUE HAN MATADO A ALGUIEN, HA HABIDO UN ACCIDENTE...

¿De qué forma os gustaría participar en la televisión?

JAVIER: ACTOR.

CATALINA: MODELO.

PATRICK: PROTAGONIZAR LAS PELÍCULAS.

CARMEN: MODELO.

Imagen 1: “Tres amigos y Jerry”.

JAVIER: NO HAY QUE VER MUCHA TELEVISIÓN PORQUE TE PUEDES QUITAR UN POCO LA VISTA.

CATALINA: ES CIERTO, SI LA VES MUCHO RATO TE PUEDES QUEDAR CIEGO. NO TENEMOS QUE VER TANTA TELEVISIÓN.

PATRICK: NO HAY QUE VER MUCHA TELEVISIÓN, TE IRRITA LOS OJOS.

CARMEN: NO HAY QUE VER MUCHO LA TELEVISIÓN, PORQUE A PARTE DE HACER DAÑO A LA VISTA, NO APRENDEMOS COSAS BUENAS EN LA TELEVISIÓN, CUANDO VEO UNA PELI DE PELEAS...

¿Qué tipo de programas veis en la tele con vuestros padres?

JAVIER: FÚTBOL.

CATALINA: PROGRAMAS, “SABRINA”, “LOS SIMPSON”, Y LAS NOTICIAS.

CARMEN: PELÍCULAS QUE ECHAN.

¿Habláis con ellos mientras lo estáis viendo o después?

JAVIER: CUANDO LO ESTAMOS VIENDO.

CATALINA: DESPUÉS, PORQUE SI TE QUIERES ENTERAR DE LA PELÍCULA, HAY QUE ESTAR CALLADO.

PATRICK: DESPUÉS DE LA PELÍCULA.

CARMEN: CUANDO HACEN PUBLICIDAD.

¿De qué cosas habláis?

JAVIER: DE DÓNDE VAMOS A HACER MAÑANA.

CATALINA: DE DONDE VAMOS A COMER...

¿Habláis de algo de la tele?

CATALINA: DE LAS NOTICIAS, SI HAY ALGÚN ROBO, SE PREOCUPAN.

PATRICK: DE LAS PELÍCULAS DE AMOR, CUANDO ACABAN.

CARMEN: DE LAS NOTICIAS.

¿Preguntáis a vuestros padres lo que no entendéis de la televisión?

JAVIER: SÍ, PORQUE SI NO LO ENTENDEMOS, ÉL NOS LO DICE.

¿Con qué otras personas habláis de lo que veis en la tele?

JAVIER: CON MIS PRIMOS Y CON MIS HERMANOS.

CATALINA: CON MIS PRIMOS.

PATRICK: CON MI HERMANO.

CARMEN: CON MIS TÍOS, CON MIS HERMANOS...

¿ Ver la televisión con vuestros padres os parece mejor o peor que verla solo. ?

JAVIER: MEJOR.

CATALINA: EN POKEMON, TE DICEN: “VER LA TELEVISIÓN ES MUCHO MEJOR ACOMPAÑADO”.

Imagen 2: Spot Telecinco: Ver televisión con personas mayores.

JAVIER: MUY BIEN, PORQUE CUANDO HAY PUBLICIDAD NO TE TIENES QUE LEVANTAR A DECÍRSELO.

CARMEN: IGUAL.

CATALINA: CUANDO HACEN PUBLICIDAD, PUEDO HABLAR CON ÉL.

PATRICK: MEJOR, PORQUE LES PREGUNTAS COSAS DE LAS PELÍCULAS.

Imagen 3: “Blooson”.

(TODOS: MUCHAS RISAS)

JAVIER: COMO LA ECHABAN... UNA CHICA HA BEBIDO.

CATALINA: HA SIDO GRACIOSO, DIVERTIDO..., PORQUE HA BEBIDO Y SE LO HA ECHADO AL VESTIDO.

CARMEN: ME HA PARECIDO DIVERTIDO Y GRACIOSO.

Cosas buenas de las imágenes:

JAVIER: QUE HABLABAN... NO SE PUEDE BEBER ESO, ES MALO PARA LA SALUD.

CATALINA: HABLAN ENTRE ELLAS.

PATRICK: ES MALO PARA LA SALUD, Y LE “CHORREÓ” TODO LO QUE ESTABA BEBIENDO.

CARMEN: LA OTRA CHICA LE HA DICHO QUE NO LO BEBIESE. A LO MEJOR TE PUEDE ENTRAR ALGO.

Cosas malas:

JAVIER: BEBIAN... ESO..., LA BEBIDA ESA.

CATALINA: TIRAR EL VASO A LA CHICA DE AL LADO, PORQUE MALGASTAS LA ROPA.

PATRICK: LE CHORREABA TODA LA ROPA DE LO QUE ESTABA BEBIENDO.

CARMEN: ME PARECE MAL QUE ESTÉ BEBIENDO ESO, PORQUE NO SABE LO QUE PUEDE TENER ESO.

¿ Habéis hablado con alguien de éste tema alguna vez?

JAVIER: CON MI PADRE.

CATALINA: DE MAYOR NO VOY A BEBER ESO.

CARMEN: NI YO, ES MALO PARA LA SALUD, YO QUIERO QUE MI CUERPO ESTÉ BIÉN, PARA NO PONERME “MALITA”.

PATRICK: MI PADRE DICE QUE YO NO PUEDO BEBER ESO PORQUE ES MALO PARA LA SALUD.

CARMEN: AGUA... PUES SÍ, PORQUE SÉ QUE NO ME VOY A PONER MALA.

¿Conocéis a alguien que beba alcohol?

JAVIER: SÍ, ALGUNAS VECES.

CATALINA: MIS TÍOS ALGUNAS VECES, CUANDO ESTÁN DE FIESTA, POR UN DÍA QUE BEBAN, NO LES VA A PASAR NADA.

PATRICK: MI TIO DE COLOMBIA BEBE Y FUMA.

¿Os gustaría de mayores beber?

TODOS: NO.

CATALINA: ES MALO PARA LA SALUD, PUEDE ENTRARTE ALGUNA ENFERMEDAD.

Imagen 4: “Compañeros”.

JAVIER: DIVERTIDO PERO MUY MALO, PORQUE SE PUEDE EMBORRACHAR Y SE PUEDE MORIR.

CATALINA: ESTÁ EMBORRACHADA, PUEDE DESMAYARSE EN CUALQUIER MOMENTO, PUEDE HACER DAÑO A ALGUIEN..., Y COGER UNA ENFERMEDAD.

PATRICK: ESTABA MAREADA Y EN CUALQUIER MOMENTO SE PUEDE DESMAYAR.

CARMEN: CORRE MUCHOS RIESGOS DE MORIRSE, SI BEBE MUCHO PUEDE CAERSE AL SUELO.

Aspectos positivos y negativos:

JAVIER: QUE NO BEBAN, PORQUE SE PUEDEN MORIR.

CATALINA: LA PALABROTA QUE HA DICHO LA CHICA, Y QUE LA QUE ESTÁ BEBIENDO PUEDE COGER UNA ENFERMEDAD.

PATRICK: ESTABA MAREADA Y LOS FAMILIARES SE VAN. SE PUEDE DESMAYAR. NO SE PUEDEN IR PORQUE SI SIGUE BEBIENDO LE PUEDE DAR UNA ENFERMEDAD.

CARMEN: EL NIÑO NO DEBE DE QUEDARSE, PORQUE LO NORMAL ES QUE SUFRE VIENDO ASÍ A SU MADRE. CORRE MUCHOS RIESGOS DE MORIRSE, SI BEBE MUCHO PUEDE CAERSE AL SUELO.

¿Habéis visto alguna vez a alguien borracho?

JAVIER: SÍ. SI ESTÁN BEBIENDO EN UN BAR, PUEDE TENER UNA ENFERMAD.

CATALINA: UNA VEZ ESTABA EN EL BAR DE UNA AMIGA, ENTRARON DOS BORRACHOS Y ME MANDARON PARA LA COCINA.

PATRICK: A MI TÍO EL DE COLOMBIA, SE EMBORRACHA.

CARMEN: EN MI BARRIO HAY MUCHOS GITANOS, ESTÁN TODO EL DÍA EN LA CALLE... Y AYER VI A UNO BORRACHO.

Imagen 5: Noticia: “Vacaciones de ensueño”

JAVIER: ME HA PARECIDO BIEN.

CATALINA: MUY BIÉN, PORQUE MONTAR EN BARCO E IR A LA PLAYA UN POQUITO, NO VA A ESTAR MAL.

PATRICK: TAMBIÉN BIEN.

CARMEN: BIEN, IR DE VEZ EN CUANDO A PLAYA NO ESTÁ MAL.

PATRICK: TRAEN DESDE UN BARCO LO QUE QUIERAN A LA PLAYA.

¿Este tipo de viajes son normales?

JAVIER: SÍ, DE VEZ EN CUANDO PUEDEN IR EN BARCO

¿Habéis escuchado cuanto cuesta?

CATALINA: SÍ, 8.000 MILLONES, POR LO MENOS, MUCHO DINERO.

¿Podrías ir?

TODOS: NO

CATALINA: HAN DICHO QUE TARDAN MUCHO TIEMPO EN DAR LA VUELTA AL MUNDO

Imagen 6: “Pato Donald”.

JAVIER: QUERÍAN COMPRAR UNA CAJA DE PUROS.

CATALINA: ESTÁ MAL, PORQUE QUERÍAN COMPRAR UNA CAJA DE PUROS PARA ELLOS.

CARMEN: MALO, LO HAN HECHO POR INTERÉS, PARA QUE LES DIESE LA PAGA Y PARA QUE SE VAYAN A COMPRAR LA CAJA DE PUROS.

¿La caja de puros era para ellos?

JAVIER: SÍ.

¿Habéis visto algo bueno en la imagen?

JAVIER: SÍ, QUE EL DINERO LO METÍAN EN LA HUCHA.

CATALINA: LO MISMO.

PATRICK: TAMBIÉN.

CARMEN: ES BUENO PORQUE ALGÚN DÍA SE LO AGRADECERÁN. SI ELLOS SE LO GASTAN EN CHUCHERÍAS, ALGÚN DÍA LO PUEDEN NECESITAR PARA OTRA COSA Y NO TIENEN.

¿Habéis hablado de esto con alguien?

JAVIER: SÍ, CUANDO ME PORTO BIEN, MIS PADRES ME DAN DINERO Y COMPRO COSAS QUE NECESITO.

CATALINA; YO TAMBIÉN, ME COMPRO COSAS PARA EL COLE.

CARMEN: IGUAL.

PATRICK: YO SI NO NECESITO NADA PARA EN EL COLE, LO GUARDO EN LA HUCHA.

Imagen 7: Spot Reciclaje.

JAVIER: MUY BIEN, PORQUE ESTABAN RECICLANDO. (¿Qué es reciclar?), METERLO EN SU SITIO.

CATALINA: MUY BIEN, Y MUY MAL, PORQUE PRIMERO LO ESTABAN METIENDO EN EL CONTENEDOR QUE NO ERA Y LUEGO EN EL CONTENEDOR QUE SÍ ERA.

PATRICK: PRIMERO LO ESTABAN METIENDO EN UN CONTENEDOR QUE NO ERA Y LUEGO EN EL CORRESPONDIENTE.

CARMEN: ME HA PARECIDO POR UNA PARTE BIEN Y POR OTRA MAL, PORQUE NO LO HAN METIDO DONDE LO TENÍAN QUE METER, Y ASÍ SE LE DEVOLVÍAN.

¿Habéis hablado de éste tema con alguien?

JAVIER: SÍ, EN EL RECREO, CON LA PROFE DE RELI.

PATRICK: YO TAMBIÉN

CARMEN: NOSOTROS HACEMOS LO MISMO, CON LOS ZUMOS, ALGUNAS VECES.

CATALINA: JUAN, NOS CONTÓ UN CUENTO SOBRE RECICLAJE.

¿Recicláis?

CATALINA: UN DÍA EN EL BAR DE MI TÍO, TIRÉ LAS BOTELLAS UNA POR UNA EN EL CONTENEDOR VERDE.

¿Por qué es positivo reciclar?

JAVIER: ASÍ ES MEJOR.

CATALINA: SI LO TIRAS AL SUELO, CONTAMINAS EL MEDIO AMBIENTE Y LA ATMÓSFERA.

PATRICK: SÍ, CONTAMINAS EL MEDIO AMBIENTE.

Imagen 8: “Hot wheels”.

JAVIER: SE ESTABAN DIVIRTIENDO CON EL “SCALESTRIX”.

CATALINA: SE ESTABAN DIVIRTIENDO MUCHO, Y ESO ES BUENO, SI NO, TE ABURRES.

PATRICK: SE ESTABAN DIVIRTIENDO.

CARMEN: SE ESTABAN DIVIRTIENDO, PERO NO ES MUY BUENO DIVERTIRSE MUCHO, MUCHO, MUCHO, PORQUE SI TE DEJAN HACER LO QUE QUIERAS, LUEGO PUEDES HACER COSAS PEORES.

¿Habéis visto algo malo?

TODOS: NO.

Imagen 9: “D.G.T.”

CARMEN: NO ES PARA REIRSE, PORQUE OIR A UN NIÑO LLORAR ES NORMAL.

JAVIER: CONDUCIR DE NOCHE ES UN POCO PELIGROSO, ENCIMA SI LLORA EL NIÑO, LE PONE MÁS NERVIOSO AL PADRE. MUY BIEN PORQUE HAN PARADO A DORMIR.

PATRICK: SI ESTÁN DURMIENDO, PUEDEN SUFRIR UN ACCIDENTE.

Aspectos negativos.

(NO DICEN NADA)

Relación de la imagen con la imagen anterior:

TODOS: NO.

¿Cuál os ha gustado más?

TODOS: HOT WHEELS.

JAVIER: PORQUE NO TENÍAN QUE CONDUCIR.

¿Para qué sirven éstas imágenes?

JAVIER: PARA ENTERARSE UN POCO DE LO QUE SUCEDE.
(Lo ven así todos).

¿Todo lo visto anteriormente, es ficción?

CATALINA: EL ÚLTIMO PUEDE SER REALIDAD.

JAVIER: REALIDAD.

PATRICK: FICCIÓN... ¿QUÉ ES?, (que no sucede en la vida real), ¡AH!, ENTONCES, REALIDAD.

CATALINA: REALIDAD EL ÚLTIMO Y LOS DEMÁS FICCIÓN.

¿Os puede pasar a vosotros? (Todo lo que hemos visto)

TODOS: SÍ.

Diferencias entre lo que se emite en televisión y lo que se da en la vida real:

JAVIER: QUE LO GRABAN, ES UN SALÓN Y TRAEN CÁMARAS.

CARMEN: ESO LO GRABAN APOSTA, PARA QUE LO VEAMOS Y PARA QUE SEPAMOS QUE NO HAY QUE HACERLO, PORQUE LE PUEDE OCURRIR A TODO EL MUNDO..., BUENO, A ALGUNOS.

¿Algo de lo que habéis visto es real?

PATRICK: SÍ, EL ÚLTIMO, PORQUE PUEDE SUCEDEREN LA VIDA REAL.

JAVIER: EL ÚLTIMO Y EL DE RECICLAJE

CATALINA: EL DE LA CHICA QUE LE HA TIRADO EL VASO, EL DE RECICLAJE, Y EL ÚLTIMO.

Imagen 10: “Desesperado Club Social”: Animales abandonados.

CARMEN: YO VI EN LAS NOTICIAS QUE UNA CHICA QUE ESTABA EN SILLA DE RUEDAS Y NO PODÍA HACER NADA, EL PERRO ABRÍA LA PUERTA CON UN CORDÓN.

PATRICK: COGEN ANIMALES CON UNA CUERDA Y LOS MATAN O LES HACEN ALGO.

CATALINA: ME PARECE MAL PORQUE, CUANDO LOS COGEN CON LAS CADENAS O LOS ATROPELLAN, ES TRISTE. SI TE MATASEN A TI, DARÍA PENA Y TODA TU FAMILIA ESTARÍA LLORANDO.

JAVIER: LO MISMO QUE ELLA.

¿Critica algo esta imagen?

CATALINA: LO DE LOS ANIMALES, QUE LOS ATROPELLAN... Y COGEN ENFERMEDADES.

CARMEN: UN AMIGO DE MI PRIMO, ABRIÓ LA PUERTA DEL PORTAL, SALIÓ CORRIENDO LA PERRA, Y LA PILLÓ UN COCHE

Imagen 11: “Los Simpson”.

(TODOS identifican y muy atentos. CATALINA: ¡MI PROGRAMA FAVORITO!).

JAVIER: ME HA PARECIDO BIEN Y MAL, PORQUE QUE SE PONGA EN MEDIO CUANDO ESTÁS JUGANDO..., ESO MOLESTA. Y, CUANDO TIRA EL LIBRO AL SUELO, HAY QUE DEJARLO RECOGIDO.

CARMEN: ME HA PARECIDO MAL, PORQUE LA NIÑA ESTÁBA MALA, ESO DECÍA LA MADRE, PERO LA NIÑA ESTABA MÁS CERCA DE LA TELE, ANTES ESTABA TUMBADA, PARECÍA QUE YA NO LA DOLÍA NADA.

JAVIER: ES VERDAD.

¿Critica algo esto?

JAVIER: SÍ, LO DE QUE SE LE CAE EL LIBRO Y LO DE QUE SE PONE DELANTE.

Imagen 12: Spot: Campaña consumo tabaco.

CATALINA: MAL, SI HACES VOLTERETAS TE PUEDES CAER Y MAREARTE, “NO FUMES, NO HAGAS ESTO...”, FUMA Y ESO ESTÁ MAL.

CARMEN: MI PADRE FUMA Y YO LE DIGO QUE NO FUME PORQUE PUEDE DAÑAR A LA SALUD.

¿Critica algo este anuncio?

JAVIER: QUE ESTÁN DANDO VOLTERETAS.

CATALINA: MI PADRE FUMA MARIHUANA, Y MI HERMANO, ES COMO UNA HOJA MARRÓN CON LO QUE SE HACEN LOS CIGARROS. ESO ESTÁ MAL, PORQUE ES COMO UNA DROGA.

¿Alguien conoce alguna droga?

CATALINA: LAS PASTILLAS ESAS DE DROGA.

¿Cómo lo veis?

TODOS: MAL.

Imagen 13: “South Park” .

(CATALINA identificación).

CARMEN: A MÍ, NO ME GUSTAN ESOS, DICEN MÁS PALABROTAS... ME HA PARECIDO MALO, TIENES QUE IR A TU CASA A HACERLO, NO LO VAS A HACER EN LA CALLE.

CATALINA: HACER FUEGO EN EL BOSQUE ESTÁ MAL, Y “CAGAR...” ESO ES DE COCHINOS, ENCIMA EN LA CALLE, ADEMÁS, HAN DICHO PALABROTAS Y SE HAN REÍDO DE LOS DEMÁS.

PATRICK: HAN HECHO CACA EN LA NIEVE.

¿Habéis visto alguna vez esta serie?

CATALINA: SÍ, UNA VEZ QUE ME QUEDÉ EN CASA DE MIS ABUELOS. (¿A qué hora lo emiten?), A LA UNA.

¿Pensáis que es para niños o para mayores?

PARA MAYORES.

CATALINA: PORQUE DICEN MUCHAS PALABROTAS, Y ES DE COCHINADAS

CARMEN: PALABROTAS SON UNAS COSAS MUY FUERTES QUE NO DEBEN DECIR LOS NIÑOS.

Imagen 14: “Los Simpson”.

(TODOS identificación. JAVIER se ríe. CATALINA muestra mucha atención y levanta la mano para hablar).

CATALINA: CUANDO DICEN “UNA PATADA EN EL TRASERO”, CUANDO LE ECHA LEJÍA Y CUANDO DICE LA PALABROTA, MAL.

PATRICK: CUANDO ESTÁ TOMANDO CERVEZA.

JAVIER: NADA.

CARMEN: TAMPOCO ESTÁ MUY MAL BEBER CERVEZA ALGUNA VEZ. MAL PORQUE HA DICHO UNA PALABROTA.

¿A qué hora se emite esto?

CATALINA: A LAS DOS Y MEDIA

¿Lo veis?

TODOS MENOS JAVIER: SÍ.

JAVIER: YO NO.

CATALINA : ES MI PROGRAMA FAVORITO.

PATRICK: ES MI PROGRAMA FAVORITO.

¿Es para niños o para adultos?

TODOS: PARA NIÑOS Y PARA ADULTOS.

CARMEN: PARA ADULTOS NO MUCHO PORQUE SON DIBUJOS.

Pero, aquí también dicen palabrotas.

CARMEN: PERO NO MUCHAS.

¿Qué os ha parecido todo lo que acabamos de ver?

CATALINA: ALGUNOS VIDEOS HAN ESTADO BIEN, PERO OTROS NO ME GUSTAN.

PATRICK: ALGUNOS HAN ESTADO BIEN.

CARMEN: ALGUNOS HAN ESTADO MEJOR QUE OTROS.

JAVIER: IGUAL QUE ELLA.

GRUPO DE DISCUSIÓN: C1 C (Colegio Emperador Fernando).

FECHA DE REALIZACIÓN: 15 de mayo de 2002.

VARIABLES: Niños de 7 a 9 años.
Ven más de 2 horas diarias la televisión.
No dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: ESTEFANÍA: 7 AÑOS. CURSO: 2º A.
ADRIÁN: 7 AÑOS. CURSO: 2º B.
DANIELA: 8 AÑOS. CURSO: 3º B.
JORGE: 9 AÑOS. CURSO: 4º B.

TRANSCRIPCIÓN:

¿Qué hacéis después del “cole”?

ESTEFANÍA: IR AL PARQUE O HACER ACTIVIDADES COMO AERÓBIC, INGLÉS O PISCINA.

ADRIÁN: SALGO A LAS TRES, ME VOY A MI CASA A PONERME EL KIMONO PARA IR A KARATE (LUNES Y MIÉRCOLES), VENGO A LAS CINCO, MERIENDO, Y A LAS SEIS, ME VOY A INFORMÁTICA, SALGO A LAS SIETE Y ME VOY A JUGAR UN POCO.

DANIELA: ME VOY AL PARQUE, Y TENGO EN CASA UN ORDENADOR, ESTOY ALLÍ, Y POR LA NOCHE VEO LA TELE.

JORGE: COMO, HAGO LOS DEBERES, DESPUÉS VOY A KARATE Y HE ESTADO UNOS DIAS (LOS MIÉRCOLES) EN CATEQUESIS. LOS MARTES Y JUEVES TENGO QUE IR A UNA ACADEMIA DE INGLÉS.

Tiempo dedicado a hacer los deberes/ solos o acompañados:

ESTEFANÍA: POCO, UNOS MINUTOS, SOLA.

ADRIÁN: 5 MINUTOS. SOLO.

DANIELA: DOS HORAS, SOLA

JORGE: MEDIA HORA, MÁS BIEN SOLO QUE ACOMPAÑADO.

Tiempo dedicado a jugar/ solos o acompañados:

ESTEFANÍA: DOS HORAS, ACOMPAÑADA DE MI HERMANO Y MIS AMIGOS. JUEGO A HACER PUZZLES, PINTAR.

ADRIÁN: DOS HORAS Y MEDIA, CON MIS VECINOS AL FÚTBOL.

DANIELA: UNA HORA, CON MI PRIMA, AL “PILLA PILLA”, A PUZLES.

JORGE: UNA HORA. CON MI PRIMO Y CON MI HERMANO. A HACER PUZLES, A JUGAR...

Tiempo dedicado a ver la televisión, ¿Con quién?:

ESTEFANÍA: DOS HORAS, CON MI HERMANO O CON MI MADRE.

ADRIÁN: MÁS DE DOS HORAS, CON MI PADRE.

DANIELA: DOS HORAS CON MI MADRE Y CON MI PRIMO.

JORGE: TRES HORAS, CON MI MADRE CON MI PADRE, CON MI HERMANO. LA MAYORÍA DE LAS VECES CON MI HERMANO Y CON MI PRIMO.

Actividades favoritas

ESTEFANÍA: AERÓBIC, PORQUE ME MUEVO MUCHO Y ME GUSTA.

ADRIÁN: KARATE, PORQUE SI ALGUIEN ME PEGA, YO, ME DEFIENDO Y LE PUEDO ATACAR.

DANIELA: ORDENADOR, PORQUE ME GUSTA JUGAR AL ORDENADOR.

JORGE: KARATE, PORQUE ASÍ ME PUEDO DEFENDER.

¿Para qué sirven estas actividades?:

ESTEFANÍA: INGLÉS, PARA SABER HABLAR INGLÉS, Y AERÓBIC PARA TENER FUERZAS.

ADRIÁN: KARATE PARA PODER DEFENDERME DE LAS PERSONAS QUE ME ESTÁN PEGANDO Y PISCINA, PORQUE SI ME ESTOY AHOGANDO EN LA PISCINA, PUEDO SALIR.

DANIELA: PARA APRENDER ORDENADOR.

JORGE: INGLÉS PORQUE APRENDO Y ES BUENO APRENDER IDIOMAS.

¿Qué elegiríais hacer en vuestro tiempo libre?:

ESTEFANÍA: AERÓBIC.

ADRIÁN: KARATE

DANIELA: ORDENADOR.

JORGE: GAME BOY, PORQUE TIENE COSAS QUE SON DIVERTIDAS.

Tiempo dedicado a ver la televisión/ momento del día/ programas:

ESTEFANÍA: DESPUÉS DE COMER, UNA HORA Y POR LA TARDE OTRA HORA. VEO “OPERACIÓN TRIUNFO”, “GRAN HERMANO”.

ADRIÁN: DESPUÉS DE SALIR DEL COMEDOR, A LAS TRES, LA VEO MEDIA HORA, Y POR LA NOCHE, UNA HORA Y MEDIA. Y CUANDO SALGO DE NATACIÓN O ANTES. “DRAGON BALL Z”, “OLIVER Y BENJÍ” Y POR LA NOCHE FÚTBOL

DANIELA: POR LA TARDE Y DESPUÉS DE COMER, EN TOTAL, DOS HORAS.”ANA Y LOS SIETE”.

JORGE: CUANDO LLEGO DEL COLEGIO, Y POR LA TARDE VEO “LA VERDAD DE LAURA”, Y POR LA NOCHE, “ANA Y LOS SIETE” Y “CUÉNTAME”

Lugar para ver la televisión.

ESTEFANÍA: EN EL SALÓN.

ADRIÁN: EN EL SALÓN O EN LA SALA DE MI MADRE.

DANIELA: EN EL SALÓN.

JORGE: ALGUNA VEZ, A MEDIODÍA, EN CASA DE MI TÍA, PORQUE MI MADRE TRABAJA POR LA TARDE Y POR LA NOCHE EN MI CASA PORQUE ESTÁ MI PADRE

¿Cómo la veis?

ESTEFANÍA: SENTADA.

ADRIÁN: TUMBADO EN EL SOFÁ.

DANIELA: SENTADA.

JORGE: DEPENDE DE LA POSTURA QUE TENGA.

¿Para qué veis la tele?:

ESTEFANÍA: PARA DIVERTIRNOS, VER COMO CANTAN LOS DE “OPERACIÓN TRIUNFO.

ADRIÁN: PARA NO ABURRIRME, VEO “DRAGON BALL Z”.

DANIELA: PARA DIVERTIRME, VEO DIBUJOS ANIMADOS.

JORGE: PARA COMENTAR COSAS SOBRE ELLO Y PARA APRENDER COSAS. LOS DIBUJOS ANIMADOS TE ENSEÑAN CUENTOS, LOS DOCUMENTALES TE ENSEÑAN COSAS DE ANIMALES Y DE OTROS PAISES.

Aspectos positivos de ver la televisión:

ESTEFANÍA: QUE NO TE ABURRES VIÉNDOLA.

ADRIÁN: NO SE ME OCURRE.

DANIELA: PARA DIVERTIRTE.

JORGE: PARA APRENDER COSAS.

Aspectos negativos de ver la televisión:

ESTEFANÍA: QUE TE TIENEN QUE PONER GAFAS.

ADRIÁN: QUE SE MUERE LA GENTE EN LOS DOCUMENTALES, DE NO COMER.

DANIELA: QUE TE TIENEN QUE PONER GAFAS.

JORGE: PUEDES TENER CATARATAS Y “COSAS DE OJOS”.

Veis la televisión sabiendo lo que se va a emitir o para ver cualquier cosa:

ESTEFANÍA: SABIENDO LO QUE SE VA A EMITIR.

ADRIÁN: CUALQUIER COSA.

DANIELA: YO YA SÉ LO QUE VAN A EMITIR.

JORGE: ALGUNA SEMANA HAY ALGUNA REVISTA PARA VER LA PROGRAMACIÓN, AUNQUE A VECES NO ECHAN LO QUE PONE EN LA REVISTA.

Límites a la hora de ver la televisión:

ESTEFANÍA: ME DEJAN VER TODO LO QUE QUIERO, PORQUE ME GUSTAN LOS PROGRAMAS QUE HAY EN LA TELE.

ADRIÁN: A VECES NO ME DEJAN VER TODO LO QUE QUIERO. PORQUE MI PADRE CASI NO VE LA TELEVISIÓN, TRABAJA SIETE HORAS, Y TIENE QUE VERLA. A MÍ, ME DEJA VER TODO LO QUE QUIERO, PORQUE HAY COSAS DIVERTIDAS QUE ME GUSTAN Y ME ENTRETENGO UN RATO.

DANIELA: ME DEJAN VER TODO LO QUE QUIERA, PORQUE ME ABURRO, SIEMPRE ESTOY EN CASA.

JORGE: NO, MI HERMANO ES UN “CAPRICHOSE” Y TENGO QUE VER LO QUE QUIERA ÉL. OTRAS VECES LE METO EN SU CUARTO Y VEO LO QUE YO QUIERO.

¿Qué hacéis cuando se emite algo que no os gusta?

ESTEFANÍA: JUEGO CON MI HERMANO.

ADRIÁN: JUEGO A LA GAME BOY O AL ORDENADOR.

DANIELA: JUEGO CON MI PRIMA.

JORGE: LEER O JUGAR A LA GAME BOY.

Programas y personajes favoritos de televisión:

ESTEFANÍA: OPERACIÓN TRIUNFO Y DIBUJOS.

ADRIÁN: “BOLA DE DRAGÓN Z” Y “OLIVER Y BENJÍ”.

DANIELA: “ANA Y LOS SIETE” Y LOS DIBUJOS.

JORGE: “ANA Y LOS SIETE” Y “CUÉNTAME”

¿Qué hacéis cuando ponen publicidad en vuestro programa favorito?

ESTEFANÍA: CAMBIO DE CANAL.

ADRIÁN: TAMBIÉN.

DANIELA: CAMBIO DE CANAL.

JORGE: A VECES ME QUEDO Y A VECES ME VOY A VER A ALGUIEN.

¿Qué otras cosas elegís antes de ver la televisión en vuestro tiempo libre?

ESTEFANÍA: JUGAR, PORQUE ME DIVIERTO.

ADRIÁN: JUGAR A LA GAME BOY PORQUE CONTROLLO MEJOR LOS DEDOS.

DANIELA: JUGAR, PORQUE ES MÁS DIVERTIDO.

JORGE: HACER LOS DEBERES, PORQUE ES MÁS DIFÍCIL Y A MÍ ME GUSTAN LAS COSAS DIFÍCILES.

Cambios en la televisión actual:

ESTEFANÍA: PONER LOS DIBUJOS QUE A MÍ ME GUSTAN.

ADRIÁN: LAS NOTICIAS, PARA VER LO QUE VA A OCURRIR.

DANIELA: CAMBIARÍA LOS DIBUJOS. NO SÉ PORQUE... .

JORGE: LA PUBLICIDAD, EN ALGUNAS COSAS TE MIENTEN, TE DICEN QUE SON BUENAS Y LUEGO SON MALAS.

¿Qué os gustaría hacer en la tele?

ESTEFANÍA: CANTAR EN OPERACIÓN TRIUNFO.

ADRIÁN: EN “DRAGON BALL Z”, HACIENDO LUCHAS.

DANIELA: NO SÉ... PARECE QUE NO...

JORGE: EN “ANA Y LOS SIETE” SIENDO HIJO DEL PADRE.

¿Habéis pasado miedo viendo la tele?

ESTEFANÍA: NO..., BUENO, CON LA PELÍCULA DE JURÁSIC PARK, PORQUE SE COMÍAN A LA GENTE.

ADRIÁN: NO.

DANIELA: NO

JORGE: CON LA PELÍCULA DE SCREAM. ENTRABA A LA CASA, CON UN CUCHILLO EN LA MANO, Y MATABA A UNA PERSONA. VI UN TROZO, LUEGO ME FUI PORQUE TENÍA MIEDO.

Tipo de programas que veis con vuestros padres.

ESTEFANÍA: OPERACIÓN TRIUNFO.

ADRIÁN: EL INFORMAL

DANIELA: LAS NOTICIAS.

JORGE: LAS NOTICIAS, “CUÉNTAME”, Y “ANA Y LOS SIETE”, LO VEO CON MIS PADRES PORQUE A TODOS NOS GUSTA.

¿Habláis con vuestros padres sobre lo que estáis viendo?

ESTEFANÍA: SÍ. DE QUIEN VA A SER NOMINADO, EN OPERACIÓN TRIUNFO Y GRAN HERMANO. POCAS VECES ME EXPLICAN ALGO SOBRE LA TELE, POR EJEMPLO, VIENDO DOCUMENTALES, CÓMO SON Y DÓNDE VIVEN.

ADRIÁN: MUY POCAS VECES, NO ME ACUERDO.

DANIELA: NO HABLO CON ELLOS, NO ME EXPLICAN.

JORGE: A VECES, SOBRE QUÉ VA A PASAR.

¿Preguntáis a vuestros padres lo que no entendéis de la tele?

ESTEFANÍA: SÍ.

ADRIÁN: A VECES SÍ, ALGUNA PALABRA.

DANIELA: SÍ.

JORGE: SÍ.

¿Con qué otras personas habláis sobre lo que veis en la tele?

ESTEFANÍA: CON MIS PRIMOS.

ADRIÁN: CON MI VECINO.

DANIELA: CON MIS AMIGOS.

JORGE: CON MI PRIMO Y CON MI HERMANO.

Cosas buenas/ malas de ver la televisión con vuestros padres:

ESTEFANÍA: NO SÉ.

ADRIÁN: NO SÉ

DANIELA: NO SÉ

JORGE: POSITIVO, QUE ESTÁS ACOMPAÑADO, Y NEGATIVO, QUE NO TE DEJAN EL SOFÁ ENTERO PARA TI.

Imagen 1: “Tres amigos y Jerry”.

¿Qué es lo que habéis visto?

ESTEFANÍA: DIBUJOS.

ADRIÁN: NO LE DEJAN VER LA TELE, EL PADRE QUIERE QUE SE VAYA A JUGAR A LA CALLE. HAN IDO A UNA REUNIÓN PARA VER LO QUE HARÁ EL NIÑO DE MAYOR.

DANIELA: QUE NO LE DEJABAN VER LA TELE, PORQUE DE MAYOR SE IBAN A VOLVER UNOS DELINCIENTES.

JORGE: NO LES DEJABAN VER LA TELEVISIÓN A LOS NIÑOS PORQUE DE MAYOR SERÍAN UNOS DELINCIENTES, TE DAN “IMAGINACIONES MALAS”

Aspectos positivos y negativos de éstas imágenes.

ESTEFANÍA: NO SÉ.

ADRIÁN: ESTABA VIENDO MUCHA TELEVISIÓN, ES MALO, TE PUEDES QUEDAR CIEGO, ME LO HA DICHO MI PADRE.

DANIELA: LOS PADRES NO LE DEJAN VER LA TELE, ES MALO PORQUE TE DAÑA LA VISTA, ME LO HAN CONTADO MIS PADRES.

JORGE: VERLO MUCHO ES MALO, TE PUEDE DEJAR MAL LA VISTA, Y BUENO... LEER, LEER ES FUNDAMENTAL, SI NO SABES LEER, NO SABES HACER MUCHAS COSAS. ES MÁS IMPORTANTE LEER QUE VER LA TELE.

ADRIÁN: LEER ES MÁS IMPORTANTE, PORQUE APRENDES A LEER MÁS RÁPIDO Y MEJOR.

Imagen 2: Spot Telecinco: “Ver televisión con personas mayores”

¿Qué ha dicho?

ESTEFANÍA: ES MUCHO MEJOR VER LA TELE CON PERSONAS MAYORES PORQUE TE HACEN COMPAÑÍA.

ADRIÁN: PUEDES ESTAR ACOMPAÑADO Y SE PUEDEN DIVERTIR TAMBIEN LOS MAYORES, Y EN LA PUBLICIDAD PUEDEN CAMBIAR Y PONER LO QUE LES GUSTE.

DANIELA: DICEN QUE DEBES ESTAR ACOMPAÑADO PORQUE SI NO SABES ALGO, TE LO PUEDEN DECIR.

JORGE: ESTAR ACOMPAÑADO ES MEJOR, TE PUEDEN EXPLICAR COSAS Y ENSEÑAR COSAS.

Imagen 3: “Blooson”:

(TODOS atentos, ninguno conoce la serie)

¿Qué habéis visto?

ESTEFANÍA: NO SÉ.

ADRIÁN: COSAS MALAS PORQUE SE PUEDEN GASTAR ANTES LAS COSAS, LUEGO VIENEN LOS PADRES Y TE REGAÑAN, ESTABAN MEZCLANDO TODO...

ESTEFANÍA: TODO EL ALCOHOL., ESO NO SE DEBE HACER SIN ESTAR LOS MAYORES DELANTE, Y SI ESTÁN ELLOS, TAMPOCO PORQUE TE REGAÑAN

DANIELA: NO SE DEBE HACER PORQUE ES MALO PARA LA SALUD, ME LO HAN DICHO MIS PADRES.

JORGE: BEBER ES MALO, PORQUE SON MENORES Y SE PUEDEN DROGAR Y EMBORRACHAR.

¿Conocéis a alguien que haga este tipo de cosas?

ADRIÁN: NO.

¿Habéis hablado de esta situación con alguien antes?

JORGE: CON MIS PADRES. HAY MUCHO BOTELLÓN. ¿Qué es el “botellón”? LOS CHICOS MENORES DE 18 AÑOS BEBEN TODO LO QUE QUIEREN, ESO ES NEGATIVO PORQUE DE MAYORES PUEDEN ROBAR Y PUEDEN SER DELINCUENTES, PORQUE ES COMO DROGARSE, COMO VOLVERSE LOCO.

ADRIÁN: LO HE HABLADO CON MIS PADRES, ES MALO PORQUE TE PUEDE CAUSAR UNA ENFERMEDAD GRAVE. TE PUEDE PASAR ALGO.

Imagen 4: “Compañeros”.

(JORGE identifica la serie)

¿Qué habéis visto?

ESTEFANÍA: LA MADRE SE HA EMBORRACHADO Y LE HABLA MAL.

ADRIÁN: LE ESTÁ CAUSANDO LA ENFERMEDAD, ESTÁ BEBIENDO ALCOHOL Y ESO ES MUY MALO.

DANIEL: ESTÁ BEBIENDO Y ES MALO PARA EL NIÑO

JORGE: ESTÁ BEBIENDO Y HA BEBIDO MÁS DE LA CUENTA, SI NO BEBES. MÁS DE LA CUENTA TAMPOCO ES MUY MALO

Aspectos positivos/ negativos:

JORGE: NEGATIVO QUE HA BEBIDO MÁS DE LA CUENTA, Y POSITIVO...

DANIELA: NEGATIVO QUE HA BEBIDO MÁS DE LA CUENTA Y POSITIVO NO SÉ

ADRIÁN: NEGATIVO, PORQUE LO ESTÁ HACIENDO MAL, ESTÁ BEBIENDO MUCHO ALCOHOL.

ESTEFANÍA: ESTÁ BEBIENDO MUCHO, Y ESO CAUSA ENFERMEDADES.

¿Habéis hablado antes este tema con alguien?

ESTEFANÍA: YO SÍ, CON MIS PADRES. UNO NO DEBE TOMAR ALCOHOL PORQUE ES MALO PARA LA SALUD. ¿Por qué? NO SÉ... .

Imagen 5: “Vacaciones de ensueño”.

ADRIÁN: ES MALO PORQUE TAMBIÉN ESTÁN BEBIENDO AHÍ ALCOHOL.

¿Creéis que podríais hacer ese viaje?

ADRIÁN: YO NO, PORQUE COSTARÁ MUCHO DINERO.
ESO ME PARECE MUY MAL, SÓLO SE LO QUEDA EL DUEÑO DEL BARCO, SI
VAMOS, NOS QUEDAMOS CON MENOS DINERO.

JORGE: SI TE MONTAS EN OTRO BARCO, PUEDE SER MÁS BARATO,¿PARA QUE
TE VAS A MONTAR EN UNO MÁS CARO?

¿Todo el mundo podría hacer ese viaje?

TODOS: NO.

¿Sabéis cuanto cuesta?

...¿75?.

¿Os parece mucho?

TODOS: MUCHÍSIMO.

¿Lo veis mal o bien?

TODOS: MAL.

JORGE: ES UN ABUSO, ELLOS SE HACEN RICOS Y A TI TE DEJAN POBRE,
PORQUE TE QUITAN EL DINERO.

¿Vosotros pensáis igual?

TODOS: SÍ.

¿Os han hablado de este tema antes?

JORGE: SÍ, QUE ES MUY CARO. SI UN CHALET CUESTA “50” MILLONES, ES UN
ABUSO, TE PUEDE COSTAR “30”.

Imagen 6: “Pato Donald”.

(TODOS identifican la serie y están muy atentos).

ESTEFANÍA: NO LES QUIERE DAR DINERO PORQUE ÉL SE QUIERE HACER RICO.

ADRIÁN: TIENEN HAMBRE Y NO LE QUIERE COMPRAR NADA.

DANIELA: SE QUIERE HACER RICO Y NO LES QUIERE DAR NADA.

JORGE: QUIEREN COMPRAR ALGO, Y NO PUEDEN, PORQUE HACEN MUCHO
ESFUERZO PARA GANARLO “Y LUEGO SE LO QUITAN”.

Cosas malas y buenas:

ESTEFANÍA: MALAS, QUE LE ESTÁ QUITANDO EL DINERO, Y BUENAS..., NO SÉ.

ADRIÁN: QUIERE HACERSE CON EL DINERO, NO LO COMPARTE CON NADIE.

DANIELA: SE QUIERE HACER RICO Y NO LE QUIERE DAR NADA.

JORGE: MALAS, QUE LE QUITAN EL DINERO, Y BUENAS, QUE HACE UN ESFUERZO PARA GANARLO.

¿Habéis hablado éste tema con alguien?

TODOS: NO.

Imagen 7: “Spot: Reciclaje”.

(TODOS muy atentos).

ADRIÁN: ES BUENO, PORQUE LO SEPARAS Y LO ECHAS AL CONTENEDOR AMARILLO Y AL VERDE.

JORGE: AL PRINCIPIO, ES MALO PORQUE ECHAR LA BASURA ASÍ PUEDE CAUSAR COSAS MALAS, Y DESPUÉS ES BUENO PORQUE ESTÁN RECICLANDO. ¿Qué es reciclar?: TIRAR LOS PLÁSTICOS CON LOS PLÁSTICOS, LOS CARTONES CON LOS PAPELES... ¿Para qué sirve el reciclaje?: PARA CUIDAR LA NATURALEZA, NO TALAR ÁRBOLES, NO MATAR ANIMALES...

DANIELA: AL PRINCIPIO TIRABAN LOS ENVASES DONDE NO DEBÍAN TIRARSE Y, LUEGO, CON EL “PUNTO VERDE”, SE TIRAN EN LOS CONTENEDORES.

¿Habéis hablado éste tema con alguien?

ESTEFANÍA: NO

JORGE: SÍ, CON MI PROFESORA DE RELIGIÓN .

DANIELA: CON LA PROFESORA DE CONOCIMIENTO.

ADRIÁN: TAMBIÉN CON LA DE RELIGIÓN.

¿Qué es lo que os han explicado?

ADRIÁN: NO SE PUEDE TIRAR LA COMIDA PORQUE TE PUEDE ALIMENTAR.

¿Lo hacéis? ¿En vuestras casas se hace?

JORGE: LO DIGO Y NO HACEN “NI CASO”. LES DIGO QUE LO HAGAN, QUE SI NO SEPARAN SE PUEDE DETERIORAR LA TIERRA.

DANIELA: MIS PADRES SÍ LO HACEN.

ESTEFANÍA: EN MI CASA SÍ. ASÍ NO ESTROPEAS LA NATURALEZA, SI SE ESTROPEA NO SE PODRÍA VIVIR, OLERÍA MUY MAL Y NO HABRÍA EL CAMPO.

Imagen 8: “Hot wheels”.

JORGE: ES UNA FARSA, TODOS LOS COCHES PUEDEN CORRER IGUAL O MÁS.

DANIELA: TODOS CORREN IGUAL.

ADRIÁN: SI TIENES UNO NUEVO PUEDES CORRER IGUAL, PERO SI TIENES UNO VIEJO...

ESTEFANÍA: NO HACE FALTA TENER UN COCHE DE ESOS PARA QUE CORRA, A NO SER QUE ESTÉ DAÑADO Y NO PUEDA CORRER.

Cosas buenas y malas:

ADRIÁN: SI PONES LOS COCHES AHÍ, SE ROMPEN ANTES LOS COCHES, SE PUEDEN CAER.

JORGE: ESO ES MENTIRA, ESOS COCHES, ADEMÁS PESAN, CORREN MÁS LOS LIGEROS. HACEN ASÍ LA PUBLICIDAD PARA GANAR DINERO, ESTÁ MAL PORQUE MIENTEN.

¿Habéis visto otros anuncios así?

ESTEFANÍA: SÍ, EL DETERGENTE, DICE QUE HUELE MUY BIEN Y LUEGO ES MENTIRA.

JORGE: LA LECHE.

¿Os han explicado este tipo de cosas?

JORGE: LA PROFE, TENEMOS QUE DESCONFIAR DE ESE TIPO DE COSAS. NUNCA HAY QUE FIARSE LA PUBLICIDAD.

Imagen 9: “D.G.T”

¿Qué habéis visto?

DANIELA: ESTABAN CANSADOS Y TENÍAN QUE ESTAR BIEN PARA CONDUCIR.

ADRIÁN: ES BUENO, PORQUE HAN PARADO PARA DORMIR UN POCO, PUEDE QUE ESTUVIERAN CANSADOS.

ESTEFANÍA: LO MISMO QUE HA DICHO ADRIÁN.

JORGE: HAN HECHO BIEN, HAN PARADO PORQUE ESTABAN CANSADOS Y ES BUEN PARAR PORQUE SI NO PUEDES ENCONTRAR UN ACCIDENTE.

¿Hay alguna relación entre éste anuncio y el anterior?

ESTEFANÍA: NO.

ADRIAN: NO

DANIELA: NO.

JORGE: SÍ, EN EL ANTERIOR, ES EL MEJOR DE LOS COCHES, Y ÉSTE TE PIDE PRECAUCIÓN.

¿Cuál os ha gustado más?

DANIELA: EL ÚLTIMO, PORQUE ES LA VERDAD, LO QUE TE PUEDE PASAR.

De todo lo que hemos visto, ¿qué es verdad y qué es ficción?

DANIELA: LO DEL COCHE, LO DE CONDUCIR Y LO DE RECICLAJE (ES REALIDAD), PORQUE DEBEMOS RECICLAR Y TENER PRECAUCIÓN. LO DEMÁS ES FICCIÓN PORQUE ES MENTIRA.

ADRIÁN: LA REALIDAD ES QUE HAN PARADO PORQUE ESTABAN CANSADOS Y LA FICCIÓN LO DE “HOT WEELS”, QUE ES MENTIRA, PORQUE PESAN MUCHO.

JORGE: LO DE CONDUCCIÓN Y RECICLAJE. LO OTRO ES TODO MENTIRA.

Todo lo que hemos visto: ¿pasa en la vida real/ en tu vida diaria?

ESTEFANÍA: NO, PORQUE YO NO HARÍA ESAS COSAS, PUEDE PASAR A OTRAS PERSONAS.

DANIELA: NO, PORQUE SON COSAS QUE NO SON VERDAD.

JORGE: LO DEL COCHE SÍ, Y LO DE RECICLAJE, PERO LO OTRO NO.

Diferencias entre lo que veis en la tele y la vida real:

ESTEFANÍA: NO SÉ.

ADRIÁN: NO SÉ.

DANIELA: NO SÉ.

JORGE: LA VIDA REAL, MUCHAS COSAS TIENE RAZÓN LA GENTE Y EN LA FICCIÓN, TODO ES CHANTAJE Y MENTIRA, por ejemplo, “HOT WEELS”

¿Algo de lo que pasa en la tele es real?

JORGE: SÍ, EL RECICLAJE Y LA PRECAUCIÓN.

ADRIÁN: SÍ, LO DEL RECICLAJE.

Imagen 10: “Desesperado Club Social”: Animales abandonados.

¿Conocíais éste programa?

TODOS: SÍ.

DANIELA: “DESESPERADO CLUB SOCIAL”.

JORGE: LO VEO LOS FINES DE SEMANA.

¿Qué habéis visto?

ESTEFANÍA: LA GENTE ABANDONA A LOS PERROS PORQUE NO LOS QUERÍA.

JORGE: EN VERANO, COMO NO SABEN LO QUE HACER CON LOS PERROS, PORQUE LOS PUEDEN PERDER O AHOGAR, LOS ABANDONAN.

ADRIÁN: ES MALO, ECHAN LOS PERROS A LA CALLE Y SE CONVIERTEN EN PERROS CALLEJEROS.

¿Veis cosas positivas en esta imagen?

TODOS: NO.

¿Y algo negativo?

TODOS: SÍ.

JORGE: TODO.

DANIELA: LOS ABANDONAN.

¿Critica algo esta imagen?

JORGE: A LOS PERROS NO HAY QUE ABANDONARLOS, HAY QUE TENERLOS COMO COMPAÑEROS. SI NO LOS QUIERES, LOS DEJAS A ALGÚN VECINO O FAMILIAR, O LOS LLEVAS A ALGÚN SITIO PARA QUE TE LO CUIDEN Y LUEGO TE LO DEVUELVAN.

Imagen 11: “Los Simpson”.

(TODOS muy atentos).

¿Conocéis ésta serie?

TODOS: SÍ, LOS SIMPSON.

ESTEFANÍA: ESTAR TANTO TIEMPO JUGANDO CON LA “PLAY”, NO TE ACUERDAS DE LO QUE TIENES QUE HACER. ESTO ES MALO PORQUE NO HAY QUE ESTAR TANTO TIEMPO, PORQUE SINO, NO SABES LO QUE TIENES QUE HACER DESPUÉS.

ADRIÁN: LO MALO ES QUE SU MADRE ESTÁ LLAMANDO AL COLE Y CUELGA, ESTO ES MALO PORQUE SI NO AVISAS A SU PROFESORA..., NO SABE LO QUE LE PUEDE OCURRIR.

DANIELA: ESTÁ JUGANDO CON LA “PLAY” YA NO SABE QUÉ HACER.

JORGE: SE ABURRÍA, COGIÓ LA CONSOLA..., HASTA QUE YA NO PODÍA ESCAPAR DE ELLA. ESO ES EGOISMO, SÓLO QUIERE JUGAR, NO QUIERE HACER OTRA COSA.

¿Eso es bueno o malo?

TODOS: MALO.

¿Critican algo estas imágenes?

DANIELA: NO DEBE ESTAR CON LA “PLAY” TANTO RATO PORQUE PUEDE PASARLE ALGO.

Imagen 12: Spot Campaña prevención consumo tabaco.

DANIELA: ESTABAN EN UNA DISCOTECA, ESTABAN BAILANDO Y FUMANDO.

ADRIÁN: SE PUEDE CAER MAL, LE HA PUESTO LOS PIES Y HA HECHO UNA VOLTERETA EN EL AIRE QUE NO LA TENÍA POR QUÉ HACER.

JORGE: ES UNA COSA QUE... SON UNOS GAMBERROS FUMANDO, QUE HACEN TODO LO QUE QUIEREN.

¿Critica algo esta imagen?

DANIELA: QUE NO DEBES FUMAR, TE VUELVES ASÍ COMO ELLOS.

JORGE: TE PUEDES VOLVER LOCO, PUEDES TENER PROBLEMAS DE CORAZÓN.

ESTEFANÍA: SI TIENES UNA ENFERMEDAD, SE TE PUEDE AGARRAR AL CORAZÓN.

ADRIÁN: SE TE PUEDEN LLENAR LOS PULMONES DE HUMO.

¿Cómo lo decían éstas imágenes?

JORGE: CON LETRAS: “NO FUMAR”, Y HACIENDO EL TONTO, Y PUEDEN TENER UN ACCIDENTE. ES MALO.

¿Viendo éstas imágenes lo entendéis?

JORGE: NO, TIENES QUE VER MUCHAS MÁS COSAS

¿Está bien que emitan éstas imágenes?

TODOS: SÍ.

JORGE: ES LA VIDA REAL.

DANIELA: PARA QUE SEPAN LOS MAYORES O LOS CHICOS QUE NO SE DEBE FUMAR.

Imagen 13: “South Park”.

¿Habéis visto esta serie?

TODOS: NO.

ADRIÁN: SÍ, TODOS LOS DIAS, LA VEO CON MI PADRE, SE LLAMA “SOUTH PARK”, LA EMITEN POR LA NOCHE. ES MALA LA SERIE PORQUE DICEN PALABROTAS.

JORGE: HE VISTO LOS MUÑECOS, PERO NO HE VISTO LA SERIE.

¿Esta serie es para niños o para adultos?

PARA ADULTOS.

JORGE: PORQUE ES POR LA NOCHE.

ADRIÁN: PORQUE ES A LA UNA. LA VEO PORQUE A VECES ME DEJAN.

ESTEFANÍA: ES PARA ADULTOS PORQUE ECHAN COSAS MALAS, DICEN PALABROTAS.

ADRIÁN: LA CANCIÓN QUE TIENEN ELLOS ES TODO DE PALABROTAS.

Imagen 14: “Los Simpson”.

¿Habéis visto la serie?

TODOS: SÍ.

¿Con quién la habéis visto?

ADRIÁN: SOLO, A VECES CON MI PRIMO.

DANIÉLA: CON MI PADRE, CON MI MADRE Y CON MI HERMANO

ESTEFANÍA: CON MIS PADRES.

JORGE: SOLO.

¿Es una serie de adultos? :

TODOS: DE NIÑOS.

JORGE Y DANIELA: “SÍ, SÍ...”.

JORGE: NO ES A MALA HORA Y NO DICEN MUCHOS TACOS.

¿Por qué la veis?

DANIELA: NOS GUSTA.

JORGE: ES DIVERTIDA.

ADRIÁN: NO DICEN CASI PALABROTAS, NO DICEN CASI NADA MALO.

ESTEFANÍA: ¿Te la dejan ver? SÍ.

¿Veis alguna diferencia entre estas dos últimas series y la del Pato Donald?

DANIELA: EL “PATO DONALD” ES PARA NIÑOS Y “LOS SIMPSON” ES PARA MAYORES, O PARA NIÑOS MAYORES.

JORGE: EL “PATO DONALD” ES EDUCATIVO, PORQUE NO DICEN TACOS, ES TODO DIVERSIÓN, Y LOS OTROS DOS, NO SON EDUCATIVOS.

¿ Deberían educaros en el colegio para aprender a ver la televisión?

ADRIÁN: SÍ, PORQUE PUEDES HACER ALGO MALO, Y NO NOS DAMOS CUENTA, NOS TIENE QUE ENSEÑAR ALGO LA PROFE.

¿Os lo enseñan?

TODOS: NO .

¿Deberían enseñarlo?

DANIELA: SÍ, ASÍ, NOS EDUCAN MÁS Y SABEMOS LO QUE TENEMOS QUE HACER.

¿Os ha gustado ésta experiencia?

TODOS: SÍ...

GRUPO DE DISCUSIÓN: D1 d (Colegio Emperador Fernando).

FECHA DE REALIZACIÓN: 22 de abril de 2002.

VARIABLES: Niños de 7 a 9 años.
Ven menos de 2 horas diarias la televisión.
No dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: CRISTIAN: 7 AÑOS. CURSO: 2° A.
JAVIER: 8 AÑOS. CURSO: 3° A.
LAURA PÉREZ: 8 AÑOS. CURSO: 3° B.
LAURA MARÍA: 9 AÑOS. CURSO: 4° A.

TRANSCRIPCIÓN:

Actividades realizadas al salir de clase:

TODOS: COMER.

JAVIER: HACER LOS DEBERES Y LUEGO COMO.

CRISTIAN: SALIR A LA CALLE Y COMER. COJO EL PATINETE, COMO... Y LUEGO A DORMIR UN RATITO.

LAURA MARIA: VOY A CASA, COMO, HAGO LOS DEBERES Y ME VOY A LA CALLE.

LAURA: ME VOY A JUGAR CON MIS AMIGAS Y MERIENDO.

Tiempo dedicado a hacer los deberes:

JAVIER: DOS HORAS A HACER LOS DEBERES.

LAURA MARÍA: LO QUE TARDE EN HACER LOS DEBERES, PORQUE LUEGO TENGO QUE ESTUDIAR

LAURA PÉREZ: LEER Y ESTUDIAR, UNA HORA A CADA COSA.

CRISTIAN: UNA HORA A KARATE.

Los deberes los hacéis ¿solos/ acompañados?

JAVIER: ACOMPAÑADO DE MI MADRE

LAURA MARÍA: SOLA

CRISTIAN: ACOMPAÑADO DE MI MADRE Y MI HERMANO

LAURA PÉREZ: SOLA

¿Con quién vivís en casa?

CRISTIAN: ABUELA, PADRES, HERMANO.

JAVIER: PADRES Y CON MIS TORTUGAS.

LAURA PÉREZ: CON MIS TRES TORTUGAS, CON MI GATO Y CON MIS PADRES.

LAURA MARÍA: PADRES, HERMANO Y PÁJAROS.

Tiempo dedicado al juego:

CRISTIAN: MEDIA HORA, CON LA GAME BOY COLOR.

JAVIER: MEDIA HORA A PLAY MÓVIL

LAURA PÉREZ: AJEDREZ EN EL ORDENADOR DURANTE UNOS MINUTOS.

LAURA MARÍA: UNOS DÍAS AL ORDENADOR Y OTROS A LAS BARBIES.

Tiempo dedicado a ver la televisión:

CRISTIAN: MEDIA O UNA HORA, CUANDO VENGO DEL COLE.

JAVIER: UNA HORA O DOS.

LAURA PÉREZ: MEDIA HORA, DESPUÉS DE HACER LOS DEBERES.

LAURA MARÍA: UNA HORA.

¿Cómo veis la televisión?

CRISTIAN: ACOMPAÑADO DE MI ABUELA Y MI MADRE Y MI HERMANO.

JAVIER: ACOMPAÑADO DE MIS PADRES.

LAURA PÉREZ: DE MI HERMANA.

LAURA MARÍA: DE MI HERMANO.

(Todos la ven en el comedor, menos Laura Pérez, que la ve en la habitación).

Actividades favoritas:

CRISTIAN: KARATE, NATACIÓN DEPORTE, FÚTBOL.

JAVIER: INGLÉS, KARATE, ORTOGRAFÍA Y PLÁSTICA.

LAURA PÉREZ: NATACIÓN, AERÓBIC, KARATE, BAILE, INGLÉS, PLÁSTICA, ORTOGRAFÍA, CARRERAS...

LAURA MARÍA: INGLÉS, GIMNASIA RÍTMICA, INFORMÁTICA...

¿Para qué sirven estas actividades?

CRISTIAN: EL KARATE PARA HACER LUCHA, LA NATACIÓN PARA NADAR Y EL FÚTBOL PARA METER GOLES.

JAVIER: EL KARATE PARA LUCHAR, PLÁSTICA Y ORTOGRAFÍA PARA APRENDER, INGLÉS PARA APRENDER A HABLAR INGLÉS.

LAURA PÉREZ: EL BAILE PARA BAILAR, LA PLÁSTICA PARA CONSTRUIR, LA ORTOGRAFÍA PARA APRENDER A ESCRIBIR Y LAS CARRERAS PARA CORRER.

LAURA MARÍA: LA GIMNASIA PARA HACER BAILE, LA INFORMÁTICA PARA JUGAR AL ORDENADOR.

Actividad favorita en el tiempo libre:

CRISTIAN: KARATE, PORQUE TENGO AMIGOS DE CLASE, JUGAMOS, LUCHAMOS...

JAVIER: INGLÉS.

LAURA PÉREZ: IR A JUGAR CON MIS AMIGAS Y HACER LOS DEBERES JUNTAS.

LAURA MARÍA: HACER GIMNASIA, PORQUE ME GUSTA GIRAR EL ARO.

Imagen 1: “Tres amigos y Jerry”.

CRISTIAN: DIBUJOS ANIMADOS, TRES AMIGOS DE JERRY, QUE SIEMPRE LA LÍA. LO ECHAN EN LA TELE, EN EL TRES.

JAVIER: VER LA TELEVISIÓN CON PERSONAS MAYORES ES MUCHO MEJOR. LOS HIJOS DE LAS PERSONAS DEL PUEBLO VEÍAN MUCHA TELE, Y EL PADRE DE JERRY DIJO EN UNA REUNIÓN QUE “UN POCO DE EDUCACIÓN”, QUE LES QUITARÍA LA TELE. ESTOY DE ACUERDO.

LAURA PÉREZ: YO TAMBIÉN ESTOY DE ACUERDO, HAY UN NIÑO QUE SU PADRE DICE QUE BASTA YA DE TELE, QUE HAGA MAS DEPORTE. LEEN EN EL PERIÓDICO QUE LOS NIÑOS QUE VEN MUCHO LA TELE, SE CONVIERTEN EN DELINCUENTES.

LAURA MARÍA: TRATA DE UNOS NIÑOS QUE VEN MUCHO LA TELE, Y SUS PADRES NO QUIEREN QUE VEA LA TELE, LUEGO SALE EN EL PERIÓDICO QUE LOS NIÑOS VEN MUCHO LA TELE.

Imagen 2: Spot Telecinco “Ver televisión con personas mayores”.

JAVIER: LO DE VER LA TELE CON PERSONAS MAYORES ES MUCHO MEJOR, PORQUE SE PENSARÁN LOS PADRES QUE VAS A VER LOS DIBUJOS Y ESTÁS VIENDO OTRA COSA,

LAURA PÉREZ: CUANDO HAY UN NIÑO SOLO QUE NO TIENE HERMANOS/AS NECESITA COMPAÑÍA PORQUE ES ABURRIDO ESTAR SIN NADIE.

LAURA MARÍA: ES MÁS ABURRIDO VER LA TELE SOLO, ES MEJOR ACOMPAÑADO PORQUE TE DIVIERTES MÁS, PORQUE CONTAR COSAS A LOS OTROS.

¿Cuántas horas veis la tele al día?

CRISTIAN: MEDIA O UNA HORA.

JAVIER: UNA HORA Y MEDIA O DOS HORAS.

LAURA PÉREZ: MEDIA HORA.

LAURA MARÍA: UNA HORA Y MEDIA.

¿Cuándo veis la tele?

CRISTIAN: A LAS DOS, PARA VER LOS DIBUJOS.

JAVIER: A LAS DOS Y VEINTICINCO, PORQUE EMPIEZAN LOS SIMPSON.

LAURA PÉREZ: A LAS DOS Y MEDIA, PORQUE TERMINO LOS DEBERES A ESA HORA, VEO LOS SIMPSON Y LUEGO ARTHUR.

LAURA MARÍA: A LA HORA DE DESAYUNAR, COMER Y CENAR. NO VEO MUCHO LOS SIMPSON PORQUE ME ABURREN UN POCO.

JAVIER: LOS SIMPSON SON UNOS MUÑECOS DE COLOR AMARILLO, QUE VAN DE CAPÍTULO NORMALES A CAPÍTULO DE TERROR, PERO LOS DE TERROR SALEN MUY POCAS VECES. LOS NOMBRES SON: HOMER, MARCH, LISA, BART Y MAGIE. AYER ME CASTIGARON POR NO SABER 9X9 ME CASTIGARON SIN TELE Y SIN DIBUJOS.

LAURA MARÍA: NO LOS VEO CASI NUNCA, LOS VEO PORQUE A MÍ HERMANO LE DA LA GANA.

JAVIER: A VECES, DICEN COSAS QUE NO SON CIERTAS; POR EJEMPLO, QUE HA HABIDO UN ATENTADO EN LA CIUDAD DE AL LADO.

¿Dónde veis la tele?

JAVIER: EN LA SALITA.

CRISTIAN: EN EL COMEDOR.

LAURA PÉREZ: EN MI HABITACIÓN O EN EL SALÓN.

LAURA MARÍA: EN EL SALÓN.

¿Cómo la ves?

CRISTIAN: A VECES LA ENCIENDO YO Y OTRAS VECES ESTÁ ENCENDIDA.

LAURA PÉREZ: ME TUMBO.

LAURA MARÍA: LA TENGO QUE ENCENDER YO.

¿Para qué veis la tele?

CRISTIAN: PARA VER LOS DIBUJOS, ME GUSTAN MUCHO, PORQUE SON PARA NIÑOS Y SON MUY DIVERTIDOS.

JAVIER: PARA VER LAS PELÍCULAS, LAS NOTICIAS Y LOS DIBUJOS, LAS NOTICIAS TE INFORMAN DE LO QUE HA PASADO EN ALGÚN SITIO; LOS DIBUJOS TE ENTRETENEN CUANDO NO TIENES QUE HACER NADA PORQUE YA HAS HECHO LOS DEBERES Y LAS PELÍCULAS TAMBIÉN TE ENTRETENEN: LAS DE VAQUEROS Y LAS DE TELECINCO LOS SÁBADOS, QUE SON DE NIÑOS.

LAURA PÉREZ: VEO UN PROGRAMA DE HACER COSAS, EL OTRO DÍA HICE UN CALEIDOSCOPIO.

LAURA MARÍA: VEO TODO MENOS LAS NOTICIAS.

TODOS: Lo que más les gusta es Pokemon y Art Attack.

Aspectos positivos de ver la tele:

CRISTIAN: TE DIVIERTES, AUNQUE TE DIVIERTES MÁS CON OTRAS COSAS: GAME BOY, JUGUETES, LEER COMICS...

JAVIER: ME ENTRETENGO CON LOS JUEGOS QUE TENGO EN EL PLUS: 251 Y 252.

LAURA PÉREZ: APRENDES COSAS DE LOS PROGRAMAS COMO BARRIO SÉSAMO.

LAURA MARÍA: PARA DIVERTIRME, CON ARTHUR.

Aspectos negativos:

CRISTIAN: LAS NOTICIAS, NO ME GUSTAN, SON UN ROLLO.

JAVIER: PERO AL MENOS TE INFORMAN DEL TIEMPO QUE VA A HACER.

LO QUE MENOS ME GUSTA SON LAS NOTICIAS, TE INFORMAN..., PERO HAY VECES QUE TE MIENTEN; TE DICEN QUE HA HABIDO UN ATENTADO EN MADRID, Y LUEGO NO LO HAY.

LAURA PÉREZ: LAS NOTICIAS, NO ME CREO ESE ROLLO.

LAURA MARÍA: LAS NOTICIAS, PORQUE ES UN ROLLO.

¿Encendéis la tele para ver algo que van a poner o para ver que ponen?

CRISTIAN: PARA VER LOS DIBUJOS Y PARA VER QUÉ HAY.

JAVIER: DIRECTAMENTE PARA VER LOS DIBUJOS.

LAURA PÉREZ: VEO LOS DIBUJOS, ENCIENDO LA TELE PARA VER QUE ECHAN, ME DA IGUAL LO QUE ECHEN.

LAURA MARÍA: YO SÉ LO QUE ECHAN. MIRO LO QUE VAN A ECHAR Y LO MIRO.

¿Veis todo lo que queréis en la tele o hay un límite?

CRISTIAN: HAY UN LÍMITE, NO ME DEJA MI HERMANO, MIS PADRES...

JAVIER: HAY UN LÍMITE, NO ME DEJA MI PADRE, QUE ES EL JEFE DE LA TELE, SI QUIERO VER ALGO DE DIBUJOS, QUE PONGA LOS SIMPSON.

LAURA PÉREZ: HAY UN LÍMITE, MI MADRE SE ENFADA PORQUE QUIERE VER LAS NOTICIAS Y YO ME SUBO ARRIBA A VER LA TELE.

LAURA MARÍA: ME DEJAN VER LO QUE QUIERA, PORQUE TENGO DOS TELEVISIONES, MI MADRE COME EN LA COCINA Y YO EN EL COMEDOR.

¿Qué hacéis cuando emiten algo que no os gusta?

CRISTIAN: ME ENFADO Y ME VOY A LA HABITACIÓN A JUGAR.

JAVIER: APAGO LA TELE Y ME VOY PARA MI CUARTO.

LAURA PÉREZ: PONGO EL PLUS, O ME VOY A JUGAR AL ORDENADOR, A BARRIO SÉSAMO, QUE YA HE ENCONTRADO LA WEB.

LAURA MARÍA: CAMBIO DE CANAL.

¿Qué es lo que más os gusta de la tele?

CRISTIAN: EPI? PORQUE ECHA ONDAS VITALES Y MATA A LOS MALOS.

JAVIER: MIS PERSONAJES FAVORITOS SON LOS SIMPSON Y MI CANAL FAVORITO ART ATTACK.

LAURA PÉREZ: LAS TRES MELLIZAS

¿Qué haces cuando en tu programa favorito ponen publicidad?

CRISTIAN: LO CAMBIO DE CANAL Y LUEGO LO PONGO OTRA VEZ DONDE ESTABA.

JAVIER: A VECES ME QUEDO PARA VER SI HAY ALGO INTERESANTE.

LAURA PÉREZ: ME VOY A LA HABITACIÓN Y NO ME IMPORTA SI ECHAN DIBUJOS.

LAURA MARÍA: LA VEO, PORQUE SI ESPERO UN POCO...

¿Qué otras cosas te gusta hacer en tu tiempo libre a parte de ver televisión?

CRISTIAN: JUGAR CON LOS CLIP, CON LOS COCHES...

JAVIER: JUGAR A LA JUNGLA DE CRISTAL, QUE ES DE TIROS.

LAURA PÉREZ: JUEGOS DE ORDENADOR, EL QUE MÁS ME GUSTA ES DEL AJEDREZ, QUE LAS FIGURAS SON DE GUERRA, ESQUELETOS Y ESAS COSAS.

LAURA MARÍA: EN EL ORDENADOR JUEGO A LAS BARBIES.

¿Qué cambiarías de la televisión?

CRISTIAN: VER DIBUJOS.

JAVIER: SI LOS SIMPSON ACABAN Y EMPIEZAN LAS NOTICIAS, PONGO LA DOS A VER SI HAY CARRERAS DE MOTOS.

LAURA PÉREZ: MIRO A VER QUE VAN A ECHAR.

LAURA MARIA: PONDRÍA LOS DIBUJOS, LAS PELÍCULAS...

¿De qué manera os gustaría participar en la televisión?

CRISTIAN: NO ME GUSTARÍA.

JAVIER: HACIENDO CONCURSOS, DE LOS PROGRAMAS DE LOS SIMPSON TE PREGUNTAN COSAS, LE COJO EL MÓVIL A MI PADRE Y ENVÍO LA RESPUESTA. UNA VEZ, ME TOCARON TRES ENTRADAS PARA IR A VER JAMES BOND.

LAURA PÉREZ: EN UN PROGRAMA DE PREGUNTAS DIFÍCILES, DE CANTAR.

LAURA MARÍA: NO ME GUSTARÍA PORQUE ME DA VERGÜENZA.

¿Os ha dado miedo alguna vez la televisión?

LAURA PÉREZ: CUANDO HAY PELÍCULAS DE MIEDO.

JAVIER: SI TENGO MIEDO, ME COJO MI OSITO DE PELUCHE Y YA NO TENGO MIEDO.

¿Qué tipo de películas veis con vuestros padres?

CRISTIAN: MUCHO MIEDO, VAMPIROS, ACCIÓN. BLADE ES MEDIO VAMPIRO, CASI LE MATAN LOS MALOS.

JAVIER: MEN IN BLACK, ES UN NEGRO QUE UN MONSTRUO QUE ROBÓ UNA JOYA Y SE QUEDÓ CON UNA PISTOLA, SE TIRÓ POR UN PISO MUY ALTO Y REBOTÓ.

LAURA PÉREZ: PELÍCULAS DE DINOSAURIOS, PARQUE JURÁSICO.

LAURA MARÍA: ATLANTIS, UN CHICO SE QUEDA EN UNA ISLA.

¿Habláis con vuestros padres cuando veis la tele?

CRISTIAN: A VECES, DE LO QUE NO ENTIENDO, DE COSAS DE LAS PELÍCULAS.

JAVIER: A VECES, DE LOS SIMPSON, CUANDO DICE HOMER “OUCH”, Y MI PADRE ME DICE QUE ES PORQUE HA FALLADO EN ALGO.

LAURA PÉREZ: SÍ, A VECES. EN EL PROGRAMA DE ARTHUR, UNA CHICA SE HABÍA VUELTO UNA DESCARADA Y LE TIENDEN UNA TRAMPA.

¿Creéis que es bueno ver la tele con los padres? ¿Por qué?

CRISTIAN: POR ESTAR CON ÉL UN RATO.

JAVIER: ESTAR MUCHO TIEMPO CON ÉL Y JUGAR.

¿Para qué es mejor no ver la tele con vuestros padres?

LAURA PÉREZ: MI PADRE ME PREGUNTÓ: ¿QUÉ VES? YO LE DIJE: POKEMON, Y ME QUERÍAN ECHAR DE LA TELE. SE DESHACEN DE TI.

LAURA MARÍA: ELLOS QUIEREN VER LAS NOTCIAS Y TE QUITAN LOS DIBUJOS.

Imagen 3: “Blooson”.

¿Qué habéis visto en estas imágenes?

CRISTIAN: QUERÍAN BEBER CERVEZA, Y UNA HA BEBIDO Y LO HA ESCUPIDO ENCIMA DE LA OTRA.

JAVIER: EN UN VASO ECHARON WHISKI CON COCA-COLA... O CERVEZA, Y UNA NO QUERÍA BEBER PARA QUE NO LE PASASE LO QUE LE PASO A UN AMIGO SUYO. LE DICE A SU AMIGA, QUE SI ELLA QUIERE BEBER, QUE LO HAGA, Y LO ESCUPE Y DICE QUE ESTA ASQUEROSO.

LAURA PÉREZ: SON DOS CHICAS QUE ESTABAN PREPARANDO UNA BEBIDA. UNA NO QUERÍA BEBER PORQUE CREÍA QUE LE PASARÍA LO MISMO QUE A UN AMIGO SUYO. A LA OTRA, NO LE IMPORTABA QUE LE PASARA ESO, SE LO BEBE, Y SE LO ESCUPE A LA OTRA.

LAURA MARÍA: ERAN DOS CHICAS QUE IBAN A PREPARAR UNA BEBIDA, UNA LO BEBIÓ, Y DIJO QUE ESTABA ASQUEROSO.

Aspectos positivos de estas imágenes:

CRISTIAN: QUE ESTABAN PREPANDO UNA BEBIDA.

JAVIER: ...ESO NO ES BUENO, HAY UNA CHICA QUE NO QUIERE BEBER, PORQUE A LO MEJOR SE EMBORRACHABA COMO UN AMIGO SUYO.

LAURA PÉREZ: LA NIÑA DE BLANCO HACÍA BIEN EN NO BEBER, PORQUE ERA MUY JOVENCITA, PERO LA OTRA NO.

LAURA MARÍA: IGUAL QUE LAURA.

Aspectos negativos de las imágenes:

CRISTIAN: QUE NO DEBERÍA BEBER PORQUE ES MENOR DE EDAD.

JAVIER: LO MISMO, PORQUE ES MENOR DE EDAD.

LAURA PÉREZ: SI HAN PREPARADO UNA BEBIDA, ES PARA BEBÉRSELA, NO PARA DEJARLA.

JAVIER: YA, PERO ¿SI ESTÁ ASQUEROSA?.

LAURA MARIA: SI BEBEN MUCHA CERVEZA, SE PUEDEN EMBORRACHAR.

¿Habéis hablado este tema con alguien?

TODOS: NO.

JAVIER: EL TEMA DEL ALCOHOL, SÍ, EN LAS NOTICIAS, EN EL BOTELLÓN. ES UNA FIESTA, UN GRUPO DE NIÑOS PEQUEÑOS O HERMANOS DE QUINCE AÑOS, QUE VAN A COMPRAR BEBIDA A UNA TIENDA, Y POR LA NOCHE, A PARTIR DE LA UNA, ESTÁN BEBIENDO CERVEZA.

LAURA PÉREZ: EL BOTELLÓN ES UNA FIESTA COMO UNA CARPA.

¿Conocéis a alguien que beba?

LAURA PÉREZ: MI PADRE. ¿Y le pasa algo cuando bebe? NO.

JAVIER: UN AMIGO MÍO, QUE VA MUCHO A MI BAR.

LAURA MARÍA: MI TÍO Y MI PADRE, NO BEBEN MUCHO..., PERO BEBEN.

¿Os gustaría hacer lo mismo que ellas?

JAVIER: NO, NO, NO.

LAURA PÉREZ: DE MAYOR, PERO POCO.

JAVIER: ANTES DE CONDUCIR, YO NO BEBO, PUEDES TENER UN ACCIDENTE.

Imagen 4: “Compañeros”.

¿Qué habéis visto en estas imágenes?

CRISTIAN: QUE UNA SEÑORA SE ESTABA EMBORRACHANDO, WHISKI, CERVEZA..., SU NIÑO, YA NO LE QUERÍA DAR UN BESO.

JAVIER: LA MADRE DE UN NIÑO SE ESTABA EMBORRACHANDO, Y NO QUERÍA DARLE UN BESO AL NIÑO, PORQUE LE PODÍA PONER MALO, Y LUEGO SU HIJA LE DICE QUE SE ESTÁ GASTANDO TODO EL DINERO EN BEBIDA Y HA PERDIDO EL TRABAJO.

LAURA PÉREZ: ESO DE EMBORRACHARSE, LO DEL NIÑO, NO CREO QUE SEA POR LO DE CONTAGIAR, NO CONTAGIA. EMBORRACHARSE ES UNA COSA MUY MALA, PORQUE EL ALCOHOL HACE QUE TE PONGAS VIEJO MÁS RÁPIDO.

LAURA MARÍA: MAL, PORQUE TE EMBORRACHAS Y SI VAS A CONDUCIR PUEDES TENER UN ACCIDENTE.

Aspectos negativos:

CRISTIAN: EMBORRACHARSE ES MUY MALO PORQUE LUEGO TE PEGAS UN ACCIDENTE.

JAVIER: SI LA MADRE DEL NIÑO TUVIESE UN NIÑO, NO DEBERÍA BEBER, PORQUE PUEDE QUE MUERA, Y ES PEOR, Y SU MARIDO SE PONDRÍA A LLORAR.

Imagen 5: Noticia “Viajes de ensueño”.

¿Qué habéis visto?

LAURA MARÍA: UN BARCO QUE LLEVA BEBIDAS A LAS SEÑORAS EN LA PLAYA.

LAURA PÉREZ: LO MISMO QUE LAURA.

JAVIER: UN BARCO QUE TIENE TODO TIPO DE SITIOS, TIENE DORMITORIOS, SALÓN DE ACTOS...

CRISTIAN: LO MISMO QUE JAVI.

¿Habéis escuchado cuanto cuesta?

CRISTIAN: SETENTA MILLONES DE EUROS.

JAVIER: NO PUEDE COSTAR TANTO UN CRUCERO.

LAURA: YA ME GUSTARÍA TENER A MÍ UN CHEQUE QUE PUDIERA PONER LO QUE QUISIERA.

¿Qué os parece tener tanto dinero?

JAVIER: MUY MALO, PORQUE A LO MEJOR, NO TIENES TANTO DINERO...

LAURA PÉREZ: ¡JAVIER!, ES DAR TODA LA VUELTA AL MUNDO, ¿VALE?.

JAVIER: SE QUEDAN ELLOS CON TODO EL DINERO Y NOSOTROS..., NOS QUEDAMOS FLACOS, LAS CARTERAS LAS TIRAMOS A LA BASURA.

¿Habéis hablado con alguien de estos viajes?

TODOS: NO, TAMPOCO.

LAURA PÉREZ: CON MI TÍO, HA VIAJADO A CHINA, A JAPÓN... .

¿Os gustaría viajar ahí?

LAURA PÉREZ: YO HE VIAJADO A JAPÓN, YO NO TENGO QUE OPINAR, YA HE IDO..., Y HE CONOCIDO AL EMPERADOR.

JAVIER: SI PARAMOS EN ALGÚN SITIO DE CHINA, YO NO PIENSO COMER EN CHINA, PORQUE PUEDES COMER HORMIGAS.

Imagen 6: “Pato Donald”.

(TODOS identifican serie).

¿Qué os ha parecido?

CRISTIAN: ES MUY BUENO EL PADRE, LES DA LA PAGA.

JAVIER: ¿ES BUENO?, EL PADRE ES UN EGOÍSTA, ENCIMA QUE LOS HIJOS LE ARREGLAN EL JARDÍN, LES DA DINERO Y LUEGO SE LO QUITA.

LAURA PÉREZ: NO SE LO QUITA, SE LO GUARDA EN LA HUCHA, ESO ESTÁ BIEN, PORQUE AUNQUE EL PADRE NO SE HAYA DADO CUENTA, ESTÁ BIEN PORQUE LE IBAN A REGALAR UNA CAJA DE PUROS, Y FUMAR, NO SE PUEDE.

LAURA MARÍA: ME PARECE MAL, LE DA EL DINERO EL PADRE A LOS HIJOS Y LUEGO SE LO QUITA.

LAURA PÉREZ: ESO NO IMPORTA, LO QUE IMPORTA ES LA SALUD, QUE NO SE PUEDE FUMAR, PORQUE SE MEZCLA EL AIRE CON EL HUMO, SI FUMA SE PONE MALO.

JAVIER: CONTRA MÁS FUMES, VA SIENDO PEOR, EL CORAZÓN SE TE VA... .

¿Qué hacéis cuando tenéis dinero?

TODOS: COMPRO CHUCHES.

¿No guardáis dinero?

JAVIER: YO SÍ, TENGO CINCUENTA EUROS EN MI HUCHITA.

(TODOS TIENEN: SESENTA, CIEN EUROS...).

¿No preferiríais comprar algo?

JAVIER: A MÍ, LO QUE ME DAN ES LA PAGA, COMPRARÍA LA GAME BOY MINI Y EL JUEGO CRISTAL.

CRISTIAN: YO, QUEDARME CON EL DINERO PARA PAGAR LA PLAY.

LAURA MARÍA: YO COMPRARÍA LA GAME BOY.

LAURA: COMPRARME LA GAME BOY COLOR Y EL JUEGO CRISTAL.

Imagen 7: Spot Reciclaje.

¿Qué habéis visto?

CRISTIAN: SEPARAR PARA RECICLAR. CUANDO LO METÍA EN LA BASURA, SALTABA.

JAVIER: CUANDO EL HOMBRE YA SE HABÍA BEBIDO UNA LATA DE COCACOLA, LA IBA A TIRAR A LA BASURA NORMAL Y SALTÓ. IGUAL CON LA SEÑORA. HAN RECUPERADO UN MILLÓN DE ENVASES.

LAURA PÉREZ: LO MISMO QUE JAVI.

LAURA MARÍA: HAY QUE RECICLAR PARA VIVIR MEJOR.

Aspectos positivos:

LAURA PÉREZ: ESTÁ MUY BIEN RECICLAR.

CRISTIAN: SI EL PATIO NO ESTÁ SUCIO, AL CORRER NO NOS RESBALAMOS

JAVIER: PARA PROTEGER NUESTRO ENTORNO. LA PENA ES QUE HAY PERSONAS QUE NO OBEDECEN LAS REGLAS, SEGURO QUE LA BASURA NORMAL LA TIRAN A LA BASURA, LOS CARTONES... AL VERDE.

LAURA PÉREZ: EL VIERNES VAMOS A IR AL PATIO A RECICLAR.

¿Cómo veis que no se reciclaje?

JAVIER: FATAL, PORQUE NO SE APRENDE A RECICLAR. RECICLAR ES PROTEGER NUESTRO ENTORNO Y EL MEDIO AMBIENTE, PROTEGER A LA NATURALEZA.

LAURA PÉREZ: EL MEDIO AMBIENTE SE PROTEGE PARA VIVIR.

Imagen 8: “Hot wheels”.

CRISTIAN: QUE IBAN MUY RÁPIDO LOS COCHES.

JAVIER: SON UNOS COCHES DE HOT WHEELS QUE CORREN VELOCIDAD A TOPE Y, SI TU COCHE NO ES UN HOT WHEELS, ESTÁS ACABADO PORQUE NO PUEDES SUPERAR LAS PRUEBAS.

LAURA PÉREZ: ESOS COCHES LOS HAN HECHO PARA GANAR A LOS OTROS COCHES.

LAURA MARÍA: LO VEO BIEN, PARA JUGAR, PARA DIVERTIRTE... .

JAVIER: PARA ENTRETENERTE Y JUGAR.

Lo peor de esta imagen:

JAVIER: NINGUNA.

¿No veis nada malo?

LAURA MARÍA: QUE SE PUEDE ROMPER EL COCHE.

LAURA PÉREZ: SI NO PARA EN UN BARRANCO, PUEDE SALTAR A LA CARA, Y ESO ES MUY PELIGROSO.

JAVIER: ESOS COCHES NO TIENEN TANTA VELOCIDAD PARA SALTAR Y DARTE EN LA CARA.

Imagen 9: “DGT”.

LAURA PÉREZ: CUANDO ESTAS CANSADO, QUE DESCANSES Y SIGAS CUANDO TE DESPIERTES.

JAVIER: SI SIENTES SÍNTOMAS EVIDENTES, PARA Y DUERME UN RATO, HASTA QUE SE TE PASEN LOS SÍNTOMAS, PORQUE TE PUEDES PEGAR UN ESTRELLAZO.

LAURA MARÍA: SI ESTÁS CANSADO, QUE PARES A DORMIR.

CRISTIAN: TENÍAN QUE PARAR PORQUE EL NIÑO ESTABA LLORANDO Y LE TENÍAN QUE DAR EL BIBERÓN.

JAVIER: SI ESTÁS MAREADO, O TE DUELE LA CABEZA, TIENES QUE DESCANSAR PARA QUE NO SE TE ACABEN LAS FUERZAS.

LAURA MARÍA: PARA RECUPERAR FUERZAS Y QUE LUEGO NO TE DUERMAS.

Relación entre Hot wheels y DGT:

CRISTIAN: QUE SON DE COCHES. UNO TIENEN UNA CARRETERA DE MENTIRA Y OTRO DE VERDAD.

LAURA PÉREZ: QUE UN COCHE ES DE VERDAD, Y OTRO ES DE MENTIRA.

¿Cuál de los dos os ha gustado más?

TODOS: HOT WHEELS.

JAVIER: ES UN POCO MÁS ENTRETENIDO, SI ESTÁS ABURRIDO, Y QUIERES JUGAR A ALGO... .

Lo que hemos visto, ¿es realidad o es ficción?

JAVIER: FICCIÓN, PORQUE SI PILLAS UNA BORRACHERA, TAMPOCO ES PARA ESO, QUE NO QUIERAS DARLE UN BESO A TU HIJO.

LAURA PÉREZ: ES FICCIÓN LO DE LA BORRACHERA, LO DE QUE NO LE QUIERE DAR UN BESO. NO ENTIENDO PORQUE NO LE PUEDE DAR UN BESO.

¿Todo lo que hemos visto ocurre en la vida real?

TODOS: SÍ.

LAURA PÉREZ: NO, TODOS NO. LAS BOTELLAS NO PUEDEN SALTAR DE LA PAPELERA.

¿ Esas escenas os pueden pasar a vosotros?

TODOS: NO.

LAURA PÉREZ: A MÍ NUNCA ME HA PASADO.

Diferencias entre lo que veis en la tele y lo que veis en la vida real.

LAURA PÉREZ: UNAS COSAS PUEDEN PASAR Y OTRAS NO. HAY COSAS QUE NO SON REALES. ALGUNAS COSAS SON VERDAD, COMO LA DE QUE PUEDE EMBORRACHARSE ALGUIEN, Y OTRAS COSAS MENTIRA, COMO QUE SALTEN LOS ENVASES DE LA PAPELERA.

Imagen 10: “Desesperado Club Social”: Animales abandonados.

¿Qué habéis visto?

LAURA PEÑA: MENOS MAL QUE YO NO ABANDONO A MI GATO. NO SE PUEDE DEJAR A LOS ANIMALES ABANDONADOS PORQUE PUEDEN COGER ENFERMEDADES, PUEDEN MATARLE GENTE..., O ADOPTARLE, QUE ESO SÍ ESTÁ BIEN, COMO YO ADOPTÉ A MI GATO, QUE ME LO ENCONTRÉ EN LA CALLE.

LAURA MARÍA: HAY QUE CUIDAR A LOS ANIMALES Y NO ABANDONARLOS, PORQUE ELLOS TAMBIÉN SON SERES VIVOS, Y TIENEN SU DERECHO DE VIVIR.

JAVIER: NO DEBERÍAMOS ABANDONARLOS EN LA CALLE O, SI NOS VAMOS DE VACACIONES, LLEVARLOS A UNA PERRERA Y, LUEGO, VOLVER A POR ELLOS.

LAURA MARÍA: LO MISMO QUE JAVIER.

Imagen 11: “Los Simpson”.

¿Qué habéis visto?

LAURA MARÍA: SI NO PUEDES IR AL COLEGIO PORQUE ESTÁS MALA, TIENES QUE DESCANSAR Y NO VER TANTO LA TELE.

LAURA PÉREZ: NO PUEDES JUGAR TANTO A LOS VIDEOJUEGOS, ADEMÁS, SI ESTÁ JUGANDO A LOS VIDEOJUEGOS... ¡NO LE DOLERÁ LA CABEZA!.

JAVIER: NO PODRÍA ESTAR TANTO TIEMPO JUGANDO AL VIDEOJUEGO, PORQUE SE ABURRE, SI DESCANSA UN RATITO, ESTÁ BIEN, PERO TODO EL DÍA... .

CRISTIAN: LO MISMO QUE JAVIER.

¿Qué nos dicen las imágenes?

JAVIER: NO DEBERÍA JUGAR TANTO AL VIDEOJUEGO, PORQUE SI SU AMIGO LE TRAE DEBERES PARA QUE ESTUDIE, PUES DEBERÍA DE ESTUDIAR, NO TODO EL DÍA EN LOS VIDEOJUEGOS. LA MADRE TAMBIÉN TIENE MUCHA CULPA, SI VE

QUE EL AMIGO LE TRAE LIBROS DEL COLEGIO PARA QUE ESTUDIE, LA MADRE LE DIRÍA: “DEJA ESO PARA PONERTE A JUGAR UN RATITO”.

¿Qué critica la imagen?

CRISTIAN: LA CONSOLA TE PUEDE DEJAR CIEGO.

LAURA PÉREZ: EN VEZ DE LLEVARLA A QUE LE MIRE EL OCULISTA, NO SÉ NI PORQUÉ LA MADRE LE DEJA JUGAR A LOS VIDEOJUEGOS. CUANDO ESTOY MALA, NO ME DEJAN JUGAR A LA TELE NI A ESAS COSAS QUE BRILLAN MUCHO, ENTONCES ME LEO UNOS CUANTOS LIBROS Y YA ESTÁ.

Imagen 12: Spot Campaña prevención consumo de tabaco.

(TODOS: NO LO ENTIENDEN).

JAVIER: NOS DICE QUE NO SE CANSA, QUE NO SE PIERDE NINGUNA FIESTA, NO FUMA..., ADEMÁS, ESTÁ MUY BIEN QUE NO FUME, SI FUMA O TOMA DROGAS LE PUEDE PASAR ALGO.

LAURA PÉREZ: SÓLO BAILABA Y LAS LETRAS PASABAN MUY RÁPIDO, NO DABA TIEMPO A LEERLAS.

Imagen 13: “South Park”.

(JAVIER: ¡TOMA, DE SOUTH PARK!). (RISAS).

¿Habéis visto alguna vez esta serie? ¿Con quién?

JAVIER: SOLO, LOS DOMINGOS A LA UNA TRATA DE CUATRO NIÑOS, QUE UNA NIÑA ESTÁ TOCANDO EL PIANO Y DICE: “¡QUE OS CALLÉIS, COÑO!”.

LAURA PÉREZ: ES DE RISA, MUCHA RISA.

JAVIER: ¿LO PODEMOS REPETIR?

LAURA PÉREZ: UNO TIENE QUE IR AL SERVICIO, Y NO HAY SERVICIO.

JAVIER: ¿DÓNDE CAGO?, Y ¿CON QUÉ ME LIMPIO?, CON LAS RAMAS... .

¿Es para niños o para personas mayores?

TODOS: PARA MAYORES.

JAVIER: ¡PERO A MÍ ME GUSTA!

LAURA PÉREZ: PORQUE DICEN PALABROTAS Y, ESO, NO ES NINGÚN PROGRAMA EDUCATIVO PARA LOS NIÑOS, COMO HARRY POTTER, LOS LIBROS, LAS TRES MELLIZAS, BARRIO SÉSAMO,... .

¿Por qué pensáis que es para adultos?

JAVIER: DICEN MUCHAS PALABROTAS, PERO HAY VECES QUE TE MONDAS.

¿Lo veis normalmente?

TODOS: NO.

JAVIER: YO LO VEO CUANDO ME VOY CON ALGUNA AMIGA MÍA LOS FINES DE SEMANA.

Imagen 14: “Los Simpson”.

JAVIER: BART LE DICE A HOMER: “¿ESTÁS VIENDO LA TELE DE TERROR?” Y DICE: “PUES SÍ, HAY VECES QUE SE DAN PATADAS EN EL CULO O SE PELEAN”. Y DICE: “DABUTEN”. Y DICEN “ESO SON PALOS DE HOCKEY” Y DICE LA MADRE “NO TENÉIS PELOTAS”.

LAURA PÉREZ: YO LO HE VISTO SOLA.

¿Es para niños o para adultos?

TODOS MENOS LAURA PÉREZ: PARA NIÑOS.

LAURA PÉREZ: NO, YO CREO QUE PARA ADULTOS, PORQUE TAMBIÉN SON COSAS DE PALABROTAS Y ESAS COSAS. YO LO VEO A VECES, PORQUE A MI PADRE LE DA LA GANA.

JAVIER: NO DICEN PALABROTAS.

¿Entendéis lo que dicen?

TODOS: SÍ, A VECES.

¿Es realidad o ficción?

TODOS: FICCIÓN.

JAVIER: LO DE ROMPER LA BOTELLA Y DAR EN LA CABEZA ES REALIDAD.

Lo que más le ha gustado a cada uno:

CRISTIAN: SOUHT PARK, LO DE CAGAR.

JAVIER: SOUHT PARK.

LAURA PÉREZ: LO QUE ES IMPORTANTE PARA VIVIR, O LO QUE TIENES QUE HACER PARA EDUCARTE BIEN.

JAVIER: LO DE LA BORRACHERA, PARA APRENDER QUE NO TIENES QUE...

CRISTIAN: APRENDER OTRAS COSAS QUE NO SÉ, Y PORTARME MEJOR.

LAURA MARÍA: HAY QUE CUIDAR BIEN A LOS ANIMALES Y NO ABANDONARLOS.

¿Deberían enseñaros a ver la tele en el colegio, vuestros padres... ?

JAVIER: DEBERÍAN DE ENSEÑARNOS PORQUE, LUEGO, NOS VICIAMOS CON LA TELEVISIÓN Y A NUESTROS PADRES NO LES DEJAMOS VERLA Y LA TELEVISIÓN NOS COME EL COCO Y HAY VECES QUE PODEMOS MALTRATAR A NUESTROS PADRES.

¿Cómo los podéis maltratar?

CRISTIAN: PEGÁNDOLES, APUÑALARLES...

JAVIER: QUE NO ES PARA TANTO, TAMPOCO.

¿Quién te ha enseñado eso?

JAVIER: EN LA TELE, EN LAS NOTICIAS.

LAURA PÉREZ: A VECES ES AGRESIVO, TE COME EL COCO, EN LAS NOTICIAS.

CRISTIAN: TAMBIÉN LE PUEDEN PEGAR A SUS PADRES, APUÑALAR,...

¿Lo haríais?

TODOS: NO.

JAVIER: YO A MI MADRE NO, PERO A MI PADRE SÍ, PORQUE POR NO SABERME DOS PARTES DE LA TABLA, TAMPOCO ES PARA QUE ME CASTIGUE SIN VER DIBUJOS.

¿Preferís ver la tele o estar con vuestros padres?

JAVIER: VER LA TELE.

LAURA PÉREZ: VER LA TELE Y ESTAR CON MIS PADRES.

LAURA MARIA: CON MIS PADRES.

¿Qué habéis aprendido en esta sesión?:

JAVIER: QUE NUESTROS PADRES NOS ENSEÑEN A VER LA TELEVISIÓN. HE APRENDIDO A NO TOMAR ALCOHOL.

LAURA: HEMOS APRENDIDO MUCHO, A CUIDARME POR DENTRO, NO BEBER NADA ALCOHÓLICO. LA TELE PUEDE ENSEÑAR A APRENDER Y LEER, COMO BARRIO SÉSAMO.

GRUPO DE DISCUSIÓN: E1 a (Colegio Emperador Fernando).

FECHA DE REALIZACIÓN: 24 de abril de 2002.

VARIABLES:

Niños de 10 a 12 años.
Ven más de 2 horas diarias la televisión.
Dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES:

JOSÉ MARÍA: 10 AÑOS. CURSO: 4° B.
MARTA: 10 AÑOS. CURSO: 5° A.
JUAN DANIEL: 11 AÑOS. CURSO: 6° B.
NOEMÍ: 12 AÑOS. CURSO: 6° A.

TRANSCRIPCIÓN:

¿Qué hacéis cuando llegáis a casa?

MARTA: HAGO LOS DEBERES, ALGUNOS DÍAS ME BAJO AL PARQUE. LOS MARTES Y JUEVES, INGLÉS Y LUNES, MARTES Y VIERNES HAGO GIMNASIA.

JOSÉ MARÍA: LLEGO Y HAGO LOS DEBERES, O COMO Y ME PONGO A JUGAR A LA GAME BOY, (30 MINUTOS O 1 HORA).

JUAN DANIEL: LLEGO, COMO, VEO LA TELE, SI ME APETECE ME HECHO LA SIESTA Y BAJO A LA CALLE.

NOEMÍ: HAGO LOS DEBERES, 1 HORA.

Tiempo dedicado a hacer los deberes:

	HORAS
JOSÉ MARÍA	30MIN. O 1 HORA
MARTA	30MIN. O 1 HORA
JUAN	30MIN. O 1 HORA
NOEMÍ	1 HORA

Tiempo dedicado a jugar

	HORAS
JOSÉ	2, 3, Ó 4 HORAS
MARTA	1 HORA
JUAN	1 HORA
NOEMÍ	3 Ó 4 HORAS

Tiempo dedicado a ver la TV y con quién:

	HORAS	CON QUIÉN
JOSÉ	MÁS DE 3 HORAS	PADRES; HERMANO; SOLO
MARTA	3 Ó 4 HORAS	MADRE
JUAN	4 HORAS	PADRES
NOEMÍ	3 HORAS	PADRES

	CUÁNDO
JOSÉ	AL LLEGAR DEL COLE: LOS SIMPSON; CUANDO ME SUBO, Y AL ACOSTARME, (HASTA LAS 11:30 Ó 12).
MARTA	CUANDO VENGO DEL COLE HASTA LAS 5; POR LA NOCHE (HASTA LAS 11:30 Ó 12)
JUAN	CUANDO ME LEVANTO, CUANDO ESTOY COMIENDO, Y CUANDO VUELVO DE LA CALLE, (HASTA LAS 10:30 U 11)
NOEMÍ	CUANDO VENGO DEL COLE, POR LA TARDE Y POR LA NOCHE HASTA LAS 11.

Actividad favorita y utilidad:

	PRIMERA	UTILIDAD
JOSÉ	JUGAR AL FÚTBOL.	PARA DIVERTIRME.
MARTA	INGLÉS Y GIMNASIA.	PARA APRENDER Y GIMNASIA, PARA NO ESTAR TODO EL DÍA EN CASA.
JUAN	FÚTBOL.	PARA DIVERTIRME.
NOEMÍ	BALONCESTO.	PARA PRACTICAR Y JUGAR MEJOR EN EL COLEGIO.

(JUAN Y NOEMÍ HACEN LOS DEBERES PORQUE LOS TIENEN QUE HACER, LO CONSIDERAN UNA OBLIGACIÓN).

¿Qué elegiríais hacer en vuestro tiempo libre?:

JOSÉ: FÚTBOL

MARTA: BALONCESTO

JUAN: FÚTBOL

NOEMÍ: NATACIÓN

¿Dónde veis la TV?

(TODOS: EN MI CASA)

¿Para qué veis la TV?

JOSÉ: PARA NO ABURRIRME, DIVERTIRME.

MARTA: PARA ENTRETENERME, PARA NO ABURRIRME O PORQUE ME GUSTA.

JUAN: PARA NO ABURRIRME Y PARA APRENDER COSAS: DOCUMENTALES, Y CANALES DE VÍA DIGITAL.

(JOSÉ TIENE “QUIERO TV” Y MARTA VÍA DIGITAL)

NOEMÍ: PARA NO ABURRIRME

¿Qué otras cosas se pueden hacer antes de ver la TV para no aburrirse?

JOSÉ: HACER DIBUJOS O HACE LOS DEBERES.

NOEMÍ: HACER LOS DEBERES.

JUAN: HACER LOS DEBERES.

MARTA: HACER LOS DEBERES.

Aspectos positivos y negativos de ver la televisión:

	POSITIVO	NEGATIVO
JOSÉ	PARA HACER COSAS BUENAS: PORTARTE BIEN, NO HACER GAMBERRADAS, NO ROBAR..., (ESTO SE LO ENSEÑA: ANTENA 3 NOTICIAS)	CUANDO PONEN UN COCHE BOMBA, O SE MATAN CON LAS PISTOLAS.
MART.	APRENDER, NO HACER COSAS MALAS: A TRAVÉS DE LAS NOTICIAS Y LOS DOCUMENTALES.	CUANDO PONEN PELÍCULAS DE ESAS DE GUERRA, CUANDO LE CORTAN LA CABEZA Y COSAS DE ESAS.
JUAN	NO HACER COSAS MALAS, (PELEARSE) Y APRENDER: ANTIGÜEDADES, (EN LA 2).	PELÍCULAS DE ASESINATOS Y LA VIOLENCIA: HACER COSAS MALAS, (EN TELE 5, POR LA NOCHE, LAS PELÍCULAS).
NOEMÍ	PARA NO HACER COSAS MALAS: PELEARSE O ROBAR.	CUANDO SE PELEAN O CUANDO SE MATAN: NOTICIAS Y PELÍCULAS, POR LA TARDE Y POR LA NOCHE.

¿Encendéis la TV para ver algo en concreto o para ver lo que se emita?

JOSÉ: VER DIBUJOS O CUALQUIER COSA, PARA NO ABURRIRME...

MARTA: PARA VER UNA COSA EN CONCRETO O UNA COSA CUALQUIERA.

JUAN: PARA VER UNA COSA QUE SÉ YO QUE VAN A ECHAR O PARA VER LO QUE ESTÉN ECHANDO, (SE INFORMA A TRAVÉS DE LOS ANUNCIOS).

NOEMÍ: SÉ QUE VAN A EMITIR ALGO EN CONCRETO, (SE INFORMA A TRAVÉS DE LOS ANUNCIOS O LAS REVISTAS).

¿Veis todo lo que queréis en TV?

JOSÉ: PELIS PORNO, Y PELIS DE 18 AÑOS.

MARTA: SIMPSON, MI PADRE DICE QUE TIENEN UNA COSA “ASÍ” MUY FEA PARA LOS NIÑOS, (¿Qué cosa fea?), PUES NO SÉ, PORQUE COMO NO ME LO DICE...

JUAN: LOS SIMPSON, MI MADRE QUIERE VER LAS TELENOTICIAS.

NOEMÍ: PELÍCULAS PORNO, PORQUE SON PARA MAYORES DE 18. (¿Y ELLOS LAS VEN?), NO.

¿Qué es el porno?

NOEMÍ: QUE HACEN EL AMOR.

¿Hacer el amor es malo?

NOEMÍ: SÍ.

¿Para ti qué es el porno?

NOEMÍ: PUES ESO, HACER EL AMOR.

¿Y está mal para ti?

NOEMÍ: NO, PERO LO VEN COMO LO HACEN.

¿Os puede perjudicar a vosotros de alguna manera?

NOEMÍ: CLARO.

¿Qué hacéis cuando emiten algo que no os gusta?

JOSÉ: CAMBIAR DE CANAL O VER DIBUJOS.

MARTA: APAGAR LA TELE O PONERME ALGUNA PELI DE DIBUJOS.

JUAN: O LE DEJO EL MANDO A MI HERMANA PARA QUE VEA COSAS QUE ELLA QUIERA, O PONGO UNA CINTA DE VÍDEO.

NOEMÍ: CAMBIO DE CANAL.

¿Qué programas os gustan más de la TV?

JOSÉ: LOS SIMPSON, AL SALIR DE CLASE, GRAN HERMANO Y YA ESTÁ.

MARTA: AL SALIR DE CLASE, COMPAÑEROS Y MALCOM X.

JUAN: LOS SIMPSON, CLUB MEGATRIX.

NOEMÍ: LOS SIMSON, BETTY LA FEA Y MALCOM X.

¿Qué hacéis ente la publicidad en vuestro canal favorito?

JOSÉ: CAMBIAR DE CANAL.

MARTA: CAMBIAR DE CANAL, IR AL SERVICIO, IR A BEBER AGUA, HACERME UN BOCADILLO...

JUAN: CAMBIAR DE CANAL O HABLAR CON MIS PADRES.

NOEMÍ: CAMBIAR DE CANAL HASTA QUE LO ECHEN OTRA VEZ.

¿Qué otras alternativas os gustan entes de ver la TV?

TODOS: JUGAR, BAJAR A LA CALLE.

¿Cambiaríais algo de la tele?

JOSÉ: SÍ, ALGUNA PELI DE 18 AÑOS.

MARTA: NO.

JUAN: NO.

NOEMÍ: NO, PORQUE LO QUE NO ME GUSTA, NO LO VEO.

¿De qué manera os gustaría participar en la TV?

JOSÉ: DIVERTIRME..., NO SÉ, JUGANDO AL FÚTBOL, HACIENDO ALGO, NOTICIAS.

MARTA: PARTICIPAR EL ALGÚN PROGRAMA, DE INTELIGENCIA.

JUAN: PARTICIPAR EN LOS JUEGOS.

NOEMÍ: EN ALGUNA PELÍCULA, EN MALCOM X.

¿Habéis pasado miedo alguna vez viendo la TV?

JOSÉ: ALGUNA PELI DE TERROR, DE MOMIAS, SE COMEN A LA GENTE.

MARTA: NO.

JUAN: CUANDO ESTOY TRANQUILO Y SALE UN CHICO DE REPENTE.

NOEMÍ: CUANDO SALEN MATANDO A GENTE.

Imagen 1: Los Tres amigos y Jerry.

(JOSÉ: SOUTH PARK. CRISTINA: ¡NO!).

JUAN: ME PARECE MUY MAL PORQUE EL PADRE AL HIJO NO LE DEJABA VER LA TV, Y TIENE QUE HACER EL HIJO LO QUE DIGA EL PADRE.

JOSÉ: SI EL HIJO QUIERE VER LO QUE QUIERA, PUES LE TIENE QUE DEJAR.

MARTA: EL PADRE TIENE LA RAZÓN PERO TAMBIÉN LE TENDRÍA QUE DEJAR UN POCO AL CHICO VER LA TELE, PORQUE HAY ALGUNAS COSAS QUE ESTÁN BIEN PARA VER, DOCUMENTALES.

NOEMÍ: MAL, PORQUE EL PADRE NO LE DEJA VER LA TELE, EL HIJO TAMBIÉN TIENE DERECHO A VERLA.

¿Y los que dicen la: “TV puede perjudicar”?

JOSÉ: ALGUNAS.

MARTA: ALGUNAS SERIES ESTÁN BIEN, NO COMO OTRAS PARA VER LOS NIÑOS: POR EJEMPLO PELIS PORNO Y COMPAÑEROS.

Ver mucho la TV.¿lo veis bien?

TODOS: MUCHO NO, UN RATO NADA MÁS.

Imagen 2: Spot Telecinco: “Ver TV con personas mayores”.

(JOSÉ: ¡POKEMON!).

(A TODOS LES PARECE BIEN EL ANUNCIO).

¿Qué tipo de programas veis con vuestros padres?

JOSÉ: POKEMON, AL SALIR DE CLASE, GRAN HERMANO, DIBUJOS, PELIS NORMALES O PELIS DE MIEDO.

MARTA: PELIS DE MIEDO, PELIS NORMALES, AL SALIR DE CLASE, Y LAS NOTICIAS.

JUAN: PELÍCULAS Y PROGRAMAS.

NOEMÍ: PELÍCULAS Y PROGRAMAS.

¿Habláis con vuestros padres mientras veis la TV?

JOSÉ: SÍ, A VECES, DEL COLEGIO, Y CUANDO TE VAS A LA COCINA Y NO LA VES, LUEGO TE LO CUENTA TU MADRE.

MARTA: DE QUE ESTÁ BIEN LA PELÍCULA, DE QUE NO ES UN ROLLO Y ESAS COSAS.

JUAN: DE LO QUE HE HECHO EN EL COLEGIO Y DE LO QUE NO ENTIENDO DE LA PELÍCULA: PALABRAS.

NOEMÍ: CUANDO NO ENTIENDO ALGUNA PALABRA EN PELÍCULAS.

(TODOS PREGUNTAN A LOS PADRES LO QUE NO ENTIENDEN EN TV)

¿Con qué otras personas habláis de lo que no entendéis en TV?

JOSÉ: TÍOS, PRIMOS ABUELOS.

MARTA: TÍOS, PRIMOS AMIGOS.

JUAN: HERMANO, AMIGOS.

NOEMÍ: AMIGOS, HERMANOS.

Aspectos positivos y negativos de ver la TV con padres:

	POSITIVO	NEGATIVO
JOSÉ:	SI NO PUEDES VER ALGO, TE LO DICEN.	NADA.
MARTA:	NO SÉ.	NADA.
JUAN:	SI NO ENTIENDES ALGO, LO PREGUNTAS Y TE LO DICEN.	NADA.
NOEMÍ	SI ALGO ESTÁ MAL, NO TE DEJAN QUE LO VEAS.	NADA.

MARTA: CASI SIEMPRE VEO LAS MISMAS COSAS CON MIS PADRES.

Imagen 3: “Blooson”.

JOSÉ: SI TIENES MENOS DE 18 AÑOS NO PUEDES BEBER.

MARTA: SI TIENES MENOS DE 18 AÑOS MEJOR NO PROBAR EL ALCOHOL TODAVÍA.

JUAN: SI TIENES MENOS DE 18 AÑOS NO PUEDES ESTAR BEBIENDO, Y DE MEZCLAR ASÍ LAS BEBIDAS, LE PUEDE DAR UN CÓLICO.

NOEMÍ: SI NO TIENES 18 AÑOS, NO ESTÁ BIEN QUE PRUEBES LA BEBIDA, SON TODAVÍA MUY PEQUEÑOS. UNA QUERÍA BEBER Y LA OTRA NO. LA QUE NO QUERÍA BEBER, BIEN, LA OTRA LO HA PROBADO Y NO LE HA GUSTADO.

Cosas buenas de la imagen:

MARTA: LA CHICA DE LA CHAQUETA BLANCA, COMO HA VISTO QUE AL OTRO LE PASÓ ALGO CON EL ALCOHOL, PUES HA HECHO LO CONTRARIO, QUE NO LO HA PROBADO POR SI LE IBA A PASAR LO MISMO.

JUAN: LA CHICA DE LA CAMISA BLANCA HA REACCIONADO Y NO HA BEBIDO.

Algo negativo:

NOEMÍ: TODAVÍA NO PUEDEN BEBER.

MARTA: NO SABEN QUE ESTÁN MEZCLANDO.

¿Habéis hablado con alguien sobre el alcohol?

TODOS: NO

¿Con vuestros padres?

JOSÉ: SI BEBES MUCHO TE PUEDES PONER BORRACHO.

JUAN: ES MALO, SI ERES MENOR, NO PUEDES BEBER.

NOEMÍ: ES MALO.

¿Conocéis a alguien que beba?

JOSÉ: PADRE, MADRE, TÍO, TÍA... (¿HASTA ÉSTE PUNTO?) MÁS GRANDES.

Imagen 4: “Compañeros”.

(MARTA identifica: ¡Compañeros!).

JOSÉ: ESTÁ FATAL, PORQUE NO LE DEJA QUE LE DÉ UN BESO SU HIJO, PORQUE ESTÁ BORRACHA, Y DICE QUE SE VA A IR CON SU PADRE Y ELLA NO QUIERE.

MARTA: ESTÁ MUY MAL PORQUE LOS CHICOS SE ESTÁN PREOCUPANDO POR ELLA, PERO COMO ELLA ESTÁ BORRACHA, LE DICE ESAS COSAS.

JUAN: HA BEBIDO TANTO..., NO TENÍA QUE HABER ECHADO A SU HIJO, Y ENCIMA LA ECHAN DEL TRABAJO.

NOEMÍ: ME PARECE MAL, PORQUE HA BEBIDO, Y NO LE DEJA A SU HIJO QUE LE DE UN BESO.

¿Hay algo positivo?

MARTA: LOS CHICOS SE ESTÁN PREOCUPANDO POR ELLA.

JUAN: LA HIJA CREO QUE ES, QUE LA ESTÁ DICIENDO QUE NO SE COMPORTARA ASÍ.

NOEMÍ: ME HA PARECIDO BIEN QUE SU HIJA LE REGAÑARA.

NOEMÍ: MI VECINO DEL 5º CASI TODOS LOS DÍAS VIENE BORRACHO, Y LE DA POR HACER BROMAS.

José, decías que tu familia bebía, ¿no?

JOSÉ: PERO NO MUCHO, UN CUBATA SÓLO.

Imagen 5: Noticia “Vacaciones de ensueño”.

MARTA: ESTÁ MUY BIEN PORQUE ESTÁN ATENDIDOS.

JUAN: IGUAL, ESTÁ MUY BIEN.

NOEMÍ: ESTÁ MUY BIEN PORQUE ESTÁN ATENDIDOS, PERO ES MUY CARO.

¿Veis cosas negativas?

MARTA: EL ALCOHOL.

¿Creéis que se puede ir allí?

NOEMÍ: NO POR EL DINERO..., ES MUY CARO.

MARTA: TIENES QUE SER RICO PARA GASTAR.

JOSÉ: TIENES QUE TRABAJAR MUCHO.

¿Os parece bien gastar tanto?

JOSÉ: SÍ, PORQUE ESTÁS ATENDIDO.

NOEMÍ: NO, PORQUE HAY BARCOS QUE TAMBIÉN HACEN ESO Y NO SON TAN CAROS.

MARTA: CON 70 MILLONES PUEDES HACER MÁS.

¿Conocéis a alguien que haga este tipo de viajes?

NOEMÍ: A UNA NIÑA DE MI CLASE, PERO VA EN AVIÓN.

¿Os gustaría hacerlo?

NOEMÍ: A MÍ, ME GUSTARÍA VIAJAR, PERO GASTARME 70 MILLONES, NO, ES MUY CARO.

Imagen 6: “Pato Donald”.

JOSÉ: ESTÁ MAL, PORQUE UNA VEZ SE LO DAN Y OTRA NO.

MARTA: MAL, PORQUE LE DA EL DINERO Y PARA QUITÁRSELO, DICE QUE LO META EN UNA HUCHA.

JUAN: NO SÉ.

NOEMÍ: MAL, PORQUE LE DA EL DINERO Y LUEGO SE LO QUITA.

Aspectos positivos:

NOEMÍ: LE QUITA EL DINERO PARA QUE SE LO AHORREN.

MARTA: LOS CHICOS ESTÁN HACIENDO UNA COSA BUENA, ARREGLAR EL JARDÍN, PARA QUE LES DE EL DINERO.

¿Habéis hablado con alguien de esto?

(TODOS MENOS NOEMÍ, SÍ)

¿Os gustaría ahorrar?

JOSÉ: SÍ, PORQUE ES BUENO, LUEGO TE PUEDES COMPRAR LA PLAY 2, COSAS...

MARTA: ESTÁ BIEN PARA UN CASO DE URGENCIA.

JUAN: ESTÁ BIEN PORQUE ME PUEDO COMPRAR LO QUE YO QUIERA.

NOEMÍ: IGUAL QUE YO.

Imagen 7: Spot: Reciclaje.

MARTA: UNA COSA ESTÁ MAL, PORQUE NO ESTABAN RECICLANDO Y LUEGO BIEN PORQUE RECICLABAN.

JUAN: IGUAL.

NOEMÍ: IGUAL.

Aspectos positivos:

MARTA: QUE HAN RECICLADO AL FINAL.

¿Para qué sirve reciclar?

JOSÉ: PORQUE UNA BOTELLA PUEDE SER UN JUGUETE.

NOEMÍ: PARA CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE, SI PARA HACER UN CUADERNO TIENEN QUE CORTAR MEDIO ÁRBOL, SI LO RECICLAS NO LO TIENEN QUE CORTAR

¿Habéis hablado con alguien de reciclaje?

JUAN: SÍ.

MARTA: CON MI MADRE.

NOEMÍ: CON MI MADRE Y CON EL PROFE.

JOSÉ: CON MI MADRE Y CON MI PROFE.

¿Qué os han dicho?

NOEMÍ: RECICLAR ES BUENO.

MARTA: ESTÁ BIEN PARA EL MEDIO AMBIENTE.

¿Conocéis a alguien que recicle?

NOEMÍ: MI MADRE Y MI TÍA.

MARTA: EN CASA.

JOSÉ: MI ABUELA.

JUAN: TODA MI FAMILIA.

Imagen 8: “Hot wheels”

MARTA: EXAGERAN MUCHO CON LOS COCHES, PORQUE A LO MEJOR CORREN POCO, MENOS QUE OTROS, ESTÁN MINTIENDO.

JOSÉ: QUE CORREN MUCHO.

JUAN: ME PARECE BIEN PORQUE SON BONITOS Y CORREN MUCHO Y MAL PORQUE DICEN QUE SI TU COCHE NO ES UN HOWHEELS, ESTÁS ACABADO, AUNQUE NO TENGAS UNO DE ESOS, NO ESTÁS ACABADO, LO QUE DICEN ES MENTIRA.

JOSÉ: TE DICEN QUE CORREN MUCHO Y LUEGO VAS A COMPRARLO Y TE MIENTEN, PARA TENER DINERO.

Imagen 9. D.G.T.

JOSÉ: EN LA CARRETERA ES MEJOR METERTE EN UN SITIO PARA NO PROVOCAR NINGÚN CHOQUE.

MARTA: LO MISMO-

JUAN: LO MISMO.

NOEMÍ: LO MISMO.

Aspectos positivos:

NOEMÍ: SE HABÍA DORMIDO Y HABÍA APARCADO, PARA EVITAR ACCIDENTE.

¿Habéis hablado de este tema con alguien?

(TODOS: CON PADRES)

JOSÉ: DICEN QUE DORMIRSE, ALCOHOL, DROGAS..., QUE ME SIENTE BIEN, QUE ME PUEDE PASAR ALGO.

¿Tiene relación con la anterior imagen?

JOSÉ: SI TE DUERMES Y VAS CONDUCIENDO, TE PUEDE PASAR ALGO.

MARTA: SÍ, QUE ES UN COCHE NADA MÁS.

NOEMÍ: QUE ES UN COCHE.

¿Cuál de los dos os ha gustado más?

TODOS: EL ÚLTIMO.

JOSÉ: TIENE MÁS EDUCACIÓN.

MARTA: IGUAL, TE DICEN ALGO, TE TIENES QUE PARAR EN ALGÚN RESTAURANTE O ALGÚN SITIO.

JUAN: TE DICE LO QUE NO TIENES QUE HACER.

¿Realidad o ficción?

JOSÉ: FICCIÓN, PORQUE NO LO VAN A HACER DE VERDAD.

¿Pensáis que ocurre en la vida real?

MARTA: SÍ, LO DE RECICLAR, QUE ALGUNOS NO RECICLAN.

JOSÉ: SI VAS MUY DEPRISA, PEGARTE UN PORRAZO.

NOEMÍ: PARAR EL COCHE SI SE QUEDA DORMIDO UNO.

Diferencias entre los que veis en TV y la vida real:

JOSÉ: AHÍ, NO TE PASA A TI Y, EN LA VIDA REAL, TE PASA A TI.

MARTA: LO DE RECICLAR SE VIVE EN LA VIDA REAL, YO LO HE HECHO.

¿Algo de lo que veis en TV es real?

NOEMÍ: LAS NOTICIAS, ESO ES QUE HA PASADO Y ELLOS VAN Y LO GRABAN, PUEDE SER EN OTRO PAÍS Y LO PONEN EN LA TELE.

JUAN: LAS NOTICIAS.

Imagen 10: “Desesperado Club Social”: Animales abandonados.

JOSÉ: ESTÁ MUY MAL, LO PUEDES DEJAR CON OTRA PERSONA ANTES QUE ABANDONARLO.

MARTA: AUNQUE SEA VERANO NO HAY QUE DEJARLOS ABANDONADOS NI NADA DE ESO.

JUAN: ESTÁ MAL PORQUE NO LO TIENES QUE ABANDONAR, Y SI TE TIENES QUE IR EN VERANO, LO PUEDES DEJAR EN ALGUNA TIENDA PARA QUE TE LO CUIDEN.

NOEMÍ: ESTÁ MAL PORQUE SI TE VAS Y NO LO PUEDES LLEVAR LO DEJAS EN UNA PERRERA O QUE TE LO CUIDE ALGUIEN.

¿Critican algo estas imágenes?

JOSÉ: SÍ, LA VIDA DE LOS ANIMALES, CÓMO TRATARLES, AHOGÁNDOLES, PINCHÁNDOLES O PEGÁNDOLES TIROS.

JUAN: ATROPELLÁNDOLES.

Imagen 11: “Los Simpson”.

MARTA: ESTÁ MAL, PORQUE AL FINAL SE ENROLLA CON LA VIDEOCONSOLA EN VEZ DE ESTUDIAR.

JUAN: ESTÁ MUY MAL SI ESTÁ ENFERMA TIENE QUE DESCANSAR, NO JUGAR A LA VIDEOCONSOLA, NI DEJAR EL LIBRO DE ESTUDIOS.(Entonces, ¿si está enferma tiene que ir a la escuela? SÍ.

NOEMÍ: MAL, PORQUE LA MADRE HA HECHO QUE NO VAYA AL COLEGIO Y LE HA DADO LA VIDEOCONSOLA Y, EN VEZ DE ESTUDIAR , ESTABA JUGANDO.

¿Esta imagen critica algo?

NOEMÍ: NO.

JUAN: YO CREO QUE SÍ, LOS ESTUDIOS, LE DA EL LIBRO PARA ESTUDIAR Y LO RECHAZA.

Imagen 12: Spot Campaña prevención consumo de tabaco.

MARTA: ESTAR TODO EL DÍA DE JUERGA.

JOSÉ: IGUAL.

NOEMÍ: ESTAR TODO EL DÍA DE JUERGA.

JUAN: ESTÁ MUY BIEN PORQUE SE DIVIERTE SIN DROGAS, NO FUMA PERO SE DIVIERTE IGUAL.

¿Estas imágenes critican algo?

NOEMÍ: PARA QUE NO FUMES.

JOSÉ: TE DICE LO QUE TIENES QUE HACER, SIN TOMAR DROGAS NI NADA DE ESO.

Imagen 13: “South Park”.

(RISAS)

(TODOS CONOCEN LA SERIE)

(NO LA VEN NORMALMENTE)

(NOEMÍ SABE QUE LA EMITEN A LA UNA)

Cuando la visteis, ¿con quién fue?

JOSÉ: PADRES.

MARTA: HERMANO.

¿Pensáis que es para niños?

(JOSÉ PIENSA QUE ES PARA NIÑOS, EL RESTO PARA ADULTOS)

JOSÉ: PARA NIÑOS, TAMPOCO TIENEN NADA MAL.

MARTA: ¡NO!, SE PASAN TODO EL TIEMPO DICIENDO PALABROTAS...

NOEMÍ: PARA ADULTOS, PORQUE DICEN PALABROTAS.

Imagen 14: “Los Simpson”.

(TODOS LA IDENTIFICAN)

(TODOS LA VEN MENOS MARTA, NO LA DEJAN VERLA PORQUE SUS PADRES DICEN QUE TIENEN COSAS MALAS).

JOSÉ: PADRES Y HERMANOS.

JUAN: SOLO O CON MI HERMANA.

NOEMÍ: PADRES , HERMANOS.

¿Es para niños para adultos?

JOSÉ: PARA NIÑOS.

RESTO: PARA TODAS LAS EDADES PORQUE NO DICEN CASI NADA DE MALO.

¿Qué habéis visto?

JUAN: PELEAN. ESTÁ MUY MAL, PORQUE ESTÁN PELEANDO EN VEZ DE ARREGLARLO HABLANDO.

¿Qué diferencia hay entre estos dibujos y los de “El Pato Donald”?

JUAN: DICEN PALABROTAS, SON GUARROS Y LOS DEL PATO DONALD ESTÁN BIEN.

MARTA: EL PATO DONALD ESTÁ BIEN PARA NIÑOS PORQUE NO DICEN PALABROTAS

JUAN: DICEN PALABROTAS Y TIENEN UN POCO DE VIOLENCIA

NOEMÍ: LOS DE SOUTH PARK SON PARA MAYORES Y LOS SIMPSON PARA TODOS.

¿Debería haber una asignatura para aprender a ver TV?

JUAN: SÍ, PORQUE HAY COSAS QUE NO LAS ENTIENDES Y TUS PADRES NO SABEN CÓMO EXPLICARLAS.

(TODOS PIENSAN LO MISMO)

MARTA: SI TUS PADRES NO SABEN EXPLICARLO O NO ESTÁN, QUE TE LO EXPLIQUEN LOS PROFESORES.

¿Qué imágenes de las que hemos visto os han gustado más?

JOSÉ: SOUTH PARK Y LOS SIMPSON.

MARTA Y NOEMÍ: TODAS.

JUAN: MENOS LA DE SOUTH PARK, TODAS PORQUE SON EDUCATIVOS. (¿Los Simpson también?) A VECES.

NOEMÍ: LOS SIMPSON, PORQUE LO VEO TODOS LOS DÍAS Y ME GUSTAN, PORQUE SON DIVERTIDOS.

JOSÉ: HACEN TONTERÍAS, EL PADRE Y EL HIJO SE PEGAN...

GRUPO DE DISCUSIÓN: F1 b (Colegio Emperador Fernando).

FECHA DE REALIZACIÓN: 24 de abril de 2002.

VARIABLES: Niños de 10 a 12 años.
Ven menos de 2 horas diarias la televisión.
Dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: MARÍA SANZ: 10 AÑOS. CURSO: 4º A.
MARÍA DEL VAL: 11 AÑOS. CURSO: 5º A.
CRISTINA: 11 AÑOS. CURSO: 6º B.
DEBORAH: 12 AÑOS. CURSO: 6º A.

TRANSCRIPCIÓN:

(Grupo muy participativo, sus componentes se muestran muy activas).

¿Qué hacéis cuando salís del colegio?

MARÍA SANZ: AL LLEGAR A CASA, HAGO LOS DEBERES, MERIENDO Y ME PONGO A VER LA TELE.

Mª DEL VAL: LLEGO A CASA, COMO, HAGO LOS DEBERES, VOY A INFORMÁTICA; ALGUNOS DIAS, VOY A AJEDREZ Y, LUEGO, LEO UN RATO.

CRISTINA: YO VOY A MI CASA, COMO, HAGO LOS DEBERES; LUEGO, ME VOY A INFORMÁTICA Y, LUEGO, SI ME QUEDAN DEBERES O ESTUDIO...

DEBORAH: YO LLEGO A MI CASA, COMO Y, SI ME QUEDA TIEMPO -PORQUE TENGO QUE HACER LAS CAMAS Y VARIAS COSAS-, VOY A INGLÉS A UNA ACADEMIA Y, SI ME QUEDA TIEMPO, VOY A HACER MÁS DEBERES Y A ESTUDIAR A LA BIBLIOTECA.

¿Cuánto tiempo le dedicáis a cada cosa más o menos?, a lo que más le dedicáis a lo que menos...

MARÍA SANZ: A LOS DEBERES, LES DEDICO UNA HORA, A LA MERIENDA... ES QUE ESO NO LO SÉ. ¿Y a ver la televisión que me habías dicho también que la veías cuánto tiempo? MENOS DE DOS HORAS.

Mª DEL VAL: DOS HORAS ENTRE ESTUDIAR Y HACER LOS DEBERES, INFORMÁTICA UNA HORA, AJEDREZ DOS HORAS Y LUEGO COMO MEDIA HORA O UN POCO MÁS A VER LA TELE.

CRISTINA: YO, A LOS DEBERES, UNA HORA EN PRINCIPIO, LUEGO ME VOY A INFORMÁTICA UNA HORA Y, LUEGO, A ESTUDIAR DOS HORAS. (¿Tú, la televisión habías dicho que no la ves?): NO, NO ME GUSTA MUCHO.

DEBORAH: YO A LO QUE MÁS LE DEDICO ES A HACER LA CASA, LO SEGUNDO QUE MÁS LE DEDICO ES A LOS DEBERES Y A ESTUDIAR Y, SI ME QUEDA TIEMPO, PUES YA VEO LA TELE MEDIA HORA O TRES CUARTOS DE HORA. (¿Y a los deberes?): DOS HORAS O ASÍ Y A LA CASA PUES TRES HORAS Y MEDIA.

¿De todas las actividades que me habéis contado, cuáles son vuestras favoritas?

MARÍA SANZ: LOS DEBERES.

Mª DEL VAL: EL AJEDREZ.

CRISTINA: LA INFORMÁTICA.

DEBORAH: HACER MI CUARTO.

¿Para qué sirve cada una de las cosas que me habéis contado?

MARÍA SANZ: LOS DEBERES PARA APRENDER, LA MERIENDA PARA ALIMENTARSE Y VER LA TELE PARA DIVERTIRSE.

Mª DEL VAL: YO INFORMÁTICA PARA APRENDER COMO SE UTILIZAN LOS ORDENADORES, AJEDREZ PARA DESARROLLAR MI CAPACIDAD INTELECTUAL Y VER LA TELEVISIÓN PARA ENTRETENERME.

CRISTINA: LA INFORMÁTICA PARA CUANDO TRABAJE SABER ALGO DE ORDENADORES, LOS DEBERES PARA APRENDER... (¿La televisión habías dicho que la veías poco, por qué la ves poco?) LOS PROGRAMAS QUE ECHAN ME PARECEN ABSURDOS. (¿Y cuándo la ves, por qué la ves?) POR UNA PELÍCULA QUE ME GUSTA O ALGO.

DEBORAH: YO LA CASA “PA” TENERLA LIMPIA Y ORDENADA, ESTUDIAR PARA APRENDER Y HACER COSAS PARA EL TRABAJO, COMO HA DICHO CRISTINA; Y LA BIBLIOTECA PARA APRENDER MÁS Y LEER, QUE ME GUSTA; LA TELE, CUANDO LA VEO, ES QUE NO TENGO OTRA COSA QUE HACER.

¿Qué consideras que te divierte de la televisión?

Mª SANZ: LOS DIBUJOS, ALGÚN PROGRAMA.

Imaginad que, de repente, viene un hada madrina y os dice podéis elegir una actividad para vuestro tiempo libre, lo que queráis, tenéis todas las posibilidades... ¿qué os gustaría hacer?

MARÍA SANZ: ... ¡HUM!...

Mª DEL VAL: TEATRO.

CRISTINA: JUGAR AL BALONCESTO.

DEBORAH: PASAR MÁS TIEMPO LIBRE CON MI PADRE.

¿En qué momento del día veis la televisión?

MARÍA SANZ: POR LA TARDE.

Mª DEL VAL: POR LA MAÑANA.

CRISTINA: POR LA MAÑANA (entre semana no la ve mucho).

DEBORAH: POR LA TARDE.

¿En qué lugares veis la televisión?

MARÍA SANZ: EN EL SALÓN.

Mª DEL VAL: EN LA SALA DE ESTUDIOS.

CRISTINA: EN EL SALÓN, CON MIS PADRES.

DEBORAH: EN LA MÍA O CON MI PADRE.

¿Con quién veis la televisión vosotras?

MARÍA SANZ: CON MIS HERMANOS, CON MIS PADRES O SOLA.

Mª DEL VAL: CON MI MADRE, CON MI HERMANO Y CON MI ABUELA.

CRISTINA: YO, CON MIS PADRES Y MIS HERMANOS.

DEBORAH: YO CON MI PADRE, POR SI ALGUNA VEZ NO ENTIENDO.

¿Vosotras, cuando veis la televisión, habláis con vuestros padres?

TODAS: SI, HABLAMOS.

¿Qué aspectos positivos tiene para vosotras ver la televisión?

MARÍA SANZ: NO LO SÉ.

Mª DEL VAL: PARA INFORMARTE O PARA VER ALGO QUE TE GUSTA.

CRISTINA: (no hay contestación).

DEBORAH: VER DOCUMENTALES EN GENERAL, BIEN PARA APRENDER O PARA CONCIENCIARSE.

¿Y qué aspectos negativos?

MARÍA SANZ: LAS TRAVESURAS.

Mª DEL VAL: ALGÚN PROGRAMA BÉLICO.

CRISTINA: LA VIOLENCIA EN LAS PELÍCULAS.

DEBORAH: YO TAMBIÉN LA VIOLENCIA. POR EJEMPLO, MI PRIMO VE MUCHO LA TELE Y VE MUCHO EL CANAL 7 QUE LO TIENE Y ME LO CUENTA... DE GENTE QUE SE PEGA Y COSAS DE ESAS, EN PELÍCULAS Y EN PROGRAMAS.

¿Vosotras, cuando encendéis la televisión, la encendéis para ver algo que ya sabéis que ponen o para “ver lo que echan”?

MARÍA SANZ: ME DA IGUAL LO QUE PONGAN.

Mª DEL VAL: PUES YO NO, PARA VER UNA COSA EN CONCRETO, SI NO, NO VEO NADA.

CRISTINA: PARA VER ALGO EN CONCRETO.

DEBORAH: YO LO QUE PONGAN... COMO NO ES PARA DIVERTIRME, ES PARA NO ABURRIRME.

¿Cómo os informáis de lo que se va a emitir? (a M^a del Val y Cristina)

M^a DEL VAL: MIS AMIGAS ME LO CUENTAN.

CRISTINA: MI MADRE SIEMPRE COMPRA LA REVISTA “TIEMPO”.

¿Veis todo lo que queréis de la televisión, es decir, veis todo lo que os gusta?

TODAS: NO.

¿Qué cosas os gustaría ver que no veáis?

DEBORAH: LOS SIMPSON. (¿Por qué no los ves?) PORQUE PRIMERO COMO Y LUEGO TENGO QUE HACER COSAS.

CRISTINA: ...¡HUM!.. . NO.

M^a DEL VAL: ME GUSTARÍA VER MÁS TIEMPO EL CANAL AJEDREZ. (¿Tú tienes Vía Digital?). SÍ.

¿Alguien más tiene plataformas digitales?

DEBORAH: MI PADRE TIENE CANAL PLUS.

CRISTINA: CANAL PLUS Y MADRITEL.

MARÍA SANZ: YO NO TENGO, ME GUSTARÍA VER UNA SERIE QUE ECHAN (título de la serie inaudible), NO LA VEO PORQUE ES MUY TARDE.

¿Qué hacéis cuando emiten algo que no os gusta, estáis viendo la televisión y, de repente, ponen algo que no os interesa?

MARÍA SANZ: ME VOY A OTRO LADO.

M^a DEL VAL: SI ES TARDE, LAS NUEVE O POR AHÍ, ME VOY A DORMIR Y, SI ES POR LA MAÑANA O POR LA TARDE, ME PONGO A JUGAR EN LA SALA DE JUEGOS.

CRISTINA: DEPENDE, NO SÉ, ME VOY A JUGAR.

DEBORAH: SI ES TARDE, ME VOY A DORMIR Y, SI ES POR LA MAÑANA, ME VOY A LA BIBLIOTECA.

¿Tenéis algo preferido de la tele, algo que os guste más que otras cosas: series, personajes, algún canal...?

MARÍA SANZ: LOS SIMPSON.

M^a DEL VAL: EL CANAL AJEDREZ Y EMBRUJADAS.

CRISTINA: NO SÉ NI LO QUE ECHAN.

DEBORAH: LOS SIMPSON.

Si ponen publicidad en medio de vuestro programa favorito, ¿qué hacéis?

DEBORAH: HABLO CON MI PADRE.

M^a DEL VAL Y CRISTINA: HABLO CON MIS PADRES.

MARIA SANZ: HABLO CON MI MADRE Y, SI ES MUCHO TIEMPO, ME VOY A HACER DEBERES.

¿Habláis de lo que se ve en la televisión, o de otras cosas?

TODAS: DE LO QUE SE VE, DEL COLE Y DE OTRAS COSAS.

¿Qué otras alternativas elegís, en vuestro tiempo libre, antes de ver la televisión?

MARÍA SANZ: JUGAR.

M^a DEL VAL: LOS ESTUDIOS.

CRISTINA: LOS DEBERES.

DEBORAH: LOS DEBERES O LA BIBLIOTECA.

¿Qué cambiaríais de la televisión en la actualidad? Y, ¿por qué?.

MARÍA SANZ: LAS NOTICIAS NO ME GUSTAN.

M^a DEL VAL: LAS TELENOVELAS Y LOS PROGRAMAS DEL CORAZÓN. LOS PROGRAMAS DEL CORAZÓN ME PARECE QUE SE METEN DONDE NO LES LLAMAN Y LAS TELENOVELAS ME PARECEN MUY EXTRAVAGANTES, SE REPITEN SIEMPRE HABLANDO DE LO MISMO...

CRISTINA: LAS PELÍCULAS DE TERROR POR ALGO MÁS EDUCATIVO, POR DOCUMENTALES O PASAPALABRA QUE SIEMPRE APRENDES ALGO.

DEBORAH: CAMBIARÍA LAS NOTICIAS, ME DA PENA CUANDO VEO A GENTE MUERTA...Y NO PODER AYUDAR.

Pero, ¿las noticias son algo que es real?

DEBORAH: SÍ, TIENES QUE SABER LO QUE PASA POR EL MUNDO... SÍ, IMAGÍNATE QUE NO SABES QUE HAY UNA GUERRA EN AFGANISTÁN Y TE VAS ALLÍ DE VIAJE...

¿Habéis pasado alguna vez miedo viendo la televisión? Contadme la situación, si recordáis alguna imagen,...

MARÍA SANZ: SÍ.

M^a DEL VAL: NO SÉ, QUIZÁS.

CRISTINA: NO ME ACUERDO.

DEBORAH: YO QUE ESTABA EN CASA DE MI TÍA MANUELI, QUE TIENE UN NIÑO CHIQUITÍN Y ESTABA AYUDÁNDOLE A HACER LA PAPILLA, Y VAMOS AL COMEDOR A

COGER EL BIBERÓN Y ESTABA MI TÍO VIENDO LA... ESTO ¿CÓMO SE LLAMA? NO ME ACUERDO, UNA PELÍCULA QUE... COMO DEL SILENCIO DE LOS CORDEROS Y COMO TIENE DVD LO PONE COMO DE MÁS MIEDO... Y PASÉ Y SÓLO VI ESA IMAGEN Y TUVE MUCHO MIEDO.

¿Os gustaría participar de alguna manera en televisión?

MARÍA SANZ: NO.

Mª DEL VAL: NO ME IMPORTARÍA.

¿De qué manera?

Mª DEL VAL: ...EH, EN CUALQUIER ASPECTO, MENOS EN PELÍCULAS, COTILLEOS Y TELENÓVELAS.

¿En concreto? Algún ejemplo.

Mª DEL VAL: YO QUE SÉ. EN ANUNCIOS, EN ALGUNA SERIE QUE ME GUSTA O EN EL CANAL AJEDREZ.

CRISTINA: CANTANDO, BAILANDO..

DEBORAH: A MÍ O EN DOCUMENTALES O EN PROGRAMAS PARA NIÑOS.

¿De qué forma te gustaría participar?

DEBORAH: PUES, AYUDANDO O ESTANDO ALLÍ CON OTROS NIÑOS...

Imagen 1: “Tres amigos y Jerry”.

¿Qué os ha parecido?

DEBORAH: MUY RAROS Y EL PADRE MUY VIOLENTO, AUNQUE TIENE RAZÓN EN LO DE LA TELEVISIÓN, EN QUE LA MAYORÍA DE LOS NIÑOS ESTÁN TODO EL RATO VIENDO LA TELE Y NO AYUDAN A SUS PADRES NI RECOGEN SU CUARTO.

Mª DEL VAL: YO PIENSO LO MISMO.

MARÍA SANZ: EL PADRE QUE CHILLA, SE PASA.

Y ¿qué pensáis del tema que tratan las imágenes?

DEBORAH: PUES QUE ESTÁ BIEN QUE LOS PADRES SE LO DIGAN A LOS HIJOS Y QUE LOS EDUQUEN BIEN PORQUE SI NO, ESTAR TODO EL DÍA DELANTE DEL TELEVISOR, NO TIENE GRACIA, PODÍAN DAR UN PASEO, POR EJEMPLO. ¡HOMBRE!, SI ES INVIERNO, PUES A LOS DEBERES Y QUE SE ENTRETENGAN CON LOS JUEGOS... YO QUE SÉ.

Mª DEL VAL: YO PIENSO QUE ES MEJOR LEER QUE VER LA TELE, HAY MAS COSAS INTERESANTES ESCRITAS EN LOS LIBROS QUE PUESTAS EN LA TELEVISIÓN.

DEBORAH: Y, LUEGO, ENCIMA APRENDES MÁS PALABRAS QUE EN LA TELEVISIÓN QUE SOLO HAY VIOLENCIA.

¿Tú que entiendes por violencia?

DEBORAH: PUES LA GENTE QUE MATA Y LAS GUERRAS.

Mª DEL VAL: PERSONAS QUE MALTRATAN A ALGUIEN EN ALGÚN ASPECTO.

Imagen 2: “Spot Telecinco: Ver televisión con personas mayores”.

¿Lo habéis visto?

Mª DEL VAL Y DEBORAH: SÍ.

¿Qué os parece?

DEBORAH: TIENEN RAZÓN, ESE SÍ QUE ES EDUCATIVO.

Mª DEL VAL: TIENEN RAZÓN AL MIL POR MIL.

A ver cuéntanos, ¿por qué tienen razón?

Mª DEL VAL: LOS PADRES, SI NO ENTIENDES ALGO, TE PUEDEN EXPLICAR ESO O ALGO DERIVADO DE ESO, TE LO PUEDEN EXPLICAR Y DARTE UNA EXPLICACIÓN MÁS EDUCATIVA.

DEBORAH: Y, ADEMÁS. SI TU QUIERES VER ALGO Y NO LO PUEDES VER, BUENO NO ES QUE NO LO PUEDAS VER ES QUE NO SE TIENE QUE VER; PUES, TUS PADRES NO TE DEJAN VERLO Y, ASÍ, ES MEJOR.

Mª DEL VAL: POR EJEMPLO, EN AFGANISTÁN, ESTABAN CON BOMBAS Y CON COSAS Y YO SE LO PREGUNTÉ A MI PADRE QUE POR QUÉ HACÍAN ESO, YO NO LO ENTENDÍA Y ME LO EXPLICARON.

¿Con qué otras personas, aparte de vuestros padres, habláis de lo que veis en la tele?

CRISTINA: CON MIS HERMANOS MAYORES.

DEBORAH: CON MI ABUELA.

Mª DEL VAL: CON MI ABUELA.

MARÍA SANZ: CON MI HERMANO MAYOR.

¿Pensáis que ver la televisión con vuestros padres o con personas mayores os aporta algo más que verla sin ellos?

Mª DEL VAL: SÍ, MÁS EDUCACIÓN, VER DE OTRA FORMA LAS COSAS QUE VES.

Y, verla sin ellos, ¿os aporta algo también?

Mª DEL VAL: PUES SI NO ENTIENDES ALGO, PUES TE AGUANTAS, Y NO TE APORTA NADA.

Imagen 3: “Blooson”.

Mª DEL VAL: MUY IRRESPONSABLES, APROVECHARSE DE QUE LOS PADRES NO ESTÁN PARA PONERSE AHÍ A BEBER ALCOHOL. MUY IRRESPONSABLES.

DEBORAH: COMO DICE ELLA, QUE SON MUY IRRESPONSABLES Y, ADEMÁS, SI, POR EJEMPLO, SUS PADRES LES DICEN QUE NO BEBAN ALCOHOL Y ELLAS BEBEN, IGUAL PUEDEN HACER QUE SI LE DICEN QUE NO SE TIREN DE UN PUENTE Y ELLAS SE TIRAN.

¿Habéis visto algún aspecto positivo en estas imágenes?

Mª DEL VAL: NO.

DEBORAH: NO.

CRISTINA: SÍ, QUE LA CHICA DECÍA QUE A SU HERMANO LE HABÍA PASAO LO MISMO O ALGO ASÍ Y QUE ELLA DECÍA QUE NO BEBÍA PERO LUEGO HA DICHO QUE SI TÚ QUERÍAS BEBER QUE BEBIERAS, PERO ESO NO LO TENÍA QUE HABER DICHO, TENÍA QUE HABER DICHO MEJOR QUE NO BEBAMOS.

MARÍA SANZ: YO CREO QUE TENÍA QUE HABER DICHO, DESDE EL PRINCIPIO TENÍA QUE HABER DICHO, QUE ELLA NO BEBÍA, NO DESPUÉS, QUE LO HUBIERA PENSADO ANTES.

¿Habéis hablado de este tema del alcohol con alguien antes?

TODAS: CON MIS PADRES.

¿Conocéis a alguien que viva estas situaciones?

DEBORAH: YO SÍ, YO UN CHICO DE MI BARRIO QUE HACE TRES AÑOS, TIENE AHORA CATORCE, Y A LOS ONCE AÑOS EMPEZÓ A BEBER Y A FUMAR Y, AHORA, LE HAN LLEVADO A UN ESPECIALISTA PA QUE NO TENGA GANAS DE BEBER Y FUMAR PERO EL NIÑO LO ESTÁ PASANDO MUY MAL.

O sea, que se pasa mal si no haces caso a estos consejos que te dan los padres...

Mª DEL VAL: SÍ, SE CREEN QUE LOS PADRES LO HACEN PARA DARTE MIEDO Y NO ES ASÍ.

Imagen 4: “Compañeros”.

Mª DEL VAL: YO CREO QUE LOS NIÑOS NO DEBERÍAN DE VER ESTAS SITUACIONES.

¿Te refieres a estas imágenes o a esta situación dentro de la serie?, Y, ¿por qué?

Mª DEL VAL: NI LA SITUACIÓN NI LA ESA SERIE, NO SÉ... PORQUE SE DEBE DE SUFRIR MUCHO. CREO, QUE VEAS QUE TU MADRE, CREO QUE SERÁ SU MADRE, ESTÉ EN ESA SITUACIÓN Y QUE LE DIGA ESAS COSAS AL NIÑO QUE, AUNQUE ELLA NO LO SIENTA, EL NIÑO VA A SUFRIR, YO PIENSO.

DEBORAH: YO CREO LO MISMO QUE ELLA, PUES QUE NO DEBERÍAN VER ESO LOS NIÑOS Y QUE LA MADRE DEBE DE TENER UN GRAN VACÍO, PERO, AUNQUE TENGA ESE GRAN VACÍO, YO CREO QUE NO TIENE PORQUÉ BEBER Y, LUEGO, PUES NO DECIRLE ESO A SU HIJO, PORQUE SU HIJO TAMBIÉN LO VA A PASAR MUY MAL.

CRISTINA: ES QUE NO TIENE CULPA.

¿Veis algo positivo de que se emita eso en la tele?

TODAS: NO.

¿Algo negativo?

TODAS: SÍ.

DEBORAH: PUEDE VER ESO EL HIJO Y LUEGO METERSE EN LO MISMO QUE SU MADRE.

¿Alguna situación parecida que vosotras conozcáis?

TODAS: NO

Imagen 5: “Vacaciones de ensueño”.

MARÍA SANZ: PUES, MUY BIEN PARA LAS PERSONAS QUE LES GUSTE EL CRUCERO.

CRISTINA: YO VEO BIEN PARA LA PERSONA QUE SEA RICA.

Mª DEL VAL: YO VEO BIEN QUE LO ANUNCIEN Y QUE HAGAN PUBLICIDAD, PERO QUE LO ANUNCIEN AHÍ EN LAS NOTICIAS... PARA... ES QUE NO SÉ PARA QUÉ, NO LO VEO...

DEBORAH: ESO ES MUY COMPETITIVO Y PUBLICITARIO, ES VERDAD, Y LUEGO QUE TE VAN A ENSEÑAR QUE PA PONERTE AHÍ LOS DIENTES LARGOS. ESO NO TIENE QUE SER ASÍ, PRIMERO LA COMIDA Y LA CASA Y YA ESTÁ, Y LUEGO LOS DEMÁS,... SIGUE PERDONA.

¿Y, desde el punto de vista social, que hagan un viaje de setenta millones de pesetas, cómo lo veis?

DEBORAH: ...PUES UN DINERO MAL GASTAO. LO MISMO, VALE..., IGUAL TE PUEDES IR A ESA PLAYA O A LA DE CASTELLÓN, DA IGUAL, O TE PUEDES ESTAR EN TU CASA CON TUS PADRES Y DAR VIAJES DE PASEOS Y COSAS DE ESAS, NO ME HACE FALTA DINERO PARA EL AMOR.

CRISTINA: YO PREFIERO IRME A VALENCIA, AUNQUE FUERA MULTIMILLONARIA, A IRME AHÍ.

Tú, si fueras multimillonaria, ese dinero ¿a qué lo podrías dedicar?

DEBORAH: AL CÁNCER Y COSAS DE ESAS. MI PADRE DICE QUE SI LE TOCAN LOS MILLONES QUE LA MITAD DE ELLOS LOS VA A DAR.

Mª DEL VAL: EN OBRAS BENÉFICAS, ESTARÍA BIEN.

CRISTINA: NO HAY QUE SER TAN EGOISTA, SETENTA MILLONES PA TÍ Y LAS DEMÁS PERSONAS QUE HAY, POR EJEMPLO, EN UN ORFANATO QUE SE ESTÉN PUDRIENDO.

DEBORAH: POR EJEMPLO, ME TOCAN MIL MILLONES: CIEN PA MÍ, CIEN PA MÍ... Y PA LOS POBRES NADA, PUES ESO NO ES.

CRISTINA: IGUAL QUE YO, YO LE DARÍA LA MITAD A LOS POBRES Y, LUEGO, PUES EN ESTUDIOS Y...

DEBORAH: YO SEGUIRÍA IGUAL AUNQUE ME TOCARA EL DINERO.

Mª DEL VAL: Y NO ME COMPRARÍA UNA MANSIÓN TAMPOCO, UN PISO COMO MUCHO, UN CHALET, PERO NADA MÁS.

DEBORAH: YO, ARREGLAR LA CASA Y YA ESTÁ.

Imagen 6: “Pato Donald”.

DEBORAH: PUES EL DONALD MUY EDUCATIVO. SI AHORRAS PUEDES COMPRARTE LUEGO UN ROBOT ÚLTIMO MODELO QUE SE PUEDA TRASLADAR CON LA MAQUINITA ESA, QUE NO SÉ COMO SE LLAMA, Y TE CUESTA 5000 PESETAS Y QUIERES QUE TE LO COMPRE TU PADRE. PUES SI TIENES TU DINERO AHORRAO Y PUEDES TÚ COMPRARLO MEJOR.

Mª DEL VAL: PUES, PIENSO QUE SI TÚ AHORRAS LO QUE TE DEN A LA SEMANA O EL MES, TE PUEDE SERVIR LUEGO PARA COSAS QUE TE QUIERAS COMPRAR Y, ASÍ, NO HACES QUE SE GASTEN TUS PADRES EL DINERO QUE PUEDE SERVIR PARA ARREGLAR LA CASA, PARA COMPRAR ALGO QUE SE NECESITE.

CRISTINA: YO LO VEO BIEN PORQUE CUANDO SEA MAYOR ME PODRÉ PAGAR YO LA UNIVERSIDAD Y LOS ESTUDIOS Y TODO Y SI, ALGÚN DÍA, MIS PADRES NECESITAN DINERO, SE LO PUEDO PRESTAR Y, SI ME LO DAN, BIEN Y, SI NO, PUES TAMBIÉN.

Y tú, ¿qué has visto en las imágenes?

MARÍA SANZ: QUE DONALD ES EDUCATIVO, AHORRA.

¿Habéis entendido todas las imágenes?

Mª DEL VAL: A MÍ, ME PARECE UN POCO LO DEL PRINCIPIO LO DE LOS PUROS... NIÑOS.

CRISTINA: PERO NO SABEMOS TAMPOCO PARA QUIÉN SE LOS COMPRAN...

¿No era el cumpleaños del Pato Donald?...

DEBORAH: SÍ, QUE ERA EL REGALO, ESTABAN MIRANDO A VER EL REGALO.

CRISTINA: PODÍAN HABER AHORRADO ANTES, ES COMO SI SE LOS HUBIERA PAGADO DONALD.

DEBORAH: NO, TAMBIEN LO HAN HECHO ELLOS QUE HAN BARRIDO Y CORTADO EL JARDÍN Y ESO.

Mª DEL VAL: PERO LUEGO LE HAN PASAO LA FACTURA.

DEBORAH: A MÍ, MI PADRE ME DA A LA SEMANA DOS Ó TRES EUROS, SEGÚN ME PORTE, Y COMO ME PORTO BIEN ME DA TRES Y YO ME COMPRÉ UNA HUCHA QUE TIENE CANDAO CON SU LLAVE Y PUSE EL CANDADO Y LA LLAVE SE LA DÍ A MI PADRE Y LE DIJE: TOMA SI QUIERES LA GUARDAS Y SI NO LA TIRAS Y, ASÍ, LO TENGO GUARDAO, Y NO SE ABRE POR DEBAJO NI NADA.

Imagen 7: Spot: Reciclaje.

DEBORAH: PUES ESTÁ BIEN PROFE!!! YO TENGO EN MI CASA TRES CUBOS, UNO QUE ES PARA CARTÓN, OTRO PARA VIDREO Y TODO, ESO QUE ES AMARILLO, Y OTRO QUE

ES PARA EL VERDE. HAY MUCHA GENTE QUE LO TIRA ASÍ, COMO NADA, Y LUEGO TARDA MILES DE AÑOS EN PODER RECICLARLO.

Mª DEL VAL: PUES, YO SÉ, PASARON UNOS DE LA TELE PARA HACER UN REPORTAJE A DONDE YO VOY A JUGAR AL AJEDREZ Y NECESITABAN EL SITIO Y A TODOS LOS NIÑOS QUE ESTÁBAMOS NOS HICIERON COMO UNA ENCUESTA PARA VER QUÉ PENSÁBAMOS Y, LUEGO, ESTUVIMOS HABLANDO E HICIMOS COMO EL ANUNCIO ESE QUE SALEN LOS TRES NIÑOS Y NOS DIJERON QUE RECICLÁRAMOS Y NOS DIERON TRES CUBOS.

¿Y qué pensáis vosotras de esta imagen?, ¿para qué pensáis que se emite esto?

CRISTINA: POR EJEMPLO, SI TÚ RECICLAS CRISTALES PUES, LUEGO, SE VAN A PODER HACER MÁS BOTELLAS Y COSAS Y, SI RECICLAS PAPEL, SE PUEDEN HACER MÁS FOLIOS Y NO TIENEN QUE CORTAR TANTOS ÁRBOLES Y EL PLÁSTICO, PUES, IGUAL.

MARÍA SANZ: LO MISMO QUE ELLA.

Mª DEL VAL: SÍ, PERO LUEGO QUE COLABOREN UN POCO ELLOS PORQUE DONDE YO VIVO HAY UN CUBO AMARILLO, UN CUBO AZUL, UN CUBO VERDE Y EL DE LA BASURA NORMAL Y LUEGO UNO DE METAL Y ESTAMOS JUGANDO Y EN VEZ DE LLEVARSE UN CUBO DE BASURA, ¡EH! LLEVARSE, POR EJEMPLO, EL CONTENEDOR VERDE, SE LLEVÓ EL VERDE, EL AMARILLO Y EL AZUL Y TODOS EN UN MISMO CONTENEDOR Y SI NOSOTROS LO RECICLAMOS...

¿Normalmente recicláis?

DEBORAH: YO SÍ, YO TENGO EN CASA LOS TRES CUBOS.

Mª DEL VAL: Y SI RECICLAMOS LO NORMAL ES QUE ELLOS TAMBIÉN APORTEN POR SU PARTE.

CRISTINA: SÍ.

MARÍA SANZ: SÍ.

DEBORAH: Y, LUEGO, PROFE, EN MADRID, HAY UNOS CACHARROS QUE ES PARA LAS HECES DE LOS ANIMALES, PARA DESCOMPONERLOS Y ESO IGUAL QUE LAS PERSONAS Y AHORA AQUÍ, EN ALCALÁ, ESTÁN PONIENDO UNOS POCOS Y EL OTRO DÍA TAMBIÉN UNAS PAPELETAS Y ANTES DE QUE EXISTIERAN LOS DE MADRID Y ESO RECOGÍA LAS CACAS DE LOS PERROS, PORQUE SI NO SE PISABAN...

Imagen 8: “Hot wheels”.

Mª DEL VAL: MAL.

CRISTINA: ME PARECE FATAL, YO UNA VEZ CUANDO ERA PEQUEÑA, VÍ UNA MUÑECA QUE ME ENCANTABA Y HACÍA UN MONTÓN DE COSAS Y, LUEGO, ME LA COMPRARON MIS PADRES POR REYES Y NO HACÍA NADA, O SEA, TODO LO QUE SE VEÍA EN LA TELEVISIÓN LUEGO NO HACÍA NI LA MITAD.

Mª DELVAL: ESTO LO VEO MUY MALO PARA LOS NIÑOS, MUY MAL, PORQUE, POR EJEMPLO, SI EL LÍMITE DEL GASTO ECONÓMICO DE LOS PADRES COMPRÁNDOLE CUATRO O CINCO COCHES DE UN ESCAPARATE DE ESOS “HOT WHEELS” SON DIEZ MIL PESETAS Y, SI SE LOS COMPRAN SIN MARCA SON MENOS DINERO, YO CREO QUE

SI DICEN QUE SI NO SON “WHEELS” NO SON COCHES DE VERDAD PUES ME PARECE MAL, SON ESTRATAGEMAS PUBLICITARIAS.

DEBORAH: YO DIGO TAMBIÉN LO MISMO QUE ELLA. ES LO QUE IBA A DECIR YO, ES QUE ES VERDAD PROFE. YO DE PEQUEÑA ME GUSTABA UNA MUÑECA QUE DECÍAN QUE HACÍA PIPÍ, CAQUITA -COSITAS QUE DECÍAN- QUE SE COMÍA LA COMIDA Y TODO ESO. Y MI PADRE NO PODÍA COMPRAR ESO PORQUE ADEMÁS NOS TENÍAMOS QUE IR PORQUE SE ACABABA DE MORIR SU ABUELO Y ME COMPRÓ UNA QUE ERA DE LOS VEINTE DUROS Y A MÍ ME GUSTÓ IGUAL PORQUE TAMBIÉN HACÍA PIS Y CACA PUES ¡¡¡HALA!!!.

MARÍA SANZ: PUES YO ESE ANUNCIO LO VEO MAL PORQUE, POR EJEMPLO, MI HERMANO PEQUEÑO DICE: “YO QUIERO ESO O NO SÉ QUÉ” Y, LUEGO, LO DEJA POR AHÍ TIRAO, LO ROMPE...

CRISTINA: ES VERDAD, HAY MUCHOS NIÑOS QUE SON MUY DESCUIDADOS, Y LE COMPRAN ALGO QUE HA ESTAO PIDIENDO VEINTE MIL DÍAS Y YA, CUANDO SE LO COMPRAN, YA VE OTRA COSA AL OTRO DÍA Y YA NO LE GUSTA Y QUIERE OTRA COSA.

Mª DEL VAL: IGUAL QUE LE PASA A MI HERMANA.

DEBORAH: Y MI VECINO.

Imagen 9: “D.G.T.”.

DEBORAH: ME PARECE MUY BIEN.

CRISTINA: A MÍ, TAMBIÉN.

Mª DEL VAL: PUES, A MÍ, ME PARECE REGULAR.

¿Dinos por qué Mª del Val?

Mª DEL VAL: PORQUE TÚ AHÍ LES VES Y SE PUEDE PENSAR QUE HAN TENIDO UN ACCIDENTE Y YO CREO QUE ESO PODRÍAN HACER UN ANUNCIO CON UN COCHE QUE SE PARARA Y DIJERA: “VAMOS A DORMIR”. PERO AHÍ SE VE A LA NIÑA LLORANDO Y PARECE QUE LES HA PASADO ALGO, PERO TAMBIÉN LO QUE ME PARECE BIEN ES QUE DIGAN QUE HAY QUE DORMIR, QUE ADVIERTAN.

DEBORAH: A MÍ, SÍ ME PARECE BIEN PORQUE TAMBIÉN HAY UNA LÍNEA ASÍ BLANCA PA LOS QUE SE QUIERAN PARAR Y NO CREO QUE LA GENTE SE PARE AHÍ APOSTA PARA VER. ESTÁ MUY BIEN, ADEMÁS, MIRA, HACE UNA SEMANA O ASÍ HUBO UN ACCIDENTE DE COCHE PORQUE EL SEÑOR LLEVABA NO SÉ SI ERAN CINCO O SEIS HORAS SEGUIDAS EN LA CARRETERA.

CRISTINA: YO CUANDO FUI A RIVAS ESTABAN COMO ESOS, HABÍA UNA FAMILIA CON NIÑOS PEQUEÑOS QUE ESTABA PARA O EN ESO BLANCO Y PARECÍA QUE ESTABAN DORMIDOS Y, LUEGO, ES QUE HABÍAN TENIDO UN ACCIDENTE.

¿Y, a ti, te ha confundido entonces este mensaje?

CRISTINA: SÍ, CLARO ES QUE TE CONFUNDE PORQUE FUIMOS A RIVAS Y HABÍA ALLÍ UN COCHE PARA O Y TODO EL MUNDO CREÍA... PORQUE ESTABA EN LA ZONA DE

DESCANSO Y SE PARÓ EL AUTOBUSERO PARA VER SI LES HABÍA PASADO ALGO Y ES QUE HABÍAN TENIDO UN ACCIDENTE.

¿Pensáis que estos dos últimos anuncios que hemos visto tienen algo en común?

TODAS: NO.

¿Cuál de los dos os ha gustado más?

TODAS: EL SEGUNDO.

¿Por qué?

DEBORAH: ESTE ES EDUCATIVO Y EL OTRO NO, EL OTRO ES PARA COGER DINERO.

CRISTINA: TE ATRAE PARA QUE LO COMPRES Y ÉSTE, EN CAMBIO, TE BENEFICIA, ASÍ, NO PUEDES TENER NINGÚN ACCIDENTE.

¿Lo que acabáis de ver, todo lo que habéis visto pensáis que es realidad o ficción?

MARÍA SANZ: REALIDAD.

¿Por qué?

MARÍA SANZ: PORQUE LO SACAN PUES LOS JUGUETES...

¿Eso puede pasar en la vida real?

MARÍA SANZ: SÍ.

CRISTINA: HAY NIÑOS QUE PASA LO MISMO QUE LA GENTE COMO EN LA SERIE ESA QUE SALÍA, SUPONGO QUE SERÍA SU MADRE, QUE ESTABA BEBIENDO PUES HAY MUCHAS FAMILIAS QUE TAMBIÉN Y, ADEMÁS, QUE LOS PADRES MALTRATAN A LAS MUJERES Y AHORA SE ESTÁ VIENDO. YO EL OTRO DÍA VI EN LAS NOTICIAS QUE AHORA HAY QUIENES MALTRATAN LOS HIJOS A LOS PADRES Y, ESO, ES DE VER LA TELEVISIÓN QUE TE ENSEÑAN VIOLENCIA Y LAS SERIES ESTAS QUE TE ENSEÑAN COSAS ASÍ.

¿Qué series?

CRISTINA: ANTES SE HA VISTO QUE ESTABA LA MUJER BEBIENDO Y SE HA VISTO A LA OTRA CHICA QUE LE ESTABA DICIENDO COSAS A LA MADRE, BUENO SE SUPONE QUE SERÍA LA MADRE, PORQUE SI NO... Y LE ENSEÑAN A HACER MALDADES.

Y tú, Deborah ¿cómo lo ves?

DEBORAH: YO PIENSO QUE ALGUNAS COSAS SÍ ES REALIDAD Y OTRAS NO. POR EJEMPLO, LO DEL RECICLAJE Y ESO SÍ HAY PERSONAS QUE TIRAN Y A LO LOCO, O HAY, COMO HA DICHO, POR EJEMPLO, NO SÓLO LO DEL RECICLAJE ESE, TAMBIÉN HAY PILAS QUE SON RADIOACTIVAS Y TARDAN MILES DE AÑOS EN QUITARSE LA RADIOACTIVIDAD Y LAS TIRAN COMO SI FUERA CHICLE, POR EJEMPLO, ESO; Y TAMBIÉN LO DE LA MADRE, QUE TAMBIÉN HA PASADO, PORQUE UNA COMPAÑERA MÍA, QUE VA A OTRO COLEGIO, ES POLACA Y SU PADRE BEBE Y ALGUNAS VECES LAS COGE DEL CUELLO Y TODO ESO, O SEA, QUE ESO SI ES REALIDAD; PERO, POR

EJEMPLO, ALGUNAS COSAS NO, PORQUE LO DE LOS COCHES ES PARA ANUNCIAR Y PARA QUE LO COMPRES.

¿Qué diferencia pensáis vosotras que hay entre lo que veis en la tele y la realidad?

DEBORAH: PUES LOS ANUNCIOS DE JUGUETES PORQUE LO DEMÁS ES TODO REALIDAD, LAS PELEAS, LOS MALTRATOS, TODO.

Una cosa, ¿lo que hemos visto aquí estaba sucediendo aquí realmente, ese niño estaba aquí? o ¿qué ha pasado aquí?

DEBORAH: ERA CIENCIA FICCIÓN, O SEA, ES QUE ELLOS LO HAN MONTADO Y, LUEGO, LO HAN ESTADO GRABANDO, NOSOTROS CUANDO FUIMOS AL CLUB MEGATRIX...

¿Has ido al Club Megatrix?

DEBORAH: SÍ, Y ELLAS TAMBIÉN CREO, CON EL COLEGIO.

TODAS: SÍ.

DEBORAH: Y ERA LO MISMO, COSAS DE ESAS Y NO ESTÁ PASANDO DE VERDAD, ES MENTIRA.

María, ¿cómo lo ves?

MARÍA SANZ: PUES...

¿Algo que veas en la televisión es real, está pasando ahí?

MARÍA SANZ: NO.

CRISTINA: BUENO, DEPENDE, YO ES QUE LAS NOTICIAS HAY MUCHAS COSAS QUE SON VERDAD, NO TE VAN A PONER EN LAS NOTICIAS ALGO QUE TE ESTÁN ADVIRTIENDO PA QUE NO LO HAGAS Y LUEGO ES MENTIRA. POR EJEMPLO, LO DE LA GUERRA DE AFGANISTÁN, ESA CONTRA ESTADOS UNIDOS, TE ESTÁN PONIENDO IMÁGENES DE REALIDAD NO SON DE MENTIRA.

¿Y tú cómo lo ves, María?

MARÍA SANZ: PUES QUE HAY COSAS QUE SON REALES Y OTRAS PUES QUE NO PORQUE LO DE LA GUERRA DE AFGANISTÁN ES. Y LO DE LOS JUGUETES ATRAE A LOS NIÑOS Y LO OTRO...

Mª DEL VAL: PUES YO NO LAS ASOCIO NADA A LA VIDA REAL.

¿Por qué?

Mª DEL VAL: ES QUE NO SÉ, CREO QUE SITUACIONES NO SE PUEDEN DAR... PERO VISTO YA QUE ES LA REALIDAD PORQUE LO DICEN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y, ESO, SE VE QUE ES VERDAD, PERO NO SE PUEDE IMAGINAR QUE ESO SEA VERDAD.

¿Esto que hemos visto estaba pasando realmente, mientras lo estábamos viendo, estaba sucediendo?

Mª DEL VAL: NO, ESO ERA UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA, PARA SIMULAR LO QUE PODRÍA PASAR.

Y ¿el resto de cosas, las imágenes de los viajes, era realidad?

Mª DEL VAL: SÍ, BUENO, ESO ESTRATAGEMA PUBLICITARIA.

CRISTINA: BUENO,... DEPENDE, PORQUE HAY, A VECES, QUE TE ANUNCIAN Y, LUEGO, NO TE ATIENDEN MUCHO, TE ENSEÑAN AHÍ UN HOTEL DE LUJO Y, LUEGO, VAS Y NO TIENEN CASI NADA.

DEBORAH: CLARO, IGUAL QUE LO DE LOS BARCOS, TE SALE UN SEÑOR DESDE EL MAR, AHÍ TODO CHULO CON LA BANDEJITA Y, LUEGO, VAS Y TIENES QUE SUBIR AL BARCO PA TOMÁRTELO.

Mª DEL VAL: PUES A NOSOTROS, A LOS DEL CLUB DE AJEDREZ, NOS PAGARON UN VIAJE A CANARIAS, CON TODOS LOS LUJOS Y TODO PARA IR AL CAMPEONATO DE ESPAÑA Y, LUEGO, ERA UN HOTEL EN EL FIN DEL MUNDO, AVIONES MALOS Y CON TODO LO QUE ANUNCIABA, ¡ENCIMA!

O sea que la publicidad no es todo lo que dice...

Mª DEL VAL: NO.

CRISTINA: ALGUNAS COSAS SÍ Y OTRAS NO.

Entonces, ¿tú cómo te sentiste ahí?

Mª DEL VAL: UN POCO ENGAÑADA.

Imagen 10: “Desesperado Club Social”: Animales abandonados.

CRISTINA: ¡QUÉ PENA!, IRIS Y ZEUS, MIS PERROS QUE TENÍA ANTES, SÍ QUE TUVIERON SUERTE, PORQUE SU DUEÑO LOS HABÍA DEJADO EN UN RÍO, LOS HABÍA TIRADO AL RÍO DESDE UN PUENTE Y ESTABAN MUY HERIDOS Y SE RECUPERARON Y LOS LLEVARON A LA PERRERA Y, UNA HORA ANTES DE QUE LOS MATARAN, FUIMOS NOSOTROS Y NOS LOS LLEVAMOS. ERAN MÁS BONITOS...

¿Qué os han parecido estas imágenes?

DEBORAH: YO, POR EJEMPLO, HA SALIDO ALGUNAS VECES EN LAS NOTICIAS QUE UN SEÑOR... MORDIÓ UN PERRO A UN SEÑOR Y EL DUEÑO DEL PERRO NO TENÍA DINERO, BUENO DIJO QUE NO TENÍA DINERO PARA PAGAR PARA QUE LO MATARAN O PARA QUE SE LO LLEVARAN Y COGIÓ ÉL UNOS ALICATES Y UNAS PINZAS CORTANTES Y EMPEZÓ A ACUCHILLAR AL PERRO; Y A MÍ ME DA MUCHA PENA Y, A VECES, ME HE PUESTO A LLORAR, PORQUE A MÍ LOS ANIMALES ME GUSTAN MUCHO. Y UNA VEZ, YO EN EL PUEBLO TENGO UN GATO QUE ME LO ENCONTRÉ ASÍ EN LA CALLE Y LE PUSE LAS VACUNAS Y TODO LO QUE LE HACÍA FALTA, EL COLLARÍN CON EL NOMBRE Y CON TODO Y AHORA VOY CADA VERANO Y YO LO DEJO SUELTO PARA QUE ANDE LIBRE Y VIENE TODOS LOS DÍAS A LA HORA DE COMER, DE DESAYUNAR Y DE CENAR.

MARÍA SANZ: NO LOS TIENEN QUE DEJAR SUELTOS POR AHÍ.

DEBORAH: CLARO, PORQUE HABÍA UNA MUJER QUE NO QUERÍA EL PERRO Y SE LO DIÓ A UNA AMIGA MÍA Y ESA AMIGA MÍA SE LO DIÓ A OTRA AMIGA MÍA, Y LA CHICA ESA SE TUVO QUE IR AL PUEBLO Y ME LO DEJÓ A MÍ PORQUE, CLARO, NO LO IBAN A DEJAR EN CASA SOLO SIN COMIDA NI NADA. SE IBAN UN MES Y ME LO DEJARON A MÍ Y, ASÍ, LO CUIDAMOS Y TODO PORQUE ES QUE SI NO... NO TENÍAN DONDE DEJARLO, Y ME PARECIÓ MUY BIEN PORQUE NO LO VAN A DEJAR POR AHÍ, POR LA CALLE.

¿Crees que esta imagen critica algo?

Mª DEL VAL: SÍ, CRITICA A LAS PERSONAS QUE SON TAN MALAS Y TAN CRUELES DE DEJAR A LOS ANIMALES POR AHÍ, PORQUE MI VECINO TENÍA UN GATO NEGRO MUY BONITO Y SE LO DEJÓ A LA VECINA DEL (PISO) “A” Y, COMO NO LO CUIDABA, AL DÍA SIGUIENTE CUANDO VINO LO HABÍA PILLADO UN COCHE PORQUE LA VECINA NO LO CUIDABA.

¿Y de qué forma pensáis que lo critica?

DEBORAH: PUES, LO CRITICA DE UNA FORMA MALA PORQUE LOS QUE DEJAN ABANDONADOS A LOS ANIMALES SON CRUELES, SON MALOS, PORQUE YO NO CREO QUE SI ELLOS FUERAN MASCOTAS DE OTRAS PERSONAS Y LOS ABANDONARAN NO SE SENTIRÍAN BIEN, IGUAL QUE LOS ANIMALES.

Imagen 11: “Los Simpson”.

(CRISTINA se asombra. RESTO: muy atentas).

DEBORAH: YO, AL PRINCIPIO, PIENSO QUE AUNQUE ELLA ESTÉ TAMBIÉN MUY MALA, ELLA QUIERE VENIR AL COLEGIO, IGUAL QUE YO EL OTRO DÍA TUVE CUARENTA DE FIEBRE Y VINE AL COLEGIO Y NO HE FALTAO NINGÚN DÍA, PERO HOMBRE... SI ESTÁ MALA... LA MADRE TAMBIÉN LA HA INCITADO UN POCO A QUE SE VICIE...

CRISTINA: UN POCO BASTANTE.....

DEBORAH: CLARO Y DEJAR LOS DEBERES SIN HACER Y ESO PORQUE YO SI ESTUVIERA MALA... QUE FALTE TAMBIÉN MUCHO PORQUE TUVE MIGRAÑAS, YO HICE TODOS LOS DÍAS LOS DEBERES. HOMBRE, JUGAR UN POQUITO... PERO NO CREO QUE TENGA NADA...

Mª DEL VAL: PUES YO HE VISTO... CREO QUE ES EL ÚNICO CAPÍTULO QUE HE VISTO COMPLETO DE “LOS SIMPSON”.

¿Tú lo habías visto?

Mª DEL VAL: SÍ, ES EL ÚNICO, PORQUE LOS DEMÁS DÍAS NO LO PUEDO VER, UN DÍA QUE ESTUVE MALA LO VÍ Y SÉ CÓMO ACABA EL CAPÍTULO, LA NIÑA NO ACABA LOS DEBERES Y COPIA EN EL EXAMEN Y, A MÍ, ME PARECE MAL PORQUE SE HA VICIAO A LA MÁQUINA Y LUEGO...

DEBORAH: PERO LA INVOCAN TAMBIÉN LOS PADRES...

Mª DEL VAL: Y LUEGO... Y LUEGO NO... Y LUEGO QUIERE FALTAR A CLASE LOS DÍAS DEMÁS... Y, A MÍ, ME PARECE MUY MAL QUE SE VICIE Y, LUEGO, NO ESTUDIE.

CRISTINA: ¡NO!, PERO LISA, LISA, ELLA QUERÍA VER EL PROGRAMA EDUCATIVO Y SU MADRE LE HA DICHO QUE SE VICIE A LAS COSAS ESAS, A LOS JUEGOS ESOS, A LAS

MAQUINITAS ESAS... Y, A MÍ, UNA VEZ, ME PASÓ QUE ES QUE EN LA RADIO TENGO UN JUEGO Y EMPECÉ A JUGAR AL JUEGUECITO Y, AL FINAL, QUE CASI NO HAGO LOS DEBERES, PORQUE MI MADRE, AL FINAL, ME DIJO QUE QUÉ HACÍA Y, LUEGO, AL FINAL ME PONÍA A PONER, CUANDO MI MADRE NO VEÍA AL FINAL Y YA HASTA QUE ME REGAÑÓ MI MADRE.

MARÍA SANZ: YO, AL PRINCIPIO, PUES ESTÁ BIEN PORQUE ESTA MALA Y NO TIENE QUE IR AL COLEGIO, PERO LUEGO CUANDO ESTÁ YA EN EL PROGRAMA EDUCATIVO LA TUVIERON, LA TUVO QUE DEJAR EN VEZ DE DECIRLA QUE SE PUSIERA A JUGAR, EN VEZ DE... PARA QUE APRENDIESE.

¿Pensáis que critican algo las imágenes?

MARÍA SANZ: NO.

DEBORAH: SÍ, CRITICAN A LOS VIDEOJUEGOS TAMBIÉN, POR EL VICIO.

¿De qué forma, de qué manera lo critican?

CRISTINA: PUES, POR EJEMPLO, HA HABIDO MUCHAS MANIFESTACIONES Y COSAS DE ESAS PARA EL JUEGO. POR EJEMPLO, LO HAY DE UN NIÑO QUE SALIÓ QUE JUGABA A UN VIDEOJUEGO QUE SE LLAMABA “LA CATANA” QUE MATÓ A SU FAMILIA ENTERA PORQUE SE CREÍA QUE ESTABA JUGANDO Y... YO CREO QUE LOS CRITICAN, PERO DE FORMA PARA QUE VEAN LO QUE PUEDE HACER UN VIDEOJUEGO, NO SIEMPRE, PERO PARA QUE VEAN LAS MADRES, LOS NIÑOS LO QUE PUEDEN HACER. YO CREO QUE LO CRITICAN, DE MOMENTO, BIEN.

DEBORAH: LOS VIDEOJUEGOS TAMBIÉN ENSEÑAN MUCHA VIOLENCIA PORQUE, UNA VEZ, EN LAS NOTICIAS EL AÑO PASAO, ME PARECE QUE FUE UN CHICO ESTUVO UN AÑO Y MEDIO JUGANDO A LA VIDEOCONSOLA Y NO PARABA DE JUGAR Y, ASÍ, SI SALÍA DE LA CASA ROBABA Y, UNA VEZ, MATÓ A ALGUIEN Y ME PARECE MUY MAL Y, ADEMÁS, ESOS JUEGOS NO SE DEBERÍAN DE VENDER... YO TENGO UNO QUE AL PRINCIPIO ES UN CORAZÓN PARTIDO A LA MITAD, ME LO COMPRÓ MI PADRE, QUE ES UN CORAZÓN QUE AL PRINCIPIO SE ROMPE Y VAN HACIENDO COSITAS PERO DE COMER COSAS, SETITAS Y ESO...

MARÍA DEL VAL: A MÍ, ME PARECE QUE NO SE DEBERÍA DE JUGAR A ESO Y ES QUE NO ENTIENDO POR QUÉ LA GENTE SE VICIA.

CRISTINA: PUES LO MISMO TE ENSEÑAN VIOLENCIA Y NO TE ENSEÑAN NADA BUENO Y, LUEGO, VAS Y VAS MANDANDO A LA GENTE, PORQUE TE CREES QUE ERES EL QUE JUEGA... PUES ME PARECE MUY MAL.

Imagen 12: Spot Campaña prevención consumo de tabaco.

DEBORAH: BIEN.

CRISTINA: ESO ESTÁ BIEN.

MARÍA DEL VAL: SÍ, ESTÁ BIEN, PORQUE ENSEÑA CÓMO DIVERTIRTE SIN HACER COSAS MALAS, SIN FUMAR, SIN BEBER...

DEBORAH: ESTE SÍ QUE ES UNO DE LOS ANUNCIOS MÁS EDUCATIVOS, ESE NO LO HABÍA VISTO YO.

CRISTINA: NI YO... PERO YA PODRÍAN EN VEZ DE IR A ESOS SITIOS PODRÍAN IR AL CINE... O A DAR UNA VUELTA POR LA PLAZA DE CERVANTES, LA DE AQUÍ... O YO QUE SÉ O IR...

DEBORAH: YO CREO QUE ES UNA FORMA DE DECIR QUE PUEDES DIVERTIRTE Y MUCHO, SIN HACER COSAS MALAS.

CRISTINA: YA PERO TAMBIÉN... ¡YO QUÉ SÉ...! EN HACER TODAS ESAS PIRUETAS QUE HA HECHO Y TODAS ESAS COSAS SE PODÍAN HABER QUEDAO EN UNA SILLA DE RUEDAS...

¿Y pensáis que critica algo este anuncio?

CRISTINA: SÍ, AL TABACO Y A LA BEBIDA.

MARÍA DEL VAL: Y A LAS PERSONAS QUE LO HACEN.

¿Tú, María, nos puedes contar algo?

MARÍA SANZ: PUES, EL ANUNCIO ESTE ESTÁ BIEN EN QUE EL NIÑO ESTE SE DIVIERTE, NO BEBE, NO FUMA. EN QUE TAMBIÉN ESO SE PODÍA HABER QUEDADO EN SILLA DE RUEDAS.

Imagen 13: "South Park".

DEBORAH: ESO YO, MI PRIMA LO VE MUCHO, Y ME LO CUENTA Y DICEN MUCHAS PALABROTAS Y NO TIENE NADA DE EDUCATIVO NI NADA. SÍ, Y ADEMÁS, DICEN TANTAS PALABROTAS... EL OTRO DÍA MI VECINO... DICE QUE MOLA MUCHO ¿TÚ VES CARTMAN? BUENO, NO SÉ CÓMO SE LLAMA, Y DICE QUE MOLA MUCHO Y LUEGO CUANDO ESTÁ EN LA CALLE QUE SE VA A JUGAR CON SUS AMIGOS EMPIEZAN A DECIR PALABROTAS Y A INSULTAR A LAS PERSONAS MAYORES... ADEMÁS, ES MUY TARDE A LA UNA ME PARECE...

CRISTINA: ES QUE, ADEMÁS, HAY PADRES QUE DEJAN VER A SUS HIJOS LO QUE QUIEREN Y HAY NIÑOS QUE TIENEN TRES AÑITOS NADA MÁS Y CUANDO EMPIEZAN A HABLAR Y SÓLO SABEN DECIR PALABROTAS Y NO SABEN DECIR NADA MÁS.

MARÍA DEL VAL: PUES, YO TENÍA UNA AMIGA QUE ERA SUPEREDUCADA Y, A RAÍZ DE QUE EMPEZÓ A VER ESO, SE VOLVIÓ MALEDUCADA, NO QUERÍA HACER LOS DEBERES, MANDABA A LOS PADRES POR AHÍ.

MARÍA SANZ: YO LOS VEO MAL, PORQUE DICEN PALABROTAS Y, LUEGO, MI PRIMO SE PASA TODO EL DÍA DICIENDO PALABROTAS.

¿Sabéis a que hora se emite?

DEBORAH: YO, ME LO DICE MI PRIMO, CREO QUE A LA UNA O MÁS.

No lo veis nadie...

TODAS: NOOO...

¿ Creéis que estos dibujos son para niños o para adultos?

MARÍA DEL VAL: NO SON PARA NINGUNO, PERO MENOS PARA NIÑOS.

DEBORAH: PERO DE VERLO, QUE LO VEAN LOS MAYORES ANTES QUE LOS NIÑOS.

CRISTINA: NO Y TAMPOCO, PORQUE LOS NIÑOS, A LO MEJOR, PASAN UN POCO DE ELLO PERO LOS MAYORES... ¡YO QUÉ SÉ!, A LO MEJOR, SE LO INTERPRETAN DE OTRA FORMA... ¡YO QUÉ SÉ...!

¿Por qué pensáis que son para adultos?

CRISTINA: LAS PALABROTAS NO SON NI PARA ADULTOS NI PARA NADIE, PORQUE LAS PALABROTAS TENDRÍAN QUE ESTAR EN OTRO SITIO. AQUÍ, TENDRÍA QUE HABER SÓLO CARIÑO Y AMOR Y COMPAÑERISMO PERO... YA QUE EXISTEN, PARA LOS PADRES ANTES QUE PARA LOS NIÑOS, ESO ES PREFERIBLE, DIGO YO.

DEBORAH: YO PIENSO QUE PARA NINGUNO DE LOS DOS.

CRISTINA: YA, PERO, YA QUE ESTÁ AQUÍ.

DEBORAH: SERÍA MEJOR QUE LOS PADRES EDUCARAN BIEN A SUS HIJOS Y LOS HIJOS NO DIRÍAN PALABROTAS...

Imaginad, por un momento, que podéis ser programadoras de televisión y podéis hacer lo que queráis, ¿qué haríais?

TODAS: QUITAR LA “ SOUTH PARK” ESA.

MARÍA DEL VAL: IGUAL QUE QUITARON TÓMBOLA...

CRISTINA: YO QUITARÍA TODA LA VIOLENCIA Y PONDRÍA MÁS PROGRAMAS EDUCATIVOS.

MARÍA DEL VAL: ESTO SI FUERA EN TELEMADRID NO SE VERÍA.

¿Por qué?

MARÍA DEL VAL: NO SÉ, YO NO SOY NADIE PARA DECIR ESO, PERO HABÍA UNOS PROGRAMAS HACE UNOS AÑOS CON UN DIRECTOR LIMITADOS, QUE DECÍAN PALABROTAS, COSAS DE ESAS ... Y QUE NO ERAN NADA EDUCATIVOS CON VIOLENCIA. ECHABAN PELÍCULAS MALAS PARA LOS NIÑOS, Y AHORA HAY UN DIRECTOR NUEVO QUE HA QUITADO TÓMBOLA, HA QUITADO ESOS PROGRAMAS, SE EMITEN MENOS PELÍCULAS CON VIOLENCIA...

DEBORAH: A MÍ ME GUSTARÍA QUITAR TODO LO MALO Y PONER MÁS DOCUMENTALES Y MÁS COSAS COMO DICE CRISTINA. HOMBRE, A LOS PADRES A LO MEJOR LES GUSTAN LAS PELÍCULAS ASÍ DE VIOLENCIA Y ESO, A MI PADRE, POR LO MENOS, NO.

Imagen 14: “Los Simpson”.

TODAS: ¡MADRE MÍA!

DEBORAH: ESO SÍ QUE..., CASI NO LO PUEDO NI CREER, ¡EH!. VAMOS LO PEOR, ¡EH!...

Mª DEL VAL: LOS PADRES LE ECHAN LEJÍA, LOS PALOS, LA GENTE BEBIENDO CERVEZA...

CRISTINA: ESO PARA DECIRLE A LA DIRECTORA QUE O LO QUITA O QUITA LA TELEVISIÓN.

Esto se ha emitido en televisión...

TODAS: ¿SÍ?

Mª DEL VAL: ¿LO HAN ECHADO EN LA TELEVISIÓN QUE VEMOS?, ¿EN ANTENA 3, LO HAN ECHADO?

Mª DEL VAL: ¿EN SERIO?

CRISTINA: ESO ESTÁ MUY MAL, YA NO ME GUSTAN TANTO LOS SIMPSON...

Mª DEL VAL: ...DESPUÉS DE LO QUE HEMOS VISTO.

¿Pensáis que Los Simpson son para mayores o sólo son para niños?

DEBORAH: ALGUNAS COSAS PA MAYORES Y OTRAS PARA NIÑOS.

Mª DEL VAL: A MEDIAS, NI MUY NIÑOS, NI MUY MAYORES.

DEBORAH: HACE UNOS AÑOS LOS SIMPSON TODAVÍA NO ESTABAN ASÍ, CUANDO YO ERA CHIQUITITA, ANTES ERAN EDUCATIVOS, POR LO MENOS NO DECÍAN TANTAS PALABROTAS NI TANTAS COSAS, ANTES ERA SÓLO DE PARQUES Y DE COLEGIO A CASA Y DE CASA A JUGAR Y YA ESTÁ. AHORA HAY MUCHAS COSAS...

¿Qué diferencias estableceríais entre estos dos últimos dibujos animados y los del Pato Donald?

CRISTINA: PUES TODO.

¿Hay diferencias?

TODAS: SÍ.

¿Por ejemplo?

Mª DEL VAL: PUES, POR EJEMPLO, QUE EL PATO DONALD ENSEÑABA A SUS SOBRINOS A QUE TENÍAN QUE AHORRAR Y, POR EJEMPLO, LA MADRE DE LISA LE DECÍA A LISA QUE TENÍA QUE JUGAR A LA PLAY, QUE JUGARA A LOS VIDEOJUEGOS. Y, POR EJEMPLO, EN LOS DIBUJOS DEL PATO DONALD CUANDO LE ESTABAN CORTANDO EL CÉSPED Y TODO ESO, QUE ERA BUENO, AQUÍ AL PADRE, AL PATO DONALD, LE GUSTABA, PERO AQUÍ AL PADRE LE DABA LO MISMO, DECÍA COSAS MALAS EL NIÑO Y AL PADRE LE GUSTABA.

¿Qué os parecen las imágenes que hemos visto?

CRISTINA: YO QUITANDO LAS DOS ÚLTIMAS Y LA DE LOS COCHES Y TAMBIÉN LA DE LA LISA CON LA MADRE, LAS DEMÁS SON EDUCATIVAS.

Mª SANZ: IGUAL.

¿Vosotras pensáis que, aquí, en el colegio os deberían de educar para ver mejor la televisión?

CRISTINA: NO, NOS DEBERÍAN DE EDUCAR NUESTROS PADRES, AQUÍ VENIMOS A...

DEBORAH: AQUÍ, NOS TIENEN QUE EDUCAR A ENSEÑAR A SER MÁS ADULTOS, MÁS CIVILIZADOS Y A APRENDER PARA ESTUDIAR E IR A LA UNIVERSIDAD...

CRISTINA: ...PARA EL DÍA DE MAÑANA, TU MADRE Y TU PADRE TE TIENEN QUE ENSEÑAR POR LO MENOS ALGO, DIGO YO.

M^a DEL VAL: YO NO LO PONDRÍA FIJO, PERO TAMPOCO ESTARÍA MAL QUE DIERAN UNAS CLASES DE ENSEÑAR A LOS NIÑOS CÓMO VER LA TELEVISIÓN, DE QUÉ FORMA...

CRISTINA: ENSEÑAR QUÉ PROGRAMAS...

M^a DEL VAL: CLARO, Y DE QUÉ FORMA.

GRUPO DE DISCUSIÓN: G1 C (Colegio Emperador Fernando).

FECHA DE REALIZACIÓN: 22 de abril de 2002.

VARIABLES:

Niños de 10 a 12 años.
Ven más de 2 horas diarias la televisión.
No dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES:

TERESA: 10 AÑOS. CURSO: 4° A.
ANTONIO: 11 AÑOS. CURSO: 5° A.
DAVID: 11 AÑOS. CURSO: 5° B. * (SUSTITUIDO POR ISMAEL: 11 AÑOS. CURSO: 6° A).
ÁNGEL: 12 AÑOS. CURSO: 6° B.

TRANSCRIPCIÓN:

¿Qué haces al salir del colegio?

TERESA: ME VOY A LA ACADEMIA: UNA HORA A INGLÉS Y OTRA A MATE, DESPUÉS A CASA, HAGO LOS DEBERES, CENO Y ME ACUESTO.

DAVID: NO HAGO NINGUNA ACTIVIDAD, ME BAJO UN RATO A LA CALLE CUANDO HE TERMINADO LOS DEBERES, VENGO A LAS 8, CENO Y ME ACUESTO.

ANTONIO: ME BAJO A LA CALLE UN RATO A LAS 16:30, VOY A FÚTBOL, MERIENDO, VEO UN PROGRAMA: DIBUJOS DE VÍA DIGITAL, CAMPEONES, 30 MINUTOS LUEGO CENO Y ME ACUESTO.

ÁNGEL: COMO, VEO LOS DIBUJOS, DESPUÉS VIENE MI PADRE Y PONEMOS PLAY HASTA LAS 4, NOS VAMOS A LA PISCINA, CUANDO VUELVO, HAGO LOS DEBERES, ESTUDIO, HACE LA CENA Y NOS ACOSTAMOS.

Tiempo dedicado a hacer deberes y con quién:

	HORAS	CON QUIÉN
TERESA	1 O 2 HORAS.	MADRE, (A VECES).
DAVID	2 HORAS.	SOLO.
ANTONIO	45 MIN, 1 HORA	MADRE, (A VECES).
ÁNGEL	1 HORA Y 1 HORA Y MEDIA A ESTUDIAR´.	SOLO.

Tiempo dedicado a jugar/con quién/a qué:

	HORAS	CON QUIÉN	A QUÉ
TERESA	3 DIAS A LA SEMANA.	PRIMA.	MUÑECAS, PELOTA.
DAVID	1 HORA.	AMIGOS.	ESCONDITE, PILLA PILLA, LIEBRE.
ANTONIO	2 HORAS 30 MIN.	AMIGOS.	FÚTBOL.
ÁNGEL	2 HORAS 1HORA 30 MIN.	HERMANOS AMIGOS.	FÚTBOL, DIANA ELÉCTRICA.

Tiempo dedicado a ver TV y con quién:

	HORAS	CON QUIÉN
TERESA	2 HORAS 30MINUTOS.	PADRES.
DAVID	30 MINUTOS.	
ANTONIO	2 HORAS O 5 HORAS.	PADRES.
ÁNGEL	3 HORAS.	HERMANOS.

NOTA: DAVID HA TENIDO QUE SER SUSTITUIDO POR INDICAR QUE SE EQUIVOCÓ EN EL CUESTIONARIO AL RESPONDER CUÁNTO TIEMPO AL DÍA VE LA TELEVISIÓN, YA QUE SU CONSUMO NO SE CORRESPONDE CON LA VARIABLE DE ESTE GRUPO DE DISCUSIÓN (30 MINUTOS Y NO MÁS DE DOS HORAS DIARIAS).

NUEVO COMPONENTE DEL GRUPO: ISMAEL: 6º A, 11 AÑOS.

ISMAEL: COMO, VEO LA TELE 3 HORAS Y MEDIA A VECES SOLO Y OTRAS ACOMPAÑADO. JUEGO, 1 HORA 30 MINUTOS, CON MIS AMIGOS.,

Tres actividades favoritas y utilidad:

	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA
TERESA	JUGAR: PARA DIVERTIRME.	VER TV: PARA DIVERTIRME.	ACABAR LOS DEBERES PARA DESCANSAR DEL DÍA.
ANTONIO	FUTBOL: PARA DIVERTIRME.	PLAY: PARA DIVERTIRME.	TELE: PARA NO ABURRIRME.
ISMAEL	TELE: NO ABURRIRME Y APRENDER COSAS, DOCUMENTALES DE ANIMALES. SABER Y GANAR.	JUGAR: PARA DIVERTIRME.	FUTBOL: PARA DIVERTIRME.
ÁNGEL	TELE: APRENDER CONTESTANDO DESDE CASA, (DOCUMENTALES, SABER Y GANAR, A SACO) ESTAR AL DÍA, (SABER LO QUE OCURRE, EN EL TELEDIARIO) Y DIVERTIRME.	JUGAR: PARA DIVERTIRME.	FUTBOL: PARA DIVERTIRME.

¿Qué elegiríais hacer en vuestro tiempo libre?

TERESA: NO SÉ.

ANTONIO: JUGARÍA CON MIS PRIMOS AL ESCONDITE AL FÚTBOL...

ISMAEL: JUGAR CON MIS AMIGOS AL FÚTBOL, BALONCESTO, EL ESCONDITE, CARTAS.

ÁNGEL: JUGAR CON MIS FAMILIARES DE OTRAS PROVINCIAS A DEPORTES O AL ESCONDITE.

Momentos del día en que ven la TV y lugar:

	CUÁNDO	CON QUIÉN	DÓNDE
TERESA	MAÑANA, DIBUJOS ANIMADOS, A LA HORA DE COMER, (DIBUJOS). TARDE: DOCUMENTALES CON MI PADRE Y SERIE, MATRIMONIO CON HIJOS.	PADRES.	SALÓN.
ANTONIO	CUANDO LLEGO DEL COLEGIO : LOS SIMPSONS. POR LA TARDE: CAMPEONES.	PADRES.	SALÓN.
ISMAEL	A LAS 8:30 DIBUJOS. CUANDO LLEGO DEL COLEGIO: SABER Y GANAR. POR LA NOCHE: COMPAÑEROS.	MADRE.	SALÓN Y HABITACIÓN.
ÁNGEL	POR LA MAÑANA: DIBUJOS. A MEDIO DÍA: LOS SIMPSON. POR LA NOCHE: A SACO Y TELEDIARIO CON MIS PADRES.	HERMANOS.	SALÓN Y HABITACIÓN.

¿Para qué veis la televisión?

TERESA: SI SON DIBUJOS ANIMADOS, PARA DIVERTIRME, SI ES DE DOCUMENTALES, PARA ENTERARME DE LOS ANIMALES, Y SI SON SERIES, PARA DIVERTIRME.

ANTONIO: PARA NO ABURRIRME, SI ESTOY CASTIGADO Y NO ME DEJAN SALIR, ME TENGO QUE ENTRETENER.

ISMAEL: SI ES UN PROGRAMA, PARA APRENDER, Y SI SON DIBUJOS, PARA NO ABURRIRME.

ÁNGEL: PARA DIVERTIRME, APRENDER Y ESTAR AL DÍA.

Aspectos positivos y negativos de ver la TV:

	POSITIVO	NEGATIVO
TERESA	NO SÉ.	HAY MUCHA VIOLENCIA, EN TODOS UN POCO. LO DE LAS TORRES GEMELAS.
ANTONIO	MIENTRAS LA VEO, ME DIVIERTO.	SI ECHAN UNA PELÍCULA DE ASESINATOS, HAY COSAS QUE ME IMPRESIONAN, HAY MUCHA SANGRE.
ISMAEL	APRENDO O SI ES OTRA COSA, ME DIVIERTO.	VIOLENCIA, MATAN A LA GENTE.
ÁNGEL	SI SON LOS DIBUJOS ME DIVIERTO Y ESTOY CONTENTO, SI SON LOS PROGRAMAS APRENDO Y SIGO CONTENTO.	VIOLENCIA, HAY MUCHOS NIÑOS PEQUEÑOS VIENDO LA TV, Y LO QUE NO SE PUEDE ES QUE SE PONGAN A MATAR.

¿Encendéis la TV para ver algo que sabéis que se va a emitir o para ver cualquier cosa?

TERESA: PARA VER ALGO QUE SE VA A EMITIR.

ANTONIO: VOY MIRANDO CANALES PARA VER QUÉ ECHAN.

ISMAEL: VOY MIRANDO.

ÁNGEL: VOY MIRANDO.

Limitación a la hora de ver TV:

TERESA: VEO TODO LO QUE QUIERO.

ANTONIO: PELIS MUY FUERTES ME DICEN QUE NO PORQUE LUEGO LO APRENDES Y ERES MUY PEQUEÑO PARA VER ESTAS COSAS.

ISMAEL: PUEDO VERLO TODO.

ÁNGEL: ALGUNAS SÍ OTRAS NO, A PARTIR DE LAS 12 NO ME DEJAN PORQUE DICEN QUE ESAS COSAS SON DE MAYORES.

¿Qué hacéis si hay algo que no os gusta?

TERESA: VOY MIRANDO CANALES A VER QUÉ HAY.

ANTONIO: CAMBIO DE CANAL.

ISMAEL: APAGO, ME VOY A LA HABITACIÓN Y ME PONGO LA CONSOLA.

ÁNGEL: CAMBIO DE CANAL Y SI NO HAY NADA, LA APAGO.

Programas y personajes favoritos:

TERESA: LOS SIMPSONS Y MATRIMONIO CON HIJOS.

ANTONIO: AL SALIR DE CLASE Y CAMPEONES.

ISMAEL: COMPAÑEROS Y OLIVER Y BENJUÍ.

ÁNGEL: CAMPEONES Y SABER Y GANAR.

¿Qué hacéis si ponen publicidad en vuestro programa favorito?

TERESA: ESPERO A QUE SIGA.

ANTONIO: ESPERO A QUE SIGA.

ISMAEL: CAMBIO DE CANAL Y LO VUELVO A PONER.

ÁNGEL: CAMBIO DE CANAL Y CUANDO CREO QUE YA HA EMPEZADO, LO VUELVO A PONER.

¿Qué preferís hacer en vez de ver TV en vuestro tiempo libre?

TERESA: JUGAR CON MIS HERMANOS SI PUDIESE, PORQUE CUANDO NO ESTÁN TRABANDO, ESTÁN CON SUS AMIGOS EN LA CALLE.

ANTONIO: ESTAR CON MIS PRIMOS.

ISMAEL: ESTAR CON AMIGOS.

ÁNGEL: ESTAR CON FAMILIARES DE FUERA.

¿Qué cambiaríais de la TV?

TERESA: VIOLENCIA.

ANTONIO: LO QUE NO ME GUSTARA.

ISMAEL: LO QUE NO ME GUSTE.

ÁNGEL: LO QUE NO QUIERO.

¿Cómo os gustaría participar en la TV?

TERESA: ESTAR DELANTE CUANDO GRABAN LOS DOCUMENTALES, PARA VERLO.

ANTONIO: SER PROTAGONISTA DE PELIS QUE ME GUSTEN.

ISMAEL: ESOS QUE VAN A OTROS PAÍSES A BUSCAR COSAS, COMO ESOS QUE VAN A LAS CUEVAS DE ALTAMIRA.

ÁNGEL: ESTAR CUANDO HACEN LOS PROGRAMAS LOS ARQUEÓLOGOS.

¿Habéis pasado miedo viendo la TV?

TODOS: NO.

¿Qué tipo de programas veis con vuestros padres?

TERESA: ALGUNA PELÍCULA, PERO NORMALMENTE VEO LOS DOCUMENTALES.

ANTONIO: AL SALIR DE CLASE, Y POR LA NOCHE PELÍCULAS.

ISMAEL: SABER Y GANAR Y COMPAÑEROS.

ÁNGEL: TELDIARIO Y FÚTBOL.

¿De qué cosas soléis hablar con vuestros padres?

TERESA: DE LOS DOCUMENTALES, DE LOS ANIMALES QUE HAY DE DONDE VIVEN.

ANTONIO: DE LO QUE ECHAN.

ISMAEL: PELÍCULAS, SERIES, DE COSAS QUE HE HECHO EN LA CALLE.

ÁNGEL: DE LO QUE HAGO EN EL DÍA Y DE LAS COSAS QUE OCURREN EN OTROS SITIOS.

¿Preguntáis a vuestros padres lo que no entendéis de la TV?

TERESA: SÍ, LO QUE NO ENTIENDO.

ANTONIO: SÍ, DE LO QUE ECHAN O ALGUNAS COSAS QUE NO ENTIENDO.

ISMAEL: NO SUELO PREGUNTAR.

ÁNGEL: NORMALMENTE, NO.

Aspectos positivos y negativos de ver TV con padres:

TERESA: SI HAY ALGUNA COSA QUE NO ENTIENDA, SE LA PUEDO PREGUNTAR.

ANTONIO: NO VEO NADA NEGATIVO, ESTAR ACOMPAÑADO.

IMAGEN 1: “Los tres amigos y Jerry”.

TERESA: EL NIÑO VEÍA MUCHO LA TV, Y LOS PADRES LE HAN REÑIDO PARA HABLAR DE ELLO.

ANTONIO: LOS PADRES DECÍAN QUE ERA MUY MALO VER LA TV, Y QUE DE MAYORES PODÍAN SER DELINCIENTES.

ISMAEL: ESTÁN VIENDO LA TV MUCHO Y EL PADRE LE DICE QUE SI LA VA A VER MUCHO, DE MAYOR VA A SER UN DELINCUENTE.

ÁNGEL: EL PADRE LE DICE AL HIJO QUE SI VE MUCHO LA TELE TIENE EL DOBLE DE POSIBILIDAD DE SER DELINCUENTE Y QUE VAN A IR TODOS LOS DEL COLEGIO A HACER UNA EXCURSIÓN EN PLENA NATURALEZA PARA QUE SE OLVIDEN DE LA TELEVISIÓN.

Aspectos negativos:

TERESA: LOS NIÑOS VEÍAN DEMASIADO LA TV, EL PADRE SE LA QUITABA Y LOS NIÑOS SEGUÍAN VIÉNDOLA. LA TV INFLUYE EN EL TRABAJO QUE TENGAN, EN LOS DEBERES, LOS HARÍAN PEOR VIENDO LA TV QUE SIN VERLA, PORQUE SE ENGANCHAN Y NO TIENE TIEMPO PARA LOS DEMÁS.

ANTONIO: HACE DAÑO A LA VISTA Y LUEGO NO PUEDES VER.

ISMAEL: ESTABAN VIENDO MUCHO LA TELE, SE HACEN DAÑO A LA VISTA.

ÁNGEL: AL VER MUCHO LA TV, ADEMÁS DE HACER DAÑO A LA VISTA, CADA VEZ QUIERES VER MÁS LA TELE, ES COMO SI FUERA UNA DROGA, PORQUE AL ENGANCHARTE, QUIERES VERLA MÁS, Y MUCHO MÁS.

¿Habéis hablado con alguien sobre esto?

TERESA: CON MIS PADRES.

ANTONIO: CON MI PADRE.

IMAGEN 2: Spot Telecinco: “Ver televisión con personas mayores”.

TERESA: ASÍ TE PUEDEN CONTROLAR LAS PERSONAS MAYORES CUANDO VES LA TV.

ANTONIO: ES MALO VER LA TV SOLO, PORQUE SI UN NIÑO PEQUEÑO ESTÁ SOLO, SE VA HACIENDO DAÑO A LA VISTA PORQUE ESTÁ MUCHO RATO VIENDO LA TV.

ISMAEL: ES MEJOR VERLA CON LOS PADRES, SI HAY UN PROGRAMA QUE ES DE VIOLENCIA Y NO TE DEJAN VERLO, PUES LO QUITAN, SI ESTÁS TÚ SOLO VES LO QUE QUIERES.

ÁNGEL: POR SI SALE MUCHO O POCO DE ALGO, TE LO QUITAN, (POR ESO PREFIERE VERLA SIN PADRES).

(ANTONIO PREFIERE VERLA CON PADRES)

(A TERESA E ISMAEL LES DA IGUAL)

IMAGEN 3: “Blooson”.

(TODOS IDENTIFICAN LA SERIE)

TERESA: LAS DOS ESTABAN MEZCLANDO BEBIDAS Y UNA TENÍA MIEDO PORQUE SU HERMANO SE HABÍA PUESTO CON LA BEBIDA Y LE PODÍA PASAR LO MISMO A ELLA PORQUE COMO ERAN LOS MISMOS GENES...

ANTONIO: LA CHICA QUE NO QUERÍA BEBER TENÍA SU PERSONALIDAD, LA OTRA LE ESTABA DICIENDO QUE BEBIERA, QUE NO PASABA NADA.

ISMAEL: SU AMIGA LE ESTABA CONVENCINDO DE QUE NO PASABA NADA, PERO SI PASA, SE PODÍA EMBORRACHAR.

ÁNGEL: LA CHICA QUE NO QUERÍA BEBER HIZO BIEN PORQUE SE PODÍA EMBORRACHAR E INCLUSO MATARSE, LA OTRA QUERÍA QUE BEBIERA Y ELLA DIJO QUE NO.

Aspectos positivos:

TERESA: LA CHICA NO QUERÍA BEBER PORQUE SABÍA QUE ERA MALO.

ISMAEL: LA CHICA NO IBA A SEGUIR SU CONSEJO.

ÁNGEL: NO QUISO BEBER Y ESO ME PARECE MUY BIEN.

ANTONIO: HA TENIDO SU PROPIA PERSONALIDAD.

Aspectos negativos:

TERESA: LA OTRA LA ESTABA OBLIGANDO A QUE BEBIERA.

ANTONIO: LA OTRA LE ESTABA DICIENDO QUE BEBIERA PORQUE QUERÍA EL MAL PARA ELLA.

¿Habéis hablado con alguien de esta situación?

(NO CONTESTAN)

¿Conocéis a alguien que beba?

ANTONIO: A MÍ, ME DICEN MIS PADRES QUE NO BEBA Y QUE NO TOME DROGAS PORQUE ES MALO, QUE TENGA CUIDADO CUANDO VAYA A LAS DISCOTECAS, QUE TENGA MI PROPIA PERSONALIDAD, QUE SI ME DICEN: “TOMA, QUE NO PASA NADA”, LES DIGA QUE NO.

IMAGEN 4: “Compañeros”.

TERESA: LE HAN ECHADO DEL TRABAJO A UNA PROFESORA POR BEBER, Y LOS HIJOS LE DECÍAN QUE NO BEBIERA PERO ELLA BEBÍA PORQUE ASÍ SE DESAHOGABA.

ANTONIO: ESTÁ LA MADRE BORRACHA, LA HABÍAN ECHADO DEL TRABAJO Y ESTABA TRATANDO MAL AL NIÑO.

ISMAEL: COMO ESTABA BORRACHA NO SABÍA LO QUE HACÍA Y LE DECÍA “NO, NO ME DES BESOS”.

ÁNGEL: A LA PROFESORA LA ECHARON DEL COLEGIO POR BEBER Y SU HIJO SE PUSO TRISTE PORQUE ESTABA BORRACHA.

Aspectos negativos y positivos

TERESA: LA MADRE NO TENÍA FUERZA DE VOLUNTAD PARA DEJARLO Y TODOS LE ESTABAN INTENTANDO AYUDAR PARA QUE LO DEJARA.

ANTONIO: TRATABA MAL AL NIÑO, SE ENGANCHÓ A LA BEBIDA Y NO SE TENÍA QUE HABER ENGANCHADO.

ISMAEL: ESTABA BEBIENDO Y LE QUITABA LA CARA A SU HIJO. POSITIVO QUE LA INTENTABAN AYUDAR.

ÁNGEL: ESTABA BEBIENDO Y TRATABA MAL A SU HIJO Y POSITIVO QUE TODOS ESTABAN AYUDÁNDOLA PARA QUE LO DEJARA.

¿Habéis hablado con alguien de esto?

TODOS: NO.

IMAGEN 5: Noticia “Viajes de ensueño”.

(TODOS ATENTOS VIENDO LA IMAGEN).

ÁNGEL: UN CRUCERO QUE TIENES QUE PAGAR MUCHO DINERO PARA ESTAR CUATRO MESES EN ÉL Y DAR LA VUELTA AL MUNDO.

ISMAEL: SE HAN GASTADO MUCHO DINERO.

ANTONIO: LOS HAN TIMADO PORQUE TANTO DINERO POR CUATRO MESES..., ¡70 MILLONES!, NO ME PARECE NORMAL.

TERESA: SON UN POCO MENTIROsos PORQUE TE HACEN VER COSAS QUE A LO MEJOR NO SON VERDAD Y SON DEMASIADO POSITIVAS PARA QUE PAGUES MÁS.

¿Estas imágenes son positivas o negativas?

ÁNGEL: POSITIVAS PARA QUIEN SE LO PUEDA PERMITIR Y NEGATIVAS PARA LOS QUE NO.

ISMAEL: NEGATIVAS PORQUE SE GASTAN MUCHO DINERO, Y POSITIVAS, LOS CUATRO MESES, QUE TE LOS PASAS BIEN, BIEN.

ANTONIO: NEGATIVAS, QUE SE GASTAN MUCHO DINERO, Y POSITIVAS, QUE ESTÁ BIEN.

TERESA: POSITIVAS PUEDES VER EL MUNDO, NEGATIVAS QUE SE PAGA DEMASIADO DINERO PARA TAN POCO TIEMPO.

¿Vosotros podríais viajar?

TODOS: NO.

ÁNGEL: TE PUEDES COMPRAR CUALQUIER OTRA COSA Y TE LO PASAS INCLUSO MEJOR

IMAGEN 6: “Pato Donald”.

(TODOS ATENTOS).

TERESA: LOS NIÑOS ESTABAN BUSCANDO COSAS Y DECIDIERON CORTARLE EL CÉSPED A SU TÍO, REGARLO..., PARA QUE LES DIESE EL DINERO Y HABÍAN PUESTO COMO UNA ESPECIE DE FACTURA DE LO QUE HABÍAN HECHO, Y YA SE IBAN A COMPRARLO, PERO SU TÍO SE PUSO EN MEDIO Y LES PUSO UNA HUCHA PARA QUE AHORRARAN PARA EL FUTURO Y YA NO LO PUDIERON COMPRAR.

ANTONIO: NO TENÍAN DINERO Y LE CORTARON EL CÉSPED, LE DIO DINERO SU TÍO Y LO METIERON EN LA HUCHA.

ISMAEL: COMO NO TENÍAN DINERO, FUERON A CORTARLE EL CÉSPED, PUSIERON UN PAPEL QUE PONÍA 2,98 Y SU TÍO SE PUSO EN MEDIO DE LA PUERTA PARA QUE NO FUESEN A COMPRARLO Y PARA QUE ECHASEN EL DINERO AHÍ.

ÁNGEL: QUERÍAN COMPRAR UN REGALO A SU TÍO Y ARREGLARON EL JARDÍN PARA GANARSE EL DINERO, CUANDO VAN A COMPRARLO, SU TÍO LES DICE QUE LO PONGAN EN UNA HUCHA.

Aspectos positivos y negativos:

	POSITIVOS	NEGATIVOS
TERESA	QUERÍAN HACER UN REGALO A SU TÍO.	COMO SU TÍO NO LO SABÍA, AL FINAL NO SE LO PUDIERON COMPRAR, PORQUE LES DIJO QUE LO ECHARAN A UNA HUCHA.
ANTONIO	QUERÍAN HACER UN REGALO A SU TÍO Y LE CORTAN EL CÉSPED.	NO TENÍAN DINERO Y NO AHORRABAN PARA EL REGALO DE SU TÍO.
ISMAEL	LE CORTAN EL CÉSPED PORQUE QUERÍAN COMPRAR UN REGALO.	SE LO QUERÍAN GASTAR EN UN REGALO PERO NO PODÍAN PORQUE LO TENÍAN QUE ECHAR A LA HUCHA.
ÁNGEL	SE TRABAJARON EL DINERO	SU TÍO NO LES DEJÓ LLEVÁRSELO

¿Habéis hablado con alguien de este tema?

TERESA: ALGUNA VEZ CON MI MADRE.

IMAGEN 7: Spot Reciclaje.

TERESA: A MÍ ME PARECE MUY BIEN LO QUE HAN HECHO AHÍ PORQUE SE TRATA DE RECICLAR PARA QUE PUEDAN HACER COSAS CON ELLO. ES BUENO PARA EL MEDIO AMBIENTE.

ANTONIO: ME PARECE MAL LO QUE ESTABAN HACIENDO , TIRAR LAS COSAS DONDE NO DEBEN, ME PARECE AÚN PEOR QUE TIREN LAS COSAS AL SUELO, Y LUEGO MEJOR PORQUE LAS ECHAN DONDE DEBÍAN ECHARLAS.

ISMAEL: PRIMERO COMO NO HABÍAN VISTO EL PUNTO VERDE, LO ECHABAN A UNA PAPELERA NORMAL, PERO CUANDO LO HAN VISTO YA, CADA UNO LO TIRABA A SU CONTENEDOR.

ÁNGEL: PRIMERO ECHABAN LA BASURA DONDE NO ERA, Y LUEGO SE DIERON CUENTA Y LO ECHARON A SUS RESPECTIVOS CONTENEDORES.

¿Habéis hablado de este tema con alguien antes?

ANTONIO: CON MIS PADRES, SI TIRO UNA BOLSA AL SUELO, ME DICE MI MADRE: CÓGELA Y TÍRALA AHORA MISMO A LA BASURA.

TERESA: CUANDO TENEMOS QUE TIRAR LA BASURA MI MADRE ME DICE QUE UNA BOLSA LA TENEMOS QUE TIRAR AL AMARILLO, OTRA AL VERDE...

ISMAEL: CON LOS PROFESORES, RECICLAR PAPEL.

ÁNGEL: CON LOS PROFESORES; TODOS LOS ENVASES DE PLÁSTICO O BRICK VAN AL AMARILLO, LOS PAPELES AL AZUL Y LOS RESIDUOS AL VERDE.

¿Lo aplicáis diariamente?

TERESA: YO SÍ. LA PAPELERA ESTÁ DIVIDIDA EN VARIAS BOLSAS.

ANTONIO: LA MÍA TIENE UNA CAJA NARANJA Y LUEGO LA BOLSA A PARTE.

ISMAEL: LA MÍA TAMBIÉN.

IMAGEN 8: "Spot: Hot wheels".

TERESA: ESTABAN ANUNCIANDO UNOS COCHES QUE DECÍAN QUE CORRÍAN MUCHO, AUNQUE YO CREO QUE OTROS COCHES, SIN SER DE MARCA, TAMBIÉN PUEDEN CORRER MUCHO. LO QUE PASA ES QUE, POR LA MARCA, AUMENTAN EL PRECIO.

ANTONIO: ME PARECE MAL PORQUE TE ENSEÑAN QUE CUANDO SEAS MAYOR TE PONGAS ASÍ, Y TAMBIÉN PORQUE HAY COCHES MÁS BARATOS.

ISMAEL: EN LA TELE, TE DICEN QUE SALTA MUCHO, TE LO COMPRAS, TE GASTAS UN DINERAL Y LUEGO NO SALTAN TANTO, PARECE QUE TE QUIEREN ESTAFAR.

ÁNGEL: LOS COCHES DICEN QUE CORREN MUCHO PERO SEGURO QUE CORREN COMO LOS NORMALES QUE COMPRAS EN OTRO SITIO.

(VEN ESTA IMAGEN NEGATIVA EN GENERAL)

¿Alguna vez os ha pasado esto?

ANTONIO: SALÍA UN BALÓN MUY BUENO Y MUY DURO Y LUEGO ERA UN BALÓN COMO TODOS, A MÍ NO ME ENGAÑAN MÁS VECES.

IMAGEN 9: “D.G.T.”

ISMAEL: HABÍA UNA FAMILIA Y UNA SEÑAL DE PÁRESE A DORMIR, SEGURO QUE LLEVARÍA TODA LA NOCHE CONDUCIENDO Y NO PARÓ A DORMIR Y SE CHOCARÍA CONTRA ALGO.

ANTONIO: ES POSITIVO, PORQUE SI SE PARAN A DORMIR, NO TIENEN ACCIDENTES, PERO SI SE HACEN LOS VALIENTES Y HUBIESEN SEGUIDO, SE HUBIERAN DORMIDO Y HUBIERAN TENIDO UN ACCIDENTE.

ÁNGEL: UN ANUNCIO QUE ESTÁN SUS PADRES MUERTOS Y DESPUÉS SE VE QUE NO Y QUE ES MEJOR DORMIR QUE SEGUIR.

TERESA: ES POSITIVO PORQUE HABÍA UNA SEÑAL DE PARKING, PORQUE SI LA GENTE SE DUERME Y VIENE UN COCHE POR LA VÍA DE AL LADO Y NO LO VEN, PUEDEN TENER UN ACCIDENTE MUY GRAVE.

¿Habéis hablado de esto con alguien?

TERESA: COMO EL PUEBLO DE MI PADRE ESTÁ MUY LEJOS, CUANDO MI PADRE TIENE SUEÑO, PARAMOS EN ALGÚN RESTAURANTE PARA DESPERTARSE UN POCO O SI VIENE MI HERMANO QUE CONDUZCA ÉL.

¿Tiene alguna relación este anuncio con el anterior?

ANTONIO: SON COCHES, Y QUE SI FUERAN RÁPIDO IBAN A TENER UN ACCIDENTE.

TERESA: SI VA MUY RÁPIDO SE PUEDE DORMIR AL VOLANTE Y TENER UN ACCIDENTE.

¿Cuál de los dos anuncios dos gusta más?

ANTONIO: EL SEGUNDO, PORQUE CON EL PRIMERO PUEDES TENER ACCIDENTES, VAS COMO UN LOCO, Y EN EL SEGUNDO NO.

TERESA: EL SEGUNDO. EN EL PRIMERO, HAY NIÑOS PEQUEÑOS QUE LES GUSTAN MUCHO LOS COCHES Y, LUEGO, QUIEREN HACERLO DE MAYORES PORQUE CREEN QUE ES DIVERTIDO.

Las imágenes que habéis visto, ¿son realidad o ficción?

TERESA: FICCIÓN, LOS COCHES HOWIHEELS, LA DEL BARCO, Y LA DE LOS DIBUJOS DEL PATO. Y LAS OTRAS REALIDAD: LA DEL NIÑO QUE VE DEMASIADO LA TV, LA DEL COCHE QUE TENEMOS QUE PARAR PARA NO PROVOCAR ACCIDENTES.

ANTONIO: TODO REALIDAD, TODO PUEDE PASAR, PUEDES IR MUY RÁPIDO, PUEDES DORMIR, PUEDES VER MUCHO LA TV Y PUEDES BEBER.

ISMAEL: MENOS LO DE LOS COCHES DE HOT WHEELS.

ÁNGEL: IGUAL, MENOS LO DE HOWHEELS, TODO PUEDE SUCEDER, TODO REALIDAD.

Diferencias entre lo que veis en la televisión y lo que pasa en la realidad:

TERESA: SEGÚN, PORQUE LAS NOTICIAS Y LOS DOCUMENTALES NO HAY DIFERENCIA, PORQUE LO ESTÁN GRABANDO ALLÍ DELANTE, PERO POR EJEMPLO LO DE HOT WHEELS, PUEDE QUE NO CORRAN TANTO, ES UN POCO ESTAFA PORQUE POR MARCA SUBEN EL PRECIO UN MONTÓN.

ANTONIO: LO DE DORMIRSE EN EL COCHE PUEDE PASAR EN LA REALIDAD, NO HAY DIFERENCIA.

ISMAEL: DORMIRSE EN EL COCHE PUEDE PASAR EN LA REALIDAD, PERO EL ANUNCIO DE COCHES NO, NO VAS A ESTAR TAN LOCO PARA SALTAR POR UNA CARRETERA.

ÁNGEL: DEPENDE, HAY ANUNCIOS QUE SE GRABAN EN ESTUDIO, QUE SON DE CIENCIA FICCIÓN Y OTROS QUE SON REALIDAD.

Diferencia entre realidad y ficción.

ÁNGEL: EN LA FICCIÓN, OCURREN COSAS QUE EN LA REALIDAD NO OCURREN.

¿Eso que hemos visto está pasando realmente?

ÁNGEL: NO, ES FICCIÓN, PERO PUEDE PASAR REALMENTE. LO GRABAN EN ESTUDIOS ESPECIALES PERO NO ESTÁ OCURRIENDO EN REALIDAD.

TERESA: ES UN AVISO DE LO QUE PUEDE PASAR, PUEDES TENER ACCIDENTES, Y PUEDES BEBER.

IMAGEN 10: “Desesperado Club Social”: Animales abandonados.

TERESA: LA GENTE A VECES DICE QUE UN PERRO DE CACHORRITO ES MUY MONO, DESPUÉS CUANDO SE HACE MAYOR YA NO LO QUIERE PORQUE ES DEMASIADO GRANDE Y NO ES TAN JUGUETÓN COMO ANTES, LO ABANDONAN, Y CUANDO SE VAN DE VERANO, LO DEJAN EN UNA ESPECIE DE PERRERA Y ALGUNOS VUELVEN, PERO OTROS NO Y AHÍ SE QUEDAN.

ANTONIO: LO ABANDONAN Y ME PARACE MAL, LA GENTE DICE QUE QUIERE PERRO Y CUANDO SE CANSAN DE ÉL LO ABANDONAN COMO SI FUERA UN JUGUETE.

ISMAEL: ESTÁ MAL QUE LOS DEJEN ABANDONADOS, LES PUEDE PILLAR UN COCHE Y PUEDEN MORIR. LO QUE ESTÁ BIEN ES QUE CUANDO HAY GENTE QUE QUIERE UN PERRO, LO COGEN DE LA PERRERA.

ÁNGEL: ME PARECE MAL PORQUE LA GENTE ABANDONA A LOS PERROS EN SITIOS QUE NO DEBEN. CRITICAR A LOS QUE ABANDONAN A LAS MASCOTAS.

ANTONIO: CRITICA A LOS QUE NO TIENEN RESPONSABILIDAD, SI NO SON RESPONSABLES, PUES QUE NO LOS COJAN.

TERESA: HAY PERSONAS QUE TIENEN PERRO O SERPIENTE, Y DE MAYOR YA NO LA QUIEREN Y LA DEJAN POR AHÍ Y PUEDE SER UN PELIGRO.

¿Qué es ser responsable?

ANTONIO: TENER ORDEN Y SI TÚ QUIERES UN PERRO, CUIDARLE BIEN, HAY QUE SACARLE TODOS LOS DÍAS.

IMAGEN 11: "Los Simpson".

TERESA: LISA SE PUSO ENFERMA Y QUERÍA IR AL COLEGIO PORQUE DECÍA QUE NO PODÍA PERMITÍRSELO, Y SU MADRE LE DIJO QUE NO PODÍA IR PORQUE ESTABA DEMASIADO ENFERMA. TENÍA FIEBRE, PODÍA CONTAGIAR A LAS DEMÁS...Y SE PUSO A VER EL CANAL EDUCATIVO, Y SU MADRE DIJO QUE PUSIERA OTRA COSA MÁS DIVERTIDA, QUE JUGASE CON EL VIDEOJUEGO DE SU HERMANO BART. AL PRINCIPIO, NO LE GUSTÓ, VINO SU AMIGO Y LE DIO UN LIBRO QUE SE LO TENÍA QUE LEER, SE PUSO A JUGAR Y SE OLVIDÓ DEL LIBRO.

ANTONIO: NEGATIVO, PRIMERO NO LE GUSTABA, PERO LUEGO SE ENGANCHÓ A LA VIDEOCONSOLA Y DEJÓ DE LADO LOS DEBERES Y ESO ES MALO, SI NO APRENDES NADA..., Y LE DIJO SU MADRE QUE NECESITABA DESCANSAR SI QUERÍA IR AL COLEGIO.

ISMAEL: LISA, PRIMERO, QUERÍA IR AL COLEGIO PERO EMPEZÓ A JUGAR.

ÁNGEL: LA MADRE NO LE DEJABA IR AL COLEGIO PORQUE ESTABA MALA, Y SE FUE A SU CUARTO A VER EL CANAL EDUCATIVO. SU MADRE LE DIJO QUE POR QUÉ NO JUGABA A LA VIDEOCONSOLA DE SU HERMANO. AL PRINCIPIO NO LE GUSTABA, PERO LUEGO SE ENGANCHÓ.

¿Critica algo esta imagen?

TERESA: QUE SE ENGANCHABA, IGUAL QUE SI VES TELEVISIÓN, PERO A LO MEJOR HAY COSAS QUE NO TE GUSTAN, PERO COMO LA VIDEOCONSOLA ES SIEMPRE LO MISMO, TE ENGANCHA.

ANTONIO: TE PUEDES VOLVER LOCO, UNO UNA VEZ, CON EL JUEGO DE METAL GEARS SE VOLVIÓ LOCO, (LO VIO EN LAS NOTICIAS), Y LO PROHIBIERON ESE JUEGO.

ISMAEL: ESTUDIANDO NO TE PASA NADA, PERO JUGANDO A LA CONSOLA MUCHO TIEMPO TE VAS A PONER LOCO.

ÁNGEL: CUANDO ESTUDIAS, APRENDES; PERO CUANDO JUEGAS MUCHO A LA PLAY, TE PUEDES CONFUNDIR LA VIDA REAL DE LA PLAY: COMO UNA VEZ PASÓ CON UN NIÑO QUE JUGABA A FINAL FANTASY, TENÍA UNA ESPADA SAMURAI Y DIJO QUE SU HERMANA TENÍA UN DEMONIO Y LA MATÓ, Y A SUS PADRES TAMBIÉN. (LO VIO EN EL TELEDIARIO).

IMAGEN 12: Spot Campaña prevención consumo de tabaco.

(TODOS ATENTOS).

TERESA: SE DIVERTÍA PERO NO SE EXCEDÍA.

ANTONIO: TE PUEDES DIVERTIR SIN DROGARTE.

ISMAEL: VA CON UNA CHICA, POR ESO EMPEZABA A BAILAR Y SALTAR.

ÁNGEL: TE LO PUEDES PASAR MUY BIEN CON TUS AMIGOS SIN FUMAR, TOMAR DROGAS O BEBER.

¿Critica algo esta imagen?

TERESA: TE LO PUEDES PASAR BIEN PERO SI TOMAS DROGAS O BEBES TE PUEDES QUEDAR SIN AMIGOS Y SIN NADIE.

ANTONIO: NO FUMES, NO DROGAS..., NO HACE FALTA HACER ESAS COSAS.

ISMAEL: CRITICA A LOS NIÑOS QUE FUMAN, BEBEN Y SE DROGAN, NO HACE FALTA DROGARSE NI NADA PARA HACER COSAS.

IMAGEN 13: “South Park”.

(TODOS CONOCEN LA SERIE)

(TODOS LA HAN VISTO ALGUNA VEZ, AUNQUE NO DE FORMA HABITUAL)

¿Qué os parece?

ÁNGEL: SALVAJE, SE EMITE SOBRE LA UNA Y CUARTO.

¿Es para niños o para mayores?

TODOS: PARA MAYORES.

¿Por qué?

ÁNGEL: PORQUE SALE MUCHA VIOLENCIA Y UN LENGUAJE DE MAYORES.

ISMAEL: A ESAS HORAS UN NIÑO NO ESTÁ DESPIERTO.

ANTONIO: MIS PADRES ME LO PROHIBEN, POR LA HORA A LA QUE LO ECHAN Y POR LO QUE DICEN.

TERESA: A MÍ, MIS PADRES NO ME LO PROHIBEN NI NADA, LO QUE PASA ES QUE YO NO LO QUIERO VER, DICEN MUCHAS PALABROTAS Y LOS NIÑOS DE TRES O CUATRO AÑOS SE INFLUYEN MUCHO POR ESO Y SE CREEN QUE PUEDE SER COMO LA VIDA REAL.

IMAGEN 14: “Los Simpson”.

(TODOS LA VEN ACOMPAÑADOS Y PIENSAN QUE ES PARA NIÑOS, ADEMÁS DE PARA PERSONAS MAYORES, PORQUE NO DICEN TANTAS PALABROTAS COMO EN SOUTH PARK)

¿Por qué la veis?

ISMAEL: LA VEMOS PARA NO ABURRIRNOS.

ÁNGEL: A ESA HORA NO TENGO NADA QUE HACER.

ANTONIO: PORQUE ME GUSTA.

¿Pensáis que sería interesante tener una asignatura en la que os explicasen cómo ver la televisión?

TODOS: SÍ.

ANTONIO: PARA APRENDER COSAS DE LA TELE, POR EJEMPLO, DE LAS QUE SALEN EN DOCUMENTALES Y PROGRAMAS DE PREGUNTAS,

TERESA: PARA SABER QUÉ TENEMOS QUE VER, LAS COSAS DE NUESTRA EDAD Y LAS QUE SON PARA TODOS LOS PÚBLICOS.

GRUPO DE DISCUSIÓN: H1 d (Colegio Emperador Fernando).

FECHA DE REALIZACIÓN: 15 de mayo de 2002.

VARIABLES: Niños de 10 a 12 años.
Ven menos de 2 horas diarias la televisión.
No dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: SANDRA: 10 AÑOS. CURSO: 4° A.
ALEJANDRO: 10 AÑOS. CURSO: 4° B.
MARCOS: 11 AÑOS. CURSO: 5° B.
DANIEL: 12 AÑOS. CURSO: 6° A.

TRANSCRIPCIÓN:

¿Qué es lo primero que haces al salir del colegio?

SANDRA: ME VOY A MI CASA, COMO, TERMINO A LAS TRES MENOS CUARTO, A LAS TRES Y CUARTO ME VOY A LA ACADEMIA, LLEGO A MI CASA, ME VOY A VER UN RATO LA TV Y HAGO LOS DEBERES, CENO Y ME ACUESTO.

ALEJANDRO: COMO, LEO, HAGO LOS DEBERES, JUEGO, Y LUEGO VEO LA TV UNA HORA, JUEGO, LEO, CENO, LEO OTRA VEZ Y ME ACUESTO.

MARCOS: ME VOY AL COMEDOR, ACABO A LAS TRES, ME VOY AL PATIO. LOS LUNES ME VOY A KARATE Y MÚSICA. MARTES Y JUEVES, SALGO Y ME VOY A MI CASA A HACER LOS DEBERES O JUGAR UN RATO AL FÚTBOL, CENO Y ME VOY A LA CAMA.

DANIEL: COMO, VEO UN RATO LA TELE, Y LUEGO ME METO A MI CUARTO A ESCUCHAR MÚSICA., LUEGO SALGO UN POCO A LA CALLE HASTA LAS OCHO Y ME ACUESTO.

Tiempo dedicado a hacer los deberes y con quién:

	HORAS	¿CON QUIÉN?
SANDRA	30 MINUTOS Ó 1 HORA	SOLA
ALEJANDRO	1 HORA	SOLO
MARCOS	30 MIN	SOLO
DANIEL	1 HORA	SOLO

(TODOS PREGUNTAN DUDAS A SUS PADRES)

Tiempo dedicado a jugar. ¿Con quién?. ¿A qué?

	HORAS	¿CON QUIÉN?	¿A QUÉ?
SANDRA	1 HORA.	HERMANO, AMIGAS, PRIMAS.	
ALEJANDRO	2 HORAS.	SOLO.	COCHES.
MARCOS	MENOS DE UNA HORA.	SOLO O CON MI HERMANO, O CON MIS PADRES.	FUTBOL, GAME BOY.
DANIEL	30 MINUTOS.	HERMANA, AMIGOS.	ACCION MAN.

Tiempo dedicado a ver la TV y con quién:

	HORAS	¿CON QUIÉN?
SANDRA	1 HORA	PADRES, HERMANOS
ALEJANDRO	1 HORA	MADRE
MARCOS	30 MIN O 1 HORA	HERMANO, PADRES
DANIEL	30 MIN O 1 HORA	HERMANA

Tres actividades favoritas y utilidad:

	PRIMERA	SEGUNDA	TERCERA
SANDRA	INGLES: APRENDER IDIOMAS, LUEGO TE PUEDE SERVIR PARA ALGO.	JUGAR: PARA DIVERTIRTE.	ESTAR CON MI FAMILIA: PARA CONOCERLA MÁS.
ALEJANDRO	LEER: ES EDUCATIVO Y ME GUSTA.	JUGAR: PARA DIVERTIRME.	VER LA TV: HAY COSAS INTERESANTES.
MARCOS	CONOCIMIENTO DEL MEDIO: ES MI ASIGNATURA FAVORITA Y, A LA VEZ QUE ESTUDIO, HAGO LOS DEBERES.	VER TV: VEO COSAS INTERESANTES, (MEGATRIX, POKEMON) Y ME GUSTA.	JUGAR : ME DIVIERTO.
DANIEL	JUGAR CON MI HERMANA: PARA DIVERTIRME.	VER TV: PARA NO PERDER EL TIEMPO, (SI NO ME ABURROY VER COSAS QUE ME GUSTEN,.	SALIR A LA CALLE : PARA ESTAR CON MIS AMIGOS Y CONOCER MÁS GENTE

¿Qué elegirías hacer en vuestro tiempo libre?:

SANDRA: NO SÉ.

ALEJANDRO: LEER O JUGAR.

MARCOS: TENER LOS LIBROS QUE ME GUSTAN Y CONSEGUIR ALGUNAS OTRAS COSAS PARA JUGAR.

DANIEL: LEER CÓMIC.

¿Nadie elegiría ver televisión?

SANDRA: TAMPOCO ES ALGO QUE LLAME MUCHO LA ATENCIÓN, PORQUE O VES COSAS VIOLENTAS, O VES TELEDIARIO...

(TODOS DE ACUERDO)

DANIEL: SI LA VEO MUCHO TIEMPO ME DUELEN LOS OJOS

Momentos del día en el que veis la televisión:

SANDRA: CUANDO SALGO DE LA ACADEMIA, HAGO LOS DEBERES Y DESPUÉS LA VEO.

ALEJANDRO: A LAS SIETE.

MARCOS: FINES DE SEMANA VEO MÁS LA TELE Y ENTRE SEMANA NO LA VEO CASI NADA.

DANIEL: CUANDO TERMINO DE COMER.

¿Dónde veis la televisión?

SANDRA: SALÓN.

ALEJANDRO: SALÓN.

MARCOS: SALÓN Y COCINA.

DANIEL: SALÓN.

¿Nadie tiene televisión en su habitación?:

MARCOS: YO SÍ, PERO SÓLO SIRVE PARA JUGAR.

¿Tenéis alguna plataforma digital?

(TODOS TIENEN CANAL SATÉLITE DIGITAL MENOS DANIEL QUE TIENE MADRITEL)

¿Cómo veis la televisión?

(TODOS LA VEN ACOMPAÑADOS, MARCOS Y DANIEL CON SUS RESPECTIVOS HERMANOS).

Aspectos positivos de ver la televisión:

SANDRA: TE ENTERAS DE COSAS, CONOCES PROGRAMAS NUEVOS QUE TE PUEDEN LLAMAR LA ATENCIÓN.

ALEJANDRO: HAY PROGRAMAS NUEVOS, COSAS INTERESANTES.

MARCOS: HAY CANALES QUE A PARTE DE GUSTARME, ME ENSEÑAN, COMO LOS DOCUMENTALES.

DANIEL: CONOZCO DIBUJOS.

Aspectos negativos:

SANDRA: COSAS VIOLENTAS COMO POKEMON.

ALEJANDRO: HACE DAÑO A LOS OJOS, HAY COSAS MALAS, ALGÚN PROGRAMA MALO.

MARCOS: LA VIOLENCIA, DRAGON BALL GT.

DANIEL: LOS DIBUJOS DE SOUTH PARK, SON MUY VIOLENTOS.

¿No los veis?, ¿por qué?

DANIEL: SON MUY ABURRIDOS.

SANDRA: NO DEJAN DE DECIR PALABROTAS.

MARCOS: SANGRIENTOS.

¿Encendéis la televisión para ver algo en concreto?

SANDRA: SI SÉ QUE HAY UN PROGRAMA QUE ME GUSTA, LA ENCIENDO, PERO LA MAYORÍA DE LAS VECES NO SÉ LO QUE VOY A VER.

ALEJANDRO: LA MAYORÍA DE LAS VECES PARA VER UN PROGRAMA QUE ME GUSTA.

MARCOS: A VECES, PARA VER ALGO QUE ME GUSTA Y OTRAS PARA VER LO QUE ME APARECE EN LA PANTALLA.

DANIEL: PARA VER ALGÚN PROGRAMA.

Límites a la hora de ver la televisión:

SANDRA: NO VEO TODO, PERO NO PORQUE NO ME DEJEN, SINO PORQUE NO ME GUSTA.

ALEJANDRO: SI NO ES DE MIEDO, NO ME DICEN NADA.

MARCOS: LAS COSAS DE VIOLENCIA, QUE ME GUSTAN Y NO PUEDO VERLAS, COMO DRAGON BALL GT, PORQUE SE MATAN LOS UNOS A LOS OTROS.

DANIEL: VIOLENCIA, ME DICEN QUE NO PUEDO VERLO Y ME APAGAN LA TELE.

¿Qué hacéis cuando emiten algo que no os guata?

SANDRA: CAMBIAR DE CANAL.

ALEJANDRO: APAGAR LA TV.

MARCOS: CAMBIO DE CANAL Y VEO LO QUE SALGA.

DANIEL: APAGO LA TV.

Programas o personajes favoritos de televisión:

SANDRA: ANA Y LOS SIETE, DIBUJOS ANIMADOS.

ALEJANDRO: DIBUJOS, ALGUNOS SON MEJORES QUE OTROS: EL LABORATORIO DE DEXTER.

MARCOS: ANA Y LOS SIETE, POKEMON, Y LOS DIBUJOS DEL CANAL DIGITAL: FOR KIDS.

DANIEL: MORTADELO Y FILEMÓN, ANA Y LOS SIETE Y LA VERDAD DE LAURA.

¿Qué hacéis cuando estáis viendo vuestro programa favorito y ponen publicidad?

SANDRA: CAMBIO DE CANAL , A VER SI SE QUITA LA PUBLICIDAD Y SI NO, APAGO LA TELE Y A LOS 5 MINUTOS VUELVO.

ALEJANDRO: CAMBIO DE CANAL, O VOY A HACER ALGO Y LUEGO VUELVO.

MARCOS: CAMBIO DE CANAL A VER QUE VEO.

DANIEL: VOY AL SERVICIO O ME HAGO UN BOCATA.

¿Qué otras alternativas preferís antes de ver la televisión?

SANDRA: ESCUCHAR MÚSICA, LEER.

ALEJANDRO: LEER, JUGAR.

MARCOS: LEER.

DANIEL: ESCUCHAR MÚSICA Y LEER.

¿Qué cambiarías de la televisión?

SANDRA: COSAS DE VIOLENCIA: DRAGON BALL GT, DIGIMON...

ALEJANDRO: COSAS VIOLENTAS.

MARCOS: PELÍCULAS DE TERROR Y VIOLENTAS Y PONDRÍA DIBUJOS ANIMADOS.

DANIEL: DIBUJOS VIOLENTOS LOS CAMBIARÍA POR NORMALES.

¿De qué manera os gustaría participar en la televisión?

SANDRA: HACIENDO UN ANUNCIO.

ALEJANDRO: HACIÉNDOME FAMOSO Y SALIENDO EN UN PROGRAMA.

MARCOS: SALIENDO EN MEGATRIX, QUE YA HE SALIDO UNA VEZ.

DANIEL: EN UN PROGRAMA, O EN UNA SERIE.

¿Habéis pasado miedo alguna vez viendo la televisión?

SANDRA: ESTÁS VIENDO UNA PELÍCULA Y DE REPENTE POR LA NOCHE SE TE QUITA LA LUZ, Y TE APARECE UN ANUNCIO QUE NO TE GUSTA NADA.

ALEJANDRO: NO, SI HAY ALGO VIOLENTO, APARTO LA VISTA.

MARCOS: PELIS DE DINOSAURIOS, CUANDO ES ALGO SANGRIENTO Y SE COMEN A ALGUIEN.

DANIEL: SE VA LA LUZ Y, DE REPENTE, APARECE SCREAM.

¿Qué tipo de programas veis con vuestros padres?

SANDRA: TELEDIARIO, DIBUJOS ANIMADOS NO VIOLENTOS.

ALEJANDRO: DIBUJOS.

MARCOS: TELEDIARIO, PASAPALABRA.

DANIEL: KEN Y KENA.

¿Habláis con vuestros padres de lo que veis en televisión?:

SANDRA: DE DIBUJOS QUE NO ME GUSTAN, DE ALGO INTERESANTE QUE HE VISTO, SI NO ME LLAMA LA ATENCIÓN, GENERALMENTE NO HABLO CON ELLOS.

ALEJANDRO: NORMALMENTE, NO.

MARCOS: EN UN ANUNCIO QUE NO LO ENTIENDA.

DANIEL: CUANDO SALEN LOS ANUNCIOS SI HAY UNA PALABRA QUE NO ENTIENDA, PERO ALGUNAS VECES.

¿Con qué otras personas habláis de lo que veis en televisión?:

SANDRA: ABUELOS, TÍOS.

ALEJANDRO: CON NADIE O CON MIS AMIGOS.

MARCOS: CON MI HERMANO.

DANIEL: HERMANA.

Aspectos positivos y negativos de ver la televisión con los padres:

	POSITIVO	NEGATIVO
SANDRA:	ESTÁS CON TU FAMILIA Y TE ESTÁS DIVIRTIENDO A LA VEZ QUE VES LA TV.	
ALEJANDRO	ESTOY CON MI FAMILIA.	SI ALGO VIOLENTO EN LO QUITAN, AUNQUE NO SUELEN HACERLO.
MARCOS	ESTOY EN FAMILIA.	QUE YO QUIERA VER UNA COSA Y ELLOS DIGAN QUE NO.

DANIEL	ESTOY CON MI FAMILIA Y ME DIVIERTO.	SABEN QUE A MÍ NO ME GUSTA ALGO, PERO A ELLOS SI LES GUSTA Y LO PONEN.
--------	-------------------------------------	--

IMAGEN 1: Tres amigos y Jerry.

SANDRA: LOS NIÑOS VEN MUCHA TV Y NO ES BUENO.

ALEJANDRO: LOS NIÑOS SE VAN A CONVERTIR EN DELINCUENTES.

MARCOS: VEN TANTA TELE QUE DE MAYOR SE VAN A CONVERTIR EN DELINCUENTES Y ESTÁN PROTESTANDO.

DANIEL: EL PADRE ES MUY VIOLENTO CON ELLOS, Y DICE QUE LA TELE LES CONVIERTE EN DELINCUENTES. LO VEO MAL, PORQUE LA TELEVISIÓN NO TE VUELVE DELINCUENTE, DEPENDE DE LO QUE VEAS.

Positivo o negativo:

SANDRA: HAY VECES QUE ESTÁS VIENDO LA TELEVISIÓN Y TE PASAS, DICES CINCO MINUTOS MÁS..., HAY PROGRAMAS QUE NO SON MALOS, PERO QUE SI LOS VES MUCHO TIEMPO...

ALEJANDRO: ALGUNOS PROGRAMAS ESTÁN BIEN Y OTROS ESTÁN MAL.

MARCOS: LO BUENO, QUE ESTÁ BIEN VERLA UN RATO, PERO VERLA TANTO TIEMPO.

DANIEL: CUANDO LA VEO MÁS DE DOS HORAS ME DUELEN LOS OJOS. EL PADRE LE QUITA LA TELE PORQUE LLEVAN MUCHO TIEMPO VIÉNDOLA.

IMAGEN 2: Spot Telecinco “Ver televisión con personas mayores”.

SANDRA: ES MEJOR PORQUE NO VES COSAS VIOLENTAS, TUS PADRES CAMBIAN SI APARECE ALGO VIOLENTO.

ALEJANDRO: ES DIVERTIDO Y SI HAY ALGUNA COSA QUE NO SABES, LA PREGUNTAS.

MARCOS: ES MEJOR ESTAR EN FAMILIA QUE UNO SOLO, QUE SE ABURRE MUCHO.

DANIEL: CUANDO ESTOY SOLO ME ABURRO, PORQUE NO PUEDO HABLAR CON NADIE CUANDO ESTÁ EL INTERMEDIO.

IMAGEN 3: “Blooson”.

SANDRA: BEBER NO ES BUENO.

ALEJANDRO: A LO MEJOR ES DIVERTIDO, PERO LUEGO ES UNA TONTERÍA.

MARCOS: AL PRINCIPIO PARECE BUENO BEBER WHISKY, PERO LUEGO TE PUEDES EMBORRACHAR SI BEBES MUCHO. LOS MENORES DE VEINTE AÑOS NO PUEDEN BEBER.

DANIEL: LA DE LA CHAQUETA BLANCA HA HECHO BIEN, PERO LA OTRA HA HECHO MAL, PORQUE HA BEBIDO.

(CONOCEN LA SERIE PERO NO RECUERDAN EL NOMBRE)

Aspectos positivos y negativos:

SANDRA: PUEDES BEBER UNA CERVEZA O UN VASO DE WHISKY, PERO LUEGO TE ENGANCHAS Y NO ES BUENO.

ALEJANDRO: EL WHISKY ES MALO PORQUE TE PUEDES EMBORRACHAR Y TE PUEDE PASAR ALGO.

MARCOS: PERSONAS MENORES NO PUEDEN BEBER WHISKY, LO BUENO SERÍA QUE LAS PERSONAS MAYORES BEBIESEN, PERO LOS PEQUEÑOS NO.

DANIEL: ESO ES MALO PARA EL CUERPO Y PARA LOS GLÓBULOS ROJOS.

NINGUNO HA HABLADO DE ESTE TEMA CON ALGUIEN ANTERIORMENTE

¿Conocéis alguien que beba?:

ALEJANDRO: MI PADRE PERO POCO, UNA CERVEZA AL DÍA.

DANIEL: MI HERMANO, PERO MUY POQUITO.

IMAGEN 4: “Compañeros”

SANDRA: A VECES, HAY GENTE QUE ES ALCOHÓLICA, EMPIEZA A BEBER, A BEBER...Y NO DEJA DE BEBER.

ALEJANDRO: ES TRISTE Y MUY MALO. BEBER WHISKY Y EMBORRACHARSE ESTÁ MUY MAL.

MARCOS: BEBER WHISKY ESTÁ MUY MAL Y ES TRISTE SI TIENES MENORES, POR SI LE PASA ALGO AL QUE BEBE.

DANIEL: ESTÁ BORRACHA Y NO SABE LO QUE HACE, PERO LUEGO SE ARREPIENTE, NO HAY NADA POSITIVO.

SANDRA: POSITIVO QUE EL NIÑO NO PUEDE SEGUIR CON ESA MUJER Y NEGATIVO, BEBER.

¿Habéis hablado con alguien de este tema?

DANIEL: SÍ.

¿Ves Compañeros?

DANIEL: SÍ.

SANDRA: NO.

IMAGEN 5: “Vacaciones de ensueño”.

DANIEL: POR UNA PARTE ESTÁ BIEN, PERO MUCHAS VECES SE APROVECHAN DE LA GENTE.

¿Pensáis que todo el mundo puede hacer un viaje así?:

DANIEL: NO, POR FALTA DE DINERO.

Negativo:

DANIEL: EL APROVECHAMIENTO, QUE TE TRAEN UNA BOTELLA DE CHAMPÁN A LA PLAYA.

¿Veis bien que se gaste mucho dinero en un viaje?

DANIEL: NO. SI TE SOBRA DINERO PUEDE SER, PERO A MUCHA GENTE NO LE SOBRA.

SANDRA: DEPENDE DEL VIAJE, SI TE MERECE LA PENA, SÍ.

MARCOS: ME PARECERÍA MAL PAGAR ESE DINERO CUANDO PUEDES PAGAR MENOS EN OTRO BARCO.

ALEJANDRO: ESTÁ BIEN.

IMAGEN 6: “Pato Donald”.

SANDRA: HAY GENTE QUE FUMEN, NO LO VEO MAL, PERO PARA COMPRAR UNA CAJA DE PUROS SE APROVECHAN, HACEN COSAS PARA QUE LES DE ALGO Y YO

CREO QUE SI HACES UNA COSA ES PORQUE TE GUSTA, NO PARA QUE TE DEN NADA.

ALEJANDRO: ELLOS QUERÍAN UNA CAJA DE PUROS Y EMPIEZAN A LIMPIAR LA CASA PARA QUE LES DE DINERO, Y ESO ESTÁ MAL.

MARCOS: INTENTAN COMPRARLE UN REGALO A SU TÍO Y NECESITAN DINERO, PERO COMO EL TÍO NO SABE QUE ES PARA UN REGALO PARA ÉL, LES HACE DEVOLVER EL DINERO.

DANIEL: POR UNA PARTE BIEN, PORQUE ARREGLAN EL JARDÍN PARA HACERLE UN REGALO, PERO ÉL VIENE Y LES QUITA EL DINERO QUE HAN CONSEGUIDO PARA HACERLE EL REGALO.

Positivo o negativo:

SANDRA: ESTÁ BIEN QUE VAYAS A HACER UN REGALO CUANDO TE DAN DINERO, PERO ES MUCHO MORRO CUANDO HACES ALGO PORQUE SABES QUE TE VAN A DAR ALGO.

ALEJANDRO: LE VAN A HACER UN REGALO, Y NEGATIVO PORQUE CONSIGUEN EL DINERO DEL REGALO.

MARCOS: QUIEREN HACER UN REGALO CON EL DINERO QUE HAN CONSEGUIDO, Y NEGATIVO QUE EL QUE LES HA RECOMPENSADO LES QUITA EL DINERO.

DANIEL: HAN CONSEGUIDO EL DINERO QUE NECESITABAN PARA UNA CAJA DE PUROS Y ÉL LES HA ENGAÑADO PARA AHORRAR.

(NINGUNO HA HABLADO CON ALGUIEN SOBRE ESTE TEMA).

(A TODOS LES GUSTA AHORRAR).

IMAGEN 7: Spot: Reciclaje.

SANDRA: QUE RECICLEMOS PARA NO CONTAMINAR EL MEDIO AMBIENTE Y TENER UNA VIDA MÁS LIMPIA.

ALEJANDRO: RECICLAR ESTÁ MUY BIEN, Y PARA CONSEGUIRLO HAY QUE COLABORAR TODOS.

MARCOS: EL RECICLAR ESTÁ BIEN PORQUE PODEMOS SALVAR A ALGUNOS ÁRBOLES QUE DAN PAPEL.

DANIEL: LO DE RECICLAR ME GUSTA MUCHO, Y HA ESTADO MUY BIEN EL ANUNCIO.

¿Habéis hablado con alguien de esto?:

SANDRA: EN MI CASA CON MI MADRE SIEMPRE ESTAMOS QUE HAY QUE RECICLAR, COMO A MI PADRE SE LE OLVIDA, SE LO TENEMOS QUE RECORDAR.

ALEJANDRO: NOSOTROS METEMOS LAS COSAS EN UNA BOLSA, LO SEPARAMOS Y LO TIRAMOS.

MARCOS: EN MI CASA Y EN UNOS JUEGOS QUE NOS HAN DADO EN EL COLE. EN CASA TENGO DOS PAPELERAS: UNA PARA LOS ENVASES Y OTRA PARA LA BASURA.

DANIEL: YO EN MI CASA TENGO UNA PARA EL PLÁSTICO, OTRA PARA CARTONES Y OTRA PARA BASURA.

Positivo o negativo:

DANIEL: NO SE CONTAMINA EL MEDIO AMBIENTE.

TODOS: NADA NEGATIVO.

IMAGEN 8: “Hot wheels”.

SANDRA: UNA CARRERA DE COCHES. ESTÁ BIEN PARA DIVERTIRTE UN RATO, PERO LUEGO..., TE ENGAÑAN UN MONTÓN, NO TE SIRVEN PARA NADA.

ALEJANDRO: TENGO EL MANDÍBULAS EXTREMAS.

MARCOS: ES ENGAÑOSO PORQUE ES PARA GANAR DINERO Y PARA CONVENCER A LOS DEMÁS

DANIEL: ESTÁ MAL, ENGAÑA, MI PRIMO SE LO COMPRÓ Y NO SALTABA ESO, SE QUEDABA A MEDIO CAMINO. ES UN ENGAÑO PARA QUE LOS NIÑOS LO COMPREN, SE ROMPEN EN SEGUIDA.

IMAGEN 9: “D.G.T.”

DANIEL: UN COCHE QUE VIENE Y TIENE UN ACCIDENTE Y, PARA NO MATARSE ELLOS MISMOS, MATAN A OTROS.

SANDRA: ESTÁ BIEN, MIENTRAS QUE ESTÁS CONDUCIENDO TE CANSAS Y SI DUERMES... TE PUEDES EVITAR UN ACCIDENTE BASTANTE GORDO.

ALEJANDRO: ESTÁ BIEN, PERO HAY IMÁGENES DE PENA. HAY QUE PARAR SI TIENES SUEÑO O ESTÁS CANSADO, PARA EVITAR UN ACCIDENTE.

DANIEL: HAY OTRO REFRÁN QUE DICE: “VIVE Y DEJA VIVIR” PROCURA NO TENER NINGÚN ACCIDENTE.

¿Hay alguna relación entre los dos anuncios?

SANDRA: SON DE COCHES Y DE AUTOPISTAS. TE PUEDES CHOCAR CON OTRO COCHE, PERO EN ÉSTE TE DICE LO QUE PUEDE PASAR DE VERDAD.

ALEJANDRO: ESTO NO ES ENGAÑOSO, ES CIERTO.

MARCOS: EN EL OTRO HAY MÁS PELIGRO DE QUE LOS COCHES SE ROMPAN Y EN ÉSTE SE EVITA EL ACCIDENTE Y EN EL OTRO VA A TOPE.

DANIEL: SI UN COCHE DE JUGUETE SE CHOCA NO PASA NADA, PERO UNO DE VERDAD...

¿Cuál os ha gustado más?:

TODOS: EL ÚLTIMO PORQUE ES MÁS REAL.

Realidad o ficción:

SANDRA: ES FICCIÓN, PORQUE NO ES LO MISMO LO QUE TE PASA EN LA VIDA REAL, QUE EN LOS ANUNCIOS. TÚ SABES QUE ESO NO ES VERDAD, QUE LO HACEN PARA DECIRTE LO QUE PUEDE PASAR.

ALEJANDRO: LOS ANUNCIOS ENGAÑOSOS HAY MÁS Y SON MÁS MALOS Y LO DE RECICLAJE Y ACCIDENTES ESTÁ BIEN, PORQUE TE DICE LO QUE PUEDE PASAR.

MARCOS: ES ALGO VERDAD, LO DE EVITAR LOS CHOQUES.

DANIEL: A LOS COCHES DE PLÁSTICO SI SE ROMPEN, NO PASA NADA, SE PUEDEN ARREGLAR, PERO A LOS COCHES DE VERDAD, AUNQUE SE PUEDAN ARREGLAR, LAS PERSONAS...

¿Estas cosas ocurren en la vida real?

DANIEL: EN UNA AUTOPISTA, SE PUEDEN CHOCAR.

DIFERENCIAS ENTRE LA VIDA REAL Y LO QUE VEMOS EN TV:

SANDRA: EN LA TELEVISIÓN, ESTÁ HECHO PARA QUE VEAS LO QUE PUEDE PASAR EN LA REALIDAD, PERO CUANDO LO HACEN EN UN ANUNCIO, NO PASA.

ALEJANDRO: EN LA REALIDAD, PUEDES EVITARLO Y LOS ANUNCIOS TE DICEN QUE PUEDES EVITARLO, PERO NADIE HACE CASO.

¿Algo de la televisión es real?

DANIEL: SÍ, CUANDO HACEN PRUEBAS CON MUÑECOS, PERO CUANDO HAY UNA PERSONA NUNCA ES REAL.

MARCOS: HAY VECES, EN EL TELEDIARIO ES REALIDAD, PERO HAY OTROS PROGRAMAS QUE SON MUY MALOS Y NO DICEN NADA MÁS QUE MENTIRAS.

IMAGEN 10: “Desesperado Club Social”: Animales abandonados.

SANDRA: SI TÚ QUIERES UN PERRO Y LO COMPRAS ES PARA CARGAR CON SUS RESPONSABILIDADES, SABES QUE LUEGO EN VERANO TE LE TIENES QUE LLEVAR O DEJARLE CON ALGUIEN, PERO NO ABANDONARLO.

ALEJANDRO: LOS PERROS SON SERES VIVOS Y ES RESPETABLE COMO RESPETAMOS A LAS PERSONAS.

MARCOS: ESTÁ MUY MAL, YO TUVE UNA COBALLA Y LA DEJABA AL SEÑOR DE LA TIENDA DE ANIMALES, Y AL FINAL LA DI PORQUE NO PODÍA CUIDAR DE ELLA, NO PODÍA CARGAR CON SUS RESPONSABILIDADES PORQUE NO PODÍA SER RESPONSABLE DE MI MISMO.

DANIEL: UNA VEZ TUVE UN PERRO PERO NO PODÍA CUIDARLO Y LO TUVE QUE DAR, PERO NO LO TIRÉ A LA CALLE PORQUE PUEDE SUFRIR O QUE LE PILLE UN COCHE. ESTAS IMÁGENES DEFIENDEN AL PERRO.

¿Critica algo?

SANDRA: SÍ, A LOS HUMANOS, PORQUE SI TIENES UN PERRO, TIENES QUE SABER LO QUE SIGNIFICA.

IMAGEN 11: “Los Simpson”.

SANDRA: AL PRINCIPIO, TE ABURRE PERO, LUEGO, TE COGES EL TRUQUILLO Y TE DEJA DE PARECER ABURRIDO.

ALEJANDRO: LE PARECE UN ROLLO JUGAR Y, LUEGO, SE ENGANCHA.

MARCOS: AL PRINCIPIO, PREFIERE IR AL COLEGIO A HACER LOS DEBERES AUNQUE ESTÉ MALA, Y LUEGO SE PONE A JUGAR Y COMO SI NO LE IMPORTASE EL COLEGIO, COMO SI NO EXISTIERA.

DANIEL: EN EL VIDEOJUEGO, AL VER QUE SE ABURRÍA LO IBA A DEJAR, SU AMIGO LE TRAJÓ EL LIBRO PARA HACER LOS DEBERES, PERO COMO EL DEL VIDEOJUEGO LE DIJO QUE IBA A PERDER, ELLA SE CABREÓ Y TIRÓ EL LIBRO Y SIGUIÓ JUGANDO.

Positivo o negativo:

DANIEL: AL PONERSE MALA, ELLA QUERÍA IR AL COLEGIO, Y SU MADRE LE DECÍA QUE NO, LO NEGATIVO ES QUE DEJA EL LIBRO Y LOS DEBERES Y COGE EL MANDO DE LA VIDEOCONSOLA.

MARCOS: QUIERE IR AL COLEGIO PARA APRENDER Y NO FALTAR, Y LO NEGATIVO, QUE LE TRAEN LOS DEBERES Y COMO ESTÁ CON UN VIDEOJUEGO, LOS DEJA LOS DEBERES Y NO LOS HACE.

ALEJANDRO: CRITICA EL COLEGIO Y LOS DEBERES.

SANDRA: EL COLEGIO, PORQUE A VECES PARECE UN POCO ABURRIDO, PERO LUEGO EN EL FONDO CONOCES A AMIGOS Y TE LO PASAS BIEN.

IMAGEN 12: Spot Campaña prevención consumo de tabaco.

SANDRA: EL DIVERTIRSE ES BUENO, PERO TANTO IRTE CON TUS AMIGOS, TE ALEJA UN POCO DE TU FAMILIA.

MARCOS: ESTÁ BIEN IRTE CON TUS AMIGOS, PERO ESTÁ MAL TANTO TIEMPO E IRTE A UNA DISCOTECA A BAILAR PORQUE TE PUEDES QUEDAR CON LOS TÍMPANOS HECHOS POLVO.

DANIEL: SE VA CON SUS AMIGOS Y EMPIEZA A BAILAR Y NO SE CORTA.

IMAGEN 13: “South Park”

(TODOS LA IDENTIFICAN, PERO SEÑALAN QUE NO LA VEN Y PIENSAN QUE ES PARA ADULTOS PORQUE DICEN PALABROTAS Y GUARRERÍAS).

IMAGEN 14: “Los Simpson”.

(TODOS VEN LOS SIMPSON, CONSIDERAN QUE ES PARA TODOS LOS PÚBLICOS).

Diferencia entre ambas series:

MARCOS: EN UNA HAY DEMASIADOS TACOS Y EN LA OTRA HAY DEMASIADA VIOLENCIA.

Diferencias entre estos dibujos y El Pato Donald:

SANDRA: EL PATO DONALD ES MÁS PARA NIÑOS.

(A TODOS LES GUSTA MÁS EL PATO DONALD PORQUE NO HAY TANTA VIOLENCIA, MENOS A DANIEL, QUE PREFIERE LOS SIMPSON, PORQUE LOS ENCUENTRA MÁS INTERESANTES)

¿Deberían dar en el colegio una asignatura sobre ver la televisión?

SANDRA: A VECES, NOS PASAMOS VIENDO COSAS, TE ADICTAS, DEBERÍAN ACONSEJAR CÓMO VERLA. A VECES, ESTÁS VIENDO TANTO RATO LA TELEVISIÓN Y NO SABES NI LO QUE ESTÁS VIENDO.

MARCOS: YO, A VECES, ME PASO VIENDO “LOS AMIGOS Y JERRY”.

(TODOS SEÑALAN QUE LA EXPERIENCIA DE ESTA SESIÓN LES HA RESULTADO POSITIVA).

GRUPO DE DISCUSIÓN: A2 a (Colegio Montserrat).

FECHA DE REALIZACIÓN: 27 de septiembre de 2002.

VARIABLES: Niños de 7 a 9 años.
Ven más de 2 horas diarias la televisión.
Dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: JULIA: 7 AÑOS. CURSO: 2º B.
LUCAS: 8 AÑOS. CURSO: 2º C.
JOSÉ: 8 AÑOS. CURSO: 3º B.
GUILLERMO: 9 AÑOS. CURSO: 4º B.

TRANSCRIPCIÓN:

Actividades realizadas al salir de clase:

GUILLERMO: A VECES, MI MADRE VIENE PRONTO Y ME PILLA EN EL COMEDOR, Y VOY DIRECTAMENTE A CASA. A VECES, VIENE CON MISTI (MI PERRITA) Y NOS VAMOS AL PARQUE DE ROMA. AHÍ YO JUEGO MIENTRAS MI MADRE PASEA A MISTI. OTRAS VECES ME QUEDO JUGANDO EN EL PATIO HASTA QUE VIENE.

JOSÉ: HAGO LA TAREA, MERENDAR Y VOY A JUGAR AL .

LUCAS: VOY A MI CASA A HACER LAS TAREAS,DESCANSO, MERIENDO, Y LUEGO, A VECES, JUEGO AL ORDENADOR.

JULIA: ME VIENE A BUSCAR MI CUIDADORA CON MI HERMANA, VOY A CASA Y, MIENTRAS COMO, VEO LOS DIBUJOS O UNA PELI Y, DE VEZ EN CUANDO, JUEGO CON EL ORDENADOR. LUEGO, CASI TODOS LOS DÍAS, AUNQUE AHORA CASI NUNCA LO HAGO, VOY AL RETIRO A JUGAR CON MIS AMIGOS.

Dentro de casa, qué hacen y cuánto tiempo:

JOSÉ: JUGAR EN MI HABITACION, LUEGO JUGAR A LA GAMEBOY, OTRAS AL ORDENADOR, OTRAS A LA PLAY STATION. LUEGO , MÁS TARDE, ME PONGO UNA PELI Y ME QUEDO VIENDO LA TELE.

LUCAS: YO VOY A VER LA TELE, DESCANSO, JUEGO AL ORDENADOR Y CON LOS JUGUETES.

JULIA: CUANDO TERMINO DE COMER, ME PONGO A HACER LA TAREA Y LUEGO VOY A JUGAR AL ORDENADOR. LA MAYORÍA DE LAS VECES EN EL ORDENADOR, LO QUE HAGO ES DIBUJAR.

GUILLERMO: JUEGO CON MISTI, VEO LA TELE, REPASO LO DE CLASE Y SI MANDAN DEBERES LOS HAGO, DESPUÉS TOCO EL VIOLONCHELO Y VEO LA TELE.

Tiempo de deberes:

GUILLERMO: DEPENDE SI ES MUY DIFÍCIL O NO, LO QUE ME DURE.

JOSÉ: HORA Y MEDIA.

LUCAS: NO TENGO UN TIEMPO FIJO.

JULIA: LO QUE ME DURE.

Ayuda de adultos en la realización de deberes:

GUILLERMO: A VECES PIDO AYUDA A MI MADRE.

JOSÉ: . LOS HAGO CON MI PADRE.

LUCAS: LOS HAGO SOLO Y, CUANDO TENGO DUDAS, PREGUNTO A MIS PADRES.

JULIA: . LOS HAGO SOLA, PERO HAY VECES QUE, SI NECESITO AYUDA, SE LO DIGO A MI CUIDADORA O A MI MADRE.

Tiempo dedicado a jugar:

GUILLERMO: UN TIEMPO JUGANDO Y ESCUCHANDO MÚSICA, Y LUEGO CON LA PERRITA 30-45 MINUTOS.

JOSÉ: UNA HORA A LA PLAY, LUEGO AL PATIO Y AL .

LUCAS: NO TENGO TIEMPO FIJO.

JULIA: MUCHO RATO, TODO LO QUE PUEDO.

¿Con quien jugáis?

GUILLERMO: . JUEGO SOLO.

JOSE: NORMALMENTE SOLO, Y AL CON MIS AMIGOS.

LUCAS: CON MI HERMANO O SOLO.

JULIA: A VECES JUEGO CON MI CUIDADORA O CON MI MADRE.

Tiempo dedicado a ver la televisión:

GUILLERMO: DOS HORAS.

JOSÉ: DOS HORAS.

LUCAS: DOS HORAS Y MEDIA O TRES.

JULIA: DOS HORAS Y MEDIA O TRES.

¿Con quién?

GUILLERMO: CON MI MADRE.

JOSÉ: SOLO.

LUCAS: CON MI HERMANO Y CON MIS PADRES.

JULIA: A VECES CON MI MADRE, O SOLA.

¿Qué es lo que más te gusta?

JULIA: IR AL RETIRO, ESTAR AL AIRE LIBRE. ¿Para qué te sirve?: PARA ESTAR CON MIS AMIGAS.

JOSÉ: JUGAR A LA PLAY, AL ORDENADOR, A LA GAMEBOY Y AL FÚTBOL. ME SIRVE COMO ENTRETENIMIENTO.

LUCAS: LA TELE Y EL ORDENADOR. ME SIRVE PARA DIVERTIRME.

GUILLERMO: IR A LOS PARQUES DE ATRACCIONES. ME SIRVE PARA DIVERTIRME.

¿Qué elegiríais para el tiempo libre?

JULIA: PASÁRMELO BIEN.

JOSÉ: JUGAR AL FÚTBOL.

GUILLERMO: IR A UN PARQUE DE ATRACCIONES,

LUCAS: PASÁRMELO BIEN.

¿En qué horario veis la tele?

JULIA: POR LA MAÑANA, A LA HORA DE COMER; Y POR LA TARDE, A LAS 4 O ASÍ CON MI MADRE, Y POR LA NOCHE.

LUCAS: POR LA MAÑANA, A LAS 4 Y POR LA NOCHE.

JOSÉ: CUANDO QUIERO.

GUILLERMO: SOBRE LAS 3, Y VIENDO PELIS.

¿Dónde veis la tele?

JULIA: EN MI CASA O DE MIS ABUELOS.

LUCAS: EN MI CASA O EN CASA DE MIS ABUELOS.

JOSÉ: EN MI CASA.

GUILLERMO: EN MI CASA.

¿Para qué veis la tele?

GUILLERMO: PARA APRENDER MÁS COSAS, PARA IMAGINAR, SABER QUÉ PASA EN EL MUNDO (EL TELEDIARIO).

JOSÉ: PARA REÍRME, PARA APRENDER ALGO.

LUCAS: PARA APRENDER, DIVERTIRME, Y REÍRME.

JULIA: CREO QUE TENGO QUE DEJAR DE VERLA PORQUE ENSEÑA COSAS MALAS, PARA LOS NIÑOS NO ES MUY APROPIADO. EN LA TELE DEBEN PONER MÁS COSAS DE NIÑOS QUE DE MAYORES.

Cosas buenas de ver la tele:

JULIA: PASAR UN BUEN RATO.

JOSÉ: TE DA RISA.

LUCAS: ME DIVIERTO.

GUILLERMO: PASAS UN BUEN RATO, Y PUEDES VER COSAS PARA ENTRETENERTE.

Cosas malas de ver la tele:

JULIA: VES COSAS TRISTES EN EL TELEDIARIO. HAY GENTE QUE SE VICIA Y HAY QUE DOSIFICARLA, ES MALA VERLA MUCHO.

JOSÉ: SI LA VES MUCHO, LUEGO TE DUELE LA CABEZA.

GUILLERMO: SI LA VES MUCHO SE ESTROPEA LA VISTA. Y HAY COSAS QUE LOS NIÑOS NO PUEDEN VER, DEBERÍA HABER COSAS PARA NIÑOS.

¿Encendéis la televisión para ver algo concreto, o para ver cualquier cosa?

JULIA: POR LAS MAÑANAS , SIEMPRE SÉ LO QUE HAY. A LA HORA DE COMER, CADA DÍA ELEGIMOS MI HERMANA O YO QUE VER.

LUCAS: DEPENDE, ALGUNAS NO SÉ QUÉ VAN A ECHAR.

JOSÉ: PARA VER LO QUE ECHEN.

GUILLERMO: LA MAYORÍA DE VECES SABIENDO LO QUE VAN A ECHAR.

¿Veis todo lo que queréis la tele, o tenéis algún límite?

GUILLERMO: A VECES MI MADRE NO ME DEJA VER TODO LO QUE QUIERO.

JOSÉ: POR LAS MAÑANAS HAY QUE MADRUGAR. EL FIN DE SEMANA PUEDO VER LO QUE QUIERA.

JULIA: LOS PROGRAMAS DE MAYORES. MIRO EN EL PERIÓDICO Y PREGUNTO A MI MADRE O A MI CUIDADORA SI PUEDO VER TAL COSA O NO.

¿Qué hacéis cuando hay algo que no os gusta en la tele?

TODOS: CAMBIAR DE CANAL O APAGAR LA TELE.

¿Cuáles son los programas y personajes que os gustan mas?

GUILLERMO: EMBRUJADAS, DISNEY Y LOONEY TUNES.

JULIA: ZONA DISNEY , LOS PERSONAJES DE DISNEY.

LUCAS: NO TENGO PERSONAJES FAVORITOS. ME GUSTA GRAND PRIX.

JOSÉ: LOS SIMPSON, SPIDERMAN, DRAGON BALL .

¿Qué hacéis cuando ponen publicidad en medio de vuestro programa favorito?

LUCAS: SI ME GUSTA MUCHO LA DEJO Y COJO LA GAMEBOY, CUANDO ACABA DEJO LA GAMEBOY.

JULIA: CAMBIO DE CANAL, Y A VECES ME DICEN QUE APAGUE LA TELE Y LA APAGO.

GUILLERMO: A VECES ME QUEDO VIÉNDOLOS, PORQUE A VECES SON INTERESANTES. Pon ejemplo: PORQUE ANUNCIAS COSAS DIVERTIDAS, O SITIOS...

JOSÉ: ME QUEDO A VERLOS, ME ENCANTAN LOS ANUNCIOS, SON MÁS DIVERTIDOS.

Alternativas a ver la televisión en el tiempo libre:

GUILLERMO: PASEAR A MISTI.

JULIA: JUGAR AQUÍ.

LUCAS: LO QUE MÁS ME GUSTA ES VER LA TELEVISIÓN.

JOSÉ: NADA, ME GUSTA LO QUE MÁS, O JUGAR A LA PLAY.

¿Qué cambiaríais de la televisión?

JULIA: EL TELEDIARIO LO CAMBIARÍA A PONER DISNEY CHANEL.

JOSÉ: CAMBIARÍA EL TELEDIARIO POR LOS DEPORTES, Y COSAS COMO MAMMA MÍA LO CAMBIARÍA POR LOS SIMPSON.

GUILLERMO: CAMBIARÍA COSAS DE COTILLEO POR ANUNCIOS Y DOCUMENTOS SOBRE PARQUES DE ATRACCIONES.

LUCAS: QUE SÓLO PUSIESEN PROGRAMAS QUE ME GUSTASEN A MÍ . TAMBIEN QUITARÍA LOS PROGRAMAS DE LOS FAMOSOS, QUE SON UN ROLLO. EL TELEDIARIO ESTÁ BIEN, TE INFORMA DE LO QUE PASA, Y TAMBIÉN DE LOS DEPORTES.

¿De qué forma participaríais en la televisión?

JOSÉ: ME CAMBIARÍA POR SER RAÚL, Y RAÚL QUE SEA UN NIÑO.

LUCAS: SALIR EN LA TELE JUGANDO AL FÚTBOL, SIENDO RAÚL.

GUILLERMO: HACER ANUNCIOS DE LOS PARQUES DE ATRACCIONES.

JULIA: LO QUE ME INTERESA ES SALIR EN LA TELE, LUEGO NO ME IMPORTA LO QUE TENGA QUÉ HACER.

¿Habéis pasado miedo alguna vez viendo la televisión?

LUCAS: VIENDO ALGUNAS PELÍCULAS QUE MATAN A GENTE.

JOSÉ: VIENDO SCARY MOVIE Y CUANDO MATAN A PERSONAS DE REPENTE.

GUILLERMO: VIENDO LA GUARIDA.

JULIA: YO VIENDO EMBRUJADAS.

Imagen 1: “Tres amigos y Jerry”.

(JOSÉ IDENTIFICA LA SERIE, RESTO NO SE ACUERDAN. LUCAS Y JOSÉ: ¡ESTOS DIBUJOS MOLAN!).

JULIA: ME HA PARECIDO BIEN, CREO QUE TIENE RAZÓN QUE NO SE DEBE VER TANTA TELEVISION. OS ESTAIS VOLVIENDO BLANDENGUES.

JOSÉ: MUY MAL ESO QUE HAN DICHO... LA TELE ES FUNDAMENTAL PARA LOS NIÑOS, SI NO YO NO PODRÍA VIVIR, EXPLOTARÍA.

GUILLERMO: BIEN

LUCAS: BIEN, PORQUE COMO VEO ESTOS DIBUJOS...

¿Os dicen algo en casa relacionado con este tema, de que no veáis tanto la tele?

GUILLERMO: A VECES, MI MADRE.

JULIA: A MÍ, MI PADRE QUE VA A DOSIFICARME LA TELE PORQUE VEO MUCHA.

Imagen 2: Spot Telecinco: “Ver televisión con personas mayores”.

(TODOS PARTICIPAN MIENTRAS VEN LAS IMÁGENES, HACEN COMENTARIOS).

JULIA: ES MEJOR VERLA CON LOS PADRES, SI HAY ALGO QUE NO PUEDES VER.

JOSÉ: VER LA TELE CON PERSONAS MAYORES ES MUCHO PEOR, PORQUE EN VEZ DE LOS SIMPSON TENGO QUE VER EL TELEDIARIO.

GUILLERMO: BIEN, A VECES NO, PORQUE HAY VECES QUE A MI MADRE NO LE INTERESAN LOS DIBUJOS.

LUCAS: ES MEJOR VERLA CON TUS PADRES SI HAY ALGO QUE NO ENTIENDES.

Imagen 3: “Blooson”.

(JULIA IDENTIFICA LA SERIE DURANTE EL VISIONADO).

JULIA: QUE HAY ADOLESCENTES QUE TOMAN ALCOHOL Y NO DEBEN HACER ESO PORQUE ES MALO PARA LA SALUD.

GUILLERMO: LO MISMO.

LOS DEMÁS: LO MISMO.

¿Habéis hablado de esto antes en vuestra vida con alguien?

TODOS: NO

Imagen 4: Serie “Compañeros”.

GUILLERMO: ESTÁ MAL QUE LOS PADRES BEBAN ALCOHOL PORQUE PUEDEN HACER ALGO A LOS HIJOS, VOLVERSE LOCOS Y MATARLES, Y PUEDEN TRAUMATIZAR A LOS NIÑOS.

JOSÉ: ¿QUÉ ES ESO?

JULIA: PUES HACER QUE LOS NIÑOS BEBAN ALCOHOL Y SE EMBORRACHEN TAMBIÉN, Y TRAUMATICEN A OTRAS PERSONAS.

JOSÉ: OPINO LO MISMO QUE ELLOS.

LUCAS: YO TAMBIÉN.

¿Habéis hablado de este tema alguna vez?

TODOS: NO.

JULIA: ALGUNA VEZ A LO MEJOR.

Imagen 5: Noticia “Viajes de ensueño”.

(TODOS MUY ATENTOS).

JULIA: (Riéndose) HAY UNA SEÑORA QUE QUIERE ALCOHOL Y COGE UN SEÑOR, SE BAJA DEL BARCO, Y LE LLEVA LA COPA. ES UNA TONTERÍA.

JOSÉ: A MÍ ME PARECE UNA TONTERÍA. AHORRAR.

¿Os habéis fijado cuanto cuesta ese viaje?

GUILLERMO: 700 EUROS O POR AHÍ. ES MUCHO, PERO MERECE LA PENA PORQUE ESE BARCO ES DE LUJO.

LUCAS: SI TODO EL DÍA ESTÁN TUMBADOS, SE PONEN MÁS GORDOS.

JULIA: A MÍ ME GUSTARÍA QUE HUBIERA UN BARCO CON UN BALNEARIO.

JOSÉ: ME PARECE UNA CHORRADA.

¿Habéis hablado de este tema antes?:

TODOS: NO.

Imagen 6: "Pato Donald".

(TODOS IDENTIFICAN LA SERIE)

JULIA: CREO QUE ESO ESTÁ MAL.

GUILLERMO: ELLOS SÓLO QUERÍAN COMPRAR UN REGALO DE CUMPLEAÑOS, PERO ÉL NO LO SABÍA.

LUCAS: ESTÁ MAL PORQUE SI LO METE EN LA HUCHA DE LOS SOBRINOS...

¿Habéis hablado de esto con alguien?

JULIA: SÍ, PORQUE ME HAN DICHO QUE EL DINERO NO SE PUEDE PEDIR.

Imagen 7: Spot Reciclaje.

JULIA: ME PARECE QUE ES PARA APRENDER A RECICLAR Y QUE SE PUEDA VOLVER A UTILIZAR. TENEMOS QUE AYUDAR TODOS PARA NO GASTAR TANTOS ÁRBOLES Y NO GASTAR TANTO DE TODO.

JOSÉ: YO OPINO IGUAL QUE JULIA.

GUILLERMO: CRE QUE ESO TE ENSEÑA A RECICLAR. LAS BOTELLAS SE SALÍAN PORQUE ESE NO ERA SU SITIO CORRESPONDIENTE. Si LAS ECHAN AHÍ LUEGO LO TRITURAN TODO Y NO MIRAN LO QUE HAY.

LUCAS: CON TAL QUE LO SEPARES, DA IGUAL EN QUE BOLSA LO ECHES.

Imagen 8: "Hot wheels".

JULIA: NO ES CORRECTO. PORQUE HAY MUCHOS COCHES MEJOR QUE EL HOT WHEELS Y PARA PROMOCIONARLO TE DICEN QUE ES EL MEJOR.

JOSÉ: ESO ES MENTIRA, PORQUE YO TENGO EL HOTWHEELS Y HACIENDO CARRERAS CON MIS AMIGOS SIEMPRE HA GANADO EL MÍO.

GUILLERMO: NO LO HE ENTENDIDO. SÓLO HE VISTO QUE POR AHÍ PASAN DOS COCHES Y DICEN QUE SON LOS MAS RÁPIDOS.

JULIA: CASI NINGUNO LO HEMOS ENTENDIDO.

Imagen 9: “D.G.T.”.

(JULIA SE TAPA LOS OJOS).

LUCAS: ES MEJOR QUE DESCANSES PORQUE SI NO DESCANSAS TE PUEDES QUEDAR DORMIDO MIENTRAS CONDUCES.

JOSÉ: OPINO IGUAL QUE LUCAS.

JULIA: Y NO DEBES BEBER ALCOHOL ANTES DE CONDUCIR.

LUCAS: PORQUE SI LO TOMAS TE VUELVES BORRACHO.

JULIA: Y CONDUCES MAL Y TE PUEDES DAR UN GOLPE.

¿Quién os ha explicado todas estas cosas?

TODOS: MIS PADRES

GUILLERMO: MI MADRE LO QUE HACE ES QUE NOS ACOSTAMOS SOBRE LAS OCHO Y NOS LEVANTAMOS SOBRE LAS 4 Y SALIMOS.

¿De estas dos ultimas imágenes, cuál os parece mejor?

JULIA: LA DE HOT WHEELS PEOR PORQUE NO ME GUSTAN LOS ANUNCIOS ASÍ.

LUCAS: A MÍ, TAMBIÉN.

JULIA: A MÍ, NO ME GUSTA, ES DE LA GENTE QUE SE ESTRELLA, ME DA PENA.

GUILLERMO: PERO NO ES DE GENTE QUE SE ESTRELLA, SINO QUE ESTÁN DURMIENDO. Y ME PARECE EL MEJOR PORQUE ESE TE EXPLICA QUE DEBES DE DORMIR CUANDO ESTÁS CANSADO.

¿Todo lo que acabáis de ver creéis que es realidad o es ficción?

TODOS: ES REALIDAD.

JULIA: LO DE HOT WHEELS NO.

GUILLERMO: ES REALIDAD TODO.

¿Pensáis que esto ocurre en la vida real?

JOSÉ: EL DEL CRUCERO NO.

LUCAS: EL DEL CRUCERO NO. A VECES, TE MIENTEN CON ALGUNAS COSAS, COMO ESO QUE LE LLEVAN A LA SEÑORA LA COPA.

¿Pensáis que os puede ocurrir en la vida real lo que habéis visto?

TODOS: NO.

¿Por qué?

GUILLERMO: PORQUE YA NOS HEMOS ENTERADO Y YA ESTAMOS ADVERTIDOS.

¿Que diferencias hay entre la vida real y lo que pasa en la tele?

LUCAS: A VECES, LOS DE LA TV TE MIENTEN. ¿Por ejemplo? MUCHAS VECES DICEN QUE ES MUY BUENA LA MARCA DE COCHES O LO QUE SEA, Y LUEGO ES MENTIRA.

JULIA: HAY VECES QUE TE DICEN: “COMPRA ESTA CAMISETA” Y PASA UN DÍA Y SE TE ROMPE...

¿Algo de lo que veis en la tele pensáis que es real?

JOSÉ: LO DE PHILADELPHIA Y LAS TOSTADAS SÍ.

JULIA: SÍ, ALGO ES REAL.

LUCAS: LO DE LA WARNER EXISTE, ES VERDAD.

JULIA: PERO NO ES CIERTO, PORQUE NOS DICEN QUE ESE PARQUE ES BUENÍSIMO Y YO NO CREO QUE LO SEA.

¿Cuándo veis en la tele la Warner, estáis en la Warner?

TODOS: NO.

¿Es entonces real lo que veis en la tele?

TODOS: SÍ.

GUILLERMO: SÍ, PORQUE YO YA HE IDO Y ES LO MISMO QUE PONEN AHÍ

Imagen 10: “Desesperado Club Social”: Animales abandonados.

(TODOS MUY ATENTOS).

JULIA: PIENSO QUE ESTO ES MUY BONITO QUE ME HA GUSTADO MUCHO, Y TE EXPLICA QUE NO HAY QUE DEJAR ABANDONADOS A LOS PERROS.

GUILLERMO: CLARO, PORQUE ENTONCES. ¿ PARA QUÉ LOS COMPRAS?

Imagen 11: “Los Simpson”.

GUILLERMO: SE HA VICIADO CON EL VIDEOJUEGO, Y LE HAN MANDADO DEBERES Y NO LOS HA HECHO.

JULIA: ESA MADRE ES UN POCO MALA PORQUE LE DICE QUE TIENE QUE VERLO...

¿Pensáis que “Los Simpson” es para niños?

TODOS: SÍ.

¿De qué trata esta imagen?

LUCAS: UNA CHICA, LISA, QUE AL PRINCIPIO CREE QUE ES MUY ABURRIDO, Y LUEGO SE VICIA.

GUILLERMO: LE VIENE EL CHICO CON LOS DEBERES Y LOS DEJA AHÍ TIRADOS Y PREFIERE JUGAR QUE HACER LOS DEBERES.

JOSÉ: PRIMERO PARECÍA MUY ABURRIDO, Y LUEGO APRENDES LOS TRUCOS, Y A JUGAR, Y CADA VEZ ES MÁS DIVERTIDO. ESO A MÍ ME HA PASADO.

JULIA: A MÍ, ESTE AÑO ME HAN REGALADO UN ORDENADOR Y EL JUEGO DE HARRY POTTER, Y AL PRINCIPIO ME PARECÍA MUY ABURRIDO.

¿Habéis entendido lo que dice esta imagen?

TODOS: SÍ.

¿Qué critica?:

GUILLERMO: QUE NO SE PUEDE JUGAR TANTO Y HAY QUE HACER MÁS LOS DEBERES.

¿Alguien piensa que critica alguna otra cosa?

JOSÉ: QUE SUS PADRES NO ESTÁN MUY INTERESADOS EN QUE APRUEBE Y ESO, PORQUE SI NO...

Imagen 12: Spot Campaña prevención consumo de tabaco.

JOSÉ: HA MOLADO. ¿Por qué? PORQUE DA LA VOLTERETA. ME HA PARECIDO MUY BIEN ESO DE QUE NO FUMA, Y ESO.

JULIA: Y COMO PONÍA QUE NUNCA SE RINDE, YO SÉ QUE ES PORQUE NO FUMABA, PORQUE SI TÚ FUMAS TE RINDES ENSEGUIDA.

¿Lucas, ¿qué has visto?

LUCAS: UNA CHICA QUE VA A UNA DISCOTECA ... NO SÉ.

GUILLERMO: ES UN CHICO QUE NO FUMA, QUE ES MAS VALIENTE. LOS DEMÁS ESTABAN HACIENDO UN CÍRCULO, COMO QUE NO SE ATREVÍAN.
DICEN: NO SE CORTA, NO FUMA, Y ESTÁ BIEN NO FUMAR.

¿Pensáis que estas imágenes critican algo?

JOSÉ: QUE NO SE DEBE DE FUMAR...

¿Por qué?

JOSÉ: PORQUE PERJUDICA LA SALUD.

JULIA: ...Y LOS PULMONES, LUEGO CUANDO TE HAGAS VIEJO, TE PUEDES MORIR ANTES.

¿Os ha hablado de este tema alguien?:

TODOS: SÍ

¿Quién?:

JULIA: MI MADRE, PORQUE A MI ABUELO UNA VEZ LE DIO UN ATAQUE AL CORAZÓN PORQUE FUMABA TANTO...

JOSÉ: A MÍ ME LO ENSEÑARON EN LA GUARDERÍA, TENÍAMOS QUE HACER GRUPOS Y LIMPIAR TODO EL PATIO.

Imagen 13: “South Park”.

(TODOS MUY ATENTOS)

JULIA: YO TENGO ESE MUÑECO... YO NO HE ENTENDIDO CASI NADA

TODOS: NI YO

¿Habéis visto esta serie alguna vez?)

TODOS: NO.

JULIA: NO, PORQUE ES A LA 1 DE LA MAÑANA Y ES DE MAYORES, Y DICEN MUCHOS TACOS.

GUILLERMO: NO ES DE MAYORES PORQUE QUE YO SEPA NO MUCHO MAYORES VEN ESO. ES PARA NIÑOS, NO DE NUESTRA EDAD, SINO A PARTIR DE 13 AÑOS O ASÍ...

¿De qué trata esta serie?

JOSÉ: DE PELEAS, QUE SE MUERE UNO CASI SIEMPRE UNO, CASI SIEMPRE SE INSULTAN...

¿Entonces que creéis, que es para niños, para mayores...?

TODOS: PARA MAYORES

Y se emite muy tarde. ¿Vosotros no la veis por eso? ¿No os gusta? ¿No os dejan?

LUCAS: PORQUE ES MUY TARDE, NO NOS DEJAN...

JOSÉ: Y ENCIMA A MÍ NO ME GUSTA.

Imagen 14: “Los Simpson”:

GUILLERMO: BART Y HOMER ESTÁN VIENDO LA TELE, UNA SERIE DE QUE DOS CHICOS BEBEN, SE EMBORRACHAN Y ROMPEN UNA BOTELLA, Y SE EMPIEZAN A PELEAR.

¿Pensáis que es para niños esta serie?

GUILLERMO: SÍ, DESDE LUEGO... ¿Y la que ven ellos? : ESA NO. ¿Y consideras que es para niños? NO, POR ESO BART NO LA DEBERÍA DE VER.

LOS DEMAS: NO.

¿Y Los Simpson, la podéis ver?

GUILLERMO: SÍ.

LUCAS: NO, PORQUE ME ABURRO.

JULIA: A MÍ NO ME DEJAN, PORQUE PARECE QUE HABLAN MAL, DICEN PALABROTAS...

¿Qué diferencias pensáis que hay entre estas dos últimas series (“Los Simpson” y “South Park”) y, por ejemplo, el “Pato Donald”?:

LUCAS: ES MEJOR EL PATO DONALD.

¿Por qué?:

GUILLERMO: PORQUE ES MAS TRANQUILO.

LUCAS: ES MÁS TRANQUILO Y ES MAS PARA NIÑOS.

JOSÉ: Y SIEMPRE HACE GRACIA.

¿Entonces éstas son o no son para niños?

GUILLERMO: SÍ, PERO NO PARA UN NIÑO DE 4 AÑOS TAMPOCO.¿Por qué? AL MENOS LO DE DISNEY ES PARA TODAS LAS EDADES; Y NO LA PUEDEN VER LOS NIÑOS ESTAS, PORQUE DICEN PALABROTAS ALGUNAS. ¿Éstas que hemos visto, no? SÍ.

¿Y vosotros entonces por qué lo veis, si sois niños?

JULIA: YO NO LO VEO.

LUCAS: YO CASI NUNCA.

¿Consideráis que en el colegio debería de haber una asignatura relacionada con cómo ver la tele?...

GUILLERMO: SÍ, ASÍ TE ENSEÑAN QUE NO DEBES DE VER LA TELE MUCHO Y QUE TE PUEDES QUEDAR CIEGO POR VERLA DEMASIADO CERCA, SI TE QUEDAS HASTA LAS TANTAS VIÉNDOLA...

JOSÉ: SÍ, PORQUE ASÍ TODO EL MUNDO DEL COLEGIO SABEN LO QUE PUEDEN VER Y LO QUE NO.

LUCAS: SÍ, PORQUE HAY NIÑOS DE 6º QUE VEN CRÓNICAS MARCIANAS.

¿Vosotros lo veis también?

TODOS: NO, ES PARA MAYORES.

¿Piensas, Lucas, que debería de haber una asignatura?

LUCAS: SÍ, PORQUE ASÍ YA SABRÉ QUE HAY QUE VER MENOS, O MÁS...

JOSÉ: HAY QUE VER CUANTO MENOS MEJOR.

GUILLERMO: O VER LO NECESARIO.¿Y qué es lo necesario?: NO SÉ.

Julia, ¿debería de haber una asignatura?

JULIA: SÍ, PORQUE HAY NIÑOS QUE SE CREEN MUY CHULOS Y LO PUEDEN VER TODO Y A VECES SE VICIAN A ESE PROGRAMA.

¿Y por qué no lo pueden ver?):

LUCAS: PORQUE ES PARA MAYORES.

JULIA: ES QUE TENDRÍAN QUE PONER EN LA TELE, EN TODOS LOS PROGRAMAS...

LUCAS: EN UN CANAL COSAS PARA PEQUEÑOS, Y EN OTRO CANAL COSAS PARA MAYORES.

JOSÉ: ¿Y SI TE EQUIVOCAS Y PONES EL DE MAYORES Y HAY DIBUJOS, Y CREES QUE LO PUEDES VER?

JULIA: COMO SOUTH PARK, QUE ES DE DIBUJOS, PERO ES PARA MAYORES.

GRUPO DE DISCUSIÓN: B2 b (Colegio Montserrat).

FECHA DE REALIZACIÓN: 19 de junio de 2002.

VARIABLES: Niños de 7 a 9 años.
Ven menos de 2 horas diarias la televisión.
Dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: CRISTINA: 7 AÑOS. CURSO: 2º C.
MIGUEL: 8 AÑOS. CURSO: 3º A.
PAULA: 9 AÑOS. CURSO: 4º A.
LAURA: 9 AÑOS. CURSO: 4º B.

TRANSCRIPCIÓN:

Actividades realizadas al salir de clase:

CRISTINA: MERENDAR, HAGO LOS DEBERES, ORDENO MI HABITACIÓN.

MIGUEL: MERIENDO, JUEGO AL FÚTBOL, Y HAGO LO QUE TENGO PENDIENTE.

LAURA: TENGO ACTIVIDAD ALGUNOS DÍAS, MERIENDO, HAGO LOS DEBERES, Y SI ESTÁ EL CUARTO DESORDENADO, LO ORDENO.

PAULA: HAGO LOS DEBERES, VOY A NATACIÓN, ORDENO MI CUARTO... .

¿Qué deberes hacéis?, ¿Con quién?

CRISTINA: LO QUE ME MANDAN EN CLASE, CON MI HERMANA. LE DEDICO MÁS TIEMPO A JUGAR, EN LA CALLE Y EN MI CASA, CON MIS AMIGAS.

MIGUEL: HAGO LOS DEBERES MEDIA O UNA HORA, Y JUEGO AL FÚTBOL, LEO..., CON MIS HERMANOS O SOLO.

LAURA: DEPENDE, SI TENGO MUCHOS, LE DEDICO MAS TIEMPO. MÍNIMO MEDIA HORA. JUEGO, A VECES, DESPUÉS DE CENAR, JUEGO AL ORDENADOR, A LEER... NORMALMENTE SOLA.

PAULA: MEDIA HORA A HACER LOS DEBERES.

Tiempo dedicado a ver la televisión; solo/acompañado:

CRISTINA: ACOMPAÑADA, LA VEO UN POCO POR LA MAÑANA, UN POCO POR LA TARDE Y UN POCO POR LA NOCHE.

MIGUEL: ACOMPAÑADO. SI ESTÁ MI HERMANA, MUCHO, ME QUEDO ENGANCHADO HASTA QUE ME LLAMA MI PADRE.

LAURA: ACOMPAÑADA DE MI PADRE Y DE MI MADRE. MEDIA HORA, SOLO POR LA NOCHE.

PAULA: POR LA MAÑANA, UN CUARTO DE HORA, Y CUANDO LLEGO A CASA, UNA HORA. ACOMPAÑADA DE MIS HERMANOS Y DE MIS PADRES.

¿Qué es lo que más os gusta hacer?

CRISTINA: JUGAR CON MIS AMIGAS.

MIGUEL: JUGAR, SOLO O CON MI HERMANO, AL FÚTBOL; LEER, VER LA TELE.

LAURA: JUGAR Y LEER.

PAULA: ORDENO MI HABITACIÓN, HAGO LOS DEBERES Y JUEGO.

¿Para qué sirven estas actividades?

CRISTINA: JUGAR SIRVE PARA HACER AMIGAS. ES IMPORTANTE HACER AMIGAS PORQUE TE DIVIERTES CON ELLAS.

MIGUEL: PARA TENER AMIGOS, PARA ENTRETENERME, PARA MATAR EL TIEMPO. LEER PARA APRENDER, PRACTICAR. VER LA TELEVISIÓN, LO MISMO QUE JUGAR, TE ENTRETENES VIENDO DIBUJOS, AUNQUE NO SIEMPRE.

LAURA: LEER PARA APRENDER VOCABULARIO Y DIVERTIRME, HACER LOS DEBERES PARA SABER MÁS COSAS

PAULA: LEER PARA PRONUNCIAR BIEN, APRENDER LAS REGLAS DEL VOCABULARIO; ORDENAR LA HABITACIÓN PARA ENTRETENERME.

¿Qué elegiríais hacer en vuestro tiempo libre?

CRISTINA: ESTAR MÁS RATO CON MIS AMIGAS, PORQUE ME LLAMAN MUY PRONTO.

MIGUEL: JUGAR.

LAURA: LEER UN POCO MÁS TIEMPO E IRME A LA PISCINA.

PAULA: LEER UN POCO MÁS TIEMPO Y JUGAR AL ORDENADOR UN POCO MÁS TIEMPO.

Tiempo dedicado a ver la TV. Solo/acompañado. Lugar de la casa donde la ves.

	<u>TIEMPO DEDICADO A VER TELEVISION</u>	<u>FINES DE SEMANA</u>	<u>SOLO/ACOMPAÑADO</u>	<u>LUGAR DE LA CASA</u>
CRISTINA	POCO, MAÑANA, TARDE Y NOCHE.	VEO MUCHO MÁS LA TELE.	ACOMPAÑADA DE MIS HERMANOS.	SALÓN.
MIGUEL	MAÑANA, TARDE Y NOCHE.	PONEN MAS DIBUJOS, VEO UNA HORA MAS.	ACOMPAÑADO DE MI HERMANA.	SALÓN.
LAURA	MEDIA HORA.	UNA HORA.	ACOMPAÑADA DE MIS PADRES.	SALÓN.
PAULA	UNA HORA Y MEDIA.	DOS O TRES HORAS.	PADRES Y HERMANOS.	SALÓN.

¿Para qué veis la tele?

CRISTINA: PARA DIVERTIRME CON LOS DIBUJOS.

MIGUEL: PARA ENTRETENERME, VEO DIBUJOS, (CARTOONS), Y EL FÚTBOL. APRENDES COSAS SOBRE LOS ANIMALES.

LAURA: PARA DIVERTIRME, Y EN ALGUNOS PROGRAMAS APRENDES, EN LA 2 HAY ALGUNOS DOCUMENTALES.

PAULA: A VECES APRENDO CON LOS DOCUMENTALES Y ME DIVIERTO CON LOS DIBUJOS.

Aspectos positivos/ negativos de ver la tele:

CRISTINA: TE LO PASAS BIEN; SI TE ACERCAS MUCHO A LA TELE, TIENES UN PROBLEMA EN LOS OJOS.

MIGUEL: TE DIVIERTES; TE ENGAÑAN CON MUCHA PUBLICIDAD, Y ES MALO PARA LOS OJOS.

LAURA: LO QUE NO ME GUSTA ES QUE EN ALGUNOS DIBUJOS, APAREZCAN COSAS MUY VIOLENTAS, UNO CORTANDO LA CABEZA..., EN ANTENA 3, Y PONEN MUCHA PUBLICIDAD.

PAULA: APREDENDES; MUCHAS VECES TE ENGAÑAN, CON LOS DETERGENTES.

¿Encendéis la televisión para ver algo que queréis ver o para ver cualquier cosa?

CRISTINA: PARA VER CUALQUIER COSA.

MIGUEL: PARA VER CUALQUIER COSA, O SI SE QUE ECHAN ALGO QUE QUIERO VER, LO PONGO, COMO LOS DOCUMENTALES.

LAURA: PARA VER ALGO QUE SÉ EN QUE CADENA ESTÁ Y A QUÉ HORA.

PAULA: LO MISMO QUE LAURA.

¿Veis todo lo que queréis o hay cosas que no puedes ver?

CRISTINA: HAY COSAS QUE NO PUEDO VER, ALGUNOS DIBUJOS, PORQUE POR LA NOCHE ME DICEN QUE ME VAYA A LA CAMA.

MIGUEL: HAY COSAS QUE NO PUEDO VER, NO ME DEJAN VER PELÍCULAS VIOLENTAS Y PROGRAMAS TONTOS, QUE DICE MI MADRE QUE NO APRENDES.

LAURA: A ELLOS NO LES GUSTAN A ELLOS, O SON DE MAYORES.

PAULA: A VECES NO ME DEJAN PORQUE ME TENGO QUE IR AL COLEGIO.

¿Qué hacéis cuando emiten algo que no os gusta?

CRISTINA: NO SÉ

MIGUEL: CURIOSO UN POCO, ZAPING O APAGO LA TELE.

LAURA: HAGO ZAPING O LA APAGO.

PAULA: LO CAMBIO.

Programas/ personajes favoritos de televisión:

CRISTINA: DIBUJOS

MIGUEL: DIBUJOS, DOCUMENTALES, Y EL MUNDIAL.

LAURA: DIBUJOS.

PAULA: DIBUJOS.

¿Qué hacéis cuando ponen publicidad en vuestro programa favorito?

CRISTINA: VEO LOS ANUNCIOS.

MIGUEL: CAMBIO DE CANAL.

LAURA: ZAPING, Y SI NO ME GUSTA, LA APAGO Y LA ENCIENDO DENTRO DE UN RATITO.

PAULA: ME VOY O LO CAMBIO.

Alternativas a ver la televisión el vuestro tiempo libre:

CRISTINA: JUGAR.

MIGUEL: LEER O JUGAR.

LAURA: LEER O JUGAR.

PAULA: LEER O JUGAR.

¿Qué cambiarías de la televisión actual?

CRISTINA: NO SÉ.

MIGUEL: QUE NO HUBIERA ANUNCIOS.

LAURA: QUE QUITEN TANTOS ANUNCIOS Y PONGAN MÁS PROGRAMAS PARA NIÑOS.

PAULA: QUITAR ALGUNOS ANUNCIOS Y QUE PONGAN PROGRAMAS DE INGLÉS.

¿Os gustaría participar en la televisión?

CRISTINA: NO.

MIGUEL: SI NO HAY OTRA ALTERNATIVA...

LAURA: DEPENDE DE QUE PROGRAMAS SEA.

PAULA: LO MISMO, POR EJEMPLO DE PÚBLICO.

¿Habéis pasado miedo viendo la televisión?

CRISTINA: EN ALGUNAS PELÍCULAS DE DISPAROS QUE PONEN MIS PADRES.

MIGUEL: SÍ, CON PELÍCULAS DE TERROR, CON SUSTOS QUE TE PEGAN, “LOS OTROS”.

LAURA: NO ME ACUERDO.

PAULA: EN “EL SEÑOR DE LOS ANILLOS”, APARECE UN MALO, Y TE PEGAN UN SUSTO...

Imagen 1. “Tres amigos y Jerry”

¿Alguien sabe que serie es? MIGUEL Y PAULA.

¿Qué habéis visto?

MIGUEL: JERRY VE MUCHO LA TELE Y SU PADRE LE REGAÑA, LE DICE QUE HAY QUE HACER MÁS DEPORTE.

PAULA: ME PARECE BIEN, PERO EL PADRE ES UN POCO GRUÑON.

¿Qué tipo de programas veis con vuestros padres?

	PROGRAMA	DE QUE HABLAS	POR QUE
CRISTINA	DIBUJOS.	SI NO ENTIENDO ALGO DE LA TELE.	PORQUE ELLOS A LO MEJOR LO SABEN.
MIGUEL	ANA Y LOS SIETE EL MUNDIAL.	OPINO DE LO QUE VA A PASAR, SI HACEN FALTA EN EL MUNDIAL..., Y LO QUE NO ENTIENDO.	SI ESTAN ECHANDO UNA COSA QUE NO ENTIENDES..., ¿PARA QUÉ VERLA?
LAURA	ANA Y LOS SIETE ALGUNOS DIBUJOS Y PELÍCULAS.	MI OPINIÓN DE LA PELÍCULA O DE LA SERIE, Y SI DEBERÍAN CAMBIAR ALGUNA COSA.	
PAULA	EMBRUJADAS DIBUJOS.	DE LO QUE VA A PASAR, SI NO ENTIENDO ALGO, QUE ME LO EXPLIQUEN.	CASI SIEMPRE ELLOS LO SABEN.

¿Con qué otras personas habláis sobre lo que no entendéis en la tele?

CRISTINA: SI SUBO A CASA DE UNA AMIGA, LE PREGUNTO A SU MADRE SI NO ENTIENDO ALGO.

MIGUEL: CON MIS HERMANOS MAYORES.

LAURA: CON MIS ABUELOS, Y ALGUNAS AMIGAS QUE INVITO A DORMIR.

PAULA: CON MIS HERMANOS O CON MIS AMIGAS.

Imagen 2. Spot Telecinco: “Ver la televisión”

Aspectos positivos y negativos de ver la tele con los padres:

	POSITIVOS	NEGATIVOS
MIGUEL	LES PUEDES PREGUNTAR LO QUE NO ENTIENDES, SI NO TE GUSTA LA SERIE, HABLAR CON ELLOS... .	ESTOY VIENDO LA TELE, VIENEN MIS PADRES, Y SE PONE EL TELEDIARIO.
LAURA	TIENE RAZÓN, PORQUE A LO MEJOR NO ENTIENDES ALGO, O TE PARECE RARO, SE LO PREGUNTAS A ELLOS, SI NO TIENES A NADIE A QUIEN PREGUNTÁRSELO...	
PAULA	LES PUEDES PREGUNTAR.	SI LLEGAN ELLOS, TE LO CAMBIAN, IGUAL QUE MIS HERMANOS.

Imagen 3. “Blooson”

MIGUEL: DOS NIÑAS QUE ESTABAN PREPARANDO UNA COSA DE ALCOHOL, Y UNA SE LO HA BEBIDO, Y LA OTRA NO, PORQUE EL ALCOHOL ES MALO PARA LOS JÓVENES, SI SE EMBORRACHAN SE PUEDEN VOLVER LOCOS...

LAURA: ME PARECEN MAL LO QUE HACEN, PORQUE DE PEQUEÑOS TE PUEDE AFECTAR AL ESTÓMAGO O A SITIOS ASÍ.

PAULA: A MÍ TAMPOCO ME PARECE BIEN, SI SE QUIEREN HACER MACHOTAS...

MIGUEL: EN EL PROGRAMA DE PATRICIA, FUE UN NIÑO CON SU MADRE, Y DECÍA QUE FUMABA PORQUE QUERÍA LIGAR.

LAURA: ESO ME PARECE MAL, PORQUE SE VAN A DESTROZAR LOS PULMONES, Y NO HACE FALTA ESO PARA HACERSE LOS MACHOTES.

Aspectos positivos:

MIGUEL: LA CHICA QUE NO QUERÍA BEBER PORQUE UN AMIGO SUYO SE PUSO MAL DEL ESTÓMAGO POR BEBER ALCOHOL Y ELLA NO QUERÍA PONERSE ASÍ.

RESTO: IGUAL QUE MIGUEL.

Aspecto negativo:

MIGUEL: LA CHICA QUE HA BEBIDO ALCOHOL.

¿Habéis hablado con alguien de este tema?

MIGUEL: MI MADRE, QUE TRABAJA PARA EL MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO Y ESTÁ HACIENDO TODO EL DÍA COSAS PARA EL BOTELLÓN. ME CUENTA QUE EL ALCOHOL ES MALO, QUE NO TE EMBORRACHES, TRES CERVEZAS ES MALO PARA EL ESTÓMAGO... .

LAURA: CON MI PADRE Y CON MI MADRE. MI PADRE ME HA DICHO QUE HAY GENTE QUE QUIERE QUE BEBAS PARA HACERTE DE LA BANDA.

PAULA: CON MI MADRE, QUE ES UNA TONTERÍA.

Imagen 4. “Compañeros”

(TODOS CONOCEN LA SERIE “COMPAÑEROS”)

CRISTINA: ESTABA BEBIENDO Y SU HIJO LE IBA A DAR UN BESO, Y LE DICE QUE SE FUERA.

MIGUEL: HA BEBIDO TANTO QUE LE HA AFECTADO MUCHO Y ESTÁ BORRACHA. ESTÁ LOCA, RECHAZA A SU HIJO...

LAURA : QUIERE DESAHOGAR LAS PENAS CON EL ALCOHOL, RECHAZA A SU HIJO Y LE DICE QUE SE VAYA.

PAULA : SE HA PUESTO A BEBER Y NO ES CONCIENTE DE LO QUE HACE, ES POR EL ALCOHOL.

Aspectos positivos y negativos:

PAULA: LA HIJA MAYOR LE HA DICHO QUE NO PUEDE SEGUIR ASÍ, Y NEGATIVOS, QUE SE HA PUESTO A BEBER Y A BEBER...

LAURA: LA HIJA LE HA DICHO QUE TIENE QUE HACER ALGO PARA NO BEBER, Y NEGATIVOS, QUE NO DEBERÍA DE BEBER Y ESTÁ VOLVIENDO UN POCO...

MIGUEL: LO QUE HAN DICHO ESTAS DOS, Y NEGATIVOS, QUE HA BEBIDO MUCHO Y YA LE ESTÁ AFECTANDO PORQUE ESTÁ RECHAZANDO A SU HIJO POR EL ALCOHOL.

CRISTINA: ESTÁ BEBIENDO MUCHO Y QUE SE IBA A VOLVER LOCA.

Imagen 5. “Vacaciones de ensueño”

LAURA: LO QUE NO ME HA GUSTADO ES QUE TENÍAN MUCHA PUBLICIDAD, Y QUE ABUSABAN BASTANTE, EN DECIR LO DEL CRUCERO, HAY GENTE QUE NO PUEDE HACER ESE CRUCERO, PORQUE CUESTA MUCHO, O POR EL TRABAJO.

PAULA: HA SALIDO UNA IMAGEN QUE DICE “MÁS DE SETENTA MILLONES...”, ES MUCHO DINERO.

CRISTINA: TE RELAJAS CON EL MAR.

¿Habéis hablado con vuestros padres de este tipo de viajes?

NINGUNO

¿Conocéis a alguien que haga este tipo de viajes?

NO.

¿Por qué?

CRISTINA: PORQUE SON MUY CAROS.

Imagen 6. “Pato Donald”.

MIGUEL: UNOS NIÑOS QUERIAN COMPRAR A SU PADRE UNA CAJA DE PUROS PARA SU CUMPLEAÑOS, PERO NO TENÍAN DINERO, HAN HECHO UN TRABAJO PARA QUE SU PADRE LES DE DINERO, Y CUANDO SE IBAN A IR, SU PADRE LES HA DICHO QUE LO AHORREN Y QUE LO METAN EN UN BANCO.

LAURA: ME PARECE MUY BIEN QUE QUIERAN COMPRARLE UNA COSA A SU TÍO, PERO LO QUE NO VA BIEN ES QUE QUIERAN COMPRARLE PUROS, Y LO DE AHORRAR TAMBIÉN ESTA BIEN.

PAULA: ESTA BIEN QUE HAGAN LOS TRABAJOS PARA TENER DINERO.

Diferencias entre la imagen del crucero y esta:

MIGUEL: EL VIAJE ES MUY CARO, Y UNA CAJA DE PUROS NO VALE MUCHO, EN EL VIAJE TE QUEDAS TUMBADO Y TE DAN LO QUE QUIERAS, Y EN LA OTRA IMAGEN HACEN TRABAJO.

LAURA: LO DE AHORA ES MÁS PARA PEQUEÑOS QUE LO ANTERIOR.

PAULA: LO QUE HEMOS VISTO AHORA ES MEJOR QUE LO ANTERIOR, PORQUE TRABAJAN.

¿Habláis con vuestros padres de ahorrar?

SÍ.

MIGUEL: YO LO HABLO, PERO LUEGO SE ME OLVIDA.

Imagen 7. Stop: Reciclaje.

LAURA: NOSOTROS DIMOS EL TEMA DE RECICLAR, Y NOS VESTIMOS EN CARNAVAL, ESTÁ BIEN PORQUE SI NO LLEGARÁ UN DÍA EN EL QUE EL MUNDO SE CONVERTIRÁ EN UN BASURERO.

PAULA: SI NO PUEDE HABER CONTAMINACIÓN.

MIGUEL: ME PARECE BIEN, MI HERMANO TIENE UN AMIGO QUE HIZO UNA CAMPAÑA DEL RECICLAJE, QUE HACÍAN COSAS Y LES DABAN PREMIOS.

CRISTINA: ESTA MUY BIEN RECICLAR PAPEL, PORQUE SI NO...

¿En casa recicláis?

SÍ.

LAURA: EN ALGUNAS CLASES HAY CUBOS DISTINTOS PARA PAPEL, EMBASES...

Imagen 8. Hot wheels.

MIGUEL: ESO ES UN ENGAÑO TOTAL, UN HOT WEELS ES UN COCHE CUALQUIERA.

PAULA: TE DICEN QUE EL HOT WHEELS ES EL MEJOR, Y QUE LOS OTROS NO SIRVEN PARA NADA.

LAURA: ABUSAN UN MONTÓN, A LO MEJOR SÓLO LE PONEN UNA MARCA Y ES LO MISMO, SÓLO QUE EN EL ANUNCIO PARECE QUE LE ECHAN ALGO PARA CORRER MÁS.

CRISTINA: ESOS COCHES, CUANDO LOS COMPRAN NO CORREN TANTO.

Imagen 9. DGT

LAURA: TIENE MUCHA RAZÓN, PORQUE HAN PUESTO SEÑALES PARA QUE TU TE PUEDES PARAR Y NO TE CHOQUES, NI TE QUEDES DORMIDA EN EL VOLANTE.

MIGUEL: CUANDO EL CONDUCTOR TIENE SUEÑO, TE PARAS Y TE ECHAS UNA SIESTECITA, COMO HACE MI PADRE, QUE CUANDO TIENE SUEÑO, CONDUCE MI MADRE.

PAULA: ASÍ EVITAS MUCHOS ACCIDENTES, SI TE DUERMES EN LA CARRETERA Y VIENE UN COCHE POR DELANTE, TE MATES, PROBABLEMENTE.

CRISTINA: ESTÁ BIEN.

¿Habéis visto diferencias entre las imágenes de Hot wheels y las de la D.G.T?

MIGUEL: LOS HOT WEELS SON COCHES Y ESTOS TAMBIÉN, LOS HOTWEELS VAN MUY RÁPIDO Y ESO EN LA CARRETERA ESTÁ PROHIBIDO. LOS HOT WHEELS, NO SE PARAN A DORMIR.

¿Cuál de los dos os ha gustado más?

LAURA: EL ÚLTIMO, PORQUE LO VEO MÁS POSITIVO, PORQUE TE PUEDES PARAR. CON LOS DE HOT WHEELS, SÓLO JUEGAS CON ELLOS, PERO NO TIENES PARA PARARTE.

Lo que hemos visto: ¿Es realidad o ficción?

CRISTINA: REALIDAD..., NO SÉ.

MIGUEL: REALIDAD, ESTE ANUNCIO, Y FICCIÓN, LOS HOT WHEELS.

¿Esto ocurre en la vida real?

LAURA: EL ÚLTIMO ANUNCIO SÍ, YO HE VISTO UN MONTÓN DE PARADAS DE ESAS.

Diferencia entre la tele y la vida real.

PAULA: MUCHO, PORQUE DICEN MUCHAS MENTIRAS.

MIGUEL: POR EJEMPLO, SPIDERMAN: UN HOMBRE QUE ECHA TELARAÑAS, QUE VUELA... PUES ESO... .

LAURA: SABEMOS LO QUE ES REAL, PORQUE NOS PUEDE OCURRIR EN LA VIDA.

Imagen 10. “Animales abandonados”

MIGUEL: QUE NO ABANDONES A LOS ANIMALES, SON TUS AMIGOS, Y ELLOS TAMBIÉN TIENEN DERECHO A VIVIR.

PAULA: TU NO ABANDONARÍAS A TU PADRE O A TU MADRE, O A TU MEJOR AMIGA, O A TU HERMANO..., ES CASI LO MISMO.

LAURA: MIS TÍOS TIENEN UN PERRO QUE LO HAN COGIDO EN LA PERRERA.

MIGUEL: TENGO DOS GATOS QUE LOS ENCONTRARON EN EL BASURERO, SIN MADRE. Y TAMBIÉN SE ENCONTRARON UNO ABANDONADO EN LA PUERTA DEL VETERINARIO, CON EL CORDÓN “UNILICAL”.

CRISTINA: LO MISMO.

¿Critica algo esta imagen?

MIGUEL: QUE NO ABANDONES A LOS ANIMALES.

LAURA: DICIÉNDOTE CÓMO TIENES QUE AYUDARLES.

Imagen 11.Los Simpson

(TODOS CONOCEN LA SERIE)

CRISTINA: ESTABA JUGANDO AL VIDEOJUGO, HA VENIDO UN AMIGO Y LE HA DADO UN LIBRO.

MIGUEL: ESTÁ MALA Y QUIERE IR AL COLEGIO, PERO SU MADRE LE DICE QUE NO, SE PONE A VER UN DOCUMENTAL, QUE LE ENSEÑA. LA MADRE LE DICE QUE JUGUE A UN VIDEOJUEGO, PERO PASA TANTO TIEMPO JUGANDO QUE YA SE ENGANCHA Y NO QUIERE LEER NI NADA, SÓLO JUGAR AL VIDEOJUEGO.

LAURA: YO HE VISTO ESTE CAPÍTULO Y AL FINAL LE HACEN UN EXAMEN Y SE COPIA, ESO A MÍ ME PARECE MAL, Y ENGANCHARSE AL VIDEOJUEGO TAMBIÉN, PORQUE HAY QUE TENER UN LÍMITE.

PAULA: ELLA AL PRINCIPIO ES LA MÁS LISTA DE CLASE, PERO LUEGO SE PONE CON LOS VIDEOJUEGOS Y SE VICIA, NO HAY QUIEN LA PARE.

LAURA: ESA SERIE YO LA PONGO PORQUE A VECES NO HAY NADA, Y ME APETECE VER COMIENDO ALGUNA COSAS DE NIÑOS, ME PARECE A VECES UN POCO VIOLENTA, PERO ES QUE SIEMPRE HAY TELEDIARIOS, Y VER COSAS DE MUERTOS Y ESO... .EN ESTA SERIE TAMBIÉN HAY MUERTOS, PERO SABES QUE ES MENTIRA.

MIGUEL: EN EL TELEDIARIO TE ENSEÑAN “CADÁVERES MUERTOS”.

PAULA: ESTÁS COMIENDO Y TE ENSEÑAN UNA PERSONA MUERTA.

Imagen 12. Spot: Campaña consumo tabaco.

PAULA: UN CHICO QUE VA A FIESTAS Y SE ENROLLA, TE PUEDES DIVERTIR SIN FUMAR.

LAURA: TIENE RAZÓN PAULA, LA GENTE NO DEBERÍA FUMAR PARA TENER MÁS ENERGÍA.

MIGUEL: TE PUEDES DIVERTIR EN UNA FIESTA SIN TOMAR ALCOHOL, DROGAS, O FUMAR. CRITICA A LA DROGA, EL ALCOHOL..., DICIENDO QUE TE PUEDES DIVERTIR SIN TOMAR ESAS COSAS.

CRISTINA: TE PUEDES DIVERTIR SIN FUMAR.

Imagen 13. South Park,

(NINGUNO HA VISTO ESTA SERIE).

LAURA: UNA AMIGA MÍA SÍ, LA ECHAN MUY TARDE Y DICEN MUCHAS PALABROTAS.

MIGUEL: MI HERMANA HA VISTO LA PELÍCULA

PAULA: Y MI HERMANA. EN LOS ANUNCIOS PONÍAN QUE ¡MORÍA UNO!,

MIGUEL: Y VOMITABAN.

¿A qué hora se emiten?

(A LA 1, A LAS 11).

¿De qué trata?

MIGUEL: CUATRO NIÑOS QUE DICEN PALABROTAS.

¿Es para niños o para adultos?

TODOS: PARA ADULTOS.

MIGUEL: POR EL VOCABULARIO.

LAURA: MI AMIGA LA VIO DE CASUALIDAD.

¿Os dejan verla?

NO.

Imagen 14. Los Simpson.

¿Con quién veis esta serie?

PAULA: CON MI FAMILIA COMIENDO.

MIGUEL: CON MIS HERMANOS

LAURA: LOS FINES DE SEMANA

¿Es para niños o para mayores?

LAURA: ALGUNAS VECES PONEN COSAS DE NIÑOS Y OTRAS PARA MAYORES. ES MÁS PARA MAYORES, PORQUE A VECES PONEN COSAS QUE NO TIENEN MUCHO SENTIDO PARA LOS NIÑOS.

¿Os gustaría que os enseñasen en el colegio a ver la televisión, o ya vuestros padres os lo explican?

PAULA: A MÍ MIS PADRES ME LO EXPLICAN, AUNQUE TAMBIÉN LO PODRÍAN EXPLICAR EN EL COLEGIO.

CRISTINA: A MÍ ME DA IGUAL, YA ME LO EXPLICAN MIS PADRES.

LAURA: ME GUSTARÍA QUE ME LO PUSIERAN.

MIGUEL: NO, YA ME LO EXPLICAN MIS PADRES.

GRUPO DE DISCUSIÓN: C2 C (Colegio Montserrat).

FECHA DE REALIZACIÓN: 27 de septiembre de 2002.

VARIABLES: Niños de 7 a 9 años.
Ven más de 2 horas diarias la televisión.
No dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: DANIEL: 7 AÑOS. CURSO: 2º B.
HUGO: 7 AÑOS. CURSO: 2º C.
JUAN CARLOS: 8 AÑOS. CURSO: 3º A.
MARÍA: 9 AÑOS. CURSO: 4º A.

TRANSCRIPCIÓN:

Actividades realizadas al salir de clase:

DANIEL: LOS MARTES VOY A CASA Y DESPUÉS A UNA ESCUELA DE MÚSICA, QUE HAGO LENGUAJE MUSICAL Y VIOLÍN. LOS MIÉRCOLES HAGO CORO. Y AQUÍ TAMBIÉN HAGO AJEDREZ Y FÚTBOL.

HUGO: CUANDO ES NECESARIO, TENGO QUE ACABAR MUY PRONTO PARA IRME POR RECADOS. Y AQUÍ TENGO FÚTBOL E INFORMÁTICA.

JUAN CARLOS: CUANDO SALGO DEL COLE ME VOY A COMER A MI CASA Y DESPUÉS HAGO LOS DEBERES, Y JUEGO. DE ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES, VOY A BALONCESTO Y A SAXOFÓN.

MARÍA: CUANDO LLEGO A MI CASA COMO. DESPUÉS DE COMER HAGO MEDIA HORA DE ESTUDIO, ME VOY A JUGAR UN RATO CON MIS AMIGAS Y LUEGO MI MADRE ME VA A APUNTAR FUERA DEL COLEGIO A UNA PISCINA, PARA NADAR. LUEGO, SOBRE LAS 7- 7.30, LEO UN CAPÍTULO DEL LIBRO.

Dentro de casa, actividades que hace y tiempo que dedica, tiempo dedicado a deberes y tiempo dedicado a jugar:

MARÍA: EN CASA JUEGO CON MI MADRE, VEO LA TELE 5 HORAS O ASÍ.

JUAN CARLOS: VEO DOS HORAS DE PELI, JUEGO MEDIA HORA O 45 MINUTOS, Y LOS DEBERES SUELO HACER MEDIA HORA.

HUGO: YO CUANDO LLEGO A CASA, PRIMERO HAGO TODAS LAS TAREAS (TODO LO QUE TARDE EN HACERLAS) , DESPUÉS VEO UNA PELI DE LO QUE SEA. Cuánto tiempo ves la tele UNA HORITA, DOS... Y MEDIA... EN TOTAL.

DANIEL: CUANDO LLEGO A CASA SIEMPRE PRIMERO HAGO LOS DEBERES, MEDIA HORA. LUEGO ESTOY UN POCO JUGANDO CON MUÑECOS, Y LA TELEVISIÓN LA VEO, COMO PONEN UNAS SERIES QUE ME ENCANTAN, LAS VEO, Y TARDO UNA HORA Y DESPUÉS OTRAS SERIES, OTRA HORA.

Ayuda de adultos en realización de deberes. ¿Cómo hacéis los deberes?

DANIEL: SOLO

MARÍA: SOLA

JUAN CARLOS: SOLO

HUGO: YO SI ES DIFÍCIL, CON MI MADRE. PERO SI SON COSAS FÁCILES LAS HAGO SOLO.

¿Con quién jugáis?

DANIEL: POR LA TARDE JUEGO SOLO, EXCEPTO QUE ALGÚN AMIGO SE VENGA CONMIGO A CASA. LUEGO POR LA NOCHE, MI MADRE JUEGA UN POQUITO CONMIGO, A JUEGOS DE PALABRAS Y MATEMÁTICAS.

HUGO: CUANDO MI MADRE ESTÁ TRABAJANDO O VIENDO LA TELE, TENGO QUE JUGAR SOLO. CUANDO YA TIENE TIEMPO O HA TERMINADO, SE PONE A JUGAR A LAS CARTAS...AL CINQUILLO...

JUAN CARLOS: JUEGO CON MI HERMANO LA MAYORÍA DEL TIEMPO, Y A VECES JUEGO SOLO A LA PLAY STATION.

MARÍA: JUEGO CON MI MADRE AL PARCHIS, Y ALGUNAS VECES ME PONGO CON LOS DEBERES, PARA MÍ SON COMO JUEGOS, PORQUE COMO NO PUEDO JUGAR CON MI MADRE NI CON NADIE...Y POCAS VECES CON MI HERMANO PORQUE CASI NUNCA QUIERE.

Tiempo dedicado a ver la televisión. ¿Con quién?

MARÍA: DESPUÉS DE COMER VEO EMBRUJADAS CON MI MADRE. DESPUÉS, SOLA, VEO EL DIARIO DE PATRICIA, O ESO. (¿Y cuándo ves la tele, hablas con tu madre al mismo tiempo? ALGUNAS VECES SÍ. SI ALGO NO LO ENTIENDO, SE LO PREGUNTO.

JUAN CARLOS: VEO DOS HORAS LA TELE, CON MI HERMANO LA MAYORÍA DEL TIEMPO. HABLO CON MI HERMANO, PERO CON ALGUIEN MAYOR, NO.

HUGO: YO, A VECES, LA VEO CON MI ABUELA, MI PADRE, MI MADRE, O SOLO...
¿Hablas con ellos?: SI HAY ALGO DE LUCHA, ME DICEN QUE LO QUITE, QUE ESO NO

ES PARA MÍ. A VECES CHARLAMOS, PERO LO QUE MAS, ELLOS, QUE HABLAN DE SU TRABAJO.

DANIEL: YO VEO LA TELE CON MI MADRE, Y DESPUÉS, CUANDO SE TIENE QUE IR, VEO LA TELE SOLO. ¿Comentas con tu madre lo que ves en la tele?: SÍ, COSAS DE LA SERIE DE EMBRUJADAS.

¿Qué es lo que más te gusta? Elegir tres cosas de todo lo dicho:

DANIEL: ME GUSTA TODO... ELEGIRÍA VER LA TELEVISIÓN.¿Por que?: PORQUE ME GUSTA MUCHO Y PONEN SERIES MUY INTERESANTES “EL MUNDO Y YO”, “UN CHAPUZAS EN CASA”, “MATRIMONIO CON HIJOS” Y “MALIBU” , EN LA 2, Y EN TELECINCO “EMBRUJADAS”

HUGO: YO PREFERIRÍA HACER LAS TAREAS, JUGAR AL FÚTBOL, Y VER LA TELE.

JUAN CARLOS: JUGAR AL BALONCESTO, VER LA TELE, Y JUGAR.

MARÍA: VER LOS DIBUJOS UN RATO, IR A PISCINA, Y HACER UN RATO LAS TAREAS.

¿Para qué sirve hacer lo que me habéis contado?

MARÍA: PARA APRENDER COSAS, SI HACEN ALGO MALO, PARA APRENDER A NO HACERLO. Y A LA PISCINA, PORQUE ME GUSTA NADAR, Y APRENDER A NADAR. Y LAS TAREAS PORQUE ME GUSTAN, Y LAS NECESITAMOS PARA EL COLEGIO.

DANIEL: A VECES PONEN COSAS DE APRENDER, EN LAS SERIES TE EXPLICAN, SI HACEN ALGO MALO, Y APRENDES A NO TENER QUE HACER ESAS COSAS. LA TELE SIRVE PARA APRENDER COSAS.

JUAN CARLOS: APRENDO CON LOS DOCUMENTALES, DE LOS ANIMALES...EL BALONCESTO ME GUSTA, Y QUIERO APRENDERLO. JUGAR SIRVE PARA DIVERTIRME

HUGO: LOS DOCUMENTALES ME SIRVE PARA APRENDER SI QUIERO COGER PECES... JUGAR AL FÚTBOL, PORQUE ME GUSTA TANTO QUE PIENSO EN SER FUTBOLISTA. HACER LAS TAREAS, PORQUE PARA PODER JUGAR TENGO QUE HACERLAS, TENGO QUE ACABARLAS, PORQUE SI NO LAS ACABO NO PUEDO BAJAR A JUGAR.

¿Qué elegiríais hacer en vuestro tiempo libre?

DANIEL: IRÍA PRIMERO AL COLEGIO Y SI TENGO TAREAS LAS HARÍA, DESPUÉS VER UN POCO LA TELEVISIÓN, DOS HORAS, Y DESPUÉS ACTIVIDADES.

HUGO: PREFERIRÍA BAJAR A JUGAR, Y SI NO ME DEJARAN, ME PONDRÍA A HACER MANUALIDADES

JUAN CARLOS: IR AL COLEGIO, Y LUEGO ME IRÍA A JUGAR AL BALONCESTO

MARÍA: CUANDO ACABASE EL COLEGIO, SI TUVIERA TAREAS LAS HARÍA. Y SI ESTUVIERA EN PISCINA, ME IRÍA A LA PISCINA. VOLVERÍA A CASA Y DORMIRÍA

¿Cuánto tiempo veis al día la tele?

MARÍA: 5 HORAS

JUAN CARLOS: 2 HORAS

HUGO: DOS O DOS Y MEDIA

DANIEL: DOS HORAS

¿En qué momento del día veis la tele?

DANIEL: FIN DE SEMANA, MAÑANA TARDE Y NOCHE. Y ENTRE SEMANA POR LA TARDE Y NOCHE.

HUGO: FIN DE SEMANA, MAÑANA TARDE Y NOCHE. Y ENTRE SEMANA, A VECES LOS DESAYUNOS, Y POR LA TARDE Y POR LA NOCHE.

JUAN CARLOS: LOS DÍAS DE DIARIO, POR LA TARDE Y LA NOCHE, PERO MENOS.

MARÍA: LOS DE DIARIO, POR LA TARDE Y POR LA NOCHE POCO. LOS FESTIVOS, VEO MAÑANA TARDE Y NOCHE.

¿Dónde veis la tele?

MARÍA: EN MI CASA, EN EL SALÓN.

JUAN CARLOS: EN EL SALÓN Y EN LA HABITACIÓN DE MIS PADRES.

DANIEL: CUANDO LA CHICA ESTA LIMPIANDO EL SALÓN, VEO LA TELE EN MI HABITACIÓN. LUEGO, LA VEO EN EL SALÓN.

HUGO: EN CASA, EN EL SALÓN

Cosas buenas de ver la tele:

DANIEL: ES DIVERTIDO. HAY ALGUNAS COSAS EN LA TELE QUE SON MUY SERIAS, Y NO ME GUSTAN. ¿Por ejemplo?: “ASÍ SON LAS COSAS”. LO DIVERTIDO SON LAS SERIES, LOS PROGRAMAS...

HUGO: QUE APRENDO MUCHAS COSAS. ¿Por ejemplo? EN PASAPALABRA, DOCUMENTALES...

JUAN CARLOS: ES DIVERTIDO. ME DIVIERTO EN “LA BANDA DEL PATIO”, “LOS RUGRATS”...

MARÍA: ES DIVERTIDO, “MALIBU”. Y ALGUNAS VECES CON MI MADRE VEO LOS DOCUMENTALES Y APRENDO.

¿Qué es lo peor de la televisión?

MARÍA: LOS ANUNCIOS, QUE TARDAN MUCHO, Y TE CORTAN LO MAS INTERESANTE DE LA PELÍCULA.

¿Qué cosas malas tiene la tele?

JUAN CARLOS: LOS ANUNCIOS, Y LOS DIBUJOS DE SOUTH PARK Y TODOS ESOS PORQUE DICEN PALABROTAS.

HUGO: A MÍ, LO QUE ME MOLESTAN SON LOS ANUNCIOS, LOS DIBUJOS DE GUERRA Y SOUTH PARK PORQUE DICEN PALABROTAS.

MARÍA: BASTANTES COSAS. LO QUE NO ME GUSTA. ES QUE SI VES MUCHO LA TELEVISIÓN, TE PUEDE DAR UN POQUITO DE PÁNICO. TE PUEDES MAREAR LA CABEZA, TE PUEDES HACER ALGO, TE PUEDES MAREAR. ¿Quién te ha contado eso a ti?: NADIE, ES QUE UN DÍA POR VER TANTA TELEVISIÓN ME DOLÍA MUCHO LA CABEZA, PORQUE LA VI COMO TRES HORAS SEGUIDAS.

¿Encendéis la televisión porque sabéis que van a poner algo o para ver cualquier cosa?

MARÍA: PARA VER SI HAY ALGO, Y SI NO ME PONGO A LEER O A HACER OTRA COSA.

JUAN CARLOS: YO EN UNA REVISTA QUE TENGO PONEN TODO LO QUE VAN A ECHAR Y LO MIRO Y ENCIENDO PORQUE CREO QUE HAY ALGO.

HUGO: PARA VER SI HAY ALGO.

¿Qué hacéis cuando emiten algo que no os gusta?

MARÍA. SI HAY ALGO BUENO DESPUÉS DE LO QUE NOS GUSTA, LO DEJO HASTA QUE EMPIECE. Y SI NO EMITEN LUEGO ALGO QUE ME GUSTE, DESPUÉS DE LO QUE NO ME GUSTE, LA APAGO.

¿Cuándo emiten publicidad en vuestro programa favorito, que hacéis?

ME PONGO A JUGAR A LA SERIE ESA QUE ESTOY VIENDO, Y ME INVENTO COMO PUEDE SEGUIR LA SERIE.

HUGO: SI NO HAY NADA QUE ME GUSTA, LA APAGO Y ME PONGO A LEER O HACER OTRA COSA.

MARÍA: CAMBIO DE CANAL.

JUAN CARLOS: APAGO LA TELE Y EMPIEZO A LEER, O ME ESPERO A QUE EMPIECE.

¿Veis todo lo que queréis en la TV?

MARÍA: YO CUANDO YA ESTOY HARTA DE VER LA TELE, ME DA IGUAL QUE PONGAN ALGO QUE ME GUSTA, ME PONGO A HACER OTRA COSA. PORQUE SI LLEVO YA UNA HORA Y MEDIA O ASI NO LA VOY A VER DOS HORAS SI NO ME APETECE.

DANIEL: ¿Alguien te impide ver la tele?: MI PADRE, QUE ME DICE QUE VAYA A VER EL BALONCESTO Y NO SÉ QUE ELEGIR

JUAN CARLOS: CUANDO SE ACABA MI PROGRAMA FAVORITO (¿Por que?) PORQUE YA ME PONGO A HACER OTRA COSA, ME ABURRE YA TANTA TELE.

HUGO: A VECES NO VEO NUNCA LA TELE (¿Por que?) PORQUE NO VEO QUE HAY DIBUJOS NI NADA, NI ME APETECE VER UNA PELI...

¿Antes que ver la TV, elegís otras cosas?

DANIEL: ME GUSTARÍA IRME A JUGAR A UN PARQUE QUE ME ENCANTA, PERO QUE ESTÁ LEJOS. HAY CANCHAS DE BALONCESTO

.HUGO: HACER TAREAS, PORQUE SINO NO BAJO.

JUAN CARLOS: JUEGO CON MI HERMANO.

MARÍA: LEERÍA, O HARÍA LAS TAREAS, QUE DE PEQUEÑA ME ENCANTABA HACERLAS.

Imaginad que os dan una varita mágica y podéis elegir lo que va a ser la TV. ¿Qué cambiaríais?

MARÍA: LOS ANUNCIOS, QUITARLOS

JUAN CARLOS: QUITAR LOS ANUNCIOS Y QUE PONGAN TODO EL RATO MI PROGRAMA FAVORITO

HUGO: ESPERAR A LOS ANUNCIOS. ¿Que no hubiera que esperar a los anuncios? SÍ.

DANIEL: YO CAMBIARÍA LOS ANUNCIOS, Y QUE NO HUBIERA “A TU LADO”, “EL DIARIO DE PATRICIA”... Y LAS COSAS QUE NO SON DIVERTIDAS, LAS COSAS DE

HORTERADAS, COMO “MAMMA MIA”, Y ESO. LAS COSAS DE COTILLO, QUE QUITARAN ESO. QUE TODO EL DÍA PUSIERAN SERIES, Y DIBUJOS...

¿De qué forma os gustaría participar en la TV?

JUAN CARLOS: EN UNA SERIE QUE PUSIERAN TODOS LOS DÍAS.

HUGO: HACIENDO UN ANUNCIO NORMAL Y CORRIENTE.

DANIEL: DE GRAND PRIX, O ASÍ

MARÍA: TAMBIÉN EN GRAND PRIX Y JUEGOS DE LA TELE QUE HAYA.

Imagen 1: “Tres amigos y Jerry”

(DANIEL: ME ENCANTA ESTO. TODOS MUY ATENTOS).

¿Conocéis esta serie?

TODOS: SI

MARÍA: HA SALIDO UN PADRE QUE LE HA QUITADO AL HIJO LA TELEVISIÓN, Y LUEGO HAN SALIDO LOS PROFESORES, Y EL CURA... DICIENDO QUE LE TENÍAN QUE QUITAR LA TV

HUGO: ESTABAN LEYENDO Y GRITANDO, Y EL PADRE COMO ESTABA LEYENDO EL PERIÓDICO, Y NO LO ESTABA VIENDO, LE HA APAGADO LA TELE.

DANIEL: EL PADRE ESTABA MIRANDO EL PERIÓDICO Y SE DA CUENTA DE QUE EN LA TELE DICEN ALGO DE QUE SE HACEN LADRONES LOS NIÑOS.

JUAN CARLOS: QUE SI LOS NIÑOS VEN MUCHO LA TELE SE CONVIERTEN EN LADRONES Y EL PADRE, DISCUTIENDO QUE TENÍA QUE QUITAR LA TELE.

¿Creéis que es bueno ver la tele con vuestros padres?

MARÍA: BIEN, PORQUE CON LOS PADRES, PODEMOS HABLAR CON ELLOS, COMENTAR ALGO CON ELLOS SI NO SABEMOS ALGO... ME PARECE BIEN.

HUGO: BIEN Y MAL, PORQUE HAY COSAS BUENAS Y MALAS.

JUAN CARLOS: TU QUIERES PONER UNA SERIE, O UNA PELI TUYA, Y LOS PADRES DICEN QUE NO, QUE ESO NO LES GUSTA

Imagen 2. Spot: “Ver la TV con los padres”

(LO RELACIONAN CON POKÉMON).

MARÍA: SE HAN SENTADO A VER LA TV CON LOS PADRES, Y QUE ES BUENO ¿Por que? PORQUE, POR EJEMPLO, SI TIENES UNA DUDA, SE LO PREGUNTAS A ELLOS Y CON LOS PADRES APRENDES MÁS.

HUGO: ES BUENO, PORQUE TE PUEDEN DECIR “NO MIRES ESTO” O “NO MIRES LO OTRO”, O “ESTO SÍ”...

DANIEL: HE VISTO QUE EL NIÑO IBA A VER LA TV ÉL SOLO, Y QUIERE VER LA TV CON SUS PADRES, Y LES COGE DE LA MANO Y LOS LLEVA CON ELLOS.

JUAN CARLOS: LO MISMO QUE HA DICHO MARÍA, Y QUE HAY COSAS, Y SI HAY COSAS MALAS, LOS PADRES LE DICEN QUE NO HAGA ESO NUNCA.

Imagen 3. “Blooson”

(HUGO CONFUNDE CON “EMBRUJADAS”. DANIEL IDENTIFICA. TODOS MUY ATENTOS).

MARÍA: SI BEBES MUCHO TODOS LOS DÍAS, ES MALO Y TE PUEDE DAR UN CÁNCER. ¿Quién te ha explicado eso?: NADIE, A VECES LO VEO EN LA TELE.

HUGO: QUE CUANDO HA BEBIDO Y HA ESCUPIDO, ME HA HECHO GRACIA.

JUAN CARLOS: LA CHICA NO QUERÍA TOMAR ALCOHOL PORQUE DECÍA QUE ES MALO. Y LA OTRA SE TOMA EL ALCOHOL Y LO ECHA TODO.

DANIEL: LO QUE HA DICHO ELLA.

¿Os ha hablado de este tema alguien antes? TODOS: NO

DANIEL: A MÍ SÍ, MI PADRE, PORQUE ME DECÍAN QUE EL ALCOHOL ES MUY MALO PARA LOS NIÑOS.

Imagen 4. Compañeros.

(TODOS IDENTIFICAN Y PERMANECEN MUY ATENTOS. HUGO COMENTA: ESTÁ MUY BORRACHA)

MARÍA: LA SEÑORA ESTABA TRISTE, Y HA TOMADO BEBIDA PORQUE DICE QUE ESO LE TRANQUILIZA, Y NO, SÓLO SE PONE MALA Y TRATA MAL A LAS DEMÁS PERSONAS

DANIEL: ES MALO TOMAR TANTO ALCOHOL Y ESTÁ BORRACHA.

HUGO: EL NIÑO SE PONE A LLORAR Y ELLA ESTÁ BORRACHA DE TANTO ALCOHOL.

JUAN CARLOS: HE VISTO LO MISMO QUE HA DICHO MARÍA, QUE EL NIÑO ESTA LLORANDO PORQUE LA SEÑORA, CREO QUE ES SU MADRE, BEBE MUCHO ALCOHOL, Y ES MALO (¿Por qué es malo?) PORQUE SI TE EMBORRACHAS, TE VUELVES LOCO, Y LA FAMILIA NO PUEDE HACER NADA, PORQUE LA SEÑORA O EL SEÑOR LES PEGA A TODOS TORTAS.

Imagen 5. “Vacaciones de ensueño”:

HUGO Y JUAN CARLOS: NO SABEN QUÉ DECIR.

DANIEL: VAN A DAR UNA VUELTA EN UN BARCO. UN SEÑOR VA CON UNA BOTELLA DE CHAMPÁN A LA CHICA, ESO ES LO QUE HE VISTO YO, PERO NO LO HE COMPRENDIDO.

MARÍA: YO TAMPOCO LO HE COMPRENDIDO MUCHO, ES QUE LO QUE NO ENTIENDO ES COMO HA PODIDO LLEGAR EL SEÑOR DESDE EL BARCO HASTA LA PLAYA. NO HE COMPRENDIDO LA IMAGEN.

Imagen 6. Pato Donald.

MARÍA: LOS PATOS QUERÍAN REGALARLE ALGO A ALGUIEN O COMPRARLE ALGO Y AYUDAN AL PATO MAYOR, LE HACEN TODO EN EL JARDÍN, PERO LUEGO EL PATO MAYOR LES TIENE QUE METER EN SU HUCHA EL DINERO.

DANIEL: LOS PATITOS ESTÁN MIRANDO UNOS LIBROS Y SE ENCUENTRAN UNA CAJA QUE VALE 2,98. TIENEN UNA IDEA Y VAN A CORTAR EL CÉSPED Y LAS HIERBAS MALAS A SU TÍO, Y LUEGO LE PIDEN 2,98 PARA QUE SE COMPREN ESO. AL FINAL YA NO HE ENTENDIDO MÁS.

HUGO: YO NO HE ENTENDIDO NADA.

JUAN CARLOS: YO HE ENTENDIDO QUE COGÍAN UNA REVISTA Y VEÍAN UNA CAJA DE PUROS PARA FUMAR Y ENTONCES LOS PATITOS VAN A CORTAR TODO EL CÉSPED PARA DESPERTAR A SU TÍO, Y COMO LA CAJA VALÍA UNA COSA Y NO TENÍAN, PUES LE DAN LA CARTA PERO AL FINAL NO LO CONSIGUEN COMPRAR PORQUE EL PATO COGE LA HUCHA, Y TIENEN QUE METERLO.

¿Habéis hablado de este tema con alguien antes?

TODOS: NO

Imagen 7. Spot: Reciclaje

MARÍA: LAS COSAS QUE TIENEN UN PUNTITO VERDE LO TIENES QUE TIRAR A SU PAPELERA

¿Habéis hablado de esto antes?

TODOS: SI, EN EL COLEGIO.

Imagen 8. “Hot wheels”

JUAN CARLOS: ESTÁN PROBANDO LOS COCHES Y UN NIÑO TIENE EL DE HOT WHEELS Y EL OTRO NIÑO TIENE OTRO. HACEN UN SALTO Y EL DE HOT WHEELS LO PASA Y EL OTRO NO.

¿Qué cosas negativas o positivas tiene esta imagen?

DANIEL: QUE TIENES QUE COMPRAR ESE COCHE PORQUE CORRE MÁS.

MARÍA: DICEN QUE ES MEJOR ESE COCHE. COGEN UN COCHE NORMAL, QUE TAMBIÉN ES BUENO, Y EL HOT WHEELS, Y HACEN ALGO PARA QUE EL OTRO COCHE NO LO PASE, Y LO HACEN PARA QUE LO COMPRES.

Imagen 9. D.G.T.

DANIEL: SI CONDUCES MUY DEPRISA HAY QUE TENER CUIDADO PORQUE PUEDES ESTRELLARTE.

Entre estos dos últimos anuncios que hemos visto, ¿cuál os ha gustado más?

MARÍA: A MÍ, EL ÚLTIMO PORQUE LA GENTE QUE ESTÁ EMPEZANDO A CONDUCIR, YA SABE QUE NO TIENE QUE IR MUY RÁPIDO PARA NO CHOCARSE.

HUGO: EL ÚLTIMO, POR LA CONDUCCIÓN, QUE HAY QUE IR DESPACIO.

De todas las imágenes que hemos visto, ¿cuáles pensáis que son realidad o ficción?

TODOS: FICCIÓN

¿Por qué?

JUAN CARLOS: PORQUE LO DE HOT WHEELS ES PUBLICIDAD, PARA QUE LO COMPRES.

¿Pensáis que algunas de las cosas que hemos visto suceden en la vida real?

TODOS: SI

MARÍA: LA DEL COCHE, LA ÚLTIMA.

¿Qué diferencia pensáis que hay entre lo que veis en la tele y lo que pasa en la vida real?

MARÍA: EN LA VIDA REAL PASA, Y TE PUEDE HACER DAÑO, TE PUEDES MATAR. EN LA FICCIÓN NO TE HACE DAÑO.

¿Pensáis que lo que pasa en la TV es real?

JUAN CARLOS: ALGUNAS VECES SÍ. ¿Por ejemplo?: ESTE ANUNCIO, QUE PUEDE SER REAL.

MARÍA: A VECES SÍ, Y OTRAS NO. POR EJEMPLO EL GRAND PRIX.

¿Y lo tenéis delante o está en la tele?

MARÍA: ESTÁ EN LA TELE, PERO LOS PUEBLOS QUE VAN ALLÍ SON DE VERDAD, PUEDES IR ALLÍ, NO SÓLO ESTÁ EN LA TELE.

Imagen 10. “Animales abandonados”

(TODOS MUY ATENTOS).

DANIEL: LA GENTE NO DEBE ABANDONAR A LOS PERROS, PORQUE SON PARA CONVIVIR. NO HACE FALTA MATARLOS. HAY QUE APRENDER A TRATAR BIEN A LOS PERROS.

LOS DEMÁS: LO MISMO.

¿Pensáis que critica algo esta imagen?

TODOS: A LA GENTE QUE ABANDONA ANIMALES.

¿De qué manera?

MARÍA: PORQUE LAS PERSONAS SE CREEN QUE PUEDEN DEJAR AL PERRO DONDE LES DE LA GANA, PERO EL PERRO COMO ES TUYO LO TIENES QUE CUIDAR, Y NO MALTRATARLE COMO SI FUERA UN JUGUETE QUE NO TE GUSTE. HAY GENTE QUE EN VERANO SE LOS LLEVA DE VACACIONES, PERO OTROS NO, LOS DEJAN POR AHÍ.

Imagen 11. Los Simpson

(TODOS MUY ATENTOS)

MARÍA: A LA NIÑA LE GUSTA MUCHO ESTUDIAR PERO, EN VEZ DE ESTUDIAR, JUEGA A LA PLAY STATION.

HUGO: NO SÉ.

DANIEL: LA NIÑA LE ENCANTABA ESTUDIAR, ENTONCES LA MADRE LE HA DICHO QUE ES MUY BUENO JUGAR A LOS VÍDEO JUEGOS, Y ENTONCES SE VICIA A LOS VIDEOJUEGOS, Y YA NO HACE LOS DEBERES

¿Pensáis que critica algo esta imagen?

JUAN CARLOS: NO SÉ.

Imagen 12. Spot. Campaña consumo tabaco.

JUAN CARLOS: ES COMO UN CHICO PERFECTO.

¿Los demás habéis entendido algo?

NO

¿Pensáis que critica algo esta imagen?

TODOS: NO

Imagen 13. South Park.

¿Sabéis que serie es esta?

TODOS: SI, SOUTH PARK

¿Habéis visto esta serie alguna vez?

TODOS: NO.

DANIEL: YO SÍ.

¿Pensáis que esta serie es para niños o para mayores?

TODOS: PARA MAYORES.

MARÍA: AUNQUE SEA DE DIBUJOS, ES PARA MAYORES, PORQUE DICE BASTANTES PALABROTAS.

DANIEL: TRATA DE QUE NO HAY QUE DECIR PALABROTAS

Imagen 14. Los Simpson

(TODOS ANTENTOS).

JUAN CARLOS: HABÍA UNA PELÍCULA QUE BART NO DEBÍA DE VER.

MARÍA: YO HE VISTO QUE LOS SIMPSON VEÍAN UNA SERIE DE UNOS QUE BEBÍAN MUCHO.

¿Esta serie la veis?

SI, A VECES

¿Es para mayores?

PARA NIÑOS Y PARA MAYORES.

¿Por qué creéis que es para niños?

MARÍA: PORQUE, COMO SON DIBUJOS, A LO MEJOR LES GUSTAN Y LES INTERESAN.

¿Veis alguna diferencia entre estas dos series y la del Pato Donald?

TODOS: NO.

JUAN CARLOS: SON PRÁCTICAMENTE IGUALES.

¿Creéis que debería de haber alguna asignatura en el colegio que os explicara como ver la TV?

TODOS: NO.

DANIEL: CADA UNO DEBE VER LA TV COMO LE DE LA GANA.

JUAN CARLOS: SON LOS PADRES LOS QUE SE ENCARGAN DE DECIR QUÉ DEBES VER Y QUÉ NO.

MARÍA: NO, CADA UNO VE LA TELE COMO QUIERE.

HUGO: NO SÉ NADA DE ESO. NO.

GRUPO DE DISCUSIÓN: D2 d (Colegio Montserrat).

FECHA DE REALIZACIÓN: 19 de junio de 2002.

VARIABLES: Niños de 7 a 9 años.
Ven menos de 2 horas diarias la televisión.
No dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: MARIO: 7 AÑOS. CURSO: 2º C.
BELÉN: 7 AÑOS. CURSO: 3º A.
DARÍO: 8 AÑOS. CURSO: 3º B.
PABLO: 9 AÑOS. CURSO: 4º B.

TRANSCRIPCIÓN:

TRANSCRIPCIÓN GRUPO 2.2.:

COLEGIO MONTSERRAT:

7 -9 AÑOS. MENOS DE DOS HORAS. NO DIÁLOGO PADRES.

MIEMBROS DEL GRUPO:

MARIO TRIVIÑO: (7 AÑOS, 2ºC)
BELÉN CELEMIN MENA: (8 AÑOS, 3ºA)
DARÍO DE VICENTE: (8 AÑOS, 3º B)
PABLO LÓPEZ CARRETERO: (9 AÑOS, 3ºB)

Actividades fuera del hogar:

MARIO: BALONCESTO.

BELÉN: INGLÉS

DARÍO: GIMNASIA, ANTES.

PABLO: BALONCESTO Y FÚTBOL.

Actividades dentro del hogar:

MARIO: JUGAR AL FÚTBOL, UNA HORA.

BELÉN: TAREAS, MEDIA HORA.

DARÍO: JUGAR AL FÚTBOL, CINCO HORAS.

PABLO: ESTUDIAR, UNA HORA Y VER LA TELE, MEDIA HORA.

Tiempo dedicado a:

	Deberes:	Jugar:	Ver televisión:
MARIO:	1 HORA SOLO.	2 HORAS SOLO.	1 HORA ACOMPAÑADO.
BELÉN:	MEDIA O 1 HORA SOLA.	MEDIA HORA ACOMPAÑADA.	MEDIA HORA ACOMPAÑADO.
DARÍO:		5 HORAS SOLO.	1 HORA Y MEDIA SOLO.
PABLO:	1 HORA ACOMPAÑADO.	MEDIA HORA SOLO.	MEDIA HORA SOLO.

Actividades favoritas/ utilidad:

MARIO: BALONCESTO, FÚTBOL. ME SIRVEN PARA DIVERTIRME.

BELÉN: BALONCESTO, COMBA, Y PELOTA, ME SIRVEN PARA DIVERTIRME.

DARÍO: FÚTBOL Y GIMNASIA, ME SIRVEN PORQUE QUIERO SER JUGADOR DE MAYOR, SOY UN AFICIONADO Y ME GUSTA MUCHO. LA GIMNASIA, PORQUE HAGO MUY BIEN LAS VOLTERETAS LATERALES... .

PABLO: ESTUDIAR, PORQUE APRENDO, ME GUSTA Y ME DIVIERTO A LA VEZ.

¿Qué elegiríais hacer en vuestro tiempo libre?:

MARIO: JUGAR AL BALONCESTO.

BELÉN: VER LA TELEVISIÓN, PORQUE ME GUSTA Y NO LA VEO TODO LO QUE QUIERO.

DARÍO: JUGAR AL FÚTBOL.

PABLO: BAJAR AL PARQUE CON MI BICI. ME SIRVE PARA HACER EJERCICIO Y PORQUE ME ENTRETIENE.

	MARIO:	BELÉN:	DARÍO:	PABLO:
Tiempo:	1 HORA.	MEDIA HORA.	1 HORA Y MEDIA.	MEDIA HORA.
Horario:	MAÑANA.	TARDE.	TARDE.	TARDE.
Diferencias entre semana y fin de semana:	ALGO.	ES PARECIDA.	LA VEO MENOS EL FIN DE SEMANA.	
Dónde:	SALÓN.	SALÓN.	SALÓN.	SALÓN.
Con quién:	ACOMPAÑADO	MADRE, PADRE.	SOLO.	SOLO.
Para qué:	APRENDER COSAS.	ME DIVIERTO	DIVERTIRME.	VER IMÁGENES Y DIVERTIRME.
Viendo:	DOCUMENTALES DE ANIMALES.	ANIMALES.	IMÁGENES, GRÁFICOS...	ACCIÓN Y DIBUJOS.
Aspectos positivos:	APRENDES MUCHAS COSAS.	ME GUSTA MUCHO.	ME GUSTAN LAS DE TERROR Y DOCUMENTALES.	ME GUSTAN LOS DIBUJOS.

Aspectos negativos:	HAY PELIS DE TERROR, NO ME GUSTAN PORQUE SUEÑO.	SI ESTOY MUCHAS HORAS ME CANSO.	CUANDO VEO MUCHO LA TELE ME DUELEN LOS OJOS.	HAY ALGUNAS PELIS QUE SON FEÍSIMAS.
---------------------	---	---------------------------------	--	-------------------------------------

¿Encendéis la televisión porque sabéis que van a emitir algo o por ver cualquier cosa?

MARIO: PORQUE VAN A EMITIR ALGO.

BELÉN: SÉ QUE VAN A EMITIR ALGO.

DARÍO: PORQUE VAN A EMITIR UNA PELÍCULA BUENA.

PABLO: PORQUE SÉ QUE LO VAN A EMITIR.

¿Veis todo lo que queréis en la televisión o hay cosas que no podéis ver?

MARIO: TODO LO QUE QUIERO..., BUENO TODO NO, NO PUEDO VER LOS DIBUJOS DE POR LA MAÑANA PORQUE TENEMOS QUE VENIR AL COLEGIO.

BELÉN: NO, PORQUE NO ME DEJAN VER NOVELAS.

DARÍO: SÍ, PERO CUANDO HAY COLE, NO PUEDO VER NADA.

PABLO: NO ME DEJAN VER PELÍCULAS CON ESE NUMERITO: 13 O 18.

¿Qué haces cuando empiezan a emitir algo que no os gusta?

MARIO: CAMBIO DE CANAL.

BELÉN: APAGO LA TELE, PONGO MÚSICA O ALGO ASÍ.

DARÍO: HAGO “ZAPING” HASTA QUE ENCUENTRO UN DOCUMENTAL O ALGO QUE ME GUSTE.

PABLO: VOY MIRANDO POR LOS CANALES A VER SI ME GUSTA ALGUNO.

Programas y personajes favoritos:

MARIO: “CRUZ Y RAYA”

BELÉN: “SISÍ EMPERATRIZ”

DARÍO: DOCUMENTALES DE ANIMALES

PABLO: “CUÉNTAME”

¿Qué haces cuando en medio de tu programa favorito ponen publicidad?

MARIO: APAGAR LA TELE.

BELÉN: ESPERAR A QUE VENGA OTRA VEZ EL PROGRAMA, (¿Cómo?), CAMBIO DE CANAL.

DARÍO: HAGO “ZAPING”, PONGO OTRA PELÍCULA

PABLO: QUITO LA VOZ Y ME PONGO A JUGAR

Alternativas a ver la televisión:

MARIO: JUGAR CON LOS MUÑECOS

BELÉN: IR A CASA DE MI TÍA

DARÍO: JUGAR AL FÚTBOL

PABLO: LLAMAR A MI ABUELO

¿Qué cambiarías de la televisión?

MARIO: NADA.

BELÉN: LOS ANUNCIOS, LO HACEN PARA QUE COMPREMOS Y NOS GASTEMOS DINERO

DARÍO: NADA

PABLO: LOS ANUNCIOS, PORQUE TE MIENTEN: “EL MEJOR CHAMPÚ DEL MUNDO”... .

¿Cómo participaríais en la televisión?, ¿De alguna manera?

MARIO: NO.

BELÉN: NO.

DARÍO: SÍ, EN PELÍCULAS COMO ACTOR.

PABLO: NO, NO ME GUSTA.

¿Habéis pasado miedo viendo la televisión?

MARIO: NO.

BELÉN: POCAS VECES, CUANDO HAY ALGUNA PELÍCULA DE MIEDO.

DARÍO: POCAS VECES, COMO “ALIEN”.

PABLO: NO.

Imagen 1. “Tres amigos y Jerry”

MARIO: MAL, NO SE PUEDE ESTAR TANTO TIEMPO VIENDO LA TELEVISIÓN, TE PUEDES QUEDAR CIEGO.

BELÉN: NO ME GUSTA VER LA TELEVISIÓN PORQUE TE PUEDES QUEDAR CIEGO.

DARÍO: IGUAL QUE MARIO.

PABLO: IGUAL QUE MARIO.

Normalmente, ¿veis la televisión con vuestros padres?

MARIO: NO MUCHAS VECES.

BELÉN: ALGUNAS VECES.

DARÍO: NO.

PABLO: POR LAS NOCHES.

¿Habláis con vuestros padres de lo que veis en la televisión?

MARIO: NO.

BELÉN: NO.

DARÍO: SÍ, DE LAS PELÍCULAS, QUÉ HA PASADO..., Y ESO.

PABLO: NO.

¿Con qué otras personas habláis sobre lo que sale en la tele?

MARIO: MI HERMANO, (13 AÑOS).

BELÉN: MIS PRIMOS, (10 AÑOS).

DARÍO: NADIE.

PABLO: HERMANO, (MAYOR).

¿Es mejor o peor ver la televisión con vuestros padres?

MARIO: ME DA IGUAL, ME GUSTA DE TODAS FORMAS.

BELÉN: ME DA IGUAL, PORQUE VEO NOVELAS, QUE NO ME DEJAN Y LUEGO SE LAS CUENTO.

DARÍO: ME DA IGUAL.

PABLO: ME DA IGUAL.

Imagen 2. Spot Telecinco: “Ver televisión con personas mayores”

PABLO: ESTÁ BIEN PORQUE SI HAY ALGO QUE A TUS PADRES NO LES GUSTA QUE LO VEAS... ¿ Te explican lo que ves?: A VECES. LA MAYORÍA DE LAS VECES “LO DEJAN AHÍ”, SIN EXPLICAR.

DARÍO: A LOS PADRES LES PUEDES MOLESTAR, DICIENDO “VEN, VEN...”, SI ESTÁN HACIENDO TAREAS, COCINANDO... .

¿Veis la televisión en vuestro cuarto?

MARIO: NO.

BELÉN: NO, A MÍ ME LA VAN A COMPRAR.

DARÍO: NO.

PABLO: YO LA TENGO PERO ME LA VAN A QUITAR, PORQUE ES MUY VIEJA Y SE VE MUY MAL.

Imagen 3. “Blooson”

MARIO: LA BEBIDA ES MALA, PORQUE PUEDE HACERTE UNA ENFERMEDAD O MATARTE.

BELÉN: TE PUEDES EMBORRACHAR. UNAS NIÑAS QUERÍAN BEBER VINO O AGUARDIENTE, ¿NO?.

DARÍO: ES MALO, TE PUEDE ENFERMAR, TE INTOXICA LA TRIPA.

PABLO: TE PUEDES MORIR, TE EMBORRACHAS, TE PUEDE PASAR ALGO MUY GRAVE.

¿Habéis visto algo positivo en ésta imagen?

TODOS: NO.

¿Y negativo?

DARÍO: SÍ, ESA BEBIDA ES MALA.

MARIO: LO MISMO QUE DARÍO.

¿Habéis hablado de éste tema con alguien?

MARIO: NO.

DARÍO: SÍ, CON MI PAPA, ME HA DICHO QUE NUNCA LO TOME, SÓLO CUANDO SEA MAYOR Y UN POQUITO, PORQUE ME PUEDO EMBORRACHAR.

Imagen 4. “Compañeros”

(TODOS MUY ATENTOS).

¿Qué habéis visto?

MARIO: LA BEBIDA ES MALA.

BELÉN: LO MISMO.

DARÍO: DE BEBER TANTO VINO SE HA PUESTO BORRACHA Y NI SIQUIERA QUIERE BESAR A SU NIÑO CUANDO VUELVE DE LA EXCURSIÓN.

PABLO: SE GASTA EL DINERO EN BEBIDA Y SE EMBORRACHA.

¿Veis algún aspecto positivo?

(No dicen nada).

¿y negativo?

PABLO: ESTÁ BORRACHA, BEBE MUCHO, Y ES DE LO ÚNICO QUE SE ALIMENTA.

BELÉN: HA BEBIDO MUCHO Y SE PUEDE PONER ENFERMA.

¿Puede pasar en la vida real?

SÍ.

PABLO: YO LO HE VISTO EN LA TELE, ME PARACE MAL PORQUE ES MALO PARA LA SALUD.

Imagen 5. “Vacaciones de ensueño”

MARIO: COSAS MALAS, QUE HA PEDIDO UN VINO Y ESO ME PARECE MAL, Y LA BUENA, QUE ME PARECE BIEN QUE SE HAYAN INVENTADO LOS BARCOS.

BELÉN: IGUAL, BEBER VINO NO ME PARECE BIEN.

DARÍO: IGUAL QUE MARIO.

PABLO: IGUAL QUE MARIO.

¿ Habéis hablado de este tema antes con alguien?

NO.

Imagen 6. “Pato Donald”

(TODOS ESTÁN MUY ATENTOS Y LA IDENTIFICAN).

¿Conocéis esta serie?

SÍ, “PATO DONALD”.

MARIO: LOS NIÑOS ERAN MUY TRAVIESOS Y EL PATO ERA MALO.

BELÉN: LOS NIÑOS QUERÍAN COMPRAR TABACO.

DARÍO: LOS NIÑOS QUERÍAN COMPRAR TABACO Y, COMO ESTABA MUY BARATO, LE HAN ENGAÑADO AL PATO.

PABLO: LOS PATOS, COMO SON PEQUEÑOS, NO PUEDEN FUMAR Y ENGAÑAR AL TÍO DONALD ESTÁ MAL.

Aspectos positivos:

DARÍO: EL TÍO DONALD LES PILLA.

¿ Y negativo?

MARIO: SE QUERÍAN COMPRAR CIGARROS Y SON MUY PEQUEÑOS AÚN.

BELÉN: SE QUERÍAN COMPRAR PUROS.

Imagen 7. Spot: Reciclaje

MARIO: UNAS COSAS MUY BUENAS, HAY QUE RECOGER LA BASURA PARA QUE EL MUNDO NO SE CONTAMINE.

¿Habíais hablado de este tema con alguien?

MARIO: CON MI PROFESORA, ME HABÍA CONTADO LO MISMO O ALGO PARECIDO, TODO LO QUE VALGA PARA RECICLAR HAY QUE RECICLARLO Y ASÍ NO SE CONTAMINA EL MUNDO.

BELÉN: HE VISTO COSAS BUENAS, PARA VER QUE SE PUEDE RECICLAR.

DARÍO: PARA QUE NOCONTAMINEN EL MUNDO Y QUE RECICLEMOS

PABLO: RECICLAR ESTÁ BIEN PARA NO CONTAMINAR EL MUNDO.

¿Recicláis en casa?

TODOS: SÍ.

Imagen 8: “Hot wheels”

MARIO: ESOS COCHES DIVIERTEN MUCHO..., Y NADA MÁS.

BELÉN: ES UN ANUNCIO PARA COMPRAR Y GASTAR EL DINERO, AUNQUE DIVIERTAN. SI NOSOTROS COMPRAMOS ESTO, TENEMOS QUE PAGAR LA PARTE DE ANUNCIO. ¿Quién te ha contado eso?: MI MADRE, QUE ES SOCIÓLOGA.

DARÍO: SÓLO LO ANUNCIAN PARA QUE TÚ LO COMPRES, PORQUE CUALQUIER COCHE PUEDE HACERLO, Y LO PONEN MÁS CARO PARA GANAR MÁS DINERO.

PABLO: LO HACEN PARA QUE LOS COMPRES, PERO LUEGO LOS COCHES VAN MÁS DESPACIO EN VEZ DE A ESA VELOCIDAD.

Aspectos positivos:

(No dicen nada).

¿Y negativo?

BELÉN: LO HACEN PARA COMPRAR.

Imagen 9. D.G.T.

BELÉN: CUANDO VAS CONDUCIENDO NO TE PUEDES DESPISTAR PORQUE TE “DAS UN CHOQUE” Y TE MUERES.

¿Veis algún aspecto positivo?

(No dicen nada).

¿Y negativo?

BELÉN: NO HAY QUE DISTRAERSE CUANDO ESTÁIS CONDUCIENDO.

¿Hay diferencias entre esta imagen y la anterior?

PABLO: EL DE TRÁFICO ES POSITIVO PARA QUE NO TE DISTRAIGAS EN LA CARRETERA Y NO TE DUERMAS.

BELÉN: ES MEJOR EL DEL ANUNCIO, PORQUE DENTRO NO HAY NINGUNA PERSONA QUE SE PUEDA HACER DAÑO.

¿Todos los que hemos visto hasta ahora son realidad?

TODOS: NO.

¿El de Hot wheels es realidad?

BELÉN: NO.

MARIO: SÍ, PORQUE YO TENGO ESE JUGUETE.

¿Pensáis que os puede ocurrir a vosotros?

BELÉN: SÍ, PORQUE TE PUEDES DORMIR SI TIENES MUCHO SUEÑO POR LA NOCHE.

¿Qué imágenes no son reales?

MARIO: NO, EL PATO DONALD, SON DIBUJOS ANIMADOS.

Imagen 10. Animales abandonados.

MARIO: HE VISTO ALGO MUY MAL, A LOS ANIMALES NO SE LES ABANDONA, SE LES LLEVA A UNA PERRERA O ALGO ASÍ.

BELÉN: LOS PERROS NO SE DEBEN ABANDONAR, QUE LES LLEVEN A UN SITIO PARA ADOPTARLOS.

DARÍO: NINGUNO DE ELLOS ES BUENO, PORQUE TIENEN QUE ESTAR EN EL CAMPO, NO CON LOS HUMANOS, PORQUE LOS HUMANOS LES TRATAN PEOR QUE SI ESTUVIERAN EN EL CAMPO, QUE VAN COMO ELLOS QUIEREN.

PABLO: NO SE DEBE ABANDONAR A LOS PERROS, EN VERANO PORQUE PUEDEN PROVOCAR ALGÚN ACCIDENTE, MORIRSE... .

Imagen 11.”Los Simpson”

(TODOS MUY ATENTOS).

¿Conocéis esta serie?

TODOS: SÍ.

¿ Critica algo esta imagen?

DARÍO: NO TIENES QUE JUGAR TANTO PORQUE NO HACES LOS DEBERES Y ESO ES MALO.

BELÉN: IGUAL QUE DARÍO, LAS VIDEOCONSOLAS TE PUEDEN HACER DAÑO A LOS OJOS SI ESTÁS MUCHO RATO.

MARIO: NO SE APRENDE NADA Y TE PUEDE FASTIDIAR LA VISTA

PABLO: SI ESTÁS MUCHO RATO, TE FASTIDIA LOS OJOS, NO TIENES OTRA COSA QUE HACER MAS QUE JUGAR AL VIDEOJUEGO.

¿Pasa en la vida real?

BELÉN: SÍ, PORQUE “TE VICIAS”.

DARÍO: DE TANTO JUGAR, QUIERE JUGAR OTRA VEZ, Y OTRA VEZ..., Y NUNCA PARAS.

Imagen 12. Spot: Campaña consumo tabaco

PABLO: FUMAR ES MALO, LAS DROGAS..., Y QUE TE PUEDES MORIR.

BELÉN: FUMAR ES MALO.

DARÍO: ALGUIEN PUEDE TOMAR UNAS DROGAS, Y ESTAR MUY ESPABILADO, POR EJEMPLO UN FUTBOLISTA, LA GENTE PUEDE DECIR: “¡QUÉ BUENO QUE ES, PORQUE NUNCA SE CANSAN!”, Y AL CABO DE LOS TRES DÍAS PUEDE MORIR DE NO HABER DORMIDO. ES BUENO NO TOMAR DROGAS. ¿Quién te ha dicho eso?: MI PAPÁ.

Imagen 13.South Park

¿ Conocéis la serie?

(LA CONOCEN TODOS MENOS MARIO).

DARÍO: YO SÍ. HE VISTO LA PELI EN EL CINE.

PABLO: EMPIEZA MUY TARDE Y PUEDEN VERLA LOS MAYORES DE... .

DARÍO: DICEN MUCHAS PALABROTAS Y SON UNOS GAMBERROS. Y ¿te la dejan ver?: SÍ.

PABLO: A MÍ, NO.

¿Pensáis que es para niños o para mayores?

TODOS: PARA MAYORES, PORQUE DICEN MUCHOS TACOS.

DARÍO: PARA MAYORES, PERO YO LA VEO.

BELÉN: POR UN LADO NO ME GUSTA, DICEN MUCHAS PALABROTAS Y PUEDO APRENDERLAS, Y NO QUIERO, Y POR OTRO LADO ME GUSTA, PORQUE SON DIVERTIDOS.

Imagen 14. “Los Simpson”

¿Conocéis esta serie?

TODOS: SÍ.

¿La veis normalmente?

(LA VEN TODOS MENOS PABLO)

PABLO: SI LLEGO A TIEMPO, SÍ, PERO NO... .

¿Con quién la veis?

PABLO: HERMANO

MARIO: HERMANO

BELÉN: SOLA.

DARÍO: SOLO.

¿Sabéis de qué trata?

MARIO: DE LA FAMILIA SIMPSON, QUE HACE GAMBERRADAS.

¿Es para mayores o para niños?

TODOS: PARA MAYORES Y PARA NIÑOS.

MARIO: PARA MAYORES DE 7 O 13 AÑOS.

¿Pensáis que los niños lo pueden ver?

PABLO: ALGUNOS CAPÍTULOS, SÍ.

Diferencias entre ésta serie y la del Pato Donald:

PABLO: EL PATO DONALD LO PUEDEN VER TODOS LOS NIÑOS.

DARÍO: LOS DOS SON DIBUJOS ANIMADOS, SE PARECEN EN QUE TAMBIÉN SON UNOS GAMBERROS.

¿Es positivo que os enseñen a ver la tele en el cole?

MARIO: NO, PORQUE ES MALO ESTAR MUCHO TIEMPO.

BELÉN: VER PELÍCULAS EN INGLÉS, SI ME ENSEÑAN A VER LO QUE TENGO QUE VER SIN PALABROTAS, SÍ.

DARÍO: SI YA SABES QUE EXISTEN... .

PABLO: LOS PROFESORES DICEN ESTUDIAR, QUE ES MEJOR.

GRUPO DE DISCUSIÓN: E2 a (Colegio Montserrat).

FECHA DE REALIZACIÓN: 26 de septiembre de 2002.

VARIABLES: Niños de 10 a 12 años.
Ven más de 2 horas diarias la televisión.
Dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: PABLO: 10 AÑOS. CURSO: 4º A.
SANTIAGO: 10 AÑOS. CURSO: 5º C.
JAVIER: 11 AÑOS. CURSO: 6º B.
DANIEL: 12 AÑOS. CURSO: 6º A.

TRANSCRIPCIÓN:

Al salir del colegio, actividades realizadas:

JAVIER: MARTES Y JUEVES, INGLÉS Y FÚTBOL. LOS DEMÁS DÍAS VOY A CASA A HACER LOS DEBERES.

DANIEL: MARTES Y JUEVES BALONCESTO. Y MARTES O JUEVES VOY A TENER MÚSICA. LOS DEMÁS DÍAS VOY A CASA.

SANTIAGO: YO NO HAGO NINGUNA ACTIVIDAD. VOY A MI CASA.

PABLO: LUNES Y MIÉRCOLES HAGO BALONCESTO Y DESPUÉS FÚTBOL. LOS JUEVES SAXOFÓN.

Dentro de casa, ¿qué hacéis, y tiempo dedicado?

PABLO: HAGO LOS DEBERES, MEDIA HORA... LOS QUE TENGA QUE HACER. DESPUÉS ESTUDIO UN POCO. Y TODOS LOS DÍAS, ME HAN DICHO QUE HAGA UN POQUITO DE SAXOFÓN. ME DUCHO, VEO LA TV UN POCO. ¿Cuánto?: DOS HORAS O UNA...

SANTIAGO: CUANDO LLEGO, PRIMERO ECHO LA SIESTA, O HAGO COSAS QUE ME APETECEN A MI. LUEGO ME DUCHO, HAGO LOS DEBERES... Y PREPARO LAS COSAS DEL DÍA SIGUIENTE. VEO LA TV, DOS HORAS... ¿Y hacer los deberes?: DEPENDE, ENTRE MEDIA Y UNA HORA.

DANIEL: AL LLEGAR MERIENDO, DESPUÉS HAGO LOS DEBERES (UNA HORA, DOS HORAS, O SI TENGO MÁS, PUES LO QUE HAGA FALTA). LUEGO VEO LA TV 30 MINUTOS, Y LUEGO MEDIA HORA DE LA CENA (O SEA, UNA HORA). LUEGO PREPARO LO DEL DÍA SIGUIENTE.

JAVIER: LLEGO A MI CASA, HAGO LOS DEBERES UNA HORA Y MEDIA, Y SI LUEGO TENGO QUE REPASAR ALGO...LO REPASO. LUEGO, BAJO A LA CALLE UN RATO, SUBO ME PREPARO LAS COSAS, ME DUCHO, CENO, VEO LA TV MEDIA HORA, Y A DORMIR.

¿Hacéis deberes solos, o acompañados?

JAVIER: SOLO.

DANIEL: SOLO, PERO SI TENGO ALGUNA DUDA, LLAMO A MIS PADRES.

SANTIAGO: SOLO, Y, SI TENGO ALGUNA DUDA, SE LO DIGO A MI MADRE.

PABLO: SOLO, Y, SI TENGO ALGUNA DUDA, SE LO DIGO A MI MADRE... A QUIEN ESTE CONMIGO.

¿A que soléis jugar, y con quién?

PABLO: NO SUELO JUGAR MUCHO, SÓLO LOS FINES DE SEMANA. SI JUEGO, VOY CON LOS PATINES... SCALESTRIX...

SANTIAGO: CADA DOS DÍAS A LA GAMEBOY, QUE TENGO MEDIA HORA.. A VECES LES PIDO A MIS PADRES EL MONOPOLY- MERCADO BURSATIL... A VECES SALGO A LA CALLE, NO MUCHOS DÍAS, Y VAMOS A ALGÚN CENTRO COMERCIAL, A COMPRAR CHUCHES... ¿Sueles jugar solo o acompañado?: SOLO MÁS BIEN.

DANIEL: LOS FINES DE SEMANA SUELO QUEDAR CON AMIGOS. A VECES BAJO AL CLUB QUE TENGO AL LADO Y ECHAR ALGÚN PARTIDO DE FÚTBOL, BALONCESTO... VOY A JUGAR AL TENIS CON MI PADRE LOS FINES DE SEMANA...LOS VIERNES SÁBADOS Y DOMINGOS PUEDO JUGAR A LA CONSOLA, SI NO TENGO DEBERES... UNA HORA O ASÍ. (Normalmente juegas acompañado, entonces...) SI.

JAVIER: CON MIS AMIGOS JUEGO AL FÚTBOL, AL ESCONDITE, AL PILLA-PILLA... LOS SÁBADOS JUEGO PARTIDOS DE FÚTBOL AQUÍ EN EL COLEGIO. CASI SIEMPRE ACOMPAÑADO.

Tiempo al día de TV, solos o acompañados:

JAVIER: ANTES TRES. AHORA, COMO NO TENGO TIEMPO PARA ESTUDIAR, LA VEO MENOS. NORMALMENTE TRES, CON MIS PADRES POR LA NOCHE.

DANIEL: TRES HORAS TAMBIÉN. PERO LA SUELO VER CON MI MADRE, QUE ESTÁ CUANDO LLEGO. O CON MI HERMANO, PORQUE ASÍ PUEDES COMENTAR LAS COSAS...

SANTIAGO: DOS HORAS, DOS Y MEDIA. LA VEO CON MI MADRE POR LAS MAÑANAS, Y CON MI PADRE Y MI HERMANA POR LA NOCHE.

PABLO: ANTES DE EMPEZAR LAS CLASES POR LA TARDE, VEÍA EMBRUJADAS, Y VEÍA UNAS TRES HORAS. LA VEO EN LA CENA CON MI MADRE TAMBIÉN.

¿Qué elegiríais hacer en el tiempo libre?:

PABLO: FÚTBOL, HACER DEBERES, JUGAR UN POCO A LA CONSOLA, BALONCESTO...TODO.

SANTIAGO: LEER, JUGAR A LA CONSOLA, Y AL TENIS ME GUSTA.

DANIEL: TENIS, BALONCESTO, QUEDAR LOS FINES DE SEMANA CON MIS AMIGOS, Y BAJAR AL CLUB DE AL LADO DE MI CASA.

JAVIER: FÚTBOL, UN POCO DE INGLÉS, Y JUGAR CON MIS AMIGOS.

De todas las cosas, ¿para qué te sirven?:

JAVIER: PARA RELACIONARME CON LOS DEMÁS. ¿Crees que eso es importante?

SÍ. EL INGLÉS PARA APRENDER OTRO IDIOMA, PARA CUANDO SEA MAYOR, PARA LOS TRABAJOS.

DANIEL: TENIS Y BALONCESTO, PARA ENTRENARME, DIVERTIRME Y RELACIONARME CON LA GENTE, Y HACER DEPORTE PARA NO ENGORDAR MUCHO. Y JUGAR PARA RELACIONARME CON LA GENTE Y HACER MAS AMIGOS.

SANTIAGO: TENIS, PORQUE DE MAYOR ME GUSTARÍA SER TENISTA, TAMBIÉN ME GUSTA MUCHO HACER DEPORTE. LEER PORQUE ME GUSTAN MUCHO LOS LIBROS. LA CONSOLA, PARA DIVERTIRME. ME DIVIERTO CON LOS LIBROS, Y ME DIVIERTO MAS CON LA CONSOLA. HAY ALGUNOS LIBROS QUE SON MUY PESADOS.

PABLO: FÚTBOL Y BALONCESTO ME GUSTAN PORQUE HAGO DEPORTE, APRENDO COSAS NUEVAS, PARA JUGAR BIEN. LA CONSOLA, CUANDO NO TENGO NADA QUE HACER, JUEGO UN POCO. LOS DEBERES PARA SER LISTO DE MAYOR, Y HACER UN A CARRERA.

Si pudierais elegir cualquier cosa...

PABLO: ME GUSTARÍA VOLAR. ME GUSTAN LAS MOTOS, ELEGIRÍA QUE NO HUBIESE GUERRA.

SANTIAGO: IR A PARÍS A VER ROLAND GARROS. ME GUSTARÍA IR A LA UNIVERSIDAD. TENER UNA EMPRESA QUE MARCHASE BIEN...

DANIEL: QUE NO HUBIERA GUERRA. ME GUSTARÍA IR A MARRUECOS, PARA CONOCER DONDE NACÍO MI TÍO. TAMBIÉN TENER ALGÚN EQUIPO DE BALONCESTO...

JAVIER: QUE NO HUBIERA GUERRA, TENER UNA BUENA CARRERA, Y ENTRAR EN ALGÚN EQUIPO DE FÚTBOL

Tiempo al día de TV, y horarios:

JAVIER: TRES HORAS, LA TARDE Y LA NOCHE.

DANIEL: 3 HORAS, POR LA TARDE Y LA NOCHE.

SANTIAGO: 2 HORAS. POR LA MAÑANA Y POR LA NOCHE.

PABLO: 2 Y MEDIA. NOCHE Y DESPUÉS DEL COLEGIO, LA TARDE.

¿Alguna diferencia entre semana y fin de semana?.

DANIEL: ENTRE SEMANA SUELE HABER MENOS PROGRAMACIÓN. ENTRE QUE TENEMOS COLEGIO... HAY MAS NOTICIARIOS... LOS FINES DE SEMANA SUELE HABER SERIES, COSAS ENTRETENIDAS, DIBUJOS...

JAVIER: ENTRE SEMANA HAY TELEDIRIAOS PARA INFORMARTE... LOS FINES DE SEMANA HAY SERIES, PROGRAMAS DE CANCIONES, PELÍCULAS...

SANTIAGO: ENTRE SEMANA VEO EL TELEDIARIO POR LA MAÑANA Y POR LA NOCHE. LOS FINES DE SEMANA ALGUNA PELÍCULA, TAMBIÉN EL TELEDIARIO. Y TENIS, SI PONEN, QUE ES MUY POCAS VECES.

PABLO: ME GUSTAN MÁS LOS FINES DE SEMANA, PORQUE TIENEN MEJOR PROGRAMACIÓN. TE PONEN PELÍCULAS, DIBUJOS POR LA MAÑANA...VEO LA TV MÁS LOS FINES DE SEMANA.

¿Cómo veis la TV?

DANIEL: ACOMPAÑADO, A DISTANCIA PORQUE SI NO, HACEN DAÑO LOS OJOS. EN LAS PAUSAS DESCANSO, DOY UNA VUELTA, BEBO AGUA...ESTOY EN MI HABITACIÓN UN RATO...

JAVIER: LO MISMO CASI. CON PAUSA PORQUE SI NO TE QUEDAS CIEGO TODO EL DÍA DELANTE DE LA TV. TAMBIÉN VOY A MI HABITACIÓN...

SANTIAGO: LA VEO ACOMPAÑADO, Y EN LOS INTERMEDIOS CAMBIO A VER SI VEO OTRA COSA HASTA QUE EMPIEZA EL PROGRAMA.

PABLO: CASI SIEMPRE ACOMPAÑADO, Y SIEMPRE QUE HAY ANUNCIOS, HAGO ZAPPING PARA VER SI HAY OTRAS COSAS. COMO SOMOS CUATRO, A VECES, NO SABEMOS QUÉ QUEREMOS VER, NO NOS PONEMOS DE ACUERDO.

¿Dónde veis la TV?

JAVIER: EN EL SOFÁ, EN EL SALÓN.

DANIEL: EN EL SALÓN, Y EN LA COCINA.

SANTIAGO: EN EL SALÓN Y EN LA COCINA.

PABLO: EN EL SALÓN.

¿Alguno tiene TV en su habitación?

JAVIER: SÍ. ¿Y la ves?) A VECES, POR LA NOCHE, PERO MUY POCO PORQUE ME DUERMO.

¿Para qué veis la TV?:

JAVIER: PARA INFORMARME DE ALGUNAS COSAS, Y PARA... SI NO TENGO NADA QUE HACER....

DANIEL: PARA PASAR EL TIEMPO, VER LO QUE PASA POR AHÍ... Y PARA VER DEPORTE. PARA ENTRETENERME.

SANTIAGO: PARA INFORMARME, Y PARA VER PELÍCULAS QUE ME GUSTAN MUCHO. TAMBIÉN A VECES LOS DEPORTES.

PABLO: ME HA DICHO MI PADRE QUE LA TV ES TIEMPO PERDIDO. VEO EL TELEDIARIO PARA ENTERARME DE LO QUE OCURRE. VEO SERIES, LAS SIGO, Y QUIERO SABER QUE ES LO QUE PASA.

Cosas buenas/malas de la TV:

PABLO: SI LA VES MUCHO, DICEN QUE SE TE QUEDA LA CARA CUADRADA, QUE TE QUEDAS UN POCO TONTO.

SANTIAGO: SI LA VES MUY CERCA, TE PUEDE DAÑAR LA VISTA. PERO TAMBIÉN PUEDES SABER LO QUE PASA..

DANIEL: VIENDO LA TELE SE PASA MUY RÁPIDO EL TIEMPO, Y TE QUITA EL TIEMPO PARA HACER OTRAS COSAS. TAMBIÉN HAY COSAS BUENAS, TE INFORMA DE LO QUE ESTA PASANDO POR EL MUNDO.

JAVIER: LO MALO, QUE TE DAÑE LA VISTA., LO BUENO, QUE TE INFORMA.. TAMPOCO ES BUENO VERLA MUCHO, PORQUE SI LA VES MUCHO... TE ACABAS CREYENDO QUE ERES SUPERMAN.

¿Encendéis la TV porque van a poner algo, o por ver un poco que es lo que hay?

JAVIER: A VECES POR ALGUNA SERIE QUE VEA. OTRAS VECES, PARA VER LO QUE HAY. Y SI NO HAY NADA, LO QUITO.

DANIEL: SUELO SABER QUE HAY, MIRO EL PERIÓDICO. SI NO HAY NINGUNA SERIE QUE ME GUSTE... NO ENCIENDO.

SANTIAGO: CASI SIEMPRE PAR VER COSAS QUE EMITEN Y QUE SE QUE PONEN. PERO A VECES, POCAS, ENCIENDO Y MIRO A VER.

PABLO: NORMALMENTE SE LO QUE HAY. A VECES CUANDO ME ABURRO TAMBIÉN LA ENCIENDO A VER QUE HAY, Y SI NO HAY NADA QUE ME GUSTE LA APAGO.

¿Tienes algún límite para ver la televisión?

PABLO: TENGO LÍMITE. MI MADRE, DESPUÉS DEL COLE, VEO LA TELE MERENDANDO. MI MADRE ME DICE CUANDO APAGAR.

SANTIAGO: NO ES QUE TENGA UN LÍMITE MARCADO. PERO SI LLEVO MUCHO TIEMPO, ME DICEN QUE APAGUE.

DANIEL: LÍMITE, ES SI HE ACABADO LOS DEBERES. SI NO LOS HE ACABADO, PUES NO LA VEO. ME SUELO PONER YO EL LÍMITE, O A VECES MIS PADRES.

JAVIER: VEO LA TELE, Y ME PONGO UN LÍMITE, PARA HACER LOS DEBERES.

¿Qué hacéis cuando algo no os gusta?:

JAVIER: APAGO LA TELE..

DANIEL: MIRO SI HAY OTRA COSA, Y SI NO APAGO.

SANTIAGO: VEO EN OTROS CANALES, SI NO, APAGO.

PABLO: CAMBIO, Y SI NO, APAGO.

¿Cuáles son vuestras preferencias de la televisión, cuáles son vuestros personajes favoritos y qué programas favoritos tenéis de lo que hay ahora mismo?

PABLO. ANTES ERA SIETE VIDAS PERO YA NO LO PONEN, AHORA ES EMBRUJADAS, QUE SON TRES, PAPER, PRU Y FIBI Y TAMBIÉN ESTA OTRO QUE ES EL GUARDIÁN DE LAS EMBRUJADAS QUE SE LLAMA LEO.

SANTIAGO: YO VEO CUÉNTAME, TAMBIÉN UNA SERIE EN TELECINCO QUE ES C.S.I. QUE ES DE INVESTIGACIÓN, Y LUEGO TAMBIÉN CUANDO LO PUEDO VER LOS SIMPSOM Y LOS TELEDIARIOS, ESE NO ES MI FAVORITO PERO LO VEO.

DANIEL: MIS SERIES FAVORITAS SON FRIENDS, ANTES ERA TAMBIÉN SIETE VIDAS Y LOS SIMPSON Y ALGUNA VEZ TAMBIÉN EL TELEDIARIO.

JAVIER: PUES YO FRIENDS, TAMBIÉN CUÉNTAME QUE EL QUE MÁS ME GUSTA ES EL NIÑO CARLOS, Y A VECES PASAPALABRA.

¿Qué cambiaríais de la televisión actual?

JAVIER: LOS PROGRAMAS DE COTILLO, PORQUE ES UN ROLLO Y LA GENTE SE GANA LA VIDA ASÍ, MEJOR TRABAJAR.

DANIEL: YO TAMBIÉN LOS PROGRAMAS BAZOFIA, EL DE JESÚS VAZQUEZ Y TODOS LOS DEL CORAZÓN Y QUITAR MUCHOS ANUNCIOS QUE PONEN DEMASIADOS.

SANTIAGO: LOS PROGRAMAS BASURAS COMO GRAN HERMANO, TAMBIÉN LOS ANUNCIOS QUE PONEN MUCHOS.

PABLO: TODOS LOS ANUNCIOS, PORQUE EN CANAL PLUS ROJO Y AZUL NO PONEN PORQUE YO HE IDO A CASA DE UN AMIGO Y NO PONÍAN Y QUITARÍA MÁS PROGRAMAS DEL CORAZÓN Y PONDRÍA MAS PELÍCULAS BUENAS QUE NORMALMENTE NO PONEN.

Si os dejaran participar en la televisión ¿cómo os gustaría participar?

PABLO: NO SÉ, DIRÍA COSAS DE MI COLEGIO.

SANTIAGO: DE ESPECTADOR EN EL RIVAL MÁS DÉBIL, PORQUE ME PARECE MUY GRACIOSO LAS COSAS QUE DICE LA PRESENTADORA..

DANIEL: EN ALGUNA SERIE QUE ME GUSTE PASANDO POR AHÍ, HACIENDO ALGÚN ANUNCIO BUENO, Y EN ALGUNA PELÍCULA.

JAVIER: ME GUSTARÍA SALIR EN ALGUNA SERIE DE PROTAGONISTA, RETRANSMITIR ALGÚN PARTIDO DE FÚTBOL Y PARTICIPAR EN ALGÚN CONCURSO Y SI SE PUEDE GANAR.

¿Qué actividades preferís antes de ver la tele en vuestro tiempo libre?

JAVIER: JUGAR CON LOS AMIGOS, TAMBIÉN HACER INGLÉS SI ME APETECE, Y LOS DEBERES.

DANIEL: JUGAR CON MIS AMIGOS, AL FÚTBOL Y AL BALONCESTO, QUEDAR POR AHÍ, IR AL CINE, MERENDAR EN ALGUN SITIO.

SANTIAGO: LEER, TAMBIÉN DORMIR, IR AL CAMPO, POR EJEMPLO IR AL CAMPO A ALGUNA EXCURSIÓN.

PABLO: ME GUSTA JUGAR CON MIS AMIGOS, HACER LOS DEBERES Y ALGÚN QUE OTRO JUEGO.

¿Habéis pasado miedo alguna vez viendo la televisión?

JAVIER: EN LAS PELÍCULAS DE MIEDO A VECES, PERO QUE SEAN MUY DE MIEDO POR EJEMPLO SCREAM, SALIÓ UNA IMAGEN Y ME DIO UN SUSTO, TE SALE LA MUSICA DE TENSION Y, DE REPENTE, LE CLAVAN UN CUCHILLO A UNO. PUES TE DA SUSTO.

PABLO: CUANDO ERA PEQUEÑO ME DABAN MUCHO MIEDO LAS PELÍCULAS Y, A VECES, CUANDO VEO PELÍCULAS DE ESTAS DE MIEDO, COMO SCREAM TAMBIÉN. CUANDO TENIA 9 AÑOS, VAMOS EL AÑO PASADO, TAMBIÉN ME DIO MIEDO. TAMBIÉN VI UNA PELÍCULA QUE ECHARON HACE POCO QUE FUE ALIEN 4.

SANTIAGO: YO LA TELEVISIÓN SI TE PONEN ALGUNAS PELÍCULAS QUE NO VEO MUCHAS COSAS DE MIEDO, SÓLO ALGUNAS QUE SON DE MIEDO Y A PARTE TAMBIÉN DE OTRAS COSAS, PERO NO SE QUE PELIS PUEDEN SER, LUEGO TAMBIÉN VI UNA EN EL CINE QUE SI QUE ME DIO MIEDO.

DANIEL: YO SÍ, EN ALGUNA PELÍCULA ASÍ DE TERROR EN EL CINE O, POR EJEMPLO SCREAM, LOS SUSTOS QUE TE DA O LO QUE LA VERDAD ESCONDE, QUE TAMBIÉN TE DA MUCHO CAGUE Y EN PELÍCULAS ASÍ.

Imagen 1: “Los tres amigos y Jerry”.

DANIEL: NO ES PARA TANTO LO DE LA TELEVISIÓN, PUES A LO MEJOR TE ENGANCHAS, PERO TAMPOCO PASA NADA, TOTAL POR VERLA UN RATO TAMPOCO VAS A SER UN DELICUENTE DE MAYOR..

JAVIER: YO CREO QUE LO EXAGERAN MUCHO LO DE LA TELE, ESO EN ALGUNAS COSAS TIENEN RAZÓN PERO EN LO DEL DELINCUENTE NO CREO, PORQUE SI LA VES MEDIA HORA NO CREO QUE TE VAYAS A CONVERTIR EN UN DELINCUENTE.

SANTIAGO: YO OPINO LO MISMO QUE JAVIER Y DANIEL, QUE TAMBIÉN SI LA VES MUCHO O SEA, NO HAY QUE EXAGERAR, QUE SI LA VES 30 MINUTOS NO TE PASA NADA.

PABLO: BUENO,QUE TAMPOCO ES PARA TANTO QUE LA TELEVISIÓN NO ES TAN MALA, QUE SI LA VES MUCHO TIEMPO SI ES MALA, PERO SI VES UN RATITO CADA DÍA NO.

Imagen 2: Spot Telecinco: “Ver la televisión con personas mayores”

(TODOS DICEN QUE COMENTAN COSAS CON SUS PADRES).

PABLO: TIENE RAZÓN QUE SI VES LA TELE ACOMPAÑADO PUEDES COMENTAR LAS COSAS.

SANTIAGO: PRGUNTAR COSAS Y JUGAR...

JAVIER: YO OPINO LO MISMO QUE SI NO ENTIENDES UNA PALABRA PUES SE LO DICES A TU PADRE Y LO PUEDES COMENTAR Y QUE TE LO EXPLIQUE.

DANIEL: LO PUEDES COMENTAR, PREGUNTAR DUDAS Y OPINAR.

¿Que tipos de cosas habláis mientras veis la televisión con ellos?

DANIEL: DE LOS FALLOS QUE TIENEN LAS PELÍCULAS Y SI ESTÁN BIEN HECHAS.

PABLO: EN EL TELEDIARIO SI DICEN PALABRAS RARAS LO PREGUNTO Y ME LO DICEN.

JAVIER: DE LAS COSAS QUE HABLAN EN EL MUNDO Y SI ME HA IDO BIEN EL COLEGIO Y SI TENGO DEBERES.

¿Preguntáis a vuestros padres lo que no entendéis de la tele?

DANIEL: SÍ, POR EJEMPLO, PORQUÉ LAPIDAN A LAS MUJERES QUE SON ADULTERAS.

JAVIER: YO LO MISMO QUE DANIEL QUE PORQUE LAS APEDREAN AHÍ, Y LUEGO HACEN EL CONCURSO MISS UNIVERSO JUSTO EN EL PAIS QUE LAS LAPIDAN, ESO NO LO ENTIENDO.

SANTIAGO: YO LO MISMO QUE ESO TAMBIÉN CUANDO, POR EJEMPLO, DICEN COSAS COMO LA GUERRA DEL GOLFO QUE YO NO SÉ, ENTONCES SI TE DICEN ALGO EN EL TELEDIARIO O ALGUNA GUERRA O ALGO ASÍ, PUES YO PREGUNTO QUE QUÉ ERA LA GUERRA DEL GOLFO O QUÉ PASÓ.

PABLO: PUES CUANDO ALGÚN DELINCUENTE HACE UNA COSA MALA Y DICEN, POR EJEMPLO, UN NOMBRE DE ESOS RAROS, PUES SI A VECES ESTOY MIRANDO OTRA COSA Y DE REPENTE ESTÁN EL TELEDIARIO Y DICEN “AHÍ VA, QUÉ FUERTE” ENTONCES LLEGO YO Y PREGUNTO Y ELLOS ME LO CUENTAN.

Ver la televisión con los padres ¿qué tiene de ventajas y que de inconvenientes?

PABLO: SI ESTÁS CON LOS PADRES PUEDES PREGUNTARLES COSAS, YO UNA VEZ QUE ESTABA VIENDO LA TELEVISIÓN CON MIS PADRES Y LES DIJE “VAMOS A VER”, O A VECES QUE ESTOY CON MI HERMANA LE DIGO “VAMOS A VER QUÉ ANUNCIOS HEMOS VISTO, SI O NO”, DE TANTOS QUE HAN PUESTO, A VER SI LOS HEMOS VISTO SI O NO Y CON LOS PADRES, A VECES, VEMOS QUÉ TAL ESTÁN HECHOS LOS ANUNCIOS O SI TIENE FALLOS.

SANTIAGO: PARA PREGUNTARLES LAS COSAS PARA COMENTAR COMO ESTÁN HECHAS LAS PELÍCULAS O LAS NOTICIAS, Y TAMBIÉN HAGO MÁS O MENOS LO MISMO Y ESTAMOS LOS CUATRO Y ADIVINAMOS EL ANUNCIO QUE VA A VENIR.

JAVIER: VENTAJAS QUE LO PUEDES COMENTAR Y QUE SI ESTÁS SOLO PUES NO, SI NO ENTIENDES UNA COSA Y NO ESTÁN TUS PADRES PUES NO LO PUEDES SABER, AL MENOS QUE TE VAYAS AL DICCIONARIO.

DANIEL: PARA COMENTAR LAS COSAS, PREGUNTARLES DUDAS, HABLAR DE DISTINTAS OPINIONES QUE TENEMOS SOBRE LAS COSAS QUE PASAN EN EL MUNDO Y COSAS ASÍ Y EN LOS ANUNCIOS HABLAR PARA PASAR EL TIEMPO.

Imagen 3: “Blooson”:

(TODOS ATENTOS. JAVIER SE EXTRAÑA).

SANTIAGO: SE LLAMA BLOOSON.

JAVIER: ESTABAN BEBIENDO LAS NIÑAS Y ESO NO SE TIENE QUE HACER Y ESO TE DA UNA MALA IMAGEN EN LA TELE DE QUE LAS NIÑAS NO TIENEN QUE BEBER.

DANIEL: PUES SE DICE QUE UNA HACE BIEN EN DECIR QUE NO QUIEREN BEBER POR EL EJEMPLO QUE LE DA SU HERMANO; PERO QUE DA BUEN EJEMPLO ESO DE QUE UNA NO QUIERA BEBER.

SANTIAGO: YO TAMBIÉN..., ESTABA INTENTANDO BEBER PERO LUEGO YA SE VA TAMBIÉN CON SU HERMANO, QUE ESO YO LO HE VISTO Y ENTONCES ESTABA MUY MAL Y LUEGO TAMBIÉN QUE SU AMIGA INTENTABA BEBER PERO NO PODÍA, NO LE GUSTABA.

PABLO: PUES QUE ES MALO BEBER Y QUE HAN HECHO BIEN POR NO BEBER, PORQUE SEGURO QUE PORQUE VES A ALGUNOS QUE ESTÁN BEBIENDO ESTARA BUENO Y ENTONCES LO PRUEBAS Y ESTÁ MALÍSIMO

De estas imágenes veis algún aspecto positivo y negativo

JAVIER: SABER DECIR NO A LA BEBIDA Y PENSAR EN LO QUE PUEDE PASAR COMO ESTÁ SU HERMANO AHÍ.

DANIEL: YO TAMBIÉN, SABER DECIR NO A LAS DROGAS O A CUALQUIER COSA ASÍ O AL BEBIDA Y MIRAR EL EJEMPLO DE LOS DEMÁS Y QUE LES PASA Y LAS CONSECUENCIAS QUE TIENE EL BEBER..

SANTIAGO: YO TAMBIÉN LO MISMO.

¿Habéis hablado de este tema con alguien antes?

TODOS: SÍ, CON MIS PADRES

Imagen 4: “Compañeros”.

JAVIER: LA BEBIDA ES MUY MALA, ES ADICTA Y PUEDES PERDER MUCHAS COSAS: HIJOS, AMIGOS, EL TRABAJO...

DANIEL: LO MISMO QUE JAVI QUE TE ENGANCHA, QUE ES MALA Y QUE PUEDES PERDER MUCHAS COSAS, LA FAMILIA, EL TRABAJO, TODAS ESAS COSAS.

PABLO: YO HE VISTO CAPÍTULOS DE COMPAÑEROS QUE SE ENGANCHA Y QUE NO PUEDE PARAR Y QUE, EN REALIDAD, ES UNA SERIE Y ES MENTIRA, PERO HUBO UNA TEMPORADA QUE SE ENGANCHO UNO Y LUEGO LO DEJO.

SANTIAGO: ESTÁ MAL QUE LA SEÑORA BEBA PERO TAMBIÉN TENÍA RAZÓN EN QUE EN VEZ DE AYUDARLA A QUE DEJASE EL ALCOHOL, PUES QUE LA ABANDONABAN Y ESO TAMBIÉN ME PARECE QUE ESTÁ MAL..

Imagen 5: “Viajes de ensueño”:

PABLO: ESO DE QUE LLEVEN AHÍ LOS VASOS Y LA COPITA MIENTRAS ESTÁS TOMANDO EL SOL NO... HE VISTO BARCOS, BUENO CRUCEROS, QUE SON BASTANTE GRANDES Y QUE SON LUJOS PORQUE TE DAN MASAJES, HAY JACUZZI; VAMOS PASAS UN VERANO... ESTÁ BIEN PERO DEBE COSTAR MUCHO DINERO, PERO SI TIENES DINERO Y TE APETECE PASÁRTELO BIEN...

DANIEL: A MÍ, NO ME PARECE BIEN PORQUE HAY LIMITACIONES, PORQUE ES SÓLO PARA LA GENTE RICA, O SEA, SI TÚ TIENES EL DINERO SUFICIENTE VAS, PERO NADIE SUELE TENER TANTO DINERO. ES PONERLE LIMITACIONES A TODO Y ESTÁ BIEN QUE HAYA BARCOS ASÍ, PERO SON DEMASIADO CAROS.

JAVIER: SÓLO PUEDEN IR LAS PERSONAS PRIVILEGIADAS, COMO QUE TE TOQUE LA LOTERÍA O QUE SEAS MUY RICO.

SANTIAGO: ESTÁ BIEN Y QUE ESO SÓLO LO PUEDE HACER LA GENTE RICA, Y QUE LO TIENEN TAMBIÉN EN MANSIONES Y NO HACÍA FALTA LO DEL BARCO; PERO LUEGO TAMBIÉN ES QUE TE TOCA LA LOTERÍA PERO NO ERES RICO Y ENTONCES HACES EL VIAJE Y LUEGO TE HACEN MARCHARTE.

Imagen 6: “Pato Donald”

PABLO: EL CUMPLEAÑOS DEL PATO DONALD,-ES QUE ESA LA TENGO YO EN VÍDEO, ME LA REGALARON HACE MUCHO TIEMPO-, Y VAMOS QUE QUERÍA COMPRAR UNOS PUROS EN NAVIDAD AL FINAL DE ESTO, QUE VEN QUE AL PATO DONALD LE COMPRAN UNOS PUROS Y AL FINAL SE LOS DAN A LOS NIÑOS Y LES LLENA LOS PUROS EN LA BOCA Y A MÍ ME PARECE MAL, VAMOS AUNQUE SEA MENTIRA.

JAVIER: TE ENSEÑA A QUE TIENES QUE AHORRAR PERO HAY VECES QUE POR AHORRAR NO VAS A DEJAR DE COMPRAR UNA COSA QUE TE GUSTE.

DANIEL: YO CREO QUE SÍ, QUE TE DICEN QUE TIENES QUE AHORRAR, PERO QUE EL PATO DONALD NO SABE LAS LIMITACIONES QUE TIENEN PARA HACER NADA Y LO INTERPRETA MAL, PERO TENDRÍA QUE PREGUNTAR PRIMERO PARA QUE LO QUIEREN, ES DECIR, QUE LO AHORREN PERO SI LO NECESITAN PARA AHORA PUES QUE LES DEJE USARLO.

SANTIAGO: YO CREO QUE TAMBIÉN DEBEN AHORRAR, EXCEPTO EN ALGUNAS COSAS, POR EJEMPLO, EN ESO, QUE ES EL CUMPLEAÑOS Y TAMBIÉN CREO QUE EL PATO DONALD DEBERÍA DEJAR ORGANIZARSE A LOS PROPIOS SOBRINOS SU DINERO Y PARA QUÉ LO QUIEREN.

¿Vosotros habéis hablado con alguien de esto?:

TODOS: SÍ, CON NUESTROS PADRES.

Imagen 7: “Spot: reciclaje”

DANIEL: NO TIRAR LAS COSAS QUE SE PUEDEN VOLVER A USAR PUES SI LAS TIRAS A LA BASURA PUES DIRECTAMENTE LO TIRAS AL CONTENEDOR, PERO SI LO RECICLAS PUES SE AHORRA MUCHO Y ENTONCES LA ECONOMÍA VA MEJOR Y, ENTONCES, PUES, PUEDE USAR LAS COSAS.

JAVIER: PUES A MÍ ME PARECE BIEN LO DE RECICLAR PORQUE ASÍ NO SE GASTA TANTO PAPEL Y NO DESTROZAS LA NATURALEZA Y, ADEMÁS, ESO LO HICIMOS EL AÑO PASADO, UN PROYECTO DE RECICLAJE, Y, ASÍ, YO POR LO MENOS HAGO RECICLAJE, SEPARO LOS ENVASES VACÍOS Y LAS LATAS.

SANTIAGO: YO, EN MI CASA, RECICLO PORQUE SI RECICLAMOS UNA BOTELLA PUES SE PUEDE VOLVER A UTILIZAR. TENGO TRES PAPELERAS: UNA PARA EL PAPEL, UNA PARA VIDRIOS,...

PABLO: YO ME ACUERDO UNA VEZ, NO SÉ A QUIEN FUE, QUE A ALGUIEN EN EL PAPEL TIRO ALGO POR EJEMPLO UN ALGO PARA RECICLAR, Y QUE NOS VIO Y NOS DIJO QUE NO TENÍAMOS QUE TIRAR EL PAPEL CON OTRAS COSAS. Y QUE EN MI PUEBLO QUE ES PEQUEÑO, PUES QUE SÓLO SE RECICLAN DOS, O SEA QUE HAY UNA PAPELERA QUE SE RECICLAN LAS DOS JUNTAS Y ESO NO ME ACUERDO QUE ERA.

Imagen 8: “Hot wheels”

JAVIER: YO CREO QUE ESO NO ES ASÍ, QUE ESO TE LO PONEN AHÍ MUY BIEN PERO QUE LUEGO SEGURO QUE ES UN COCHE NORMALITO QUE ES IGUAL QUE SI TE COMPRAS OTRO EN ALCAMPO POR MENOS DINERO.

DANIEL: YO CREO QUE SÍ, QUE ES DEMASIADA PUBLICIDAD QUE ES MUCHÍSIMO MEJOR Y PONEN VERDE A LOS DEMÁS, PERO PUEDEN SER INCLUSO PEOR QUE LOS DEMÁS. TAMBIÉN TE DICEN QUE LA VELOCIDAD LO ES TODO, O SEA QUE SINO CORREN MUCHO QUE NO ES DIVERTIDO.

PABLO: YO CREO QUE NO ES ASÍ, QUE ES DIFÍCIL QUE SALTEN ASÍ Y QUE HAGAN ESOS LOOPING, ME PARECE QUE EXAGERAN UN POCO, CREEN QUE SON MUY BUENOS.

SANTIAGO: YO CREO TAMBIÉN EXAGERAN UN POCO Y QUE SI VAN A MUCHA VELOCIDAD, AL MENOS QUE ESTÉ TODO MUY BIEN COLOCADO. NO CREO QUE VAN, SALTAN Y JUSTAMENTE CAEN EN SITIO NO ES LO MISMO SE MOVERÍAN. TAMBIÉN CREO QUE ALGO MÁS RÁPIDO. SUPONGO QUE SE IRÁN PERO NO TANTO COMO TE PONEN AHÍ.

Imagen 9: D.G.T.

DANIEL: ME PARECE BIEN PORQUE PUEDE PASAR SI TIENES SUEÑO Y NO DUERMES, PUES TE PUEDES QUEDAR DORMIDO EN EL VOLANTE Y HABER ACCIDENTES Y, ENTONCES, TE PREVIENE EN LAS COSAS QUE DEBES HACER: COMO PARAR A DORMIR Y COSAS ASÍ. Y ME PARECE BIEN.

JAVIER: A MÍ, ME PARECE BIEN, PORQUE HA SALIDO AHÍ UN MUERTO POR NO PARAR A DORMIR Y PORQUE QUERÍA LLEGAR MUY PRONTO, SE SUPONE AL SITIO Y ES MEJOR PARAR A DORMIR QUE MATARTE.

PABLO: A MÍ, ME PARECE BIEN PORQUE SE DICE, MÁS O MENOS, QUE HAY QUE CUMPLIR LAS NORMAS DE CIRCULAR POR LA CARRETERA, QUE SI TIENES SUEÑO PUES TE PARAS A UN LADITO Y TE PONES A DORMIR; SI TIENES ALGO PARA COMER PUES TE PARAS.

¿Creéis que los dos últimos anuncios tienen algo que ver?:

SANTIAGO: SI TIENE QUE VER SOBRE LOS COCHES: QUE UNO TE DICE QUE SI TIENES MUCHO SUEÑO QUE TE PARES Y OTRO UN COCHE QUE VAS MUY RÁPIDO

¿Cuál de los dos últimos anuncios os ha gustado más?:

TODOS: EL ÚLTIMO.

JAVIER: ESE TE ADVIERTE QUE TE PUEDES MATAR Y EL OTRO SÓLO ES PARA DIVERTIRTE Y SE SUPONE QUE ES MÁS IMPORTANTE.

PABLO: VAMOS QUE ES MÁS IMPORTANTE EL SEGUNDO ANUNCIO. EN EL PRIMERO TE DICE QUE ES PARA JUGAR Y EN EL SEGUNDO QUE TIENES QUE PARARTE PARA DORMIR..

¿Las imágenes anteriores os parecen realidad o ficción?:

DANIEL: LA IMAGEN, PUEDES ACABAR ASÍ PERO ES MENTIRA, NO VAN A IR A UN ACCIDENTE Y GRABARLO PARA PONERLO EN LA TELE, SON ACTORES QUE LO HACEN.

PABLO: TE PUEDE PASAR EN REALIDAD PERO ES FICCIÓN, PORQUE EN REALIDAD EN EL ÚLTIMO CAPÍTULO DE COMPAÑEROS, MARISA MUERE, Y AHORA ESTÁ EN OTRO PROGRAMA..

¿Pensáis que lo último que hemos visto os puede pasar a vosotros?

TODOS: SÍ.

¿Qué diferencias pensáis vosotros que existen entre lo que veis en la tele y lo que vivís en realidad?

JAVIER: PUES QUE, EN LA TELE, LO PUEDEN EXAGERAR MUCHO O PUEDEN DECIR LO QUE QUIERAN Y QUE EN LA REALIDAD PASAN COSAS QUE ELLOS NO TE DICEN COSAS ASI, EN LA REALIDAD ES REALIDAD TODO, PERO, EN LA TELE, HAY MUCHAS COSAS DE FICCIÓN.

SANTIAGO: EN LA TELE HAY COSAS QUE EXAGERAN MUCHO PARA QUE TÚ LO VEAS PERO QUE EN LA REALIDAD NO ES TAN EXAGERADO.

Imagen 10: “Animales abandonados”

JAVIER: PUES DE QUE NO HAY QUE ABANDONAR A LOS ANIMALES, PORQUE TAMBIÉN SON SERES VIVOS.

PABLO: QUE SI ELLOS SON FIELES A TI, PUES QUE SEAS TÚ FIEL A ELLOS. QUE NO LES ABANDONES EN VERANO. YO, POR EJEMPLO, ME HE ENCONTRADO UN PERIQUITO QUE ERA DE JAULA SEGURO, PORQUE NO QUIERE SALIR DE LA JAULA AHORA. Y NO ME PARECE BIEN QUE ABANDONE LA GENTE A LOS ANIMALES POR AHÍ.

DANIEL: EN LA PERRERA TE REGALAN PERROS Y EN MI PUEBLO HAY MILLONES DE GATOS Y PERROS QUE ESTÁN SUELTOS. HACE POCO VI QUE HABÍA UNA SEÑORA QUE TENIA 20 O 40 PERROS QUE SUS VECINOS SE QUEJABAN PORQUE TENÍAN PULGAS.

Imagen 11: “Los Simpson”

(TODOS MUY ATENTOS. IDENTIFICAN LA SERIE).

DANIEL: TRATA DE QUE LOS VIDEOJUEGOS TE ENGACHAN Y QUE SE PASA MUCHO TIEMPO CON ELLOS NO ES BUENO PARA TI NI PARA EL FUTURO, PORQUE PASAS DE ESTUDIAR.

JAVIER: YO TAMBIÉN PIENSO LO MISMO. QUE TE ENGANCHAN Y QUE EL AMIGO LE HA LLAMADO PARA HACER LOS DEBERES PORQUE ESTABA MALA Y LE HA DICHO NO Y LE HA TIRAO EL LIBRO Y, AL FINAL, PUEDE LLEGAR A MATAR COMO HA SALIDO EN LA TELE ALGUNOS JUEGOS QUE SON DE VIOLENCIA.

SANTIAGO: SÍ, PORQUE ESTÁ BIEN ESTAR MEDIA HORA O COMO MUCHO UNA HORA, PERO ESTAR TODO EL DÍA PUES TE LO PUEDES LLEGAR A CREER. POR EJEMPLO, SALIÓ EN LAS NOTICIAS UN NIÑO QUE JUGANDO AL JUEGO DE SUPERMÁN SE CREYÓ AL FINAL QUE ERA SUPERMÁN ÉL Y SE TIRÓ POR LA VENTANA.

PABLO: NO HACE MUCHO, YO VI EN LAS NOTICIAS QUE UN NIÑO DE TANTO JUGAR A UN JUEGO DE ESOS DE ESCALIBUR, PUES QUE TENÍA UNA ESPADA Y, DE MADRUGADA, MATÓ A SUS PADRES Y A SU HERMANA.

Critican algo estas imágenes:

TODOS: SÍ, A LOS VIDEOJUEGOS.

¿De qué forma los critican?

SANTIAGO: QUE PUEDEN ENGANCHAR Y QUE ESO ESTÁ MAL, QUE NO HACES LOS DEBERES Y COSAS ASÍ.

Imagen 12: “Spot: Campaña consumo tabaco”

DANIEL: PUES QUE PUEDES SALIR DE MARCHA Y HACER EJERCICIO Y, TODO ESTO, SIN DROGARTE NI FUMAR. Y QUE, NO HACE FALTE DROGARSE PARA SER MEJOR PORQUE TÚ ERES CÓMO ERES Y LAS DROGAS NO TE VAN A AYUDAR A SER MEJOR NI PEOR BUENO, PEOR, SÍ.

JAVIER: YO TAMBIÉN PIENSO LO MISMO, QUE TE PUEDES DIVERTIR SIN BEBER, SIN FUMAR Y SIN TODO. NO DEPENDES DE LAS DROGAS.

PABLO: A MÍ ME PARECE BIEN PORQUE ES UN NIÑO UN POCO CHULO, QUE VA A LAS DISCOTECAS QUE NI FUMA, NI BEBE Y QUE ESTÁ BIEN.

SANTIAGO: PUES A MÍ ME PARECE QUE EL ANUNCIO ESTÁ MUY BIEN PORQUE ES UN NIÑO QUE HACE TODAS LAS COSAS QUE PUEDE HACER UN DROGADICTO, SÓLO QUE SIN DROGARSE.

¿Pensáis que critica algo este anuncio?

SÍ, LAS DROGAS

¿De qué forma las critica?

DANIEL: DE LA FORMA QUE NO VAS A SER MEJOR NI PEOR..

¿Habéis hablado de este tema con alguien?:

TODOS: SÍ

SANTIAGO: SÍ, EN NATURALES Y CON MIS PADRES.

Imagen 13: “South Park”

¿Habéis visto alguna vez esta serie?

TODOS: SÍ

¿Con quién?

TODOS: CON MIS PADRES Y AMIGOS

¿Sabéis a qué hora se emite?

TODOS: SÍ, A LA UNA DE LA MADRUGADA.

¿Pensáis que es para niños, o es para mayores?

TODOS: NO, PARA MAYORES

¿Por qué pensáis que es para mayores?

DANIEL: PORQUE DICEN MUCHAS PALABROTAS Y POR ALGO LO PONEN A LA UNA.

Imagen 14: “Los Simpson”

DANIEL: ES PARA NIÑOS, TE DA LA IMAGEN DE LO QUE PUEDES LLEGAR A SER SI HACES IDIOTECES QUE PUEDES HACER.

¿Qué diferencia hay entonces entre esta serie y la de South Park?

DANIEL: ESTA TE ADVIERTE UN POCO Y EN SOUTH PARK DICEN MÁS PALABROTAS

JAVIER: SOUTH PARK ME PARECE MÁS DE MAYORES PORQUE INSULTAN MÁS Y ESTA ES MAS PARA NIÑOS, HACEN MAS TONTERÍAS Y ESTO.

¿Entonces hay diferencias entre esas, los Simpson y el Pato Donald?

JAVIER: EN QUE EL PATO DONALD ES MÁS INFANTIL Y ÉSTE TE HACE UN POCO DE GRACIA, PERO EN ÉSTE TE ADVIERTE EN QUE TE PUEDE HACER PARA QUE NO LO HAGAS.

¿De qué forma pensáis que advierten?

SANTIAGO: DICIÉNDOTE LO QUE PUEDES LLEGAR A HACER SI BEBES MUCHO Y TE EMBORRACHAS.

¿Pensáis que sería interesante una asignatura que os expliquen como ver la televisión?

JAVIER: PUEDE SER INTERESANTE PORQUE , ASÍ, TE ENSEÑAN A CONOCER LAS COSAS.

DANIEL: TE ENSEÑAN A CONOCER LAS COSAS QUE TE PUEDEN PASAR SI TE MARCHAS A UNA DE ESTAS COSAS QUE SON MALAS PARA LA SALUD, TE ENSEÑAN LO QUE PUEDES LLEGAR A HACER.

SANTIAGO: A MÍ, ME PARECE QUE ESTARÍA BIEN PORQUE HAY NIÑOS QUE LA VEN DE MUY CERCA. ASÍ, LES PODRÍAN EXPLICAR CÓMO SE VE Y QUÉ PROGRAMAS.

PABLO: A MÍ NO ME IMPORTARÍA QUE HUBIESE UNA CLASE DE ESTO, AUNQUE FUERA CINCO O DIEZ MINUTOS PARA ENSEÑARNOS MÁS O MENOS.

GRUPO DE DISCUSIÓN: F2 b (Colegio Montserrat).

FECHA DE REALIZACIÓN: 26 de septiembre de 2002.

VARIABLES: Niños de 10 a 12 años.
Ven menos de 2 horas diarias la televisión.
Dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: HENAR: 10 AÑOS. CURSO: 4º A.
ENRIQUE: 10 AÑOS. CURSO: 5º B.
JUAN: 11 AÑOS. CURSO: 6º A.
CARLOS: 12 AÑOS. CURSO: 6º B.

TRANSCRIPCIÓN:

Actividades realizadas al salir de clase:

JUAN: YO ME VOY CASA DIRECTAMENTE Y NO HAGO NADA MÁS. A VECES, A LO MEJOR, DE VEZ EN CUANDO HAGO FÚTBOL.

ENRIQUE: HAGO EXTRAESCOLARES. LUNES Y MIÉRCOLES TENGO INFORMÁTICA. LOS MARTES Y JUEVES INGLÉS. DESPUÉS ME VOY A CASA Y VOY A WATERPOLO.

HENAR: YO NO HAGO NADA, ME VOY A MI CASA, A ESTUDIAR.

CARLOS: LUNES Y MIÉRCOLES HAGO INGLÉS EXTRAESCOLAR. LOS MIÉRCOLES INFORMÁTICA. MARTES Y JUEVES KARATE. LUEGO HAY DÍAS QUE QUEDO CON MIS AMIGOS PARA PATINAR O JUGAR AL FÚTBOL, O CON MI VECINO EN EL PATIO INTERIOR DE MI CASA PARA JUGAR AL FÚTBOL...Y LUEGO HAGO DEBERES.

Dentro de casa, actividades, y tiempo dedicado:

CARLOS: DE PANTALLA, O SEA, TELE, VIDEOCONSOLA, ORDENADOR... HORA Y CUARTO AL DÍA. Vamos a separar actividades... A LA TV 15 MINUTOS O ASÍ AL DÍA. ORDENADOR CASÍ NADA. ES MÁS LA CONSOLA, UNA HORA NORMALMENTE. LUEGO HAGO DEBERES, Y LEO. DEPENDE DE LOS DEBERES QUE TENGA, MEDÍA HORA, O UNA HORA...CUANDO LEO, UNOS TRES CUARTOS DE HORA, 1 HORA.

JUAN: YO VEO LA TV DESPUÉS DE HACER LOS DEBERES, UNOS 3 CUARTOS DE HORA. LOS DEBERES, LO QUE SEA NECESARIO, Y SI HAY QUE ESTUDIAR O REPASAR, ESTUDIO OTRA MEDÍA HORA O TRES CUARTOS DE HORA. CON EL ORDENADOR... NO SÉ JUGAR. YO CON EL ORDENADOR SOY UN AMARGADO, Y UN MARGINADO DE LA VIDA. VIDEOCONSOLA... ME LA ROBARON, NO PUEDO JUGAR. EN CUANTO A LA LECTURA, POR LAS NOCHES SUELO LEER. SI LEO ALGÚN LIBRO

QUE ME GUSTA MUCHO, ME ENGANCHA, ME RAYO MUCHO Y SUELO LEER HASTA EN EL COLEGIO EN CLASE.

Y generalmente... MEDÍA HORA O 3 CUARTOS DE HORA.

ENRIQUE: EN CASA SOLÍA VER UN RATO LAS NOTICIAS, PERO AHORA YA NO ME ESTÁ GUSTANDO MUCHO, Y LEO. PUEDO LEER HARRY POTTER UNAS 200 PAG. UNA HORA U HORA Y MEDÍA, SIN QUE ME MOLESTE, COMIENDO PIPAS O TUMBADO EN EL SILLÓN. LUEGO, LOS DEBERES TODOS LOS DÍAS, SUELO REPASAR MUCHAS COSAS, BASTANTE TIEMPO, DEPENDE. AHORA ESTOY ESTUDIANDO MÁS PORQUE VOY A TENER UN EXAMEN DE INGLÉS. Y LUEGO LA VÍDEO-CÓNSOLA. EL ORDENADOR, SÓLO JUEGO LOS SÁBADOS Y DOMINGOS. LA TELE, AHORA CASÍ SÓLO VEO PELÍCULAS, Y DE VEZ EN CUANDO EL TELEDÍARIO. EN UN DÍA UNA MEDÍA HORA.

HENAR: YO ESTUDIO 15 MINUTOS, MEDÍA HORA... LUEGO ME PONGO CON EL ORDENADOR 3 CUARTOS DE HORA O UNA HORA. LA TELE CASÍ NO LA VEO, MEDÍA HORA... Y BAJO A LA CALLE, A JUGAR. LUEGO SUBO, Y ME PONGO A LEER, 3 CUARTOS DE HORA... Y POR LA NOCHE TAMBIÉN.

Ayuda al hacer deberes y tiempo:

HENAR: QUINCE MINUTOS, MEDÍA HORA, Y LOS HAGO SOLA.

ENRIQUE: TRES CUARTOS DE HORA, MEDÍA HORA, LOS SUELO HACER CON MI MADRE. A VECES SOLO.

JUAN: ESTUDIO LO NECESARIO, UNA HORA Y MEDÍA O ASÍ. LOS SUELO HACER SOLO, PERO CUANDO NECESITO AYUDA, LLAMO A MI PADRE O A MI MADRE.

CARLOS: HAGO MEDÍA HORA NORMALMENTE, PERO SI ALGÚN DÍA TENGO MÁS DEBERES...3 CUARTOS DE HORA, 1 HORA.

Tiempo dedicado a jugar:

CARLOS: HORA Y MEDÍA O DOS. ACOMPAÑADO.

JUAN: NO PUEDO JUGAR CON MI HERMANO PORQUE ESTÁ EN 4º DE ESO Y ESTÁ ESTUDIANDO TODO EL DÍA. ASÍ QUE JUEGO SOLO. CUANDO JUEGO, JUEGO A LA PELOTA, O ALGÚN JUEGO DE MESA, O AL PARCHIS CON MI MADRE... ¿Cuánto tiempo, más o menos? A LA SEMANA, TRES CUARTOS DE HORA...

ENRIQUE: CUANDO VOY A INFORMÁTICA ME PARECE COMO JUGAR, PORQUE ES MUY DIVERTIDO. LUEGO, CUANDO VOY A WATERPOLO, LO PASO BIEN. EN CASA, LOS FINES DE SEMANA JUEGO. SUELO JUGAR ACOMPAÑADO, Y AL DÍA SON UNAS DOS HORAS Y MEDÍA.

HENAR: YO AL DÍA, MUCHO, DOS HORAS...CASÍ SIEMPRE ACOMPAÑADA.

Tiempo dedicado al día a ver la TV. ¿Solo o acompañado?

HENAR: MEDÍA HORA O ASÍ, Y CASÍ SIEMPRE SOLA.

ENRIQUE: MEDÍA HORA, O UN CUARTO. Y CASÍ SIEMPRE SOLO.

JUAN: YO VEO LA TELE POR PARTES, PERO EN TOTAL AL DÍA, UNA HORA, NORMALMENTE ACOMPAÑADO DE MI HERMANO Y MI PADRE.

CARLOS: YO LA TV LA VEO MUY POCO. 10-15 MINUTOS MIENTRAS DESAYUNO, Y OTROS 10-15 MINUTOS CUANDO CENO. NO MÁS.

Actividades favoritas. Elegir tres.

CARLOS: JUGAR AL FÚTBOL, CÓNSOLA, PATINAR...¿Para qué te sirven? PARA ENTRETENERME.

JUAN: SALIR AL CAMPO CON MI PADRE Y MI HERMANO, TENEMOS UN CABALLO, Y SALIR AL CAMPO Y VER A LOS ANIMALES, ESO ME ENCANTA. TAMBIÉN ME GUSTA MUCHO JUGAR AL FÚTBOL. ME GUSTA SALIR CON MI MADRE DE PASEO, IR DE COMPRAS...

ENRIQUE: COMO ANTES JUGABA MUCHO A LA CÓNSOLA, YA ME SÉ TODOS LOS JUEGOS, Y AHORA ME APASIONA MENOS JUGAR. LO QUE MÁS ME GUSTA ES EL WATERPOLO, PORQUE EN EL FÚTBOL SOY UN POCO MANTA. TAMBIÉN QUEDO CON MI VECINO, NOS VAMOS AL PARQUE, JUGAMOS A LAS CARTAS...

HENAR: ME GUSTA MUCHO LEER, IR A MI PUEBLO...ESTAR CON MIS GATOS. Y JUGAR AL ORDENADOR. ME ENTRETIENE.

¿Qué horarios veis la TV? ¿Hay diferencia con los fines de semana? ¿La veis más?

HENAR: POR LA TARDE. LOS FINES DE SEMANA LA VEO MÁS.

ENRIQUE: POR LA TARDE A LO MEJOR ME PONGO UNA PELÍCULA, Y POR LA NOCHE CASÍ NO LA VEO. LOS FINES DE SEMANA VEO PELÍCULAS...SOBRE TODO LAS PELÍCULAS DE ACCIÓN..(por ejemplo) STAR WARS, LAS DE HARRISON FORD.

JUAN: ENTRE SEMANA, LA VEO POR FASES, UN RATITO POR LA TARDE, OTRO RATO... EN TOTAL UNA HORITA AL DÍA MÁS O MENOS. LOS FINES DE SEMANA CAMBIA TODO. A LO MEJOR A VECES ESTOY TODA LA MAÑANA.

CARLOS: DE DIARIO, POR LA MAÑANA 10-15 MINUTOS, Y LA TARDE-NOCHE, 15 MINUTOS, MEDIA HORA. LOS FINES DE SEMANA, SI ME QUEDO EN MADRID, POR LA MAÑANA VEO UNA HORA O ASÍ. DESPUÉS DE COMER, A VECES SI ECHAN

ALGUNA PELICULA DIVERTIDA LA VEO... Y POR LA NOCHE ME ECHO EN UN SOFA-CAMA QUE HAY, Y VEO LA TELE.

¿Dónde veis la tele?

CARLOS: EN EL SALÓN.

JUAN: EN EL SALÓN Y EN EL CUARTO DE MI MADRE.

ENRIQUE: EN LA COCINA O EN EL SALÓN.

HENAR: EN EL SALÓN

¿Encendéis la TV porque sí, o porque sabéis que se emite algo que os gusta?

HENAR: A VECES PARA VER LOS SIMPSON, PERO LA MAYORÍA DE LAS VECES SÓLO LA ENCIENDO Y A VER LO QUE HAY.

ENRIQUE: CUANDO PONEN SERIES QUE ME GUSTAN MUCHO. ¿Alguna? LA DE “CUÉNTAME CÓMO PASÓ” PERO COMO ES A LAS 10 LA TENGO QUE GRABAR. SUELO ENCENDER LA TELE PARA VER SI PILLO ALGO BUENO.

JUAN: COMO TENGO CANAL SATÉLITE DIGITAL, ES MUY DIFÍCIL NO PILLAR ALGO BUENO, SIEMPRE HAGO ZAPPING HASTA QUE PILLO ALGO.

CARLOS: YO NO TNEGO CANAL SATÉLITE DIGITAL. POR LA MAÑANA SIEMPRE ECHAN DIBUJOS, SPIDERMAN... DRAGON BALL, LA BANDA DEL PATIO... ENTONCES LOS FINES DE SEMANA SÍ QUE ENCIENDO LA TELE PORQUE SIEMRPE ACABO VIENDO ALGO QUE ME GUSTE. CASI NUNCA VEO LA TELE POR VER SI HAY ALGO. HABITUALMENTE VOY A VER ALGO CONCRETO.

Aspectos positivos y negativos de la TV.

CARLOS: MUCHAS COSAS BUENAS NO TIENE. MALO, QUE PUEDE DAÑAR LA VISTA. PERO LA ÚNICA VENTAJA ES QUE ENTRETIENE. PERO TAMBIÉN ENTRETIENE UN LIBRO, Y ES MÁS SANO, CREO YO. ¿Qué tipo de programas crees tú que entretienen? LOS DIBUJOS, AUNQUE PAREZCAN MUY INFANTILES, LUEGO TE LO PASAS MUY BIEN VIÉNDOLOS, Y SON ENTRETENIDOS. Y LAS PELÍCULAS DE ACCIÓN.

JUAN: LAS COSAS MALAS: DE VEZ CUANDO ES UN POCO FANTASMA Y TE ENGAÑA MUCHO LA TV. ME REFIERO A QUE LOS ANUNCIOS TE ENGAÑAN, EL SLOGAN...PSICOLOGICAMENTE, HAY ALGUNAS SERIES QUE TE PUEDEN DAÑAR, SI LO VES MUCHO, POR EJEMPLO DRAGON BALL, QUE EMITEN UNAS ONDAS O NO SE QUÉ, QUE DAÑAN EL CEREBRO. ASPECTOS POSITIVOS, QUE TE LO PASAS MUY BIEN VIENDO LA TELE, ES ALGO MUY DIVERTIDO. CREO QUE ESTÁ INVENTADO PARA VERLO MEDIA HORA AL DÍA, PERO NO MÁS, SI NO, ES ALGO FATAL,

PORQUE TE VA ENROLLANDO, COMO UN CHICLE, Y LUEGO TE CREES UN SAMURAI, Y MATAS A TU MADRE.

ENRIQUE: LO MALO DE LA TV ES QUE EN LOS TELEDIARIOS POR EJEMPLO, LA MAYORIA DE LAS VECES ES QUE TE CUENTAN UNAS DESGRACIAS...QUE A VECES TENGO QUE QUITAR LA TV PORQUE NO ES MUY AGRADABLE. LUEGO HAY SERIES QUE SON SUPER-BELICAS, Y TE ACABAS CREYENDO YO QUÉ SÉ...!! LO BUENO, ES QUE A VECES ENCUENTRAS ALGO QUE TE GUSTA, Y PUEDES PASAR UN BUEN RATO VIÉNDOLO.

HENAR: PARA MÍ LO POSITIVO ES QUE PASAS EL RATO, TE ENTRETENES, TE ENTERAS DE LO QUE PASA EN EL MUNDO...¿En qué tipo de programas te enteras de lo que pasa en el mundo? EN LAS NOTICIAS. LO MALO, ES QUE TE QUEDAS ENGANCHADO, Y LUEGO LA QUIERES VER MUCHO TIEMPO. (¿Y crees que eso es malo?) SÍ, PORQUE YA NO PUEDES HACER OTRAS COSAS, Y TE PASAS TODO EL DÍA VIENDO LA TELE.

¿Vosotros, tenéis algún límite? ¿Quién os lo pone? ¿Veis todo lo que queréis?

HENAR: TENGO LÍMITE, MIS PADRES Y MI HERMANA.¿Dialogas con tus padres sobre lo que ves en la TV? ME DICEN QUE LA VEA MEDIA HORA...PERO SABEN LO QUE VEO.

ENRIQUE: LOS LÍMITES ME LOS PONGO YO MISMO MUCHAS VECES, PORQUE SI ME PASO EL DÍA VIENDO LA TELE, LUEGO LOS DEBERES ¿QUIÉN LOS HACE? OTRAS VECES, CUANDO ME GUSTA UNA SERIE, MI MADRE ME DICE QUE LA TENGO QUE QUITAR. EN VERANO, TAMBIÉN, HAY VECES QUE MI MADRE Y MI HERMANA QUIEREN VER EN LA TELE GRANDE ALGO, Y ME TENGO QUE CONFORMAR.

JUAN: YO ME MARCO MIS LÍMITES, PORQUE MIS PADRES DAN POR HECHO QUE SOY RESPETUOSO Y QUE ME PUEDO PONER MIS LÍMITES YO. ELLOS NO TIENEN QUE ESTAR DETRÁS.

CARLOS: MIS PADRES ME PONEN DE LÍMITE DOS HORAS COMO MUCHÍSIMO, PERO HABITUALMENTE VEO MENOS PANTALLA.

¿Qué hacéis cuando hay algo que no os gusta?

CARLOS: O CAMBIO DE CANAL O APAGO LA TELE.

JUAN: MÁS O MENOS HAGO LO MISMO.

ENRIQUE: LA MAYORÍA DE LAS VECES TE DICEN COSAS QUE NO ENTIENDES, QUE NO TIENES NI IDEA. PERO OTRAS VECES DAN NOTICIAS MUY CHULAS, QUE SON MUY INFORMATIVAS. SUELO CAMBIAR DE CANAL SI NO ME GUSTA.

HENAR: CAMBIO DE CANAL, O LA APAGO HASTA QUE SE ACABA ESO.

¿Qué programas y personajes os gustan más?

JUAN: ME GUSTAN MUCHOS ACTORES, COMO HARRISON FORD, BART SIMPSON, CATHERINE ZETA JONES, SEAN CONNERY... DRAGON BALL...

ENRIQUE: HAY ALGUNAS SERIES QUE ME GUSTAN MUCHO, COMO "SABRINA COSAS DE BRUJAS", MEGATRIX, O EL CLUB DISNEY... LA BANDA DEL PATIO.

CARLOS: A MÍ, LOS TRES CACHAS: JEAN CLAUDE VAN DAMM, SILVESTER STALLONE, Y ARNOLD SUATZENEGUER. Y LUEGO LOS SIMPSON ME ENCANTAN, LA BANDA DEL PATIO...

HENAR: LOS SIMPSON, SABRINA, Y CLUB DISNEY.

¿Cuándo estáis viendo en la tele vuestro programa favorito, y ponen publicidad, que hacéis?

CARLOS: A VECES HAGO ZAPPING, Y ACABO VIENDO LA PUBLICIDAD.

JUAN: NO SUELO CAMBIAR DE CANAL, PORQUE SI NO LUEGO ME PIERDO.

HENAR: CREO QUE DURAN MÁS LOS ANUNCIOS QUE LO QUE ESTOY VIENDO. JUEGO CON MI HERMANA A ADIVINAR LOS ANUNCIOS QUE VAN A PONER, ME LOS SÉ DE MEMORIA YA.

ENRIQUE: YO TAMPOCO SUELO CAMBIAR.

Alternativas que elegís en vuestro tiempo libre antes que ver la TV

HENAR: LEER Y ESTAR CON MIS AMIGAS.

ENRIQUE: LA VÍDEO-CÓNSOLA, O LEO.

JUAN: ESTAR CON MI HERMANO, HABLAR CON MIS PADRES...

CARLOS: LEO, HAGO LOS DEBERES, ESTAR CON MI VECINO.

¿Qué cambiaríais de la TV actual?

CARLOS: LA POLÍTICA, LAS PELÍCULAS DE ROMEO Y JULIETA Y TODAS ESAS...

JUAN: LAS PELICULAS X, LAS QUITABA PORQUE ES ALGO MUY FUERTE.

ENRIQUE: CAMBIARÍA CASÍ TODO. QUITARÍA LOS ANUNCIOS, DEL TELEDIARIO QUITARÍA LAS COSAS MALAS, SÓLO LAS BUENAS QUE MERECE LA PENA OÍR. QUITARÍA LAS PELÍCULAS ERÓTICAS. PONDRÍA UN CANAL PARA SERIES CHULAS, COMO LOS SIMPSON, Y OTRO CANAL SÓLO PARA PELÍCULAS DE ACCIÓN.

HENAR: YO QUITARÍA LOS ANUNCIOS, Y PONDRÍA SERIES QUE MOLEN ¿Por ejemplo? LOS SIMPSON. Y QUITARÍA COSAS DE VIOLENCIA.

Si os dejaran de alguna forma participar en la TV, ¿de qué manera?

HENAR: NINGUNA, NO ME GUSTARÍA. ME PARECE UN POCO ROLLO.

ENRIQUE: ME ENCANTARÍA PODER COMENTAR UN PARTIDO, SOBRE TODO, DEL REAL MADRID

JUAN: DE ACTOR, O DE PERIODISTA. ACTOR, ME ENCANTARIA

CARLOS: TAMBIÉN ME GUSTARÍA SALIR DE ACTOR, PERO POR OTRO LADO NO QUIERO, PORQUE TENDRÍA QUE SALTARME MUCHOS DÍAS DE COLEGIO, Y SALTARME MUCHAS COSAS...

¿Habéis pasado alguna vez miedo viendo la tele?

CARLOS: ALGUNA VEZ, CON UN AMIGO POR LA NOCHE Y A OSCURAS. NO ES QUE PASE MIEDO, PERO A LA HORA DE IRTE A LA CAMA, LE DAS VUELTAS Y PIENSAS QUE VAS A TENER PESADILLAS. LUEGO NO LAS TIENES, PERO LE DAS VUELTAS.

JUAN: A MÍ, ME GUSTAN LAS PELÍCULAS DE TERROR, PERO A LA HORA DE DORMIR, ME QUEDO FLIPADO.

ENRIQUE: VIENDO JURASÍC PARK, QUE DAN UNOS SUSTOS...

HENAR: DE PEQUEÑA, QUE MIS PADRES ALQUILARON JURASÍC PARK, Y VI UN POCO, Y ME DI UN SUSTO...¿Te acuerdas de la escena? QUE SE COMÍA UNA CABRA O ALGO ASÍ...

Imagen 1. “Tres amigos y Jerry”

¿Sabéis que serie es ésta?

TODOS: SÍ, TRES AMIGOS Y JERRY.

JUAN: ESTÁN TODOS INDIGNADOS PORQUE VEN MUCHA TELEVISIÓN. YO CREO QUE ESTO NO ES DEL TODO VERDAD, PORQUE DICEN QUE LOS NIÑOS QUE MÁS VEN LA TELE TIENEN MÁS POSIBILIDADES DE SER DELINCUENTES. CREO QUE ES MENTIRA. YO POR VER A MI PADRE FUMAR NO TENGO MÁS POSIBILIDADES DE FUMAR.

CARLOS: ES UN POCO IRREAL. DEPENDE UN POCO DE LO QUE VEAS. SI VES TODOS LOS DÍAS HEIDI Y MARCO, SEGURO QUE NO ERES DELINCUENTE. PERO SI VES MUCHA VIOLENCIA, Y TE METES EN LA CABEZA QUE ESO ES MALO, NO

TIENES POR QUÉ ACABAR SIENDO DELINCUENTE, PERO TAL VEZ SI HAY ALGUNA POSIBILIDAD.

ENRIQUE: YO CREO QUE TIENE PARTE DE RAZÓN. POR VER UNA SERIE NO TE VAS A VOLVER UN SÁDICO. PERO SI TE OBSESIONAS Y VES SIEMPRE LO MISMO, VIOLENCIA, O PORNO...PUEDE SER QUE ACABES CREYENDO “YO TENGO QUE SER ESTO, PORQUE ES MUY CHULO”

HENAR: CREO QUE EN LA IMAGEN NO TIENEN MUCHA RAZÓN, SÓLO ESTÁN VIENDO UN PROGRAMA DE OLIMPIADAS...

¿Veis la tele con vuestros padres?

CARLOS: CUANDO VEO CON MIS PADRES, SUELO VER POR LA NOCHE “CUÉNTAME”, ALGUNA PELÍCULA EL FIN DE SEMANA...

¿Habláis con ellos mientras?

TODOS: SÍ

CARLOS: COSAS QUE NO ENTIENDO, SE LAS PREGUNTO

JUAN: VEO MUCHO CON ELLOS, SUELO VER EL CLUB DE LA COMEDÍA, Y POR LA NOCHE A VECES LOS SIMPSON.

ENRIQUE: ME ENCANTA TRAGARME LOS PARTIDOS DE FÚTBOL

HENAR: ¿Sueles hablar con tus padres? NO, YO VEO LOS SIMPSON Y FRAISER.

¿Preguntáis a vuestros padres lo que no entendéis?

TODOS: SÍ

JUAN: YA SEA SE SEXO, DE POLÍTICA... LO QUE SEA. NO TENGO VERGÜENZA.

CARLOS: YO SI OIGO ALGO POR AHÍ, ALGO GUARRO... LO BUSCO EN EL DICCIONARIO

Cosas positivas y cosas negativas de ver la TV con vuestros padres:

CARLOS: QUE CUANDO NO ENTIENDES ALGO, LES PUEDES PREGUNTAR.

ENRIQUE: LO MALO, QUE SI LOS PADRES TE PILLAN VIENDO UNA PELICULA BÉLICA...

JUAN: LO MISMO, QUE SI TE PILLAN VIENDO UNA PELI QUE ELLOS NO QUIEREN QUE VEAS, TE PUEDEN ECHAR LA REPRIMENDA.

HENAR: VES ALGO QUE NO LES GUSTA, TE ECHAN LA BRONCA Y TE CASTIGAN.

Imagen 2. Spot Telecinco: “Ver la Tv con personas mayores”.

JUAN: CREO QUE ESTO LO DICE POR LO MISMO QUE HEMOS COMENTADO ANTES. TE PUEDEN RESOLVER MUCHAS DUDAS...ALGUNA PALABRA QUE NO ENTIENDAS...

ENRIQUE: TAMBIÉN PORQUE PUEDES ESTAR VIENDO ALGO QUE NO DEBES, Y TÚ NO LO SABES. Y TU PADRE TE LO PUEDE DECIR

Imagen 3. “Blooson”

(JUAN levanta la mano para hablar)

CARLOS: LA CHICA ESA ES UNA BORRACHA. ES TONTA, CON ESA EDAD BEBER ASÍ...

JUAN: IRSE DE BOTELLÓN ES ALGO TERRORÍFICO. SI YO NO BEBO, MIS AMIGOS NO TIENEN DERECHO A ARROJARME A MÍ A LA BEBIDA. A MÍ, NO ME GUSTARÍA... LA AMIGA DE BLOOSOM LE ESTÁ ARROJANDO A BEBER Y ME PARECE ESPANTOSO.

ENRIQUE: HAY ALGUNAS BEBIDAS QUE SON MALISIMÁS. HAY UNA RUSA CON MUCHOS GRADOS, QUE LA BEBEN LOS QUE NO TIENEN CASA, Y ESTÁN TOTALMENTE BORRACHOS, Y EL ALCOHOL LES DA CALOR.

CARLOS: TENGO UN AMIGO QUE ES CHINO, Y SUS PADRES A VECES TRAEN LICOR DE LAGARTO, QUE TIENE MUCHOS GRADOS...

HENAR: ¿QUÉ TIENE DE ESPECIAL BEBER? NO SÉ..., PARA QUÉ SIRVE.

Imagen 4. “Compañeros”.

CARLOS: TIENE UN PEDO QUE NO SE TIENE, LA PROFESORA.

JUAN: EL HECHO DE QUE ESTE BORRACHA NO ES PARA QUE SU HIJO HUYA DE ELLA. LO PEOR DE LA BEBIDA ES ESO, QUE TE PUEDE HACER PERDER PERSONAS QUERIDAS, TU TRABAJO...

Imagen 5. “Vacaciones de ensueño”

JUAN: CREO QUE ES UN ANUNCIO QUE SALE EN EL NOTICIARIO. TE ESTÁN ENGAÑANDO MUCHO MÁS.

CARLOS: EL ANUNCIO EN SÍ, EL QUE TE TRAIGAN LA COPA, O UNA COCA-COLA A LA PLAYA, ME PARECE COMODÍSIMO. SI ESTOY DE VACACIONES Y ME APETECE QUE ME TRAIGAN UNA COCA-COLA, PUES ESTÁ BIEN. PERO TAMPOCO POR ESO HAY QUE ABUSAR.

ENRIQUE: ESO ES MUCHÍSIMA PUBLICIDAD Y HAY CRUCEROS QUE CUESTAN MUCHO MENOS. YO HE IDO A UNO QUE COSTABA MUCHO MENOS Y VI UN MONTÓN DE SITIOS CHULOS.

CARLOS: SÍ, PERO HAY GENTE QUE PUEDE PERMITÍRSELO, Y ESO SEGURO QUE ES MEJOR QUE EL SITIO DONDE TU HAS IDO.

ENRIQUE: PERO...¿ PARA QUÉ TE VAS A GASTAR TODO TU DINERO EN UNA COSA...?

Imagen 6. “Pato Donald”.

(TODOS atentos, identifican serie).

CARLOS: A MÍ, ESO ME PARECE VERGONZOSO, SI OCURRIERA EN LA REALIDAD. EVIDENTEMENTE, SON UNOS DIBUJOS Y SON MUY DIVERTIDOS, PERO SI FUERA VERDAD... LE TENDRÍA QUE DAR VERGÜENZA AL PATO DONALD ESTAFAR A SUS SOBRINOS. LES DA DINERO Y DE ALGUNA MANERA SE LO VUELVE A QUEDAR.

JUAN: YO HE ENCONTRADO DOS MENSAJES EN LA IMAGEN. UNA LA QUE HA DICHO CARLOS, DE ESTAFADOR. Y OTRA QUE LOS SOBRINOS LE ESTÁN REGALANDO PUROS, O SEA QUE LE ESTAN REGALANDO MENOS VIDA, PORQUE LOS PUROS HACEN DAÑO.

ENRIQUE: PERO, ¿MENOS QUE EL TABACO?.

HENAR: ES VERDAD QUE LES ESTAFA.

CARLOS: ESO SON DIBUJOS, PERO ESO UN NIÑO PEQUEÑO SE LO PUEDE CREER

JUAN: HAY GENTE EN ESTE COLEGIO QUE FUMA DESDE 6° DE PRIMARIA, ESO ES PATÉTICO.

¿Ha hablado alguien con vosotros de este tema del tabaco?

TODOS: SÍ.

Imagen 7. Spot: Reciclaje.

CARLOS: ME PARECE UN BUEN ANUNCIO, QUE TE ENSEÑA A RECICLAR PARA HACER UN LUGAR MEJOR DE DONDE TÚ VIVES.

JUAN: YO CREO QUE ES LO QUE HA DICHO CARLOS. TE ENSEÑAN A RECICLAR, Y A SEMBRAR TU PROPIO MUNDO, A SOBREVIVIR.

ENRIQUE: HAY GENTE QUE AÚN ASÍ, NO SEPARA LA BASURA.

HENAR: CREO QUE ESTÁ MUY BIEN, PORQUE SE PUEDE RECICLAR Y VOLVER A USAR, EN VEZ DE ECHAR TODO JUNTO.

¿Os ha hablado alguien antes de esto?

HENAR: SÍ, EN EL COLEGIO.

JUAN: MI HERMANO, QUE ES UN FAN DE RECICLAR. HABLO CON ÉL , CON MIS PADRES...

Imagen 8. “Hot wheels”

CARLOS: ES UN TIMO, PUEDE COGER LA MISMA VELOCIDAD ESTE COCHE QUE UNO DE LOS VEINTE DUROS Y TE METEN UN PALO DE DINERO POR ESO...

JUAN: CREO QUE NOS HAS METIDO ESTE ANUNCIO POR LO DE LA VELOCIDAD. UN NIÑO PEQUEÑO VE ESTE ANUNCIO, Y SE LE PUEDE METER EN LA CABEZA QUE LA VELOCIDAD ES BUENA. A LO MEJOR LLEGAS CINCO MINUTOS ANTES, PERO TE ARRIESGAS LA VIDA.

ENRIQUE: ESE ANUNCIO ME PARECE UNA TONTERÍA. TÚ PUEDES CONTROLAR LA VELOCIDAD DE TU COCHE, Y SI LE DAS A TOPE, CORRE A TOPE.

HENAR: ES UN TIMO. TE COMPRAS UNO DE VEINTE DUROS Y TE DURA MÁS.

Imagen 9. D.G.T.

(TODOS MUY ATENTOS).

JUAN: ESTE ANUNCIO TE DA A CONOCER LA VENTAJA QUE TIENE DESCANSAR, O PARAR A TOMAR UN CAFÉ, ANTES DE VIAJAR. SI ESTÁS MUY CANSADO, HAY QUE PARAR CADA X KILOMETROS O CADA CIERTO TIEMPO.

CARLOS: ES UN BUEN ANUNCIO. HAY GENTE DE 18-20 AÑOS QUE SE SACAN EL CARNET Y VAN SIN PRECAUCIÓN.

¿De estos dos últimos anuncios, cuál te ha gustado más, y por qué motivos?

HENAR: EL ÚLTIMO, PORQUE NO TE TIMAN COMO EN EL DE LOS COCHES (HOTWHEELS), Y ES VERDAD.

ENRIQUE: ME PARECE QUE SÍ, PORQUE HAY QUE IR A LA VELOCIDAD JUSTA. AUNQUE TENGAS MUCHA PRISA, PORQUE TE JUEGAS ALGO MUY IMPORTANTE.

¿Las imágenes que acabamos de ver, son realidad o ficción?

TODOS: ES REALIDAD. (¿Creéis que esto ocurre en la vida real?) Sí. CADA CINCO MINUTOS HAY UN ACCIDENTE.

¿Qué diferencias creéis que hay entre lo que veis en la tele y lo que vivís en la vida real?

CARLOS: LO QUE VES EN LA TELE, ES DE UN ASPECTO Y, LUEGO, NO ES CIERTO.

¿Creéis que os puede pasar a vosotros lo que hemos visto?

JUAN: SI YO NO SOY PRUDENTE CONMIGO MISMO, PUEDE SER.

Pensáis que lo que veis en la TV es real?

CARLOS: PARTE SI, PARTE NO. EL SEGUNDO SÍ, EL PRIMERO NO.

JUAN: TODOS ESTOS ANUNCIOS SON DE ADVERTENCIA, DE APRENDER A CUIDAR EL ENTORNO, DE NO VER MUCHO LA TV PORQUE PUEDE SER FATAL, DE LA ESTAFA, Y DEL RECICLAJE.

Imaginad que lo que estamos viendo esta aquí. ¿Hay alguna diferencia?

CARLOS: EN LA TELE, SON COMO ILUSIONES ÓPTICAS. AHÍ TE PUEDEN ENGAÑAR COMO QUIERAN PORQUE LO MANIPULAN CON EL ORDENADOR.

HENAR: LO MANIPULAN CON EL ORDENADOR.

JUAN: ES MUY DIFERENTE CUANDO LO VES POR LA TELEVISIÓN QUE CUANDO ERES TÚ. SI YO ME MONTO EN UN LOOPING, ME DA MIEDO, SI LO VEO POR LA TELE, NO.

ENRIQUE: YO CREO QUE LOS ANUNCIOS SIEMPRE TIENEN ALGO QUE VER CON LA REALIDAD, PERO LA MAYORÍA DE LAS VECES LO MANIPULAN PARA QUE TÚ TE CREAS ALGO.

Imagen 10. “Animales abandonados”

CARLOS: LA GENTE NO SE DA CUENTA DE QUE TAMBIÉN SON SERES VIVOS, TAMBIÉN SUFREN...LA GENTE QUE LOS DEJA TIRADOS...NO LO ENTIENDO. SI NO QUIEREN LLEVARLOS DE VACACIONES, LO ENTIENDO, PERO QUE NO LOS DEJE TIRADOS, QUE LOS LLEVE A UN CAMPO DE ESOS PARA PERROS.

HENAR: YO TENGO UNA PERRA Y LO ENTIENDO. CUANDO NOS VAMOS DE VACACIONES, SI PODEMOS, NOS LA LLEVAMOS, PERO SI NO PODEMOS LA DEJAMOS CON UNOS VECINOS QUE LA QUIEREN MUCHO. SI TE COMPRAS UN PERRO, ES PARA CUIDARLO.

¿Creéis que estas imágenes critican algo?

ENRIQUE: QUE SOMOS POCO RESPETUOSOS Y SÓLO RESPETAMOS LO QUE NOS INTERESA. SI NO PUEDES LLEVARTE AL PERRO Y NO TE INTERESA DEJARLO EN UN SITIO PORQUE ES MUY CARO, PUES LO ABANDONAS, ESO ME PARECE INJUSTO.

JUAN: EL HECHO DE QUE TENGAS UN PERRO QUE TE DA CARIÑO EN INVIERNO, ¿POR QUÉ LUEGO EN VERANO NO LE PUEDES DAR CARIÑO TÚ? ¿POR QUÉ NO PUEDES MANTENERLO?

Imagen 11. “Los Simpson”

(TODOS IDENTIFICAN LA SERIE)

CARLOS: LISA ES COMO LA TÍPICA EMPOLLONA. SI TENGO FIEBRE Y TENGO QUE VENIR AL COLEGIO , VENGO. PERO SI NO TENGO QUE VENIR, NO VENGO. ME PARECE TONTO QUE POR ESO SE TENGA QUE PELEAR CON SU MADRE.

HENAR: LISA ES MUY TRABAJADORA. Y LUEGO CON EL VIDEOJUEGO SE EMPIEZA A VICIAR, Y NO HACE LOS DEBERES.

JUAN: EL HECHO DE QUE SE PIERDA UN DÍA EN PRIMARIA, NO IMPORTA TANTO, PERO EN SECUNDARIA, SÍ IMPORTA. LUEGO, SI NO LO RECUPERAS SUSPENDES ESA ASIGNATURA.

ENRIQUE: CREO QUE SE HA VICIADO AL VIDEOJUEGO Y AHORA YA NO VA A ESTUDIAR Y SE VA A PERDER LOS DEBERES

Imagen 12. Spot: “Campaña consumo tabaco”

JUAN: CREO QUE ESTA DICHIENDO QUE SI NO FUMAS VAS A TENER MUCHAS MÁS VENTAJAS, PORQUE VAS A PODER HACER DEPORTE...MEJOR CONDICIÓN FÍSICA. PERO TAMBIÉN QUIERE DECIR QUE PORQUE SEAS MÁS MALO, LOS AMIGOS NO TE VAN A DEJAR DE QUERER.

ENRIQUE: FUMAR TE PUEDE MATAR, LOS PULMONES SE DESGASTAN HASTA MATARTE.

CARLOS: ME PARECE UN BUEN ANUNCIO PORQUE NO TE ENGAÑA. A LO MEJOR HAY ALGUNO QUE FUMA Y POR VER ESTO NO VA A DEJAR DE FUMAR, PERO SÍ TE ADVIERTE.

HENAR: MIS PADRES FUMAN, PERO TAMPOCO MUCHO. TIENEN SUS LÍMITES

Imagen 13. “South Park”

¿Conocéis todos esta serie?

TODOS: SÍ

CARLOS: A MÍ, ME GUSTA MUCHO ESTA SERIE, PERO SÉ QUE ES UNA SERIE QUE NO TE EDUCA, TE MALEDUCA.

¿Esta serie pensáis que es para niños, para mayores?

TODOS: PARA MAYORES

CARLOS: LA PONEN COMO PARA MAYORES DE 18, PERO CREO QUE NO ES PARA TANTO.

JUAN: A MÍ, ESTA SERIE NO ME ENSEÑA NADA.

HENAR: CREO QUE ES PARA MAYORES, DICEN MUCHAS PALABROTAS Y TAMPOCO TE ENSEÑA NADA.

Imagen 14. “Los Simpson”.

JUAN: EL HECHO DE QUE HOMER LE DEJE VER ESA SERIE A BART ES BRUTAL.

ENRIQUE: ES UN POCO BÉLICO QUE SE MATEN A TORTAS, ES UNA BURRADA.

CARLOS: ESO TAMBIÉN ES PARTE DE LA GRACIA DE ESTA SERIE. BART Y HOMER SON LOS TÍPICOS MALOS.

¿Pensáis que esta serie es para niños?

TODOS: SÍ.

ENRIQUE: ES PARA NIÑOS, PERO PARA VERLO CON MAYORES. Eso es interesante... YO, A VECES, VEO ESTA SERIE CON MI PRIMO, PORQUE ASÍ ME EXPLICA COSAS O, SI HAY ALGO FUERTE, ME DICE QUE ME VAYA O BAJE EL VOLUMEN.

¿Qué diferencias hay entre esta serie y South Park?

CARLOS: EN SOUTH PARK SÓLO HACEN GUARRERÍAS. LA OTRA ES DE UNA FAMILIA MEDIANAMENTE GRACIOSA Y RARA.

¿Y entre los Simpson y el Pato Donald?

JUAN: EL PATO DONALD ES PARA PEQUEÑOS Y LA OTRA ES MÁS PARA MAYORES.

Sería interesante si os dieran alguna asignatura sobre como ver la televisión?

CARLOS: UN POCO TONTERÍA, TAL VEZ SÍ, PORQUE QUE TE ENSEÑEN QUÉ COSAS VER DE LA TV O VERLA CON MODERACIÓN, ESO TE LO PUEDEN ENSEÑAR TUS PADRES EN CINCO MINUTOS Y, EN EL COLEGIO, HAY COSAS MÁS IMPORTANTES QUE HACER.

JUAN: A MÍ, NO, ME LO PUEDE EXPLICAR MI HERMANO O MIS PADRES.

ENRIQUE: A MÍ, ME PARECE QUE ME LO PUEDE EXPLICAR MI PADRE.

HENAR: NO ME INTERESA, TE LO PUEDEN EXPLICAR EN CUALQUIER SITIO.

GRUPO DE DISCUSIÓN: G2 C (Colegio Montserrat).

FECHA DE REALIZACIÓN: 26 de septiembre de 2002.

VARIABLES: Niños de 10 a 12 años.
Ven más de 2 horas diarias la televisión.
No dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: IRENE: 10 AÑOS. CURSO: 4° A.
VÍCTOR: 11 AÑOS. CURSO: 5° A.
ALEJANDRO: 12 AÑOS. CURSO: 6° A.
ALBA: 12 AÑOS. CURSO: 6° B.

TRANSCRIPCIÓN:

Actividades fuera de clase:

VÍCTOR: EL AÑO PASADO ME APUNTÉ A PISCINA, PERO LUEGO ME DESAPUNTÉ. ¿Por qué?: PORQUE NUNCA HABÍA IDO, Y YA SABÍA NADAR, Y ME DI CUENTA QUE NO MERECE LA PENA TANTÍSIMO ESFUERZO. ¿Y dentro de tu casa? LOS DEBERES Y ESAS COSAS. LLEGO A MI CASA, MERIENDO, SEGÚN LOS DEBERES QUE TENGA ME PONGO A HACERLOS. ¿Cuánto? DEPENDE. SI TENGO UN EXAMEN LE DEDICO DOS HORAS Y MEDIA, TRES HORAS. LUEGO, DESPUÉS DE CENAR REPASO UN POQUITO...SI TENGO DEBERES DIARIOS LOS HAGO... ¿Y ver la TV? LO QUE TARDE EN MERENDAR. VEO LA TV MIENTRAS MERIENDO. DESPUÉS DE HACER LOS DEBERES, SI NO SALGO CON MIS AMIGOS, SI LA VEO. NORMALMENTE SI LA VEO MÁS DE DOS HORAS, PERO REPARTIDO. ¿Cómo repartes el tiempo que ves la TV? VARIABLE. ¿Cuánto más o menos al día? DEPENDE CADA DÍA. SI ME LLAMAN MIS AMIGOS, LA VEO MENOS. APROXIMADAMENTE, DOS HORAS, DOS HORAS Y MEDIA.

ALBA: FUERA DE CASA HAGO BALONCESTO, PINTURA, E INGLÉS. Y EN CASA, MERIENDO, MIENTRAS MERIENDO, VEO LA TELE, Y LUEGO VEO LA TELE PERO UN RATO, MEDIA HORA COMO MUCHO. Y LUEGO HAGO LAS TAREAS, LUEGO CENO. CUANDO TERMINO DE CENAR, SI NO ES MUY TARDE, VEO OTRO RATO LA TELE. ¿Más o menos cuanto le dedicas al día? A BALONCESTO UNA, HORA. A PINTURA, DOS. A INGLÉS UNA HORA. A VER AL TELE UNA HORA Y MEDIA. LUEGO YA VEO EL RESTO DESPUÉS DE CENAR. ¿Cuánto?) DEPENDE DE LO TARDE QUE ES. EN TOTAL AL DIA, 2 HORAS MAS O MENOS.

ALEJANDRO: YO HAGO RUGBY. DENTRO DE CASA, TENGO DOS PROFESORES PARTICULARES, LOS DEBERES Y ESTUDIAR. ¿Tiempo?) JUGANDO AL RUGBY, DOS HORAS A LA SEMANA. LOS PROFESORES PARTICULARES, UNO DOS HORAS, Y EL

OTRO CUATRO HORAS. MERIENDO, VEO LA TELE, MERENDANDO. ¿Al día?) DOS HORAS. ESTUDIAR, POR LA TARDE CUANDO LLEGO DEL COLEGIO, LOS DEBERES...¿Al día?) DOS HORAS Y MEDIA O ASÍ.

IRENE: CUANDO SALGO DEL COLEGIO, NO HAGO NADA. EN EL COLEGIO HAGO TEATRO, UNA HORA AL DÍA. EN CASA, PRIMERO MERIENDO VIENDO LA TELE. CUANDO TERMINO DE MERENDAR LA DEJO. ESTUDIO COMO MINIMO 45 MINUTOS. LUEGO ME PONGO A LEER. ESTOY UN RATO JUGANDO, HASTA QUE ES LA HORA DE CENAR, Y VEO UN RATO LA TELE, UNA MEDIA HORA. ¿En total al día? DOS HORAS.

Tiempo dedicado a deberes. ¿Sola o acompañada?

IRENE: MINIMO TRES CUARTOS DE HORA, LOS HAGO SOLA,. SI TENGO ALGUNA DUDA, LO PREGUNTO.

ALEJANDRO: YO TAMBIÉN LOS HAGO SOLO. DOS HORAS Y ALGO. A VECES, CUANDO TENGO ALGUNA DUDA, PREGUNTO A MI PADRE O MI HERMANO.

ALBA: DOS HORAS. ALGÚN DÍA MÁS. Y SOLA, PERO SI TENGO ALGUNA DUDA, LA PREGUNTO.

VÍCTOR: LOS HAGO SOLO, Y SI TENGO ALGUNA DUDA MENTALMENTE PREGUNTO A MI MADRE O A MI HERMANA. SI TENGO EXÁMENES, DOS HORAS. SI TENGO DEBERES, LO QUE ME DUREN, Y LUEGO UNOS 15 MINUTOS A REPASAR TODO.

Tiempo a jugar:

VÍCTOR: JUGAR PARA MÍ ES ESTAR CON MIS AMIGOS FUERA, DOS HORAS O TRES. ¿A qué tipo de cosas juegas? JUGAR AL FÚTBOL UN POCO, LA BICICLETA...AL X2.

ALBA: YO NO JUEGO. ALGUNA VEZ ME PONGO CON MI HERMANO, UN RATO.

ALEJANDRO: A VECES VOY AL PARQUE A JUGAR AL FÚTBOL. A VECES, SUBEN A MI CASA Y JUGAMOS A LA VÍDEO CONSOLA. NORMALMENTE ACOMPAÑADO. DE TIEMPO, DEPENDE DE LOS DEBERES. NORMALMENTE, CUANDO ACABO LOS DEBERES HASTA LAS OCHO.

IRENE: ESTOY SOLA JUGANDO, UNA HORA, MEDIA HORA... LUEGO JUEGO UN RATO AL ORDENADOR...

¿Cómo ves la TV?

IRENE: A VECES ACOMPAÑADA, CUANDO MI HERMANO LA VE CONMIGO, Y UNA MEDIA HORA. NORMALMENTE SOLA, CON MIS PADRES POR LA NOCHE. EN TOTAL, DOS HORAS Y MEDIA.

ALEJANDRO: NORMALMENTE SOLO, A VECES CON MI HERMANO...Y POR LA NOCHE A VECES CON MIS PADRES.

ALBA: CASI SIEMPRE SOLA. PERO SIEMPRE ESTÁ MI HERMANO POR AHÍ, CONMIGO. POR LA NOCHE CON MIS PADRES Y MI HERMANO. EN TOTAL, DOS HORAS, MÁS O MENOS.

VÍCTOR: SUELO VERLA SOLO, PORQUE ME PUSIERON LA TV EN MI HABITACION.

Los demás, tenéis TV en vuestra habitación?

TODOS: NO.

ALEJANDRO: YO SÍ, PERO NO LA VEO MUCHO. A VECES LA QUITO PARA JUGAR AL ORDENADOR.

Elegir dos o tres actividades:

ALBA: BALONCESTO, VER LA TELE, ME ENCANTA. Y MERENDAR. ¿Para qué te sirven? BALONCESTO, LA CONDICIÓN FÍSICA, Y PORQUE ME GUSTA. VER LA TELE PARA ENTRETENERME Y REÍRME UN POCO. Con qué programas te entretienes? TODAS LAS SERIES AMERICANAS... Y MERENDAR PORQUE LA COMIDA DEL COLEGIO ES ASQUEROSA, Y LLEGAS CON HAMBRE A MERENDAR.

VÍCTOR: YO ELEGIRÍA JUGAR CON MIS AMIGOS, LUEGO MERENDAR, Y LUEGO VER LA TELE, Y ESTUDIAR DEPENDE DE QUÉ TEMA... JUGAR ME SIRVE APRA DISTRAERME Y DIVERTIRME, DESCONECTAR UN POCO Y DESCANSAR. MERENDAR PORQUE LA COMIDA DEL COLEGIO ES MALA, Y PORQUE ME GUSTA. LA TELE...SUELO VER LOS INFORMATIVOS PORQUE ME INFORMO DE LAS COSAS QUE PASAN EL MUNDO...Y PARA DIVERTIRME.

ALEJANDRO: ELEGIRÍA RUGBY, JUGAR CON MIS AMIGOS, VER LA TV Y, A VECES, ESTUDIAR. EL RUGBY ME SIRVE PARA DIVERTIRME. LOS AMIGOS TAMBIÉN. LA TELE A VECES TAMBIÉN. TAMBIÉN ME GUSTA PARA DIVERTIRME, CON ALGUNAS SERIES...¿Por ejemplo?) TRATO HECHO. ESTUDIAR, PORQUE HAY ALGUNOS TEMAS QUE ME GUSTAN.

IRENE: YO TEATRO, LEER, Y JUGAR AL ORDENADOR. EL TEATRO ME SIRVE PARA DIVERTIRME, Y PARA SABER CÓMO SE HACE. JUGAR AL ORDENADOR, PARA PASAR EL RATO Y DIVERTIRME. Y LEER PORQUE ME INTERESAN LAS HISTORIAS, ME ENTRETENEN.

Elegir cualquier cosa en el tiempo libre:

ALBA: BALONCESTO, VOLAR EN ESCOBA, O HACER MAGIA.

VÍCTOR: PEDIRÍA QUE ME DIERAN POSIBILIDADES DE SABER A QUÉ JUGAR CON MIS AMIGOS, PORQUE LA MAYORÍA DE LAS VECES NOS ABURRIMOS. TAMBIÉN, SABER HACER TRUCOS DE MAGIA.

¿En qué momentos del día veis la tele?

ALEJANDRO: A VECES POR LA MAÑANA, Y POR LA TARDE, LOS SIMPSON.

IRENE: A MÍ ME GRABAN LOS SIMPSON Y LOS VEO EN LA MERIENDA A VECES.

¿Para qué veis la tele?

IRENE: PARA DIVERTIRME, VER LOS PROGRAMAS DE SIMPSON, SABER LO QUE PASA

Cosas buenas y malas de ver la tele:

VÍCTOR: MALAS, QUE SI LA VES MUY CERCA O MUCHO RATO, TE PUEDE DAÑAR LOS OJOS, O PRODUCIRTE UNA JAQUECA. BUENAS, QUE PUEDES INFORMARTE, REÍRTE, ES BUEN INVENTO PARA PASAR EL TIEMPO.

ALBA: EN MI CASO, LO MALO ES QUE A MÍ ME ENGANCHA MUHCO LA TELE, ES UNA SERIE TRAS OTRA. Y QUE TE DAÑA LOS OJOS. LO BUENO, ES QUE A MÍ ME ENTRETiene MUCHO, Y AUNQUE NO DEBO VERLA TANTO, ME GUSTA.

¿Por qué crees que no debes verla tanto?: PORQUE CUALQUIER SERIE QUE VEO ME GUSTA. EN CANAL SATÉLITE DIGITAL HAY UN CANAL QUE ES DE SERIES.

ALEJANDRO: CUANDO DESTROZADO DE RUGBY, ME SIENTO A VER AL TELE, Y ME ANIMO UN POCO. HAY UNA COSA MALA, CUANDO VIENE MI HERMANO, QUE ME COGE LOS MANDOS Y VE LO QUE QUIERE.

IRENE: LO POSITIVO ES QUE ME ENTERO DE LO QUE PASA, ME ENTRETENGO. LO MALO, ES QUE NO TENGO QUE ESTAR MUCHO RATO, PORQUE TENGO QUE ESTUDIAR.

¿Encendéis la TV para ver cualquier cosa, o por algo concreto?

ALEJANDRO: A VECES, PORQUE SÉ QUE SE VA A EMITIR ALGO.

ALBA: DEPENDE. HAY ALGUNAS SERIES QUE YA SÉ A QUÉ HORA SON, Y LA PONGO Y SI NO ESTÁ ESA SERIE, LA APAGO, PORQUE SI NO SÉ QUE ME VOY A ENGANCHAR A LO QUE HAYA.

VÍCTOR: VEO LA TELE PORQUE SÉ QUE HAY PROGRAMAS QUE ME GUSTAN. A VECES, ME PONGO LA TELE A VER SI EMPIEZA ALGO, ZAPEO, Y SI VEO QUE NO HAY NADA QUITO LA TELE.

IRENE: A MÍ SIEMPRE ME GRABAN LOS SIMPSON, Y LO VEO MEDIA HORA Y LO DEJO.

¿Tenéis algún límite?

ALEJANDRO: YO TENGO. A VECES, ME DICEN QUE VAYA A HACER LOS DEBERES, MIS PADRES.

ALBA: TAMBIÉN ME LO DICEN. NORMALMENTE ME SÉ PONER EL LÍMITE YO, ME DIGO QUE YA HE VISTO BASTANTE. PERO A VECES CUANDO SE ME PASA LA HORA, MI PADRE ME DICE QUE LO DEJE.

IRENE: A VECES, MI PADRE. MI MADRE, A VECES, TAMBIÉN. Y MI HERMANO. ¿Qué límite te ponen, y por qué?: MEDIA HORA, O TRES CUARTOS. PORQUE TENGO QUE HACER LOS DEBERES.

VÍCTOR: MI MADRE SIEMPRE ME SUELE PONER LÍMITES PORQUE DICE QUE SOY UN VICIADO. ME DICE QUE PUEDO ESTAR DOS HORAS, O LO QUE SEA, DEPENDE DE LO QUE TENGA QUE HACER.

¿Qué hacéis cuando ponen algo que no os gusta?

VÍCTOR: LA APAGO.

TODOS: APAGO.

Preferencias de la tele:

VÍCTOR: LOS PROGRAMAS COMO TRATO HECHO. LA GENTE VA DISFRAZADA Y EL PRESENTADOR LO COGE, HACEN PRUEBAS... ¿Algún otro?: UNO DE LOS FINES DE SEMANA, EL “DOMINÓ”, EN TELECINCO.

ALBA: ANA Y LOS SIETE, Y ENTRE DOS MUNDOS, MOIXA...

ALEJANDRO: HAY UNA SERIE QUE ME GUSTA, QUE SOLO PUEDO VER LOS SÁBADOS Y DOMINGOS, QUE SE LLAMA “SINCHAN”, UN NIÑO QUE VA HACIENDO TRAVESURAS, EN TELEMADRID. HAY GENTE QUE LO QUIERE PROHIBIR POR LA CANCIÓN DEL PRINCIPIO.

VÍCTOR: SÍ, PORQUE DICE COSAS RARAS, Y TAMBIÉN PORQUE EL NIÑO, A VECES, HACE TRAVESURAS, COMO PINTARSE UNA TROMPA EN LA COLA Y BAJARSE LOS PANTALONES...

ALEJANDRO: OTRA SERIE, EMBRUJADAS.

IRENE: TRATO HECHO LOS SÁBADOS, Y OPERACIÓN TRIUNFO.

¿Veis más la tele los fines de semana?

ALBA: DEPENDE, PORQUE SI EMPIEZA LA LIGA DE BALONCESTO ESTOY MUY OCUPADA, TENGO QUE JUGAR... Y TAMBIÉN SALGO DE COMPRAS CON MI MADRE.

ALEJANDRO: A VECES. A VECES TENGO PARTIDOS DE RUGBY, Y NO LA VEO MÁS.
IRENE: YO LA VEO POR LA MAÑANA, A LA HORA DE COMER... SÍ, LA VEO MÁS.

VÍCTOR: SÍ, LA SUELO VER MAS, POR LA MAÑANA.

¿Qué hacéis cuando se emite publicidad:

VÍCTOR: SUELO SEGUIR LA PUBLICIDAD.

ALBA: ME GUSTAN LOS ANUNCIOS, ME HACEN GRACIA. DEPENDE, A VECES ME DOY UNA VUELTA POR LA CASA.

ALEJANDRO: YO, A VECES, DEJO LOS ANUNCIOS PARA NO PERDERME NADA.

IRENE: COMO A NADIE EN MI CASA LES GUSTA LO QUE VEO, VOY UN POCO CON ELLOS MIENTRAS LOS ANUNCIOS. O, A VECES, ME QUEDO VIENDO LOS ANUNCIOS, O QUITO LO DEL CANAL.

Alternativas antes que ver la tele:

IRENE: JUGAR UN RATO, LEER.

ALEJANDRO: JUGAR AL RUGBY.

ALBA: BALONCESTO Y LEER.

VÍCTOR: JUGAR CON MIS AMIGOS.

Imaginad que cambiaríais de la tele:

VÍCTOR: LOS PROGRAMAS DE COTILLEO. NO LOS SOPORTO.

ALBA: YO CAMBIARÍA ESO POR SERIES QUE NOS GUSTAN. SIEMPRE LAS SERIES LAS PONEN MUY TARDE,.. TAMBIÉN ALGÚN TELEDIARIO QUE OTRO.

ALEJANDRO: LOS PROGRAMAS DE COTILLEO Y ANUNCIOS. YA ÚLTIMAMENTE SE ESTÁN PASANDO.

IRENE: MAMMA MÍA, PORQUE TIENE COTILLEO Y LA FORMA QUE HABLAN NO ME GUSTA. HACEN TONTERÍAS. Y “ A SACO”.

¿Os gustaría participar en la tele?

ALBA: SI ME PAGAN SI. LO TENGO CLARO.

VÍCTOR: A MÍ CON DINERO O SIN DINERO.

¿Habéis pasado miedo alguna vez viendo la tele?

VÍCTOR: SÍ, VIENDO EL EXORCISTA.

ALEJANDRO: YO DE UNA PELÍCULA QUE SALÍA UNA TÍA DE LA TV Y EMPEZABA A MATAR A LA GENTE. LA VI CON MI HERMANO. ÉL NO SE ATREVÍA CASI NI A ENCENDER LA TV.

VÍCTOR: YO EN EL EXORCISTA, EN LA ESCENA DE LOS DOS CURAS.

Imagen 1: “Tres amigos y Jerry”.

¿Sabéis que serie es?

TODOS: SÍ, LOS TRES AMIGOS Y JERRY.

VÍCTOR: LO QUE DICEN ESTÁ BIEN. LEER ES UNA BUENA SOLUCIÓN, PERO LO QUE HA DICHO EL CURA TAMPOCO...LEER LA BIBLIA NO ES... HOMBRE, SI ERES CREYENTE Y ESO, SÍ, PERO SI NO...VAYA TOSTÓN.

IRENE: CON ESO NO SON BLANDENGUES, LEYENDO LA BIBLIA Y LEER.

Imagen 2: Spot Telecinco: “Ver televisión con personas mayores”.

ALBA: A MIS PADRES NUNCA LES GUSTA LO QUE YO ESTOY VIENDO. ENTONCES... NUNCA PUEDO VER LA TELE CON ELLOS. ALGUNA PELICULA SÍ, NOTTING HILL...SÍ.

VÍCTOR: TAMBIÉN , SI ESTÁS VIENDO LA TELE CON TUS PADRES, POR EJEMPLO, POR LA NOCHE, Y PONEN UN ANUNCIO ERÓTICO, TU MADRE LO QUITA. PERO SI ESTÁS SOLO, Y ERES UN NIÑO PERVERTIDO, LO VES.

¿Es negativo o positivo ver la TV con adultos?

IRENE: DEPENDE, SI ES UN NIÑO PEQUEÑO, POSITIVO. PERO SI ES UNA COSAS QUE SE PUEDE VER, PARA UN NIÑO MAYOR ESO SERIA UN POQUITO...MALO.

ALEJANDRO: YO, A VECES, LLAMO A MI PADRE PARA VER ALGUNA SERIE CONMIGO, COMO CAMINANDO ENTRE DINOSAURIOS...DOCUMENTALES...

¿Habláis con ellos?

VÍCTOR: YO SUELO VER LOS DOCUMENTALES DE LA 2 CON MI MADRE ¿Y prefieres verlos con tu madre o sin ella? A MÍ, ME DA IGUAL.

Imagen 3: “Blooson”.

ALEJANDRO: UNAS NIÑAS BEBIENDO LICOR... DE TODO.

VÍCTOR: NIÑAS QUE ESTÁN BEBIENDO COSAS QUE NO SON CONVENIENTES A ESA EDAD. SI LO TOMAN YA A ESA EDAD...LES PUEDE PASAR ALGO. PERJUDICA MUCHO.

¿Conocéis esta serie?

CASI TODOS: SI, BLOSSOM.

ALBA: BLOSSOM NO HA QUERIDO BEBERLO Y HA HECHO BIEN. ES MEJOR NO PROBARLO.

¿Qué cosas negativas habéis visto?

ALEJANDRO: QUE LA OTRA ESTABA BEBIENDO CUANDO UNA NO QUERÍA.

VÍCTOR: A MÍ ME PARECE MUY NEGATIVO A ESA EDAD MEZCLAR ESAS COSAS... TE PUEDE DAR UNA COMA ETÍLICA.

IRENE: A MÍ ME HA PARECIDO QUE SIENDO PEQUEÑAS NO PUEDEN BEBER ESO. ES MALO, AUNQUE SEAS MAYOR. TE ENGANCHA Y PERJUDICA.

Imagen 4: “Compañeros”.

¿Conocéis esta serie?

CASI TODOS: SI.

IRENE: NO. ME PARECE MAL QUE LA MADRE ESTÉ BEBIENDO. LA CHICA SE LO HA DICHO, Y ESTÁ BIEN QUE SE LO DIGA.

ALBA: ME PARECE MUY MAL QUE MARISA ESTE BEBIENDO TANTO DELANTE DE SU HIJO.

VÍCTOR: YO VEO A MI MADRE ASÍ, Y ME PARECERÍA MUY NEGATIVO. YO NO LE DOY UN BESO, LE TIRO LA COPA...

ALEJANDRO: ME PARECE MAL QUE LA MADRE BEBA...Y LUEGO QUE EL HIJO LE QUIERA DAR UN BESO, Y LA OTRA NO QUIERA.

¿Habéis hablado de este tema con alguien antes?

TODOS: SÍ.

ALBA: CON MI PADRE. CON MI PADRE HABLO DE CASI TODOS LOS TEMAS. CON MI MADRE ESTOY, PERO COMO ES MI PADRE QUIEN NOS LLEVA AL COLEGIO, Y LUEGO NOS RECOGE...Y EN EL COCHE, COMO ME ABURRO, SIEMPRE HABLAMOS DE TODO.

IRENE: YO SUELO HABLAR CON MI MADRE. DE ESTE TEMA. HE HABLADO POCO. EN LAS FIESTAS DE MI PUEBLO, LE PREGUNTÉ QUE SI ME DEJABA BEBER UN POQUITO CERVEZA, PERO AL FINAL ME CONVENCÍ.

Imagen 5. “Viajes de ensueño”:

ALBA: UN ANUNCIO DE UN CRUCERO QUE VALE UN PASTÓN Y TODO LO QUE QUIERAS TE LO LLEVAN.

ALEJANDRO: A MÍ ME PARECE MAL. ¿Qué te parece mal?: QUE A LOS EMPLEADOS LOS TRATAN COMO A ESCLAVOS. SI UNA PERSONA ESTÁ TOMANDO EL SOL, Y UNA PERSONA TIENE QUE VENIR Y CRUZAR LA PLAYA PARA DARLE UNA COPA DE CHAMPAN...PUES QUE VAYA AL PRÓXIMO BAR.

VÍCTOR: ES LO QUE YO CREO. ESTÁ LA CHICA ALLÍ Y EL BARCO A 50 METROS PUES QUE VAYA LA CHICA A PEDIRSE LA COPA. PERO NO TIENE QUE VENIR EL SIRVIENTE.

IRENE: TAMBIÉN ES PARA RELAJARSE UN POCO, PERO TAMBIÉN COMO DICEN ELLOS, EL MOTIVO DE QUE TENGA QUE IR A DARLE LA COPA...

¿A vosotros os gustaría ir a un viaje de estos?

ALBA: NO PORQUE NO ME GUSTA IR EN BARCO.

IRENE: A MÍ, SÍ QUE ME GUSTARÍA MUCHO IR A UN VIAJE DE ESTOS. PERO YO NO MANDARÍA A NADIE PARA QUE ME TRAJESE LA COMIDA Y ESO. IRÍA YO, PORQUE ES QUE ME PARECE MUY MAL QUE TRATEN ASÍ A LAS PERSONAS. YA SÉ QUE A ELLAS LAS PAGAN PARA QUE HAGAN ESO, PERO DA MUCHA PENA.

Imagen 6. “Pato Donald”.

VÍCTOR: UNOS NIÑOS QUE HAN COMPRADO UNOS PUROS PARA FUMARSE. ENTONCES HAN TRABAJADO PARA QUE LES DIERA DINERO Y ESO. Y LES HA DADO EL DINERO, Y LUEGO EL PATO DONALD HA DICHO: ¡A LA HUCHA! Y SE HA JOROBADO.

ALBA: ES EL CUMPLEAÑOS DE DONALD. ENTONCES SUS SOBRINOS LE QUERÍAN COMPRAR ALGO. NO SABÍAN QUE COMPRARLE, Y HAN VISTO UNOS CATÁLOGOS, Y HAN VISTO PUROS QUE COSTABAN ESO, Y HAN DICHO, “BUENO, PUES VAMOS A LIMPIAR EL CÉSPED” Y LE DECIMOS QUE NOS DÉ EL DINERO. CUANDO LES HA

DADO EL DINERO, Y CUANDO IBAN A SALIR, LES HA PUESTO ESA HUCHA, Y HAN PENSADO QUE TENÍAN QUE SER BUENOS, Y LO HAN METIDO A LA HUCHA.

¿Qué aspectos positivos veis de esta imagen?

ALBA: LOS NIÑOS TRABAJAN PARA COMPRARLE UN REGALO A SU TÍO.

¿Y negativos?

ALEJANDRO: QUE COMO FALTABA UN TROZO, PARECÍA QUE LOS NIÑOS SE LO IBAN A FUMAR ELLOS.

IRENE: YO CREO QUE HAN HECHO MAL. EN HACER LO DE LA CASA, ME HA PARECIDO BIEN PERO, LUEGO, PEDIRLE EL DINERO A ÉL NO . ESO SERÍA COMO HACERSE UN REGALO A ÉL MISMO, YO CREO. Y HAN HECHO COMO SI FUESE BARATO COMPRARSE UNOS PUROS. ESO TAMBIÉN ME HA PARECIDO UN POCO MAL.

VÍCTOR: NO ES COMO SI SE HUBIESE HECHO UN REGALO ÉL MISMO, PORQUE LOS SOBRINOS SE LO HAN GANADO, HACIENDO LAS TAREAS Y ESO.

¿Os parece bien el tema del ahorro?

TODOS: SÍ.

Imagen 7. “Spot: Reciclaje”.

VÍCTOR: ASPECTOS POSITIVOS HE ENCONTRADO QUE ESO ESTA MUY BIEN PORQUE ES VERDAD QUE LA GENTE TIRA MUCHÍSIMOS ENVASES A LA BASURA NORMAL Y ESO SE DESPERDICÍA.

ALEJANDRO: YO CREO QUE ESTÁ BASTANTE BIEN, PORQUE SI NO EL MUNDO SE LLENARÍA DE CHATARRA Y DE TODO, Y NO AHORRARÍAMOS NADA. SI NO AHORRAMOS NADA, SERÍA UN MALGASTO.

¿Habéis hablado de este tema con alguien antes?

TODOS: SÍ.

¿Con quién?

ALBA: CON MI PADRE.

IRENE: EN EL COLEGIO TAMBIÉN LO HEMOS HABLADO, Y CON LOS PADRES Y TODO ESO.

¿Alba, qué opinas?

ALBA: QUE ESTÁ BIEN. PERO QUIERAS QUE NO, CUANDO VAS A TIRAR ALGO A LA BASURA, NO PIENSAS: “VENGA, VALE, AHORA ESTO LO TENGO QUE TIRAR AQUÍ, ESTO AQUÍ, Y ESTO AQUÍ...DICES,NO, LO VOY A TIRAR TODO LO MISMO.

¿Vosotros soléis reciclar?

ALBA: ÚLTIMAMENTE SÍ. PORQUE LOS PAPELES, O EL PERIÓDICO... LOS JUNTAMOS, Y LUEGO LO TIRAMOS PORQUE HAY UNO AL LADO DE MI CASA. Y LUEGO LOS ENVASES IGUAL.

IRENE: TAMBIÉN MI MADRE A VECES LOS PERIÓDICOS Y REVISTAS Y ESO, LAS METE SIEMPRE EN UNA BOLSA.

Imagen 8: “Hot wheels”.

ALEJANDRO: TODO ESO ES MENTIRA. TODOS LOS COCHES SON IGUALES, PORQUE VENGAN Y HAGAN PUBLICIDAD DE ÉSE, NO QUIERE DECIR QUE SEA MEJOR. SI HICIESEN PUBLICIDAD DEL OTRO, SERÍA EL BUENO.

ALBA: YO SÉ QUE SIEMPRE CASI TODOS LOS ANUNCIOS SON MENTIRA, NO? PERO MI HERMANO TIENE TODA LA COLECCIÓN DE HOT WHEELS, Y TAMBIÉN TIENE OTROS, Y POR LO QUE SEA, NO SÉ, CORREN MÁS EL HOT WHEELS.

VÍCTOR: ESO QUE HA DICHO ALBA ES CIERTO, EVIDENTEMENTE CORRE MÁS EL HOT WHEELS. PERO TAMBIÉN ME PARECE UNA EXPLOTACIÓN DE LAS CARRERAS.

IRENE: A MÍ, ME PARECE UNA TONTERÍA PORQUE YO NO ME COMPRO ESAS COSAS, Y NO ME GUSTA, AUNQUE TAMBIÉN ME PARECE QUE UN NIÑO QUE LE GUSTEN LOS COCHES Y TENGA OTROS QUE NO ES HOT WHEELS, Y VE ESO Y SE QUEDA MAL, YO CREO.

Imagen 9. D.G.T.

VÍCTOR: QUE CUANDO CONDUZCAS Y CREAS QUE TE ESTÁS DURMIENDO, TE PARES EN ALGÚN SITIO Y TE PUEDES DORMIR.

IRENE: MI PADRE, NORMALMENTE, NO SE DUERME, PERO PARA COMER ALGO, DESCANSAR... YO LO QUE CREÍA ERA QUE YA SE HABÍAN ESTRELLADO AUNQUE EL BEBE ESTABA BIEN...

¿Creéis que tienen alguna relación los dos últimos anuncios?

TODOS: SÍ.

ALBA: AQUÍ, TE DICEN QUE NO CONDUZCAS MUY RÁPIDO, TE DICEN LAS ADVERTENCIAS, Y EN EL OTRO TE DICEN QUE LOS COCHES CORREN MUCHO.

VÍCTOR: YO CREO QUE SI TIENEN MUCHA RELACIÓN PORQUE UNO DE LOS NIÑOS QUE LLEVAN TODA LA VIDA JUGANDO CON LOS HOT WHEELS Y SE LO PASAN MUY BIEN. Y LUEGO SE COMPRAN UN COCHE, Y VAN A ALGÚN PAÍS QUE NO HAYA LÍMITE DE VELOCIDAD Y SE EMBALAN Y SE DAN UN GOLPE Y ADIÓS VIDA.

IRENE: TIENEN QUE VER QUE LOS COCHES ESOS VAN MUY DEPRISA Y, A LO MEJOR, UN PEQUEÑO, CUANDO SEA MAYOR LO HACE, NO SÉ...

ALEJANDRO: ME PARECE LO MISMO. SI UN NIÑO YA HA JUGADO CON ESOS COCHES QUE CORREN MUCHO Y A ÉL LE GUSTA QUE CORRAN CUANDO SEA MAYOR VA A ACELERAR.

¿Cuál de los anuncios os ha gustado más?

ALEJANDRO: EL DE HOT WHEELS.

VÍCTOR: EVIDENTEMENTE, COMO SOY UN NIÑO EL DE HOT WHEELS, PERO SI LO MIRAMOS POR LA PARTE POSITIVA, EL OTRO.

ALBA: ES QUE EN PRINCIPIO ES MUCHO MÁS DESAGRADABLE, PORQUE VES A LA MADRE ASI, Y AL BEBÉ, Y ES MUCHO MÁS DESAGRADABLE QUE EL DE HOWHEELS, AUNQUE NO ME GUSTAN MUCHO...

Las imágenes que habéis visto, ¿pensáis que son realidad o ficción?

ALBA: FICCIÓN. DEPENDE, LAS SERIES NO. A VECES TIENEN ALGO DE REALIDAD. ¿Por qué? PORQUE LAS SERIES, QUIERAS QUE NO, ALGUNAS SERIES TE DICEN ALGUNA MENTIRA.

¿Cuáles pensáis que pueden ser realidad?

ALBA: POR EJEMPLO, LA DE COMPAÑEROS, LA DE LOS TRES AMIGOS Y JERRY...

¿Pensáis que estas cosas pueden suceder en la vida real?

TODOS: SÍ.

¿O sea, que todo esto que estaba pasando en la realidad, estaba sucediendo aquí?

NO

¿Entonces?

IRENE: PERO EN EL TELEDIARIO ALGUNAS COSAS SON VERDAD.

VÍCTOR: EN EL TELEDIARIO, YO CREO QUE TODO ES VERDAD PORQUE NO SE VAN A IR A AFGANISTÁN A GRABAR UN MONTAJE, NI DE COÑA.

ALEJANDRO: ALGUNAS COSAS SON FICCIÓN Y OTRAS REALIDAD. A VECES, LES DEDICAN UNOS CAPÍTULOS A GENTE, Y ESO ES VERDAD. PERO HAY COSAS FALSAS; POR EJEMPLO, CUANDO HAY UN ACCIDENTE Y SIEMPRE SALEN VIVOS. LAS SERIES SUELEN SER FICCIÓN.

IRENE: TAMBIÉN, A VECES, EN LOS TELEDIARIOS EXAGERAN. POR EJEMPLO, LOS MÓVILES, QUE LA GENTE LOS ROBA...

¿Y los anuncios?

ALEJANDRO: EN LOS ANUNCIOS ES TODO MENTIRA.

Imagen 10. “Animales abandonados”:

ALEJANDRO: LA GENTE QUE ABANDONA A LOS PERROS, Y ALGUNOS MUEREN.

VÍCTOR: TIENEN MUCHÍSIMA RAZON, PORQUE LA GENTE QUE ABANDONA A LOS ANIMALES ES PORQUE NO LOS PUEDE CUIDAR, PERO QUE LOS MANDE A UNA PERRERA.

IRENE: UNA VEZ ATROPELLAMOS UNO. NO LE DIO TIEMPO A PARAR, Y FUE A VER QUE LE PASABA Y ÉL SE FUE CORRIENDO EL PERRO.

ALBA: FUI EL DOMINGO A UN CONCURSO DE PINTURA Y HABÍA UN PERRO, NO SÉ SI ESTABA ABANDONADO O NO. A MÍ ME DAN UN PÁNICO TREMENDO LOS PERROS, Y ENTONCES ...AL FINAL LO ATROPELLÓ UN COCHE Y EL PERRO SE FUE CORRIENDO.

¿Creéis que critican algo estas imágenes?

ALBA: QUE NO TIENES QUE ABANDONAR ANIMALES.

¿De qué forma lo critica?

ALBA: NEGATIVAMENTE. DICIÉNDOTE, ESTO NO LO PUEDES HACER.

ALEJANDRO: LO MISMO. HAY GENTE QUE LO HACE POR HACERLO. CUANDO SON PEQUEÑOS, LOS QUIEREN, PERO CUANDO YA SON MAYORES, LOS ABANDONAN. Y TE DICEN QUE ESO NO LO TIENES QUE HACER.

Imagen 11. “Los Simpson”:

(TODOS IDENTIFICAN Y CONTESTAN A LA VEZ).

VÍCTOR: LISA ESTÁ MALA Y QUERÍA IR AL COLEGIO, PORQUE LE GUSTA MUCHO IR, EMPEZÓ A JUGAR CON EL VIDEOJUEGO Y DEJA DE LADO TODO, INCLUSO, A VECES, HASTA DE CENAR.

ALBA: CRITICA COMO TE ENGANCHAN LOS VIDEOJUEGOS. LO CRITICA PORQUE LISA, QUE ES MUY ESTUDIOSA, AL FINAL, LE ENGANCHA.

IRENE: LO MISMO QUE ELLA.

ALEJANDRO: EL VICIO DE QUE CUANDO EMPIEZAS A JUGAR YA NO PUEDES PARAR.

¿De qué forma lo critica?

ALEJANDRO: LISA QUE TENÍA QUE HACER LOS DEBERES Y NO LOS HABÍA HECHO PORQUE HABÍA ESTADO JUGANDO TODO EL RATO. QUE HAY QUE HACER ANTES LAS COSAS, Y LUEGO JUGAR.

¿Veis también los demás que lo que critica es positivo?

TODOS: SÍ.

Imagen 12: “Spot. Campaña consumo tabaco”:

ALBA: ES UN CHICO QUE HACE TODO TIPO DE DEPORTES Y NO NECESITA FUMAR PARA ENCONTRARSE ASÍ DE BIEN Y SER EL ALMA DE LA FIESTA.

IRENE: Y DIVERTIRSE. LA GENTE PUEDE DIVERTIRSE SIN FUMAR, NI TOMAR DROGAS, NI BEBER...

VÍCTOR: YO ME PREGUNTO UN MONTÓN DE VECES, QUE FUMAR ENGANCHA, Y DE QUÉ TE SIRVE SINO PARA PERJUDICARTE? NO LO ENTIENDO.

¿Creéis que critica algo esta imagen?

ALEJANDRO: CREO QUE LO QUE DICE ES QUE SIN TOMAR DROGAS Y SIN FUMAR TE PUEDES DIVERTIR.

ALBA: LO MISMO.

Imagen 13. “ South Park”:

¿Habéis visto alguna vez esta serie?

ALEJANDRO: SÍ.

IRENE: NO.

¿La conocéis?

ALBA: SÍ, LA CONOZCO PERO NO LA HE VISTO.

IRENE: YO NO LA PIENSO VER NUNCA. ¿Por qué? MI HERMANO DICE QUE INSULTAN...Y EN LOS ANUNCIOS SE VEN LAS PALABROTAS Y TODO ESO.

VÍCTOR: EN LA PELICULA TAMBIÉN.
¿Con quién la veis?

ALEJANDRO: A VECES SOLO, A VECES CON MI HERMANO...

¿Sabéis cuándo se emite?

TODOS: SI, A LA UNA.

¿Pensáis que es para niños o para mayores?

ALEJANDRO: PARA MAYORES. HAY SERIES QUE LAS QUIEREN PROHIBIR, PERO NO SÉ POR QUÉ HAY NIÑOS LEVANTADO A TALES HORAS.

¿Por qué es para mayores?

TODOS: POR LA HORA

ALEJANDRO: TAMBIÉN POR LO QUE DICEN.

VÍCTOR: ESA SERIE ES PARA MAYORES POR LO QUE DICEN. EN LA PELICULA DICEN COSAS MUY ERÓTICAS...

¿Vosotros por qué no la habéis visto?

ALBA: POR LO QUE DICEN, A MÍ ES QUE NO ME GUSTA. NO SÉ...ADEMÁS, SON UNOS DIBUJOS HORROROSOS. QUE NI SIQUIERA TIENEN PIES.

Imagen 14. “Los Simpson”:

¿Esta serie es para niños o para adultos?

VÍCTOR: ES PARA NIÑOS, PERO TIENE COSAS QUE SON PARA ADULTOS.

TODOS: SI.

¿Por ejemplo?

VÍCTOR: HOMER CON LA CERVEZA.

ALBA: YO PIENSO QUE ES PARA NIÑOS.

¿Pensáis que vosotros lo podéis ver?

TODOS: SI

¿Qué diferencia hay entre estos dos últimos, y el Pato Donald y Los tres amigos y Jerry?

IRENE: EL PATO DONALD ES MÁS EDUCATIVO, PARA LOS NIÑOS PEQUEÑOS.
SOUTH PARK ES PARA MAS MAYORES.

¿No es educativo entonces Suth Park?

TODOS: NO.

¿Y los Simpson? SÍ. DEPENDE.

ALBA: LOS SIMPSON SON PARA DIVERTIRSE. A VECES, SE PARECEN MÁS A SOUTH PARK Y HAY VECES QUE SE PARECEN MÁS AL PATO DONALD, SIN LLEGAR A SER EL PATO DONALD. ¿Por ejemplo? LA SENSATEZ DE LISA, TE DEMUESTRA QUE HAY QUE SER LISTA Y ESO. EN CAMBIO LA CHULERIA DE BART...

VÍCTOR: EL PATO DONALD LO VEO MUY EDUCATIVO. LOS SIMPSON LOS VEO PARA MAYORES DE 10 AÑOS, NORMALILLO. SOUTH PARK, PARA MAYORES DE 18.

¿Qué tal veis que hubiera una asignatura en el colegio que os explicara como ver la TV?

VÍCTOR: NO. SOY DEMASIADO MAYOR PARA SABER LO QUE TENGO QUE VER.

ALBA: NO SÉ, CADA UNO TIENE QUE VER LO QUE LE GUSTA, NO TE TIENEN QUE DECIR LO QUE TIENES QUE VER.

ALEJANDRO: YO CREO QUE TAMPOCO, YA SABEMOS LO QUE ES PARA MAYORES, Y PARA GENTE MAS PEQUEÑA... YA SABEMOS DISTINGUIR.

IRENE: YO CREO LO QUE ELLOS, PERO TAMBIÉN PORQUE NOS LO DICEN EN TODOS LOS SITIOS.

GRUPO DE DISCUSIÓN: H2 d (Colegio Montserrat).

FECHA DE REALIZACIÓN: 27 de septiembre de 2002.

VARIABLES: Niños de 10 a 12 años.
Ven menos de 2 horas diarias la televisión.
No dialogan con sus padres respecto a lo que ven.

COMPONENTES: LUCÍA: 10 AÑOS. CURSO: 4° A.
JAVIER: 11 AÑOS. CURSO: 5° C.
JESÚS: 12 AÑOS. CURSO: 6° A.
ALBA: 11 AÑOS. CURSO: 6° B.

TRANSCRIPCIÓN:

Actividades realizadas fuera del colegio:

JESÚS: MARTES Y JUEVES, DE 4 A 5 TENGO INGLÉS EN EL COLEGIO. DE 5 A 6 FÚTBOL.

JAVIER: YO TENGO PIANO LOS JUEVES, BALONCESTO EN EL COLEGIO. Y FUERA DEL COLEGIO, HOCKEY SOBRE PATINES.

ANDREA: DE 4 A 5, MARTES Y JUEVES BALONCESTO EN EL COLEGIO.
LUCÍA: LUNES Y MIÉRCOLES NATACIÓN, Y EN CASA INGLÉS.

Dentro de casa, actividades realizadas:

LUCÍA: HAGO LOS DEBERES EN MEDIA HORA. VEO LA TELE, ENTRE MEDIA HORA Y UNA. LEO, Y JUEGO .¿Cuánto? +/- UNA HORA.

JAVIER: LLEGO A MI CASA Y ESTOY HACIENDO MÁS O MENOS MEDIA HORA LOS DEBERES. A VECES TOCO MEDIA HORA EL PIANO. LUEGO, VEO LA TELE, MEDIA HORA.

JESÚS: VOY A PASEAR A MI PERRO, MEDIA HORA. HAGO LOS DEBERES, UNA HORA O TRES CUARTOS, LUEGO MERIENDO, ME DUCHO, Y VEO UN POCO LA TELE, MEDIA HORA O ASÍ.

ANDREA: CUANDO LLEGO HAGO LOS DEBERES, UNA HORA U HORA Y MEDIA. LUEGO MERIENDO. SI ME QUEDA TIEMPO ME BAJO AL PATIO A JUGAR, MEDIA HORA O ASÍ. DESPUÉS SUBO, ME DUCHO, CENO, Y LEO UNA MEDIA HORA.

Deberes, ¿solos o acompañados?

ANDREA: SI NECESITO AYUDA PREGUNTO A MIS PADRES. SI NO, SOLA.

JESÚS: PRIMERO LOS HAGO SOLO, Y SI TENGO ALGUNA DUDA, PREGUNTO.

JAVIER: SOLO, PERO SI TENGO ALGUNA DUDA, PREGUNTO.

LUCÍA: LOS HAGO SOLA, Y LUEGO ME LO CORRIGE MI MADRE.

¿Con quién jugáis?

LUCÍA: SOLA.

JAVIER: SOLO.

JESÚS: JUEGO NORMALMENTE CON UN AMIGO QUE VIVE EN EL 8°.

ANDREA: CON MIS VECINOS Y MIS AMIGOS DEL BARRIO.

¿Con quién veis la tele?

ANDREA: CON MI HERMANA, MIS AMIGAS, O SOLA.

JESÚS: O SOLO O CON MIS AMIGOS.

JAVIER: O SOLO O CON MI MADRE.

LUCÍA: O SOLA O CON MI HERMANA O CON MI MADRE. LA MAYORÍA DE LAS VECES CON MI HERMANA.

Tiempo dedicado a ver la tele:

ANDREA: MIÉRCOLES Y VIERNES VEO EMBRUJADAS DE 3'30 A 4. POR LA NOCHE, A VECES, VEO ALGUNA SERIE.

JESÚS: LUNES Y MIÉRCOLES MEDIA HORA POR LA NOCHE. MARTES Y JUEVES NO LA VEO.

JAVIER: A VECES VEO DE OCHO A NUEVE PASAPALABRA, Y MIENTRAS CENO VEO EL TELEDIARIO.

LUCÍA: ENTRE MEDIA HORA Y UNA POR LA TARDE, Y TAMBIÉN POR LA NOCHE.
¿Qué ves normalmente?: POPSTARS, Y PASAPALABRA.

¿Qué cosas elegiríais cada uno de lo que habéis dicho?

LUCÍA: NATACIÓN. ¿Para qué te sirve nadar? PARA NADA.

JAVIER: DUDARÍA UN POCO, PERO CREO QUE HOCKEY, ME SIRVE PARA DIVERTIRME UN POCO, Y HACER AMIGOS.

JESÚS: O EL INGLÉS, O EL FÚTBOL. (¿Para qué te sirven?) EL INGLÉS, POR SI ALGUNA VEZ TENGO QUE IR A INGLATERRA, O UN TRABAJO, PARA SABER ENTENDERME. Y FÚTBOL PORQUE ME DIVIERTE.

ANDREA: BALONCESTO Y JUGAR CON MIS AMIGOS. ¿Para qué te sirve? BALONCESTO PARA HACER AMIGOS, PARA DIVERTIRME...

¿Qué elegiríais si pudierais, para hacer en vuestro tiempo libre?

ANDREA: JUGAR CON MIS AMIGAS.

JESÚS: PODER JUGAR AL FÚTBOL SIEMPRE QUE QUISIERA.

JAVIER: IRME CON MIS AMIGOS, A JUGAR.

LUCÍA: JUGAR CON MIS AMIGOS.

¿En qué horarios veis la tele?

ANDREA: MEDIODÍA. LOS FINES DE SEMANA NO ME GUSTA LO QUE ECHAN, Y NO LA VEO.

JESÚS: ENTRE SEMANA, POR LA NOCHE, SOBRE LAS 21. LOS FINES DE SEMANA SÓLO AL MEDIODÍA.

JAVIER: ENTRE SEMANA POR LA NOCHE. LOS FINES DE SEMANA, A VECES, POR LA MAÑANA.

LUCÍA: ENTRE SEMANA, UN POCO POR LA TARDE Y POR LA NOCHE, Y LOS FINES DE SEMANA TAMBIÉN POR LA NOCHE.

¿Cómo veis la TV normalmente? ¿En qué lugar de la casa?

ANDREA: EN EL CUARTO DE ESTAR.

JESÚS: A VECES EN LA HABITACIÓN DE MI ABUELA UN RATO, POR ESTAR CON ELLA, O EN EL SALÓN.

JAVIER: EN EL SALÓN.

LUCÍA: EN EL SALÓN O EN LA HABITACIÓN DE MI MADRE.

¿Alguien la ve en su habitación?

TODOS: NO.

¿Para qué veis la TV?

ANDREA: NO SÉ, ME GUSTA. ¿Qué te gusta?: ME GUSTA LO QUE ECHAN... DIVERTIRME, SUPONGO.

JESÚS: POR ENTERARME DE ALGUNAS COSAS, PORQUE ME GUSTA VER ALGUNAS COSAS TAMBIÉN...

JAVIER: YO VEO ALGUNA SERIE PORQUE SIMPLEMENTE ME GUSTA, Y LUEGO VEO EL TELEDIARIO POR ENTERARME DE LAS COSAS QUE PASAN.

LUCÍA: PORQUE ME GUSTA .¿Para divertirte?: SÍ

Cosas buenas y malas que tiene la TV:

LUCÍA: LO MALO ES MUCHA PUBLICIDAD, Y LAS COSAS QUE PONEN A VECES, QUE NO SON PARA GENTE QUE LO ESTÁ VIENDO ¿Qué quieres decir con eso?: POR EJEMPLO, QUE A VECES PONEN ANUNCIOS QUE NO LOS PUEDO VER YO. LO BUENO... NO SÉ.

JAVIER: ASPECTO POSITIVO ES QUE PASAS UN POCO EL RATO, TE DIVIERTES... PERO ES MALO VERLA MUCHO, PORQUE HAY MUCHÍSIMOS ANUNCIOS, Y PORQUE TE CANSAS

JESÚS: LO MISMO QUE JAVIER.

ANDREA: LO QUE ME GUSTA DE LA TELE ES QUE ME DIVIERTE Y ME ENTRETIENE. LO QUE NO ME GUSTA ES QUE HAY MUCHOS ANUNCIOS, Y QUE POR VER ESA SERIE QUE TE GUSTA, A VECES NO HACES LOS DEBERES.

¿Encendéis la TV porque sabéis lo que se va a emitir, o para ver cualquier cosa?

ANDREA: SÉ LO QUE SE VA A EMITIR. ¿Lo tienes planificado, no?: SÍ.

JESÚS: PARA COSAS EN CONCRETO.

JAVIER: YO TAMBIÉN LO SUELO TENER PLANIFICADO SIEMPRE.

LUCÍA: YO TAMBIÉN

¿Veis todo lo que queréis o tenéis algún límite? ¿Quién os pone los límites?

LUCÍA: MIS PADRES ME PONEN LÍMITE, UNA HORA O TRES CUARTOS...

JAVIER: YO MÁS O MENOS VEO TODO LO QUE QUIERO, PORQUE TAMPOCO ME GUSTA DEMASIADO LA TV. ME PARECE QUE ES MEJOR FORMA DE APROVECHAR EL TIEMPO HACIENDO OTRAS COSAS. (¿Por ejemplo?) DIVERTIRSE CON AMIGOS, JUGAR TU SOLO...

JESÚS: YO NO VEO MUCHO LA TV, PERO LAS QUE VEO A VECES SON POR LA NOCHE. POR EJEMPLO, ALGÚN PARTIDO DE FÚTBOL, Y NO LO PUEDO VER ENTERO, PORQUE ACABA MUY TARDE.

ANDREA: LO MISMO QUE JESÚS. HAY ALGUNAS SERIES QUE ACABAN MUY TARDE Y NO ME DEJAN VERLAS ENTERAS. A PARTE, TAMPOCO VEO MUCHO LA TELE, PREFIERO BAJARME A JUGAR CON MIS AMIGAS.

¿Qué hacéis cuando estáis viendo la TV y se emite algo que no os gusta?

ANDREA: O CAMBIAR DE CANAL, O LO APAGO.

JESÚS: CAMBIAR DE CANAL, Y SI NO APAGO Y ME PONGO A HACER OTRA COSA.

JAVIER: PRIMERO VER SI PONEN ALGO EN OTROS CANALES, Y LUEGO APAGARLA Y HACER OTRA COSA.

LUCÍA: O CAMBIO DE CANAL O TAMBIÉN APAGO LA TELE.

¿Qué personajes y programas favoritos tenéis?

LUCÍA: PASAPALABRA. ¿Por qué? PORQUE ALGUNAS COSAS LAS SÉ, Y TAMBIÉN LAS PUEDO HACER YO. Y PORQUE ME GUSTA VER LOS CONCURSOS.

JAVIER: LOS SIMPSON, PERO NO PUEDO VERLOS PORQUE ESTOY EN EL COLEGIO. Y PASAPALABRA, POR LA MISMA RAZÓN QUE LUCÍA.

JESÚS: FÚTBOL Y FÚTBOL, PORQUE PONEN COSAS CURIOSAS Y TODOS LOS RESÚMENES...

ANDREA: A MÍ ME GUSTAN EMBRUJADAS, FRIENDS, LOS SIMPSON, Y CLUB 7.

Cuando estáis viendo vuestros programas favoritos y de repente ponen publicidad, ¿qué hacéis?

ANDREA: APROVECHO PARA HACER OTRA COSA, O CAMBIO DE CANAL SI HAY ALGO INTERESANTE.

JAVIER: O HACER OTRA COSA, O APROVECHAR PARA IR AL BAÑO

JESÚS: TOCO UN RATO EL PIANO, O APROVECHO PARA HACER OTRA COSA.

LUCÍA: O CAMBIO DE CANAL O VEO LA PUBLICIDAD.

¿Qué otras alternativas elegís antes de ver la TV?

LUCÍA: ESTAR CON MIS AMIGAS O IR A NATACIÓN.

JAVIER: JUGAR AL HOCKEY, O DIBUJAR.

JESÚS: ESTAR CON MIS AMIGOS, O JUGAR AL FÚTBOL.

ANDREA: BAJARME AL PATIO A JUGAR.

Si tuvierais todo el poder para cambiar la TV, ¿Qué cambiaríais?

ANDREA: TODO SERIES.

JESÚS: MÁS COSAS QUE INTERESEN A LA GENTE, PORQUE HAY COSAS QUE... ¿Por ejemplo?: A MÍ, NO ME INTERESAN LOS PROGRAMAS DE ESTOS COMO TÓMBOLA...

JAVIER: QUITARÍA TIEMPO DE PUBLICIDAD, PONEN DEMASIADA. CAMBIARÍA LA HORA DE LOS SIMPSON PARA PODER VERLA, QUE ME GUSTA MUCHO.

LUCÍA: QUITARÍA LOS ANUNCIOS Y PONDRÍA OTRAS COSAS.

¿De qué manera os gustaría participar en la TV?

LUCÍA: EN ALGÚN PROGRAMA ¿Por ejemplo?: NO SÉ...

JAVIER: SI PUDIERA, SERÍA EN ALGÚN CONCURSO DE SABER, COMO CIFRAS Y LETRAS, O PASAPALABRA...

JESÚS: COMO JAVIER.

ANDREA: EN ALGUNA SERIE.

¿Alguna vez habéis pasado miedo viendo la TV?

ANDREA: SÍ, VIENDO UNA PELÍCULA, ESTABA SOLA EN CASA. MIS PADRES NO LLEGABAN HASTA MUY TARDE, Y PASÉ MIEDO.

LOS DEMÁS: NO.

¿Qué tipo de programas veis con vuestros padres?

TODOS: LAS NOTICIAS.

¿Habláis mientras veis la tele?

JAVIER: YO SÍ, DE LAS NOTICIAS QUE PONEN.

¿Qué tiene de positivo ver la TV con vuestros padres, y qué tiene de negativo?

JESÚS: SI TIENES ALGUNA DUDA, TE LO PUEDEN EXPLICAR O LO PUEDES COMENTAR CON ELLOS.

¿Preguntáis normalmente lo que no entendéis de la tele?

LUCÍA: SÍ. CUANDO OIGO ALGUNA PALABRA RARA, O ALGO DE LAS NOTICIAS QUE NO ENTIENDO.

JAVIER: YO TAMBIÉN SUELO PREGUTARLES A MIS PADRES SOBRE NOTICIAS QUE NO ENTIENDO.

JESÚS: NO SUELE HABER COSAS QUE NO ENTIENDA; PERO SÍ, SE LO PREGUNTO

ANDREA: YO LE PREGUNTO A MI HERMANA, CON MIS PADRES NO SUELO VER LA TV

Imagen 1: “Tres amigos y Jerry”

JESÚS: UN POCO SALVAJE LO QUE DICEN , PORQUE TODO EL RATO DANDO GRITOS...

JAVIER: LO MISMO QUE JESÚS.

ANDREA: ANTES VI ESOS DIBUJOS. ME PARECE QUE TIENEN RAZÓN EN PARTE, PERO... YO CREO QUE POR VER MUCHA TELE NO CREO ME VUELVA DELINCUENTE.

LUCÍA: LO MISMO QUE ANDREA.

Imagen 2. “Spot Telecinco: Ver televisión con personas mayores”.

JESÚS: UN POCO DE RAZÓN TIENE, PORQUE TE PUEDEN EXPLICAR LO QUE NO SABES.

JAVIER: PERO POR OTRO LADO, TUS PADRES NO TE DEJAN VER COSAS, O TE DICEN QUE DEJES DE VER LA TV.

ANDREA: YO TAMPOCO CREO QUE TENGAN MUCHA RAZÓN. O SEA, VER LA TV CON TUS PADRES, ESTÁ BIEN. PERO TIENEN OTROS GUSTOS, Y ELLOS, ANTES QUE VER UNA SERIE PREFIEREN VER LOS DOCUMENTALES. YO SIEMPRE QUE VEO LA TV CON MIS PADRES, TENGO QUE VER LO QUE ELLOS DIGAN

Imagen 3. Blooson:

LUCÍA: NO SÉ...

JAVIER: HE VISTO LA ADOLESCENCIA. LOS NIÑOS QUIEREN EMPEZAR A BEBER, OTROS NO...

JESÚS: CREO QUE ESTÁ BIEN Y MAL. DOS CHICAS QUE SE ESTÁN PREPARANDO UN WHISKY. LA PARTE BUENA ES QUE UNA SE ACUERDA DE QUE SU HERMANO TUVO PROBLEMAS Y DICE QUE NO.

ANDREA: LO MISMO QUE JESÚS. ¿Qué cosas buenas tienen estas imágenes?: QUE TE RECUERDAN QUE ES MALO, Y SI HAY GENTE QUE QUIERE BEBER, SE HAN ACORDADO QUE ESTÁ MAL BEBER.

¿Habéis hablado de este tema antes?: TODOS: NO

Imagen 4. “Compañeros”:

JESÚS: NO ME PARECE MUY BIEN QUE UN NIÑO DE 8-9 AÑOS LO VEA, PORQUE QUE ENTRE EN SU CASA Y VEA A SU MADRE BORRACHA....

JAVIER: LO MISMO.

ANDREA: LO MISMO. YO VEÍA ESTA SERIE, Y NO CREO QUE SEA PARA NIÑOS, PORQUE UN NIÑO QUE LLEGUE A SU CASA Y VEA BORRACHA A SU MADRE... ME APRECE UN POCO MAL.

LUCÍA: TAMBIÉN ME PARECE MAL.

¿Habéis hablado de esto?: JESÚS: MI MADRE.

ANDREA: EL AÑO PASADO EN CLASE HABLAMOS DE FORMAS DE DECIR NO A FUMAR, A BEBER...

Imagen 5. “Vacaciones de ensueño”

ANDREA: TE INFORMA, PERO A MI NO ME GUSTA VER NOTICIAS, ME ABURRE.

JESÚS: ESTÁ BIEN, PORQUE DICES, ¡QUÉ LUJO!”, PERO UN POCO IRREAL. POR OTRO LADO, CUANDO SALE EL HOMBRE CON LA BANDEJA...

JAVIER: NO ME PARECE INFORMACIÓN COMO PARA METERLA EN UN TELEDIARIO. ¿Por qué?: ES PUBLICIDAD.

LUCÍA: ESTÁ BIEN PORQUE TE INFORMA DE LO QUE HA PASADO Y DEL CRUCERO.

¿Cómo veis el crucero?

ANDREA: ES UN LUJO.

¿Creéis que todo el mundo puede hacerlo?

TODOS: NO.

JAVIER: ES UN BARCO MUY LUJOSO, TIENE QUE SER MUY CARO.

¿Os gustaría hacer ese tipo de crucero?

TODOS: SÍ.

JESÚS: ESTARÍA BIEN, PERO TAMBIÉN ESTÁ BIEN PASAR LAS VACACIONES CON LOS AMIGOS.

Imagen 6. “Pato Donald”:

JESÚS: ESTÁ BIEN, PERO PARA NIÑOS UN POCO MAS PEQUEÑOS, PORQUE QUE SALGAN AHÍ UNOS PATOS, HABLANDO...CON ROPA...

LUCÍA: YO TAMBIÉN, PARA NIÑOS MÁS PEQUEÑOS.

ANDREA: TAMBIÉN, PARA MAS PEQUEÑOS, PERO HAY UNA IMAGEN QUE NO SÉ PARA QUÉ LE IBAN A COMPRAR UNA CAJA DE PUROS. PARA PEQUEÑOS...CONTARLE QUE VAN A COMPRAR UNA CAJA DE PUROS, NO ES LO MÁS... A LO MEJOR PIENSAN QUE UNA CAJA DE PUROS ESTÁ BIEN. YO DE LA TELE HE APRENDIDO MUCHAS COSAS.

Imagen 7. “Spot: Reciclaje”:

LUCÍA: ESTÁ BIEN PORQUE TE DICE QUE RECICLES, Y ESO ESTÁ BIEN.

JAVIER: UNA FORMA UN POCO IMPACTANTE DE DECIRTE QUE RECICLES LAS COSAS. ¿Por qué?: UN POCO IRREAL PORQUE METER UNA BOTELLA EN UNA PAPELERA Y QUE TE SALTE...

JESÚS: LO MISMO QUE JAVIER.

ANDREA: ME PARECE MUY BIEN, PORQUE SI LO HACEN MAS IRREAL TE CHOCA MÁS. SI TE LO HACEN MÁS REAL, YA LO SABES...

¿Habéis hablado de este tema antes?

TODOS: SÍ. EN EL COLEGIO.

Imagen 8: “Hot wheels:

JESÚS: UN POCO IRREAL. ESTÁ BIEN, PERO, INTENTAN HACER QUE LA GENTE LOS COMPRE Y ESO DE QUE SON LOS MEJORES COCHES, A LO MEJOR NO ES VERDAD.

JAVIER: ES UN ANUNCIO COMÚN, COMO OTROS. INTENTANDO DECIRTE QUE ES MUY BUEN COCHE, QUE LO COMPRES...COMO TODOS LOS ANUNCIOS, PONIENDO MUY EN ALTO LO QUE ENSEÑAN.

Imagen 9. D.G.T.:

ANDREA: ME PARECE BIEN PERO, AL PRINCIPIO DEL ANUNCIO, ME PARECÍA QUE HABÍAN TENIDO UN ACCIDENTE, PORQUE ESTABA EL NIÑO LLORANDO.

¿Tienen algo en común estos dos anuncios? ¿Cuál os gustó más?

JESÚS: ÉSTE, PORQUE VA DIRIGIDO PARA QUE LA GENTE SIGA LAS INDICACIONES, PORQUE EL OTRO...

El que acabáis de ver, ¿pensáis que es realidad o es ficción?

TODOS: REALIDAD.

Todas las imágenes que hemos visto, ¿creéis que ocurren en la vida real?

TODOS: NO.

ANDREA: LA GENTE NO SE PARA A DORMIR EN MEDIO DEL CAMPO.

¿Os puede ocurrir a vosotros?

TODOS: SÍ.

¿Por qué?

JESÚS: PORQUE SI NUESTROS PADRES CONDUCEN CANSADOS, COMO EN EL ANUNCIO, PUEDE PASAR ALGO ASÍ.

¿Qué diferencias hay entre la TV y la vida real?

ANDREA: HAY MUCHAS DIFERENCIAS. LOS ANUNCIOS SUELEN SER, “COMPRA, COMPRA”. LA VIDA REAL NO ES ASÍ. EN LOS ANUNCIOS DE DETERGENTE DE REPENTE TE SALE UN SEÑOR Y TE LIMPIA EL SUELO. EN LA VIDA REAL NO OCURRE ESO.

¿Algo ocurre en la vida real? ALGUNAS COSAS.

¿Por ejemplo?

LUCÍA: LAS NOTICIAS, LOS CONCURSOS...

¿Y todo ocurre dónde lo estáis viendo? NO.

¿Como explicáis esto?

JESÚS: EL EQUIPO QUE TIENE LA CADENA DE TV SE DESPLAZA CON LAS CÁMARAS, Y LO GRABA EN EL LUGAR.

Imagen 10: “Animales abandonados”

ANDREA: TRATA DE MASCOTAS ABANDONADAS.

LUCÍA: LOS PERROS NO TE HARÍAN ESO, TU TAMBIÉN LOS TIENES QUE QUERER.

¿Critica algo esta imagen?

TODOS: SÍ.

JAVIER: A LOS HUMANOS, QUE DEJAMOS A LOS ANIMALES TIRADOS, EN CUANTO NOS ESTORBAN UN POCO.

Imagen 11: “Los Simpson”:

ANDREA: LA EDUCACIÓN, A VECES... SI TE EDUCAN DE UNA MANERA, HACES LAS COSAS DE ESA MANERA.

JESÚS: LO MISMO, ES UN POCO MENTIRA PORQUE LA MADRE DICE QUE LOS ANUNCIOS SON MUY EDUCATIVOS Y NO ES VERDAD.

JAVIER: LO MISMO.

LUCÍA: A LISA LE GUSTABA LEER Y SU MADRE LE DICE QUE HAGA OTRA COSA.

¿Critica algo esta imagen?

ANDREA: A LA EDUCACIÓN. LISA ES MUY LISTA Y LE GUSTA LEER... SU MADRE LE OBLIGA A JUGAR CON VIDEOJUEGOS, NO LE DEJA VER LA SERIE EDUCATIVA...

Imagen 12: “Spot: Campaña consumo tabaco”

ANDREA: TRATA DE LAS DROGAS Y EL TABACO.

JESÚS: ESTÁ MUY BIEN, DICE QUE PUEDES HACER DE TODO PERO SIN FUMAR.

JAVIER: MÁS O MENOS ESO. PUEDES HACER MUCHAS COSAS Y ESTAR MUY CONTENTO Y DIVERTIRTE Y, TODO, SIN FUMAR.

Imagen 13: “South Park”:

¿Habéis visto alguna vez esta serie?:

TODOS: NO.

¿Por qué no os dejan verla?

TODOS: PORQUE DICEN MUCHAS PALABROTAS...

¿Pensáis que la pueden ver los niños? NO.

JAVIER: PUEDEN, PERO NO DEBEN.

Imagen 14: “Los Simpson”:

¿Esta serie pensáis que es para niños, para adultos...?

LUCÍA: ES DIVERTIDA PERO ES UN POCO FUERTE...

JAVIER: TAMPOCO ES MUY PARA ADULTOS, ES MUY IRREAL.

JESÚS: ES PARA NIÑOS PERO MAS MAYORES.

¿Qué diferencias entre esta serie y South Park?

ANDREA: SOUTH PARK ES PARA DULTOS Y ESTÁ ES MÁS PARA ADOLESCENTES.

Diferencia entre estas y la del Pato Donald:

JAVIER: LA DE DONALD ES PARA 7-8 AÑOS, Y ESTA ES DE 11 PARA ARRIBA.

¿Vosotros podríais ver esta serie?

LUCÍA: A VECES.

TODOS: SÍ.

¿Pensáis que debería haber asignatura de TV en el colegio?

TODOS: SÍ

ANDREA: SÍ, NO SÓLO DE LA TV, TAMBIÉN DE LAS DROGAS, TABACO,... PORQUE SI NOS ENSEÑAN A HACER LAS COSAS DE UNA MANERA LAS HAREMOS ASÍ.

JESÚS: LO MISMO QUE ANDREA

JAVIER: PIENSO QUE SERÍA BUENO, NOS ENSEÑARÍA LAS COSAS QUE DEBEMOS VER, LAS QUE NO...

LUCÍA: LO MISMO QUE ANDREA.

TRANSCRIPCIÓN PRETEST

SANDRA (7 AÑOS)

JUAN (8 AÑOS)

CRISTINA (10 AÑOS)

ALMUDENA (12 AÑOS)

¿Qué tipo de actividades hacéis cuando salís del colegio?

ALMUDENA: PUES YO PRIMERO VOY A MI CASA, HAGO LOS DEBERES Y, SI TENGO TIEMPO, PUES, ME BAJO A LA CALLE CON MIS AMIGOS.

JUAN: YO VOY A MI CASA Y LO PRIMERO QUE HAGO ES... ME VOY A AHÍ AL ORDENADOR Y ME PASO ALLÍ UNA HORA Y LUEGO YA LO QUE SEA.

¿Y tú? (Hacia Cristina)

CRISTINA: YO, PUES, YO VOY A MI CASA Y HAGO LOS DEBERES Y LUEGO ME VOY A CATEQUESIS O LO QUE TENGA QUE HACER.

SANDRA: YO VOY A MI CASA, COMO Y HAGO LOS DEBERES Y LUEGO VOY A LA ACADEMIA DE INGLÉS.

Muy bien... Y, dentro de vuestra casa, ¿qué tipo de actividades hacéis y cuánto tiempo dura cada actividad?

ALMUDENA: PUES YO HABLO CON MIS PADRES SOBRE LO QUE HE HECHO EN EL COLEGIO...

SANDRA: YO HABLO CON MIS PADRES Y LES DIGO QUE HE HECHO EN EL COLEGIO Y COSAS DE ESAS...

CRISTINA: Y YO HABLO CON MIS ABUELOS.

JUAN: Y YO JUEGO AL INTELECT MEDIA HORA

¿A qué?...

JUAN: AL INTELECT, O SEA, AL SCRABLE.

¿Cuánto tiempo, más o menos, os cuesta hacer los deberes en casa a cada uno?

SANDRA: A MI...

ALMUDENA: QUINCE MINUTOS COMO MUCHO.

SANDRA: VEINTE.

ALMUDENA: ES QUE NUESTRA PROFE NO NOS MANDA DEBERES SÓLO LOS QUE NOS QUEDAN, ASÍ QUE...

CRISTINA: AH, ES QUE LA MÍA SÍ, A MÍ UNAS DOS HORAS O DOS HORAS Y MEDIA.

JUAN: SIETE MINUTOS...

¿Y los hacéis solos o acompañados?

SANDRA: A MI ME LOS EXPLICAN MIS PADRES.

ALMUDENA: DEPENDE..., A MI SI NO LO ENTIENDO, BUENO, SI ESTOY CON MIS AMIGOS PUES LO INTENTAMOS HACER JUNTOS, PERO SI NO LO ENTIENDO, SUPONGO QUE A MIS HERMANOS O A MIS PADRES.

CRISTINA: SOLA.

JUAN: YO JUNTO CON MI MADRE PA QUE ME DICTE COMO, POR EJEMPLO, SI HAY QUE PONER LA PREGUNTA DE PATATÍN PATATÍN, PUES ME LO DICTA Y YO SÓLO TENGO QUE ESCRIBIR.

Y a jugar, ¿cuánto más o menos?

CRISTINA: PUES CUANDO TENGO TIEMPO.

ALMUDENA: CUANDO TENGO TIEMPO.

SANDRA: YO TAMBIÉN CUANDO TENGO TIEMPO, UN RATITO LIBRE.

JUAN: CUANDO ME ABURRO...

Ah, que te aburres...

JUAN: CUANDO ME ABURRO Y CUANDO NO TENGO NADA QUE HACER, PUES LLAMO A MI VECINO Y NOS BAJAMOS A LA PLAZA.

Y, normalmente, jugáis solos o con...

SANDRA: YO CON MIS HERMANAS.

ALMUDENA: YO ACOMPAÑADA SIEMPRE, CON MIS AMIGOS DE CLASE.

CRISTINA: CON MIS AMIGOS.

Y, ¿cuánto tiempo estáis viendo la tele, al día?

SANDRA: YO HASTA QUE ME VOY A LA ACADEMIA.

Y, ¿a qué hora entras en la academia?

SANDRA: A LAS CINCO Y MEDIA ENTRO, PERO VOY A LAS CINCO.

ALMUDENA: YO ES QUE ME ACUESTO MUY TARDE...

CRISTINA: YO NO, YO DE NUEVE A DIEZ ME ACUESTO...

JUAN: YO POR LA TARDE NUNCA VEO LA TELEVISIÓN, SOLAMENTE POR LA NOCHE.

ALMUDENA: YO TAMBIÉN, POR LA NOCHE SOLO.

CRISTINA: YO LA VEO POR LA MAÑANA Y POR LA TARDE TAMBIÉN...

Y por la noche, más o menos, hasta qué hora...

JUAN: POR LA MAÑANA.

SANDRA: YO DE NUEVE A DIEZ O ALGO ASÍ...

JUAN: DE ONCE A DOCE.

ALMUDENA: YO, SÍ, DE ONCE A DOCE O DEPENDE...

Y, ¿qué tipo de programas os gustan más?

SANDRA: A MI ME GUSTA OPERACIÓN TRIUNFO.

RESTO: A MI TAMBIÉN...

SANDRA: Y “ESTA ES MI GENTE”.

ALMUDENA: TAMBIÉN.

JUAN: YO VEO “AL SALIR DE CLASE”.

RESTO: TAMBIÉN...

JUAN: Y VEO “A SACO” TAMBIÉN, POR LA NOCHE...

Y de estas cosas que hemos hablado, hacer deberes,... ¿Cuál es vuestra actividad favorita? ¿qué es lo que más os gusta?...

ALMUDENA: HABLAR CON LOS PADRES.

SANDRA: PUES LO MÍO ES IR A LA ACADEMIA, PORQUE ALLÍ JUEGAS CON EL ORDENADOR Y COSAS DE ESAS... VES VÍDEOS...

CRISTINA: YO JUGAR, CON MI HERMANA...

JUAN: YO JUGAR AL ORDENADOR.

CRISTINA: JO, TÚ TODO EL RATO JUGANDO CON EL ORDENADOR...

JUAN: Y, LUEGO, ME BAJO A CASA DE MIS VECINOS A JUGAR A LA PLAYSTATION, LUEGO JUEGO AL ORDENADOR...

Y, de estas actividades que estáis diciendo, qué es lo que considerarías que más os sirve para aprender...

SANDRA: PUES YO CREO QUE LA ACADEMIA DE INGLÉS.

ALMUDENA: YO CREO QUE HABLAR CON MIS PADRES PORQUE ME DESAHOGO MUCHO. SI TENGO ALGÚN PROBLEMA, AUNQUE NO ME PUEDAN AYUDAR EN PLAN DE IR Y... POR EJEMPLO, SI ME CABREO CON MIS AMIGOS, PERO ELLOS ME AYUDAN, A LO MEJOR ME DICEN QUE NO PIENSE NADA, QUE ME RELAJE Y QUE YA TODO SE SOLUCIONARÁ...

CRISTINA: YO, PUES, LEO, LEO POR LAS TARDES...

JUAN: YO, A MI LO QUE ME PARECE MEJOR ES CUANDO HABLO CON MIS PADRES TAMBIÉN... PORQUE SI ME PELEO CON UN AMIGO...

ALMUDENA: TE DESAHOGAS MUCHO...

Y, ¿qué es lo que más os sirve para divertirlos de todo lo que hemos hablado?...

SANDRA: A MI..., MIS HERMANAS.

ALMUDENA: MIS AMIGOS.

CRISTINA: MI HERMANA.

JUAN: TODOS MIS AMIGOS.

Pero, de lo que hacéis ¿qué es lo que más os sirve?

SANDRA: PUES, JUGAR CON MI HERMANA.

ALMUDENA: YO CREO QUE JUGAR CON MIS AMIGOS, TAMBIÉN ME SIRVE MUCHO...

Y, si ahora mismo, os tuvierais que ir a vivir a otro sitio y pudierais elegir, qué es lo que más os gustaría hacer en vuestro tiempo libre...

ALMUDENA: LEER O HABLAR CON MIS PADRES.

CRISTINA: JUGAR CON MI PERRO.

SANDRA: JUGAR CON MI GATO.

JUAN: JUGAR CON MI FAMILIA.

Y, ¿cuánto tiempo al día veis la tele?

CRISTINA: YO...

SANDRA: PUES YO, PUES YO...

ALMUDENA: CINCO HORAS.

CRISTINA: YO DE DOS A TRES HORAS

JUAN: YO TAMBIÉN

SANDRA: YO DE LAS DOS HASTA LAS CUATRO...

JUAN: DE DOS A TRES...

Y, ¿cuándo la veis?

ALMUDENA: POR LA NOCHE.

JUAN: YO POR LA MAÑANA CUANDO ME DESPIERTO Y POR LA NOCHE

CRISTINA: POR LA MAÑANA Y, LUEGO YA CUANDO TERMINO LOS DEBERES...

SANDRA: CUANDO COMO...

¿Veis mucha más televisión los fines de semana que entre semana...?

JUAN: NO

CRISTINA: YO COMO LOS FINES DE SEMANA, TIENES MÁS TIEMPO LIBRE, PUES... SI NO HAY AMIGOS NI ESCUELA...

ALMUDENA: YO DEPENDE, POR LA MAÑANA SÍ, PERO POR LAS TARDES LA VEO MENOS.

SANDRA: YO POR LA TARDE MENOS PORQUE ME VOY A ALGÚN LAO, Y TE VAS CON LOS AMIGOS PORQUE SALES POR AHÍ...

¿Y cómo veis la tele?

JUAN: PUES DIVERTIDA, INGENIOSA.

ALMUDENA: PRODUCTIVA.

SANDRA: YO LA VEO BIEN.

CRISTINA: A MI EDUCATIVA.

ALMUDENA: DEPENDE QUÉ PROGRAMAS, PORQUE HAY ALGUNOS QUE ...

SANDRA: YO LA VEO BIEN.

ALMUDENA: HOMBRE BIEN LA VEO, PERO ES QUE HAY ALGUNAS COSAS QUE LAS ECHAN EN UNOS HORARIOS QUE TODAVÍA LOS NIÑOS ESTÁN DESPIERTOS, CASI TODOS, REGULARMENTE, PORQUE HAY GENTE QUE... YO ME ACUESTO TARDE, PERO HAY NIÑOS QUE SE ACUESTAN ANTES Y TAMBIÉN HAY COSAS QUE, A LO MEJOR, SUS PADRES NO QUIEREN QUE VEAN.

CRISTINA: COMO "TÓMBOLA" QUE A LAS NUEVE YA ESTÁN AHÍ...

Y ¿a ti te gusta?...

CRISTINA: NO.

SANDRA: A MI "TÓMBOLA" NO, PORQUE SON MUY TONTOS Y DISCUTEN MUCHO Y...

ALMUDENA: NO PORQUE SE METEN EN LA VIDA DE LOS DEMÁS.

Y, vosotros, la mayoría de las veces, en vuestra casa, contadme con detalle ¿cómo veis la tele?

JUAN: POR EJEMPLO, SENTAO O ALGO ASÍ...

SANDRA: YO LA VEO PUES SENTADA, ECHÁNDOME LA MANTA PA QUE NO COJA FRÍO Y PA QUE NO ME DUELA LA TRIPA .

CRISTINA: YO POR LA MAÑANA SENTADA, LUEGO YA POR LA TARDE, PUES, TAMBIÉN SENTADA.

JUAN: YO SOLO ME SIENTO, ME PONGO UNA MANTA QUE HAY AHÍ ENCIMA DEL (SOFÁ) Y SI NO TENGO FRÍO NO ME LA PONGO...

Y, ¿solos o acompañados?

TODOS: ACOMPAÑADOS.

ALMUDENA: POR LA MAÑANA NO PORQUE MIS PADRES TRABAJAN, PERO POR LAS TARDES ME ACOMPAÑAN UN RATO Y POR LAS NOCHES IGUAL.

SANDRA: YO DEPENDE, SI ES POR LA TARDE CON MIS PADRES Y, SI ES POR LA MAÑANA, SOLA.

JUAN: A MI DEPENDE, PORQUE SI... POR LA MAÑANA ACOMPAÑADO, DESAYUNANDO TODOS. PERO, POR LA TARDE, COMO TENEMOS DOS TELES EN LA COCINA Y OTRA EN EL SALÓN, A LO MEJOR ME VOY AL SALÓN Y MI MADRE Y MI ABUELA SE QUEDAN A VER LA TELEVISIÓN ALLÍ.

Y, ¿para qué veis la tele vosotros?

CRISTINA: PARA DIVER... BUENO...

SANDRA: PARA APRENDER COSAS.

JUAN: PARA PASAR EL TIEMPO, SÍ PARA PASAR EL TIEMPO.

SANDRA: PARA APRENDER MUCHAS COSAS.

ALMUDENA: PARA PASAR EL TIEMPO PORQUE SI ME TENGO QUE EDUCAR, PARA ESO TENGO LOS LIBROS.

SANDRA: O PARA APRENDER UN POCO DE, PARA EH... VES UN PROGRAMA Y APRENDES ALGO, POR LO MENOS.

CRISTINA: COMO "PASAPALABRA" Y COSAS DE ESAS.

JUAN: O "EL 50 POR CIENTO"...

SANDRA: "PASALABRA" ES DE PREGUNTAS... TE PREGUNTAN A VER NO SE QUÉ... UN ANIMAL QUE EMPIECE POR A, POR EJEMPLO,....

JUAN: "O CIFRAS Y LETRAS".

Y esos son con los que aprendes...

TODOS: SÍ.

¿Y con los demás?

SANDRA: HOMBRE, DEPENDE CUÁL SEA...

ALMUDENA: A MI ME GUSTAN PROGRAMAS Y PROGRAMAS NO...

JUAN: TODOS LOS PROGRAMAS SON DIFERENTES.

Y ¿qué aspectos positivos veis vosotros de ver la televisión, además de aprender?

JUAN: HAY ALGUNOS PROGRAMAS MUY DIVERTIDOS Y QUE TE ECHAS UNAS CARCAJADAS...

CRISTINA: PERO ES QUE HAY ALGUNOS QUE PONEN EN LOS ANUNCIOS COMO QUE SON MUY DIVERTIDOS Y LUEGO NO PASA NADA, ¿SABES? ...

ALMUDENA: O PORQUE SOMOS MUY NIÑOS Y NO LO ENTENDEMOS O PORQUE NO LE VEO LA GRACIA... PORQUE A MI NO ME IMPORTA LA VIDA DE LOS DEMÁS.

SANDRA: ES QUE HAY ALGUNO QUE SON UN POCO ROLLO.

CRISTINA: Y LUEGO PONES UNO Y, POR CUALQUIER COSA, TE SALE EL “TELEDIARIO” Y...

Y, ahora me vais a decir todos los aspectos negativos que veis vosotros de ver la televisión...

ALMUDENA: QUE PONEN MUCHO SEXO.

CRISTINA: Y MUCHAS PALABROTAS...

SANDRA: Y PONEN MUCHAS COSAS DE MIEDO.

JUAN: QUE YA PARA ATRAER LA AUDIENCIA, PUES HACEN ANUNCIOS COMO PARA MATAR Y TODO ESTO Y, POR ESO, LOS JÓVENES LO VEN...

ALMUDENA: Y LA VIOLENCIA, PONEN MUCHA VIOLENCIA.

CRISTINA: ... Y DE AHÍ SALEN TODAS LAS MUERTES DE LAS PELÍCULAS QUE NOS PONEN.

Vosotros, de vez en cuando encendéis la tele, aunque no sepáis lo que están emitiendo en ese momento...

TODOS: SI

¿Por qué?

ALMUDENA: POR ABURRIMIENTO.

CRISTINA: PORQUE NO SABES QUÉ HACER Y ENCIENDES LA TELE PARA VER QUÉ HAY.

SANDRA: PORQUE SI NO SABES QUÉ HACER, PREFIERO VER LA TELE PARA VER UN PROGRAMA QUE TE GUSTE O ALGO.

JUAN: POR INTERESARTE, TE INTERESA Y A VER QUÉ HAY.

SANDRA: PONES VÍA DIGITAL Y VES OPERACIÓN TRIUNFO.

JUAN: TÚ QUÉ LO TIENES PERO QUIEN NO LO TIENE, PUES NO LO PUEDE VER...

Y ¿veis todo lo que queréis en la tele?

JUAN: NO.

ALMUDENA: NO.

CRISTINA: SÍ.

SANDRA: NO, LO QUE PONEN MIS PADRES.

CRISTINA: YO SÍ PORQUE, ADEMÁS, LO QUE VEO, LO QUE VEO NO ES NADA MALO PARA MI...

SANDRA: BUENO, ALGUNAS VECES...

ALMUDENA: YO SÍ, BUENO, NO ES QUE LO VEA, PERO MI MADRE SIEMPRE QUE ESTOY YO INTENTA NO PONER... POR EJEMPLO, LA ESTÁ CAMBIANDO PORQUE HAY PUBLICIDAD O ALGO O PORQUE NO LE GUSTA LO QUE HAY EN OTRAS, PUES LO QUITA, SI HAY MUCHAS COSAS...

JUAN: YO NO PORQUE, MIRA, YO QUIERO QUE SALGA UN ANUNCIO DE UN COCHE TELEDIRIGIDO, POR EJEMPLO, Y SALE UNA VEZ EN NAVIDAD Y LUEGO YO QUIERO QUE SALGA MÁS Y YA NO SALE...

SANDRA: PUES YO, LO QUE PONGA MI MADRE, PERO SI YO ESTOY SOLA LO QUE QUIERO, PERO NO COSAS MALAS NI NADA.

CRISTINA: YO POR LA MAÑANA, COMO POR LA MAÑANA NO HAY NADA, MIS ABUELOS ME DEJAN...

Entonces, ¿tú ves todo lo que quieres pero no ves cosas malas?

SANDRA: NO, YO VEO COSAS QUE SON COMO DIBUJOS O PROGRAMAS QUE ESTÁN BIEN O COSAS QUE PUEDES APRENDER ... PROGRAMAS QUE PUEDES APRENDER.

Y tú misma, ¿cómo lo sabes?

SANDRA: PORQUE...

ALMUDENA: ... NO SÉ ES QUE LO SABES, YO CREO QUE LO SÉ.

CRISTINA: NO SE SABE EXPLICAR, PERO LO SABES.

ALMUDENA: PORQUE A LO MEJOR, POR LO QUE TE HAYAN METIDO EN LA CABEZA TUS PADRES, NO ES QUE TE HAYAN METIDO NADA MALO, PERO A LO MEJOR TUS PADRES TE DICEN NO VEAS ESTE PROGRAMA PORQUE ES MALO PARA TI, NO ES PARA TU EDAD, PORQUE A LO MEJOR TÚ LO VES Y YA DICES NO LO TENGO QUE VER...

CRISTINA: Y, ADEMÁS, AHORA ESTÁN HACIENDO MÁS PROGRAMAS PARA LOS MAYORES Y AHORA NO HAY PROGRAMAS PARA NOSOTROS.

Y, ¿qué hacéis cuando se emite algo que no os gusta en la tele?

ALMUDENA: APAGARLA.

SANDRA: PUES YO LA APAGO Y ME PONGO A JUGAR.

CRISTINA: YO CAMBIO DE CANAL, SI HAY ALGO, Y SI NO LA APAGO Y ME VOY A...

SANDRA: O SI YO VEO QUE NO ME GUSTA UN PROGRAMA, PUES ME PONGO EL CANAL DIGITAL Y VEO LOS DIBUJOS...

CRISTINA: ... O PONGO UNA PELÍCULA QUE TENGA GRABADA O ALGO.

JUAN: ES VERDAD, CLARO...

Y, cuando de repente, se pone publicidad en medio de vuestro programa favorito...

TODOS: CAMBIO.

SANDRA: ES MÁS, PERO, SI PONGO CANAL DIGITAL NO HAY ANUNCIOS.

JUAN: YO LO DEJO, PORQUE SI CAMBIAS Y LUEGO VAS A VOLVER Y NO SE CONECTA....

CRISTINA: PERO ESO ES MUY RARO, QUE NO SE CONECTE LA TELEVISIÓN EN ESE CANAL.

JUAN: PUES A MI PASA MUCHAS VECES EN LA CUATRO Y EN LA CINCO.

¿Qué otras alternativas os gustan más antes de ver la televisión en vuestro tiempo libre?...

ALMUDENA: LEER.

SANDRA: PUES, A MÍ, LEER PARA APRENDER A LEER BIEN Y ESCRIBIR...

CRISTINA: Y A MÍ.

¿Qué cambiaríais de la televisión, actualmente?

ALMUDENA: LA VIOLENCIA

CRISTINA: LO MISMO.

SANDRA: LA VIOLENCIA TAMBIÉN

ALMUDENA: QUE SALEN MUCHAS ESCENAS DE SEXO.

CRISTINA: LAS PALABROTAS Y LOS TACOS.

SANDRA: Y MENOS COSAS MALAS.

¿Os gustaría participar, de alguna manera, en la televisión?

SANDRA: A MÍ SÍ.

CRISTINA: SÍ, SÍ.

JUAN : A MÍ TAMBIÉN.

ALMUDENA: BUENO, A MI SÍ, PERO NO. NO ME GUSTARÍA SALIR EN UN PROGRAMA DE ESOS QUE SOLO VAN, PARA ATRAER A GENTE. POR EJEMPLO... NO ME GUSTARÍA ESTAR EN TÓMBOLA, NI EN NADA DE ESO.

SANDRA: A MÍ, EN “ADALINA”.

SANDRA: A MÍ, ME GUSTARÍA EL “PASAPALABRA”, POR QUE ALLÍ, APRENDES COSAS Y SABES LAS COSAS.

JUAN: A MÍ EN EL “50 X 15”.

SANDRA: QUE HAY TAMBIÉN SE APRENDEN COSAS.

¿Qué tipo de programas veis con vuestros padres en la tele?

SANDRA: YO, CON T DE TARDE, PORQUE LE GUSTA MUCHO A MI MADRE, Y SALEN COSAS, DE QUE HA PASADO, SI SE HAN DIVORCIADO O SI VAN A TENER UN BEBÉ O ALGO.

JUAN: “LA BATIDORA”.

CRISTINA: YO ESE TAMBIÉN LO VEO, LOS SÁBADOS.

JUAN: SALE TODO LO QUE HA SALIDO, EN LA TELE. LO MEJOR

¿Habláis con ellos mientras estáis viendo la televisión?

TODOS: SÍ.

SANDRA: YO SÍ, YO UN POQUITO SÍ.

ALMUDENA: SÍ, SI ESTAMOS VIENDO DE REPENTE UNA SERIE EN TELEVISIÓN Y SALE ALGO QUE NO ENTIENDO PUES SE LO PREGUNTO. O NO LO ESCUCHAS POR ALGO , O NO ENTIENDES LO QUE HA DICHO.

JUAN: Y SI HAY ALGO, QUE LE PARECE DIVERTIDO, Y A MI NO ME PARECE DIVERTIDO, LE PREGUNTO QUÉ ES...

ALMUDENA: Y ELLOS ES ALGO QUE ENTIENDEN Y NOSOTROS NO.

¿Con qué otras personas además de vuestros papás, habláis de lo que sale en la tele?

CRISTINA: CON MIS TÍOS Y MIS HERMANOS.

SANDRA: CON MIS TÍOS, CON MIS ABUELOS, Y CON MI HERMANA.

ALMUDENA: SOBRE TODO, CON MIS HERMANOS.

JUAN: CON MI ABUELA.

¿De qué tipo de cosas habláis y por qué?

ALMUDENA: DEPENDE, POR QUE SI VIENEN MIS HERMANOS Y A LO MEJOR, ESTOY VIENDO YO LA TELEVISIÓN Y PONEN ALGO QUE A MÍ, NO ME GUSTA PUES HABLAMOS, POR EJEMPLO DE PORQUE LA HAS CAMBIADO, O DE COSAS QUE A ELLOS LES GUSTAN PARA SU EDAD, Y A MÍ NO.

SANDRA: SÍ, CLARO.

¿Qué os aporta ver la televisión, con vuestros padres?. ¿Que cosas son interesantes de verlas con ellos?

ALMUDENA: PUES YO QUE SI NO ENTIENDES ALGO, TE LO EXPLICAN.

CRISTINA: LO MISMO

SANDRA: LO MISMO.

CRISTINA: O QUE SI NO TE ENTERAS TE LO DICEN.

JUAN: O SI, O SI... ESTAS MIRANDO A UN LADO, Y ESTÁ PASANDO ALGO, ALGO MALO, TE DICEN... MIRA JUAN, JUAN MIRA Y, AHÍ, A LO MEJOR VES.

SANDRA: YA LO CORTAN, Y ENTONCES, YA NO LO VES.

ALMUDENA: O, POR EJEMPLO, SI ELLOS CREEN, QUE ALGO ES MALO, TAMBIÉN, TE LO DICEN. MIRA ESTO NO LO TIENES QUE HACER.

SANDRA: ESTO NO LO PUEDES VER, ESTO NO LO PUEDES HACER TÚ, POR QUE ES MUY MALO. O PORQUE DE MAYOR NO LO PUEDES HACER.

¿Qué otras cosas pensáis vosotros que son negativas de ver la televisión con vuestros padres?

ALMUDENA: NEGATIVAS, QUE A LO MEJOR QUIERO YO VER UN PROGRAMA, Y MIS PADRES NO ME DEJAN.

CRISTINA: O QUE ESTÉN ELLOS VIENDO ALGO INTERESANTE, Y ME DIGAN QUE NO ES PARA MI EDAD.

SANDRA: O PORQUE SI YO ESTOY VIENDO UNA PELÍCULA, Y ELLOS QUIEREN VER OTRA TE LA QUITAN.

JUAN : TE LA QUITAN.

ALMUDENA: O SI ESTÁN VIENDO EL “TELEDIARIO” Y YO NO LO QUIERO VER, PUES TE TIENES QUE AGUANTAR.

CRISTINA: O TE DICEN QUE TE VAYAS, Y SI NO HAY TELE, PUES TE AGUANTAS.

JUAN: O CUANDO ESTAS VIENDO "POKEMON", TE DICE ÉSTE ES UN MAMARRACHO, CÁMBIALO PORQUE NO LO PUEDO SOPORTAR Y AHÍ LO TIENES QUE CAMBIAR, PARA QUE ESTÉ CONTIGO.

¿ Habéis pasado alguna vez miedo viendo la televisión?

JUAN: SI.

SANDRA: YO SÍ, CUANDO HAY PELÍCULAS MALAS.

CRISTINA: DE TERROR.. DE MIEDO.

SANDRA: PORQUE LUEGO SUEÑAS.

Imágenes 1 a 4.

Imagen 5 (voluntariado serie “Compañeros”).

Imagen 6 (granja perros “Barrio Sésamo”).

¿Qué aspectos positivos habéis visto en estas imágenes?

SANDRA: QUE UN NIÑO QUIERE UN PERRO, HA IDO A UNA PERRERA Y QUIERE UN PERRO...

Imagen 7 (Abandono de perros “Desesperado club social” Antena 3).

Secuencia: ¿Qué pasa que tu perro no puede ser tu mascota en vacaciones?

SANDRA: SÍ...

¿Qué aspectos positivos veis en esta imagen?

CRISTINA: QUE RECOGEN A LOS PERROS.

SANDRA: QUE RECOGEN A LOS PERROS Y LOS CUIDAN.

ALMUDENA: NOS ESTÁN DICIENDO, QUE NO ABANDONEMOS A LOS PERROS, QUE NO LOS COJAMOS CUANDO SON CACHORRICOS, QUE SON MUY RICOS, PERO LUEGO CLARO LUEGO CRECEN, Y LOS ABANDONAMOS Y SUFREN ELLOS IGUAL QUE NOSOTROS.

SANDRA: YO VEO PERROS ABANDONADOS, YO VEO UN PERRO DONDE MI ABUELO, QUE ESTA TODO EL DÍA PATEANDO EN LA CALLE, Y UN DÍA LE VA A ATROPELLAR UN COCHE.

Imagen 8 (Consumo alcohol serie “Compañeros”).

¿Qué habéis visto?

ALMUDENA: LA MADRE ALCOHÓLICA.

SANDRA: PUES, LA SEÑORA ESTABA BORRACHA Y NO SABE LO QUE DICE.

JUAN: Y LA CHICA QUIERE IMPEDIR QUE...

ALMUDENA:QUE TIRE TODO POR LA BORDA.

¿Habéis hablado de este tema alguna vez antes?

JUAN: DEL ALCOHOLISMO...

ALMUDENA, CRISTINA: NO

SANDRA: YO SÍ. A MI, ME HAN CONTADO UN POCO MIS PADRES QUE NO SE PUEDE BEBER, TANTO ALCOHOL, Y TANTAS COSAS MALAS... HOMBRE, UNA CERVEZA SIN ALCOHOL VALE, NO COMO EN LAS DISCOTECAS, QUE AHÍ...

ALMUDENA: LO QUE ESTÁ SALIENDO AHORA EN EL “TELEDIARIO” EL BOTELLÓN Y TODO ESO.

JUAN: HUBO UN DÍA QUE ESTABA YO YENDO DE COMPRAS VINE Y HABÍA UN CHICO CORRIENDO, ¿NO?, Y YO TENIA UN “RIFTI”, Y SE ME CAYÓ AL SUELO. FUI A COGERLO Y VI AL CHICO QUE TIENE AQUÍ, EN LA CHAQUETA, SACA Y TENÍA UNA BOTELLA DE ALCOHOL, ASÍ DE GRANDE.

ALMUDENA: Y EL OTRO DÍA, YO FUI CON UNOS AMIGOS DE MI CLASE Y LA MADRE DE UNA CHICA AL CINE, Y EN EL “PANS AND COMPANY”, PUES, HABÍA UNOS CHICOS CON UNA BOTELLA DE ALCOHOL ASÍ...

SANDRA: Y YO VI A UN CHICO, QUE POR LO MENOS SE LLEVÓ CUATRO CERVEZAS Y UNA SE ESTABA TOMANDO Y SE LLEVÓ POR LA CALLE Y TODA PARA ÉL. Y POR DONDE ESTÁ MI TIENDA YO VI A UN GITANO QUE ESTÁ BORRACHO PORQUE BEBE MUCHA CERVEZA.

Imagen 9: “South Park”.

SANDRA: YO VI UN DÍA UNA PELÍCULA PERO NO SABÍA QUE DECÍAN MUCHAS PALABROTAS, NI NA. ENTONCES, LA VI, Y DIJE !ANDA SI DICEN MUCHAS PALABROTAS¡, ENTONCES YA NO LA VI.

ALMUDENA: PUES YO LA ALQUILÉ PORQUE IBA CON MIS AMIGAS Y DIJE VAMOS A ALQUILARLA PARA VER CÓMO ES.

Imagen 10: informativo Antena 3 “Viajes de ensueño”.

¿Qué os parece eso?

SANDRA, CRISTINA: BIEN.

ALMUDENA: BUENO, MAL.

JUAN: MAL.

CRISTINA: BIEN POR UNA PARTE Y MAL POR OTRA.

ALMUDENA: PERO SALE MUY CARO, ES QUE LA GENTE TIENE QUE GASTAR EL DINERO EN COSAS QUE...

CRISTINA: PORQUE SE VAN DE VACACIONES Y SE PUEDEN TOMAR BEBIDAS, LAS QUE QUIERAN, NADIE LE IMPIDE QUE SE TOMEN NADA.

ALMUDENA: QUE VALE, HAY GENTE QUE TIENE MUCHO DINERO Y PUEDE PERMITIRSE EL LUJO DE HACER VIAJES, PERO QUE TAMBIÉN, QUE VALE ALGÚN VIAJE, COMO SI QUIERE HACER CINCO, PERO ALGÚN DINERO TAMBIÉN, YO NO SÉ SI ESAS PERSONAS LO INVIERTEN EN LOS POBRES, ESO TAMBIÉN SERÍA UNA BUENA OBRA.

JUAN: PUES, A MI ME PARECE QUE, SE ESTÁ ABUSANDO.

Imagen 11: Informativo Antena 3 (Rebajas).

JUAN: LAS REBAJAS

SANDRA: PUES YO EN DÍA VI A UN CHICO EN MI TIENDA, EN FRENTE, QUE ESTABA BEBIENDO CERVEZA...

Imagen 12: “Cyberclub” Telemadrid (Imaginación).

¿Lo habéis entendido?

TODOS: NO.

Imagen 13: “Los Simpson” -Antena 3-. (Valor de las cosas: conformismo).

JUAN: ¡ANDA LOS SIMPSON! (SEÑALA CON LA MANO)...

CRISTINA: MAL, QUE SON EGOÍSTAS.

ALMUDENA: SI LO TIENE LA PEQUEÑA Y SE LO QUITAN...

SANDRA: SI ES PEQUEÑA, SI ES PEQUEÑITA LE DEJO UN GLOBO O ALGO...

Imagen 14: Pato Donald -Telecinco-. (Valor ahorro).

SANDRA: A MÍ, ME HA PARECIDO UN POCO EGOÍSTA PORQUE LE HA DAO CASI TODO EL DINERO A ÉL.

CRISTINA: Y TAMBIÉN YO LO VEO QUE CUANDO QUIEREN HACEN LAS COSAS Y CUANDO NO QUIEREN NO LAS HACEN...

ALMUDENA: CLARO, POR EL DINERO...

JUAN: LES FASTIDIA, PRIMERO SE HACE EL BUENO Y LES DA DINERO Y LUEGO SE LOS QUITA.

ALMUDENA: NO SE LO QUITA, SI NO ES SU HUCHA. LO QUE ÉL NO SABE ES QUE SE LO QUERÍAN COMPRAR...

CRISTINA: Y, AL PRINCIPIO, LO HACEN ASÍ TODO MUY BIEN PORQUE SE QUIEREN COMPRAR LO QUE SEA Y LUEGO SE LO PIDEN Y LO TIENEN QUE ECHAR EN LA HUCHA.

Esto, según vosotros, ¿es ficción o es realidad?

TODOS: ES REALIDAD.

ALMUDENA: ES FICCIÓN AHÍ, PERO ES REALIDAD, PORQUE HAY MUCHA GENTE QUE ES ASÍ.

CRISTINA: SÍ TAMBIÉN.

SANDRA: YO CONOZCO MUCHA GENTE...

ALMUDENA: QUE TRABAJA SOLO POR EL DINERO...

SANDRA: NO SOLO POR TRABAJAR, SINO PARA COGER DINERO...

Imagen 15: “Los Simpson” -Antena 3- (TV pública: serie violenta).

CRISTINA: VIOLENCIA.

JUAN: MUCHA VIOLENCIA.

ALMUDENA: YO CREO QUE EL PADRE NO DEBERÍA DEJAR VER ESO AL NIÑO... PORQUE LUEGO CUANDO EL NIÑO HAGA ESO LE EXTRAÑARÁ Y LE DIRÁ PORQUÉ HACES ESTO, DÓNDE HAS APRENDIDO A HACER ESTO...

JUAN: Y, AL FINAL, MATARÁ A ALGUIEN, DE SU FAMILIA.

SANDRA: CLARO.

ALMUDENA: Y LUEGO CUANDO LE PREGUNTE, TÚ DE DÓNDE HAS APRENDIDO A HACER ESTO, LE DIRÁ TÚ, DE TI. SI TÚ NO ME DAS NINGUNA EDUCACIÓN PUES...

SANDRA: ÉL, POR EJEMPLO, LO HA PODIDO VER DE LA TELE Y... NO DEBE DE VER ESE PROGRAMA.

CRISTINA: Y HAY GENTE, NIÑOS QUE VEN LA TELE Y...

¿Y eso vosotros lo podéis ver?

TODOS: NO.

CRISTINA: YO CREO QUE HAY MUCHA VIOLENCIA.

ALMUDENA: NO, PORQUE AHORA ESTAMOS EN UNA EDAD QUE NOS CREEMOS CASI TODO Y CLARO Y...

Y, ¿esto es verdad o es ficción?

TODOS: ES VERDAD, ES REALIDAD.

Y, ¿Por qué?

JUAN: PORQUE PASA CON MUCHAS PERSONAS.

ALMUDENA: LOS PADRES, PRIMERO SÍ, PRIMERO MUCHO, MUCHO Y LUEGO...

SANDRA: YO ES QUE YO, MI MADRE COMO YO ESTABA MALA UN DÍA PUES NO VINE AL COLE Y MI MADRE FUE A TENDER LA ROPA PORQUE DEVOLVÍ Y ENTONCES VI UNOS BORRACHOS ASÍ... AHÍ PEGÁNDOSE.

ALMUDENA: PERO YO CREO QUE LOS PADRES PRIMERO LE DEJAN HACER TODO LO QUE QUIERAN AL NIÑO Y LUEGO SE ARREPIENTEN Y LUEGO A QUIÉN ECHAN LAS CULPAS, PUES A LOS NIÑOS.

Imagen 16: spot Telecinco: Campaña “Ver la televisión con personas mayores...”.

JUAN: NO LO OIGO PROFE...

Dice “Ver la televisión con personas mayores es mucho mejor”.

ALMUDENA: ME PARECE BIEN.

SANDRA: YO CREO QUE SÍ PORQUE ELLOS TE DICEN COSAS.

JUAN: ME PARECE BIEN.

TODOS: ES VERDAD...

SANDRA: A MI ME PARECE BIEN PORQUE SI NO SABES ALGO TE LO DICEN O ALGO...

Imágenes 17 y 18: “Malcom in the Middle” -Antena 3- y “Los Simpson” (Videojuegos).

TODOS: VIOLENCIA.

ALMUDENA: HA DEJADO DE LEER POR LA CONSOLA. ME PARECE MAL PORQUE PRIMERO TIENES TUS OBLIGACIONES Y DESPUÉS LOS JUEGOS...

Imagen 19: Tres amigos y Jerry -Antena 3- (Niños y TV).

JUAN: EL PADRE ESTABA HACIÉNDOLO MAL.

CRISTINA: AL PRINCIPIO BIEN, PORQUE ESTABAN VIENDO LOS DOS NIÑOS LA TELE Y EL PADRE SE LA HA QUITADO Y ESO ESTÁ BIEN...

JUAN: PERO EL PADRE, QUE ES MUY FUERTE, ESTÁ HACIÉNDOLO MAL.

SANDRA: SI PORQUE...

ALMUDENA: OPINO LO MISMO...

SANDRA: SI PORQUE ES QUE YO PREFIERO VER LA TELE, PORQUE ESTARÁ MAL QUE ME quite LA TELE ¿NO?...

JUAN: PERO ÉL QUIERE QUE HAGA LO QUE ÉL QUIERA.

SANDRA: PERO, BUENO, SI NO ESTÁS MUCHO RATO VALE, PERO SI ESTÁS MUCHO RATO YO PREFIERO QUE ME LA APAGUE PORQUE SI NO TE VAS A QUEDAR AHÍ CIEGA. Y ESO SI SE QUEDA MUY CERCA VIENDO LA TELE SE PUEDE...

ALMUDENA: YO PIENSO LO MISMO, YO PIENSO QUE NO ESTÁ BIEN NI LO QUE ESTÁN HACIENDO NI LOS HIJOS NI EL PADRE.

JUAN: NO TIENE NI RAZÓN UNO NI RAZÓN OTRO.

CRISTINA: PUES ES QUE SI, QUE DE MAYOR PUEDE SER UN DELINCUENTE, VALE ESO ESTÁ MAL EN LA TELEVISIÓN PERO EL PADRE TAMPOCO PUEDE OPINAR SU FUTURO...

ALMUDENA: HOMBRE, TAMBIÉN QUE EL NIÑO NO SEA UN DELINCUENTE PERO, TAMBIÉN ESTÁ APORTANDO PORQUE DICE QUE EL DEPORTE PORQUE EL PADRE PUEDE SER PROFESOR DE GIMNASIA O ALGO Y ÉL INTENTA QUE...

SANDRA: YO SI LE APAGO LA TELE SE CABREA IGUAL.

Imagen 20: Spots “El euro”.

TODOS: EL EURO.

CRISTINA: LO DE LA CAMPAÑA DEL EURO.

ALMUDENA: PARA QUE NOS ADAPTEMOS AL EURO.

CRISTINA: ESO ESTÁ BIEN.

SANDRA: ESTÁ BIEN ENSEÑAR A LOS NIÑOS.

CRISTINA: NO, A LOS NIÑOS Y A TODOS.

SANDRA: HOMBRE, YA...

Imagen 21: Spots “Campana reciclaje”.

TODOS: (ANTES DE QUE TERMINA EL SPOT) ESO ESTÁ BIEN.

SANDRA: SI PORQUE NO PUEDES TIRAR LAS PILAS POR AHÍ AL SUELO PORQUE SE CONTAMINA TODO PORQUE COMO TIENE UN LÍQUIDO...

JUAN: YO CREO QUE, AL PRINCIPIO, ES PORQUE SE HA SALIDO NO ES CONTAGIOSA DE ALGO...

ALMUDENA: AL PRINCIPIO, NO HAN TENIDO EN CUENTA LA CONTAMINACIÓN NI NADA, NI EL RECICLAJE...

SANDRA: A MÍ, ME PARECE BIEN PORQUE TIENES QUE TIRAR LA BASURA EN SU CONTENEDOR PORQUE SI NO, SI NO LO TIRAS EN SU CONTENEDOR PUES LO CONTAMINAS TODO...

CRISTINA: VAS A DAÑAR LA NATURALEZA Y ELLOS CON HACER CASAS Y COSAS LES DA LO MISMO.

JUAN: AL PRINCIPIO A LOS QUE ESTÁN AHÍ LES HA PARECIDO... PUES YO NO TIRA PORQUE ESTÁ GASTADA PERO NO SE HAN DADO CUENTA DEL PUNTO VERDE.

CRISTINA: NO, PORQUE LES DA IGUAL MIRAR SI TIENE EL PUNTO VERDE O NO.

JUAN: SOLAMENTE CON QUE LA TIREN...

Y ¿qué cosas negativas veis vosotros de no reciclar?

CRISTINA: PUES, QUE DAÑAS LA NATURALEZA.

ALMUDENA: PUES LOS QUE DICEN YO NO RECICLO, QUE RECICLEN LOS DEMÁS, PERO ES QUE TAMBIÉN ES SU CIUDAD, ES SU ENTORNO, ES TODO SUYO... NO ESTÁ BIEN QUE ÉL NO RECICLE Y QUE RECICLEN LOS DEMÁS.

SANDRA: Y TIENE QUE RESPETAR A LOS CONTENEDORES PORQUE SI ÉL NO RECICLA Y LOS DEMÁS SI Y ENCIMA ES SU CIUDAD, ENTONCES ÉL A LO MEJOR LA QUIERE CONTAMINAR, PERO A MI NO ME GUSTARÍA CONTAMINARLA PORQUE SI NO...

JUAN: ESA CAJA TIENE PUNTO DE VERDE, AUNQUE NO ESTÉ PINTADA DE VERDE.

SANDRA: YO VEO A MUCHAS PERSONAS QUE LAS BASURAS LA TIRA POR AHÍ, FUERA DEL CUBO, O LA TIRAN SIN BOLSA Y SIN NA...

Imagen 22: spot (Campaña prevención consumo de tabaco).

SANDRA: SILVIA.

TODOS: BIEN...

ALMUDENA: BIEN, PORQUE YO CREO QUE SE INTENTA DECIR QUE PORQUE SEAS DIVERTIDO Y TODO ESO NO SIGNIFICA QUE TENGAS QUE FUMAR NI BEBER NI NADA DE ESO.

JUAN: PORQUE SEA MAYOR NO ES OBLIGATORIO NI FUMAR NI BEBER NI VENDER DROGAS...

SANDRA: PERO SI ERES PEQUEÑA TIENE QUE SER OBLIGATORIO PORQUE SI NO, LUEGO, TE PUEDES MORIR DE PEQUEÑA.

CRISTINA: YO ES QUE DE PEQUEÑA NO CREO QUE VAYAS A TOMARTE UNA CERVEZA.

SANDRA: HOMBRE YA... YO VI, ES QUE FUE UN PINTADOR A MI CASA Y MI MADRE ESTABA LIMPIANDO Y SUBIÓ Y VI A UN NIÑO DE QUINCE AÑOS FUMANDO EN MI HABITACIÓN A ESCONDIDAS Y SU PADRE ESTABA EN FRENTE DE LA HABITACIÓN Y ENCIMA SE PUSO COLORAO Y LO TIRÓ Y ENCIMA POR MI VENTANILLA A LA RAMPA... Y LO COGIÓ DE SU PADRE Y ESO ESTÁ MUY MAL PORQUE DE QUINCE AÑOS...

CRISTINA: PORQUE MIENTE A SU PADRE Y TODO.

SANDRA: Y ES QUE SE VA ABURRIR, ES QUE ENCIMA ES QUE NO SÉ PORQUE LO HAN ECHAO DEL COLEGIO, DEL INSTITUTO.

Y ¿qué cosas negativas veis en eso?

TODOS: MAL...

ALMUDENA: HOMBRE, SI ES QUE ELLOS SE QUIEREN ARRUINAR LA VIDA, PUES QUE SE LA ARRUINEN, PERO MUCHAS VECES ARRASTRAN A LOS DEMÁS.

CRISTINA: ... PORQUE SE PONGAN AHÍ A TOMAR DROGA, LUEGO ARRUINAN A LOS DEMÁS...

SANDRA: ... Y ES QUE TIENE QUE IR AL COLE Y ES QUE AHÍ SE VA A ABURRIR Y NO SÉ PORQUE LO HAN ECHAO DEL COLE.

ALMUDENA: IMAGÍNATE QUE YO FUME Y BEBO POR ESO MIS AMIGOS NO TIENEN QUE FUMAR, ENTONCES MUCHAS VECES LES ARRASTRARÍA.

SANDRA: POR EJEMPLO, EN LA CLASE DE MI HERMANA TIENEN DOCE AÑOS Y FUMAN YA...

JUAN: PUES LA CHICA DECÍA QUE TENÍA 15 AÑOS... AHÍ PONÍA "SILVIA 15 AÑOS".

Imagen 23: Spot "Hot wheels".

CRISTINA: UNA MENTIRA

JUAN: MAL ESO ES MENTIRA PORQUE LUEGO...

CRISTINA: ESO LO HACEN PA QUE COMPRE LA GENTE Y NO...

SANDRA: LUEGO TE CREES QUE... Y LUEGO DICES ESO NO EXISTE.

Imagen 24: Spot "DGT"

A ver ahora comentad los dos anuncios.

JUAN: EL PRIMERO, EL DE HOT WHEELS ME PARECE MAL PORQUE...

ALMUDENA: PORQUE LO ÚNICO QUE QUIEREN ES VENDER.

JUAN: ... PORQUE LOS NIÑOS, PRIMERO VIENEN UNOS Y DICE CUANDO SEAS MAYOR LOS COCHES SE FABRICARÁN CON MÁS VELOCIDAD Y AUMENTARÁ Y LUEGO CON LOS COCHES SE VA A IR A TOPE... Y SE VAN A MATAR.

CRISTINA: PUES ES UNA ESTAFA PORQUE HAY SE VE QUE SALTAN MUY BIEN Y LUEGO NO HACEN NADA.

SANDRA: Y PARECE QUE VAN MUY DEPRISA PERO ES QUE LUEGO NO VAN MUY DEPRISA, VAN DESPACIO.

CRISTINA: Y SÓLO LO HACEN PA GANARSE DINERO Y PORQUE SÓLO QUIEREN GANAR DINERO.

SANDRA: Y DICEN PUES !AH!, ME LO VOY A COMPRAR Y ASÍ ME LO VOY A PASAR MUY BIEN.

ALMUDENA: EL SEGUNDO (SPOT) INTENTA DECIRNOS QUE PAREMOS.

SANDRA: QUE PAREMOS...

JUAN: HAY OTROS (ANUNCIOS) QUE SON DEL AYUNTAMIENTO QUE INTENTAN VENDER NORMAS...

Pensáis que la campaña del consumo del tabaco, esa a la que te refieres, critica algo...

TODOS: SÍ...

CRISTINA: SÍ, CRITICA A LOS FUMADORES.

SANDRA: A TODOS LOS FUMADORES.

JUAN: A QUIEN COMPRE MÁS CIGARROS.

SANDRA: A QUE COMPRES CIGARROS, PERO LUEGO PORQUE ES QUE UN DÍA YO...

ALMUDENA: AH, PUES YO CREO QUE ESO QUIERE DECIR QUE PUEDES SER JOVEN, EL MÁS MACHO DE TUS AMIGOS PERO POR ESO NO TIENES PORQUÉ FUMAR, PORQUE FUMES NO TE TIENES QUE SENTIR MÁS GÜAY NI NADA DE ESO NI MÁS ESPECIAL.

CRISTINA: ADEMÁS, TE ARRUINAS LA VIDA.

SANDRA: ADEMÁS, LUEGO TE ENGAÑAN EN TODOS LOS LADOS.

CRISTINA: Y SE CREEN QUE FUMANDO VAS A SER EL MEJOR DE TODOS.

SANDRA: Y CREES QUE VAS A VIVIR MUCHOS DÍAS.

JUAN: MUCHO MEJOR.

Y, ¿de qué forma lo critican?

ALMUDENA: DICIENDO QUE EL QUE FUMA NO SE DIVIERTE.

Y, ya para terminar, South Park, que lo hemos visto también antes un poquito, ¿pensáis que es para adultos o para niños?

ALMUDENA: PARA ADULTOS.

SANDRA: PARA ADULTOS.

Pero, si es de dibujos animados...

ALMUDENA: Y QUE, HAY DIBUJOS ANIMADOS QUE NO SON PARA NIÑOS.

SANDRA: DICEN PALABROTAS Y ENTONCES, PUES, ESTÁ MUY MAL PORQUE SI NO LAS APRENDES Y DICES LAS PALABROTAS MÁS GRANDES...

ALMUDENA: IMAGÍNA TE UN NIÑO PEQUEÑO QUE SIEMPRE REPITE LO QUE DICEN EN LA TELE SUS PADRES, PUES SI APRENDE DESDE TRES AÑOS O DOS QUE ESTÁ APRENDIENDO A HABLAR O CON UNO , Y RESULTA QUE EN LA TELEVISIÓN YA LE ESTÁN METIENDO QUE SI PALABROTAS, QUE SI TODO, PUES...

JUAN: Y CUANDO ERES PEQUEÑO SE TE QUEDA EN LA MENTE LO QUE PIENSAS.

SANDRA: Y LO VES PORQUE ES MUY MALO, LUEGO TE APRENDES LAS PALABROTAS Y SE TE QUEDA LA COSTUMBRE Y YA...

Ahora ya para resumir, vamos uno por uno, ¿qué aspectos positivos has visto en estas imágenes y qué aspectos negativos?

JUAN: EN CUÁLES, ¿EN TODAS?

En todas, haz un resumen.

JUAN: PUES QUE HA HABIDO BUENAS Y QUE HA HABIDO MALAS, HA HABIDO QUE BENEFICIAN A LOS DEMÁS Y HA HABIDO QUE NO BENEFICIAN A LOS DEMÁS COMO, POR EJEMPLO, EL DE LAS DROGAS, LA MAYORÍA EL DE LAS DROGAS, PERO TAMBIÉN HAY COSAS QUE ESTÁN ENTRE EL MEDIO DEL MAL Y TAMBIÉN BIEN, COMO LOS SIMPSON CUANDO ESTABA LA LISA SIMPSON CON LA VIDEOCONSOLA Y LUEGO VA UN NIÑO Y LE VA DAR UN CUENTO Y LA NIÑA PREFIERE SEGUIR CON LA VIDEOCONSOLA...

¿Por qué está mal?

JUAN: PORQUE, COMO ESTO ES POR LA NOCHE, SE PUEDE VICIAR.

CRISTINA: PUES HAY ALGUNAS QUE SON BUENAS Y OTRAS QUE SON MALAS, PORQUE ALGUNAS TE ENSEÑAN ALGO Y OTRAS NO TE ENSEÑAN NADA Y PIERDES LA VIDA CON UNAS Y CON OTRAS NO PIERDES LA VIDA, TE ENSEÑAN COSAS ALGUNAS.

SANDRA: Y YO DIGO QUE LO DE SOUTH PARK ESTÁ UN POCO MAL NO, PORQUE LUEGO TE APRENDES PALABROTAS Y LUEGO LAS DICES DE MAYOR Y LO DE FUMAR, PUES, TAMBIÉN PORQUE LUEGO FUMAS MUCHO Y TE CREEES QUE ERES EL QUE VAS A DURAR MÁS Y ENTONCES LUEGO NO DURAS MÁS, DURAS MENOS, PORQUE SE TE PONEN LOS PULMONES NEGROS Y YA TE MUERES.

ALMUDENA: PUES, YO PIENSO QUE LAS IMÁGENES QUE HE VISTO HAN SIDO BUENAS Y MALAS. BUENAS, PORQUE TAMBIÉN NOS ENSEÑAN QUE HAY QUE VIVIR COMO SOMOS Y NO PORQUE UNOS FUMEN Y OTROS YO TENGO QUE FUMAR... Y QUE NO HAY QUE BEBER, NI FUMAR NI DROGARSE PARA DIVERTIRSE Y LAS MALAS QUE HE VISTO, QUE NOS INTENTAN DECIR, CON LA TELEVISIÓN Y CON TODOS LOS MEDIOS, QUE MUCHAS VECES, ES QUE MUCHAS VECES CUANDO NOS ENSEÑAN EN LA TELEVISIÓN, POR EJEMPLO LO DE LOS SIMPSON Y SOUTH PARK, TAMBIÉN YO CREO QUE NOS INTENTAN DECIR QUE LO QUE ESTÁN HACIENDO LOS DIBUJOS, QUE NO LO HAGAMOS NOSOTROS.

¿Por qué?

ALMUDENA: PORQUE, A LO MEJOR, A MI NO ME PARECE BIEN QUE SI ESTOY CON MI HIJO LE DIGA QUE VENGA A VER VIOLENCIA Y COSAS ASÍ, PORQUE QUIERAS QUE NO LE ESTÁS EDUCANDO Y, LUEGO ENCIMA TE ARREPIENTES TÚ.

Vosotros pensáis que, en el colegio, tendríais que tener una asignatura para saber ver mejor la televisión...

TODOS: SI...

¿Por qué?

ALMUDENA: YO PIENSO QUE SI... PORQUE SI, POR EJEMPLO, EN EL COLEGIO, APRENDES QUE SI MATEMÁTICAS, LENGUA, NATURALES, TODO ESO, ENTONCES YO CREO QUE TAMBIÉN TE TENDRÍAN QUE... TAMBIÉN APRENDES EDUCACIÓN, POR LO TANTO TAMBIÉN TENDRÍAS QUE

APRENDER A COMPORTARTE Y A SABER SI ERES BUENO O MALO, LAS COSAS QUE SON BUENAS Y LAS COSAS QUE SON MALAS...

SANDRA: Y DE MAYOR, PUES DE MAYOR TIENES QUE SABER COSAS, PORQUE SI LUEGO EN LA TELE TE PREGUNTAN ALGO Y NO LO SABES PUES ENTONCES TIENES QUE IR AL COLE PORQUE SI NO EN EL COLE NO TE ENSEÑAN, PORQUE ESTÁ MAL QUE TE ENSEÑEN PALABROTAS Y NO TE ENSEÑEN EDUCACIÓN...

Ya para acabar, ¿qué os ha parecido esta experiencia?

TODOS: BUENA.

SANDRA: BUENA Y MALA. ALGUNAS BUENAS Y ALGUNAS MALAS...

CRISTINA: BUENA.

Pero, la experiencia de ver la tele aquí...

SANDRA: A MI BIEN PORQUE TE DIVIERTES Y VES COSAS Y TE PREGUNTAN COSAS Y LUEGO LO SABES.

ALMUDENA: PORQUE TE ENSEÑAN.

CRISTINA: LO MISMO, IGUAL.

Pues muchas gracias a los tres, eso a los cuatro.

TODOS: DE NADA.

SANDRA: GRACIAS A TI.

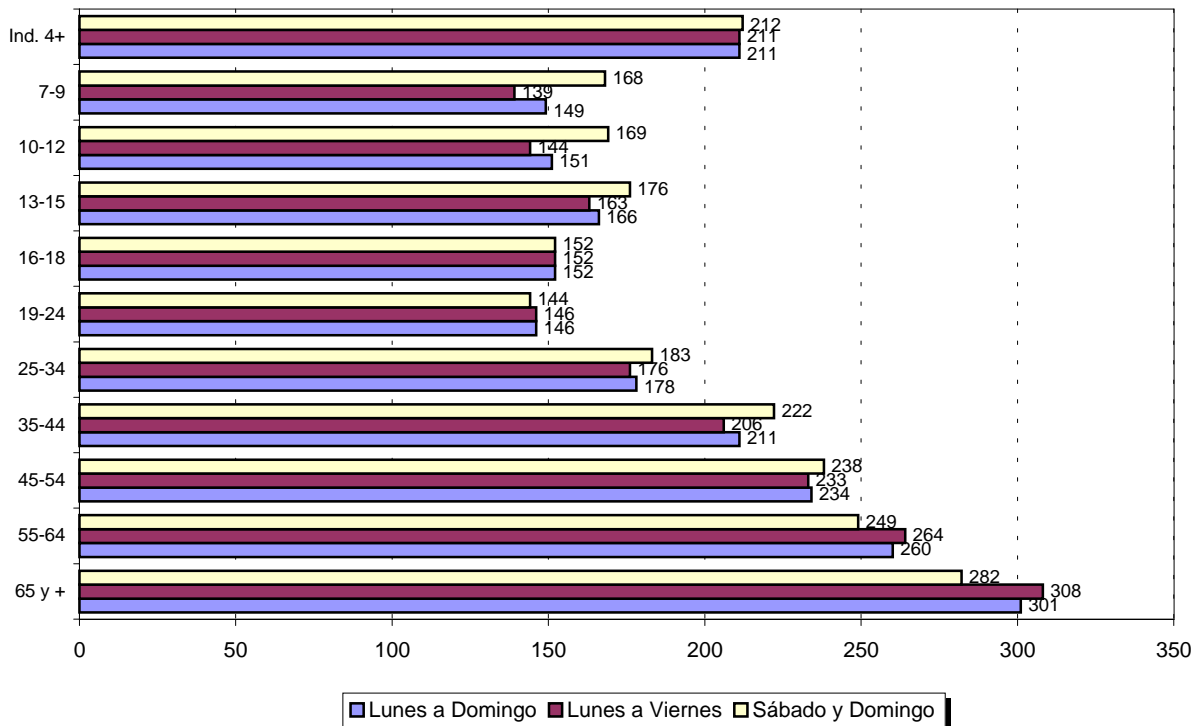
DATOS: AÑO 2002

UNIVERSO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

	UNIVERSO (000)	MUESTRA
IND. 4+	39282	9347
7-9	1347	308
10-12	1334	314
13-15	1537	343
16-18	1849	417
19-24	4026	913
25-34	6633	1591
35-44	5813	1538
45-54	4915	1152
55-64	4079	1103
65 Y +	6613	1403

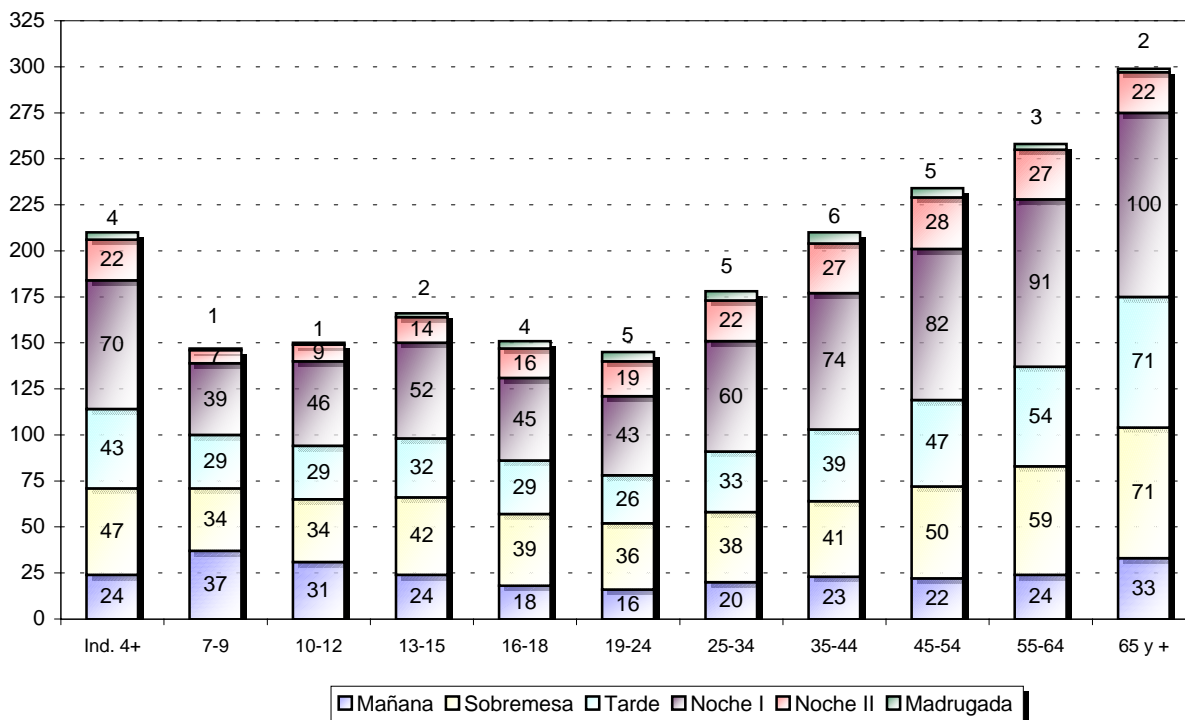
Fuente: T.N. Sofres

DISTRIBUCIÓN POR TARGETS DEL CONSUMO DE MINUTOS EN EL DÍA



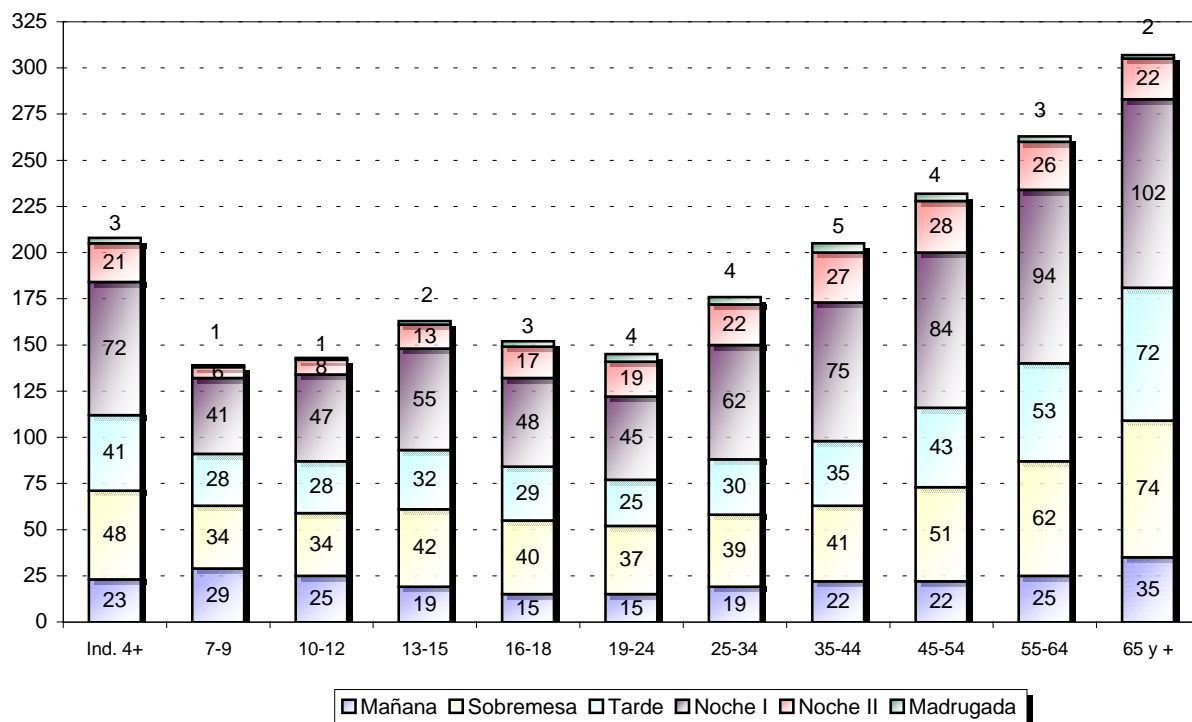
REPARTO DEL CONSUMO DE MINUTOS POR FRANJAS Y TARGETS

LUNES A DOMINGO



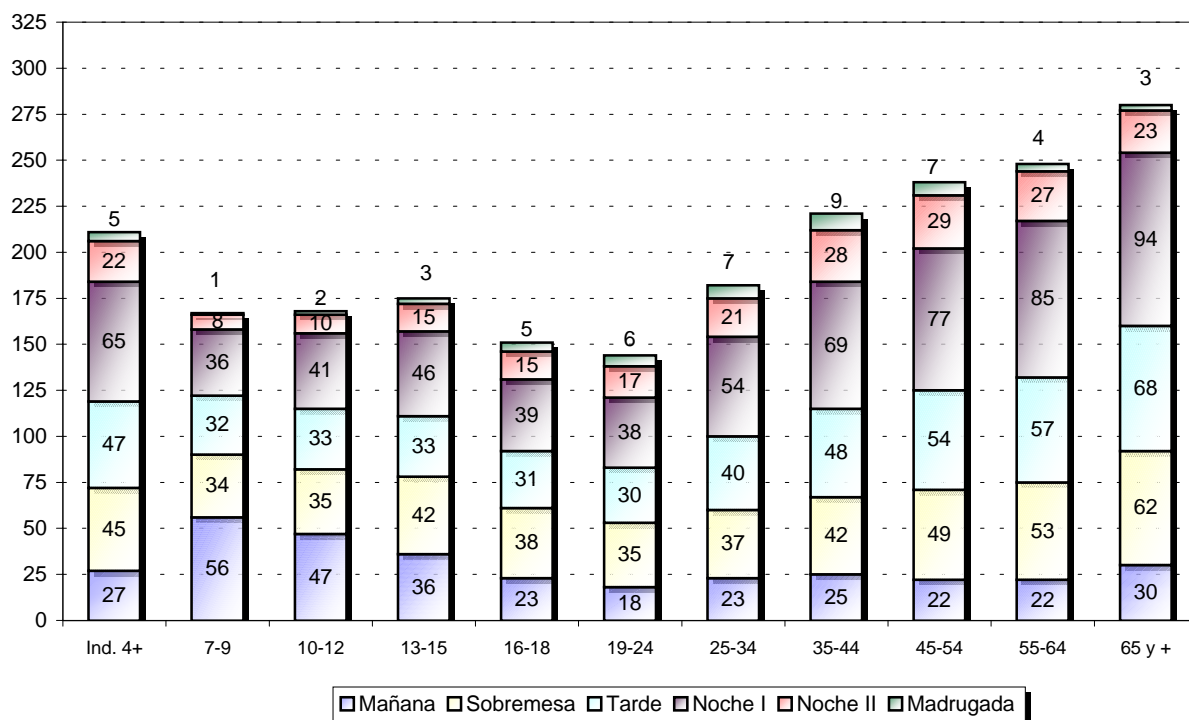
REPARTO DEL CONSUMO DE MINUTOS POR FRANJAS Y TARGETS

LUNES A VIERNES



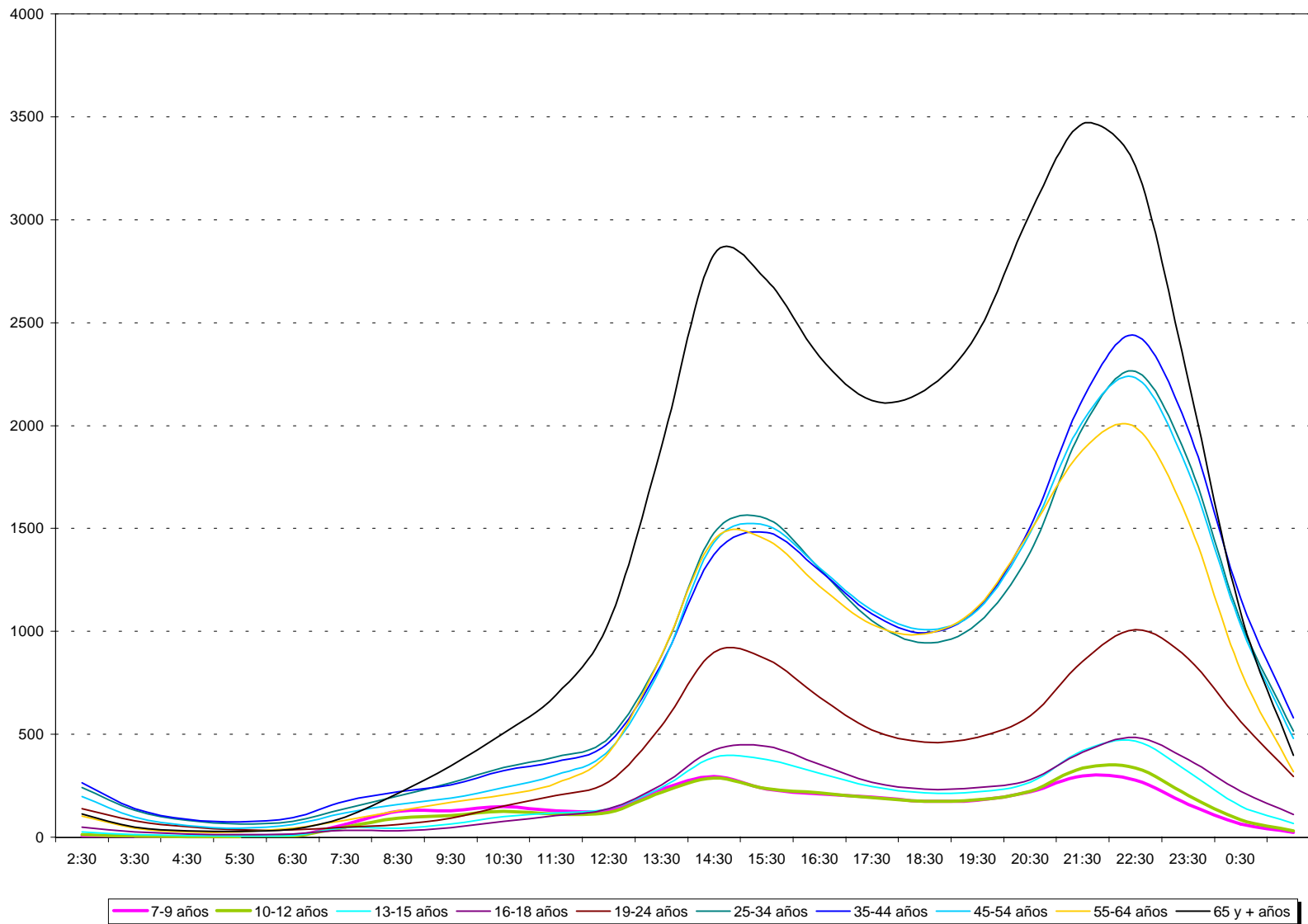
REPARTO DEL CONSUMO DE MINUTOS POR FRANJAS Y TARGETS

SÁBADO Y DOMINGO



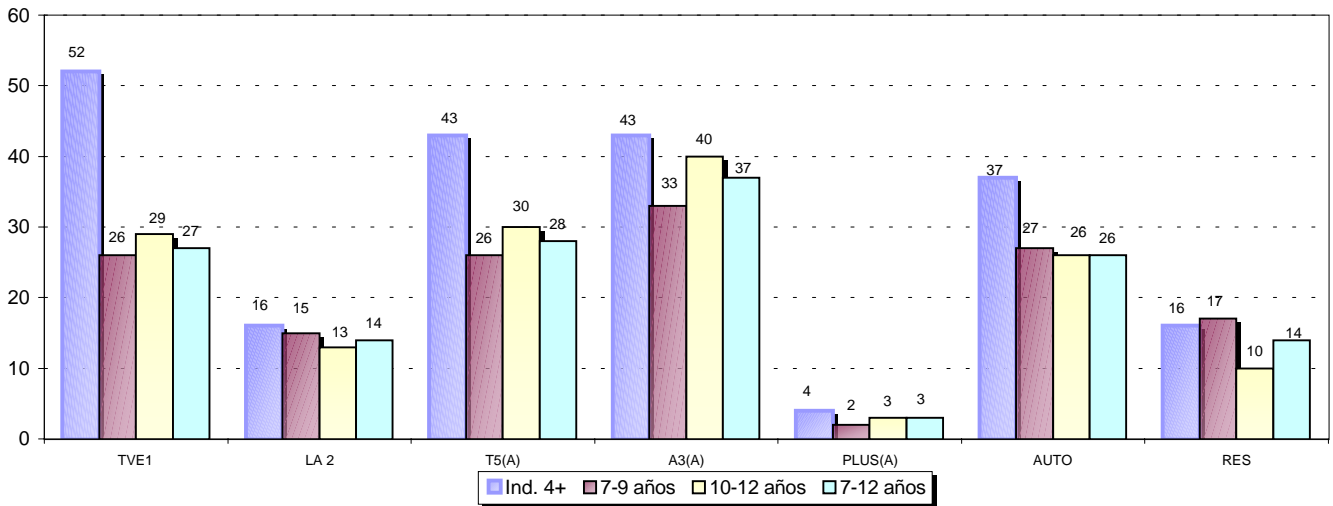
DATOS: AÑO 2002

CURVAS DE TARGETS DISTRIBUIDAS POR HORAS (AUDIENCIA MEDIA)

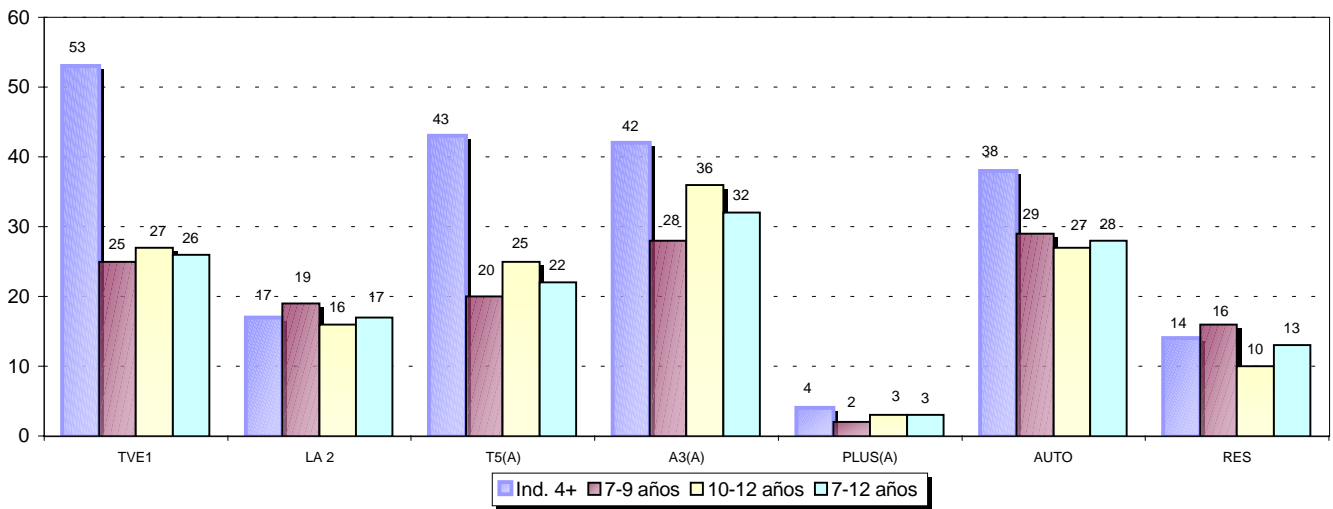


DISTRIBUCIÓN DEL CONSUMO DE MINUTOS POR CADENAS

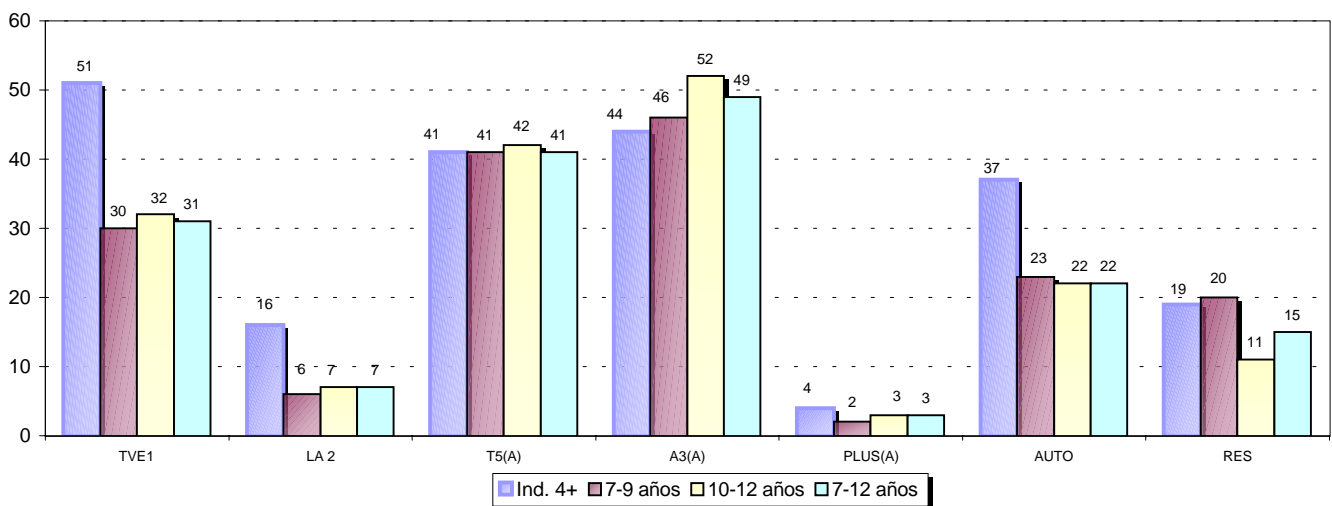
LUNES-DOMINGO



LUNES-VIERNES



SÁBADO-DOMINGO



DATOS: AÑO 2002

RANKING DE ESPECIALIDADES MÁS VISTAS (AM)

Niños entre 7 y 12 años

Rk	Especialidad	Género	Nº emisiones	AM	Cuota	M Min
1	CON ESPECTACULO	CONCURSOS	520	109027	22,88	1509
2	DIBUJOS ANIMADOS	FICCIÓN	7432	104299	31,13	5954
3	SIN ESPECTACULO	CONCURSOS	1707	84387	20,25	2178
4	MINI-SERIE	FICCIÓN	16	79199	22,92	70
5	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	FICCIÓN	1363	62242	16,77	1444
6	HUMOR	MISCELANEA	652	61335	12,01	419
7	DEBATE SHOW	INFOSHOW	453	61192	18,19	631
8	SERIES SIN CONTINUIDAD ARGUMENTAL	FICCIÓN	3331	54306	20,39	2728
9	MAGAZINE	MISCELANEA	4252	53997	18,43	8688
10	SITCOM	FICCIÓN	1996	51081	13,8	997
11	SERIES DE GRAN FORMATO	FICCIÓN	17	50409	12,93	37
12	VARIEDADES	MISCELANEA	814	49834	16,5	971
13	CABALGATAS	MISCELANEA	2	45929	14,13	5
14	TELENOVELAS	FICCIÓN	1726	43988	12,81	1630
15	TALK SHOW	INFOSHOW	391	38846	12,2	706
16	REVISTAS DEL CORAZÓN	MISCELANEA	559	36039	6,34	213
17	REALITY SHOW	INFOSHOW	395	34303	11,53	387
18	TEATRO	FICCIÓN	4	31273	5,46	4
19	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIRECTO	MUSICALES	151	30342	13,26	90
20	REPORTAJES ACTUALIDAD	INFORMACIÓN	3600	28279	7,69	454
21	PROGRAMAS MUSICALES	MUSICALES	736	26874	7,7	372
22	INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	INFORMACIÓN	5493	25775	5,72	207
23	PREVIOS - POST RETRANSMISIONES	DEPORTES	1892	24998	6,63	112
24	LARGOMETRAJES	FICCIÓN	6342	24953	9,48	5779
25	INFORMATIVOS EVENTOS ESPECIALES	INFORMACIÓN	115	23809	7,1	62
26	RETRANSMISIONES DIRECTO	DEPORTES	1928	22376	5,84	1338
27	INFORMACIÓN GENERAL DIARIA	INFORMACIÓN	17655	22128	7,44	4265
28	DIVULGATIVOS/OTROS	CULTURALES	9242	20348	7,48	1433
29	EDUCATIVOS	CULTURALES	834	19487	15,21	161
30	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIFERIDO	MUSICALES	893	17443	11,7	114
31	DOCUMENTALES	CULTURALES	3768	15887	4,95	598
32	OTROS	OTROS	1012	15609	8,41	36
33	PROGRAMAS DEPORTIVOS	DEPORTES	2559	14974	4,64	902
34	RETRANSMISIONES DIRECTO	TOROS	35	14920	5,67	23
35	INFORMATIVOS	TOROS	61	13282	4,29	24
36	RESÚMENES Y RETRANSMISIONES PARCIALES	DEPORTES	399	11410	2,78	25
37	FIESTAS POPULARES	MISCELANEA	28	9276	2,44	7
38	ACONTECIMIENTOS	RELIGIOSOS	20	7825	2,17	4
39	ELECTORALES	INFORMACIÓN	286	6830	1,53	23
40	OTROS	MISCELANEA	438	6770	3,23	5
41	PROGRAMAS	RELIGIOSOS	298	5919	1,36	18
42	OPINIÓN	INFORMACIÓN	881	5500	4,06	102
43	CIENCIAS OCULTAS	MISCELANEA	1028	5192	7,9	32
44	PREVIO - POST RETRANSMISIÓN	TOROS	6	4491	1,4	0
45	OTROS ANIMACION	FICCIÓN	30	4418	2,99	1
46	RETRANSMISIONES DIFERIDO	DEPORTES	827	4380	3,89	84
47	VIDEO CLIPS	MUSICALES	26152	4065	1,2	108
48	CARNAVALES	MISCELANEA	268	3891	0,79	4
49	SERVICIOS	RELIGIOSOS	110	3622	0,71	8
50	CORTOMETRAJES	FICCIÓN	170	3138	1,6	2
51	CIRCO	MISCELANEA	1	2913	0,56	0
52	INFORMATIVOS EXTRANJEROS	INFORMACIÓN	238	272	3,87	2

TOTAL	113126	35296	11,69	44967
--------------	---------------	--------------	--------------	--------------

DATOS: AÑO 2002

RANKING DE ESPECIALIDADES MÁS VISTAS (AM)

Niños entre 7 y 9 años

Rk	Especialidad	Género	Nº emisiones	AM	Cuota	M Min
1	DIBUJOS ANIMADOS	FICCIÓN	7432	54863	30,30	6230
2	CON ESPECTACULO	CONCURSOS	520	47809	21,39	1314
3	SIN ESPECTACULO	CONCURSOS	1707	39245	19,34	2017
4	MINI-SERIE	FICCIÓN	16	34650	22,88	61
5	HUMOR	MISCELANEA	652	29087	11,97	394
6	MAGAZINE	MISCELANEA	4252	28339	18,47	9067
7	CABALGATAS	MISCELANEA	2	27523	16,62	6
8	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	FICCIÓN	1363	26631	14,72	1230
9	DEBATE SHOW	INFOSHOW	453	26318	16,13	540
10	SERIES SIN CONTINUIDAD ARGUMENTAL	FICCIÓN	3331	24312	19,14	2431
11	SITCOM	FICCIÓN	1996	22333	12,06	867
12	SERIES DE GRAN FORMATO	FICCIÓN	17	21973	12,66	33
13	VARIEDADES	MISCELANEA	814	21878	15,72	847
14	TELENOVELAS	FICCIÓN	1726	19991	11,61	1472
15	REVISTAS DEL CORAZÓN	MISCELANEA	559	18847	6,43	221
16	TALK SHOW	INFOSHOW	391	17824	11,40	646
17	REALITY SHOW	INFOSHOW	395	16062	11,52	360
18	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIRECTO	MUSICALES	151	15661	13,06	93
19	REPORTAJES ACTUALIDAD	INFORMACIÓN	3600	13248	7,51	423
20	TEATRO	FICCIÓN	4	13114	5,18	3
21	INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	INFORMACIÓN	5493	12508	5,56	200
22	PROGRAMAS MUSICALES	MUSICALES	736	11898	6,74	328
23	LARGOMETRAJES	FICCIÓN	6342	11478	9,13	5285
24	PREVIOS - POST RETRANSMISIONES	DEPORTES	1892	11454	6,18	102
25	INFORMATIVOS EVENTOS ESPECIALES	INFORMACIÓN	115	11156	7,09	58
26	INFORMACIÓN GENERAL DIARIA	INFORMACIÓN	17655	10483	6,92	4019
27		OTROS	1012	10247	10,52	47
28	EDUCATIVOS	CULTURALES	834	10162	15,09	168
29	DIVULGATIVOS/OTROS	CULTURALES	9242	9911	7,71	1388
30	RETRANSMISIONES DIRECTO	DEPORTES	1928	9888	5,27	1176
31	DOCUMENTALES	CULTURALES	3768	8477	5,38	635
32	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIFERIDO	MUSICALES	893	8281	11,17	108
33	RETRANSMISIONES DIRECTO	TOROS	35	8201	6,27	25
34	INFORMATIVOS	TOROS	61	7794	5,06	29
35	PROGRAMAS DEPORTIVOS	DEPORTES	2559	6749	4,17	808
36	RESÚMENES Y RETRANSMISIONES PARCIALES	DEPORTES	399	5575	2,64	24
37	ACONTECIMIENTOS	RELIGIOSOS	20	4678	2,68	5
38	FIESTAS POPULARES	MISCELANEA	28	3890	2,14	5
39	OTROS	MISCELANEA	438	2996	2,92	4
40	PROGRAMAS	RELIGIOSOS	298	2948	1,23	18
41	ELECTORALES	INFORMACIÓN	286	2738	1,13	18
42	OPINIÓN	INFORMACIÓN	881	2699	3,90	99
43	CARNAVALES	MISCELANEA	268	2148	0,91	4
44	VIDEO CLIPS	MUSICALES	26152	1974	1,17	104
45	CIENCIAS OCULTAS	MISCELANEA	1028	1937	6,61	24
46	RETRANSMISIONES DIFERIDO	DEPORTES	827	1903	3,54	72
47	OTROS ANIMACION	FICCIÓN	30	1876	2,14	1
48	SERVICIOS	RELIGIOSOS	110	1785	0,64	8
49	CORTOMETRAJES	FICCIÓN	170	1659	1,80	2
50	PREVIO - POST RETRANSMISIÓN	TOROS	6	736	0,46	0
51	CIRCO	MISCELANEA	1	150	0,05	0
52	INFORMATIVOS EXTRANJEROS	INFORMACIÓN	238	103	3,27	1

TOTAL	113126	16979	11,30	43020
--------------	---------------	--------------	--------------	--------------

DATOS: AÑO 2002

RANKING DE ESPECIALIDADES MÁS VISTAS (AM)

Niños entre 10 y 12 años

Rk	Especialidad	Género	Nº emisiones	AM	Cuota	M Min
1	CON ESPECTACULO	CONCURSOS	520	61219	24,19	1706
2	DIBUJOS ANIMADOS	FICCIÓN	7432	49436	32,10	5675
3	SIN ESPECTACULO	CONCURSOS	1707	45142	21,11	2341
4	MINI-SERIE	FICCIÓN	16	44549	22,96	79
5	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	FICCIÓN	1363	35610	18,73	1661
6	DEBATE SHOW	INFOSHOW	453	34875	20,14	723
7	HUMOR	MISCELANEA	652	32248	12,04	444
8	SERIES SIN CONTINUIDAD ARGUMENTAL	FICCIÓN	3331	29994	21,52	3028
9	SITCOM	FICCIÓN	1996	28748	15,55	1128
10	SERIES DE GRAN FORMATO	FICCIÓN	17	28436	13,16	43
11	VARIEDADES	MISCELANEA	814	27955	17,16	1095
12	MAGAZINE	MISCELANEA	4252	25658	18,39	8305
13	TELENOVELAS	FICCIÓN	1726	23996	14,00	1789
14	TALK SHOW	INFOSHOW	391	21022	12,97	767
15	CABALGATAS	MISCELANEA	2	18406	11,55	4
16	REALITY SHOW	INFOSHOW	395	18241	11,55	413
17	TEATRO	FICCIÓN	4	18159	5,67	5
18	REVISTAS DEL CORAZÓN	MISCELANEA	559	17192	6,23	204
19	REPORTAJES ACTUALIDAD	INFORMACIÓN	3600	15030	7,85	486
20	PROGRAMAS MUSICALES	MUSICALES	736	14976	8,68	417
21	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIRECTO	MUSICALES	151	14681	13,49	88
22	PREVIOS - POST RETRANSMISIONES	DEPORTES	1892	13543	7,07	122
23	LARGOMETRAJES	FICCIÓN	6342	13475	9,80	6278
24	INFORMATIVOS ESPECIALIZADOS	INFORMACIÓN	5493	13267	5,88	214
25	INFORMATIVOS EVENTOS ESPECIALES	INFORMACIÓN	115	12653	7,11	66
26	RETRANSMISIONES DIRECTO	DEPORTES	1928	12488	6,38	1501
27	INFORMACIÓN GENERAL DIARIA	INFORMACIÓN	17655	11645	7,98	4514
28	DIVULGATIVOS/OTROS	CULTURALES	9242	10438	7,27	1479
29	EDUCATIVOS	CULTURALES	834	9325	15,35	155
30	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIFERIDO	MUSICALES	893	9162	12,23	121
31	PROGRAMAS DEPORTIVOS	DEPORTES	2559	8225	5,11	997
32	DOCUMENTALES	CULTURALES	3768	7410	4,54	561
33	RETRANSMISIONES DIRECTO	TOROS	35	6719	5,06	20
34	RESÚMENES Y RETRANSMISIONES PARCIALES	DEPORTES	399	5836	2,94	26
35	INFORMATIVOS	TOROS	61	5488	3,53	20
36	FIESTAS POPULARES	MISCELANEA	28	5386	2,72	8
37		OTROS	1012	5362	6,07	25
38	ELECTORALES	INFORMACIÓN	286	4092	1,98	27
39	OTROS	MISCELANEA	438	3774	3,51	5
40	PREVIO - POST RETRANSMISIÓN	TOROS	6	3756	2,34	1
41	CIENCIAS OCULTAS	MISCELANEA	1028	3254	8,94	40
42	ACONTECIMIENTOS	RELIGIOSOS	20	3147	1,68	3
43	PROGRAMAS	RELIGIOSOS	298	2971	1,52	18
44	OPINIÓN	INFORMACIÓN	881	2801	4,22	104
45	CIRCO	MISCELANEA	1	2762	1,20	0
46	OTROS ANIMACION	FICCIÓN	30	2542	4,25	1
47	RETRANSMISIONES DIFERIDO	DEPORTES	827	2478	4,22	95
48	VIDEO CLIPS	MUSICALES	26152	2090	1,23	111
49	SERVICIOS	RELIGIOSOS	110	1838	0,79	9
50	CARNAVALES	MISCELANEA	268	1743	0,68	3
51	CORTOMETRAJES	FICCIÓN	170	1478	1,42	2
52	INFORMATIVOS EXTRANJEROS	INFORMACIÓN	238	168	4,38	2

TOTAL	113126	18317	12,07	46930
--------------	---------------	--------------	--------------	--------------

RANKING 50 PRIMERAS EMISIONES (AM)

Niños entre 7 y 12 años

RK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Día semana	Hora Inicio	Hora Fin	Género	Especialidad	Subespecialidad	Público objetivo	AM	Cuota	MMin
1	EUROV.:HA LLE.MOMENTO	TVE1	25/05/2002	Sábado	22:58:01	23:59:59	MUSICALES	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIRECTO	LIGERA	FAMILIAR	950.203	90,83	22
2	FESTIVAL EUROVISION	TVE1	25/05/2002	Sábado	21:00:02	0:00:00	MUSICALES	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIRECTO	LIGERA	FAMILIAR	844.229	87,58	57
3	FÚTBOL: COREA-JAPON 02:PRORRO / ESPAÑA	A3(A)	16/06/2002	Domingo	16:00:37	16:07:46	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	762.115	92,55	2
4	FÚTBOL: COREA-JAPON 02:PRORRO / ESPAÑA	A3(A)	16/06/2002	Domingo	15:24:17	15:57:36	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	693.371	88,00	9
5	FÚTBOL: COREA-JAPON 02:PRORRO / ESPAÑA	A3(A)	22/06/2002	Sábado	11:03:35	11:08:44	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	689.758	79,96	1
6	FÚTBOL: COREA-JAPON 02:PRORRO / ESPAÑA	A3(A)	22/06/2002	Sábado	10:26:08	11:00:04	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	637.493	78,71	8
7	OPERACION TRIUNFO	TVE1	11/02/2002	Lunes	22:14:42	0:54:53	CONCURSOS	CON ESPECTACULO	HABILIDAD	FAMILIAR	620.627	77,55	37
8	FÚTBOL: C.REY / R.MADRID-DEPORTIVO COR	TVE1	06/03/2002	Miércoles	20:59:30	22:51:24	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	620.353	62,45	26
9	FÚTBOL: COREA-JAPON 02:FUTBOL / ESPAÑA	A3(A)	16/06/2002	Domingo	13:29:55	15:20:26	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	567.770	82,76	23
10	CINE / SOLO EN CASA 3	A3(A)	03/01/2002	Jueves	22:00:29	0:02:30	FICCION	LARGOMETRAJES	COMEDIA	FAMILIAR	555.716	56,84	25
11	FUTBOL: LIGA CAMPEONES / R.MADRID-BAYE	TVE1	15/05/2002	Miércoles	20:46:24	22:41:54	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	527.991	68,93	23
12	ANA Y LOS 7 / EL COMETA DE LOS DESEOS	TVE1	01/07/2002	Lunes	22:05:56	23:35:39	FICCION	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	HUMOR/COMICA	FAMILIAR	517.830	66,82	17
13	LOS SIMPSONS	A3(A)	16/09/2002	Lunes	14:29:14	14:58:34	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	513.725	58,06	6
14	FÚTBOL: COREA-JAPON 02:FUTBOL / ESPAÑA	A3(A)	12/06/2002	Miércoles	13:30:04	15:20:35	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	436.752	68,86	21
15	FÚTBOL: COREA-JAPON 02:FUTBOL / ESPAÑA	A3(A)	22/06/2002	Sábado	8:30:05	10:22:18	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	493.900	82,76	21
16	LOS SIMPSONS	A3(A)	14/12/2002	Sábado	14:28:25	14:58:23	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	492.633	67,76	5
17	LOS SIMPSONS	A3(A)	16/03/2002	Sábado	14:29:54	14:58:55	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	492.147	65,39	5
18	OPERACION TRIUNFO	TVE1	11/03/2002	Lunes	22:18:03	0:18:33	CONCURSOS	CON ESPECTACULO	HABILIDAD	FAMILIAR	485.659	75,57	22
19	LOS SIMPSONS	A3(A)	18/09/2002	Miércoles	14:30:00	14:58:42	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	484.092	61,49	5
20	FUTBOL:LIGA CAMPEONES / BARCELONA-R.M	TVE1	23/04/2002	Martes	20:45:02	22:37:38	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	482.225	62,85	20
21	LOS SIMPSONS	A3(A)	24/09/2002	Martes	14:31:24	14:58:47	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	480.027	61,69	5
22	ANA Y LOS 7 / EL PRIMER ROUND	TVE1	08/07/2002	Lunes	22:05:20	23:34:23	FICCION	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	HUMOR/COMICA	FAMILIAR	476.038	66,98	16
23	LOS SIMPSONS	A3(A)	21/12/2002	Sábado	14:27:29	14:58:20	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	473.069	65,05	5
24	LOS SIMPSONS	A3(A)	05/10/2002	Sábado	14:28:25	14:58:51	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	468.447	65,48	5
25	LOS SIMPSONS	A3(A)	19/09/2002	Jueves	14:29:20	14:58:39	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	463.430	56,15	5
26	LOS SIMPSONS	A3(A)	17/09/2002	Martes	14:28:38	14:58:52	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	462.526	59,92	5
27	ANA Y LOS 7 / DECEPCION	TVE1	24/06/2002	Lunes	22:04:03	23:34:35	FICCION	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	HUMOR/COMICA	FAMILIAR	461.204	59,71	16
28	LOS SIMPSONS	A3(A)	12/01/2002	Sábado	14:29:04	14:58:53	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	460.442	58,93	5
29	LOS SIMPSONS	A3(A)	04/09/2002	Miércoles	14:29:37	14:58:40	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	459.642	55,20	5
30	LOS SIMPSONS	A3(A)	30/09/2002	Lunes	14:29:13	14:58:42	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	452.622	53,92	5
31	LOS SIMPSONS	A3(A)	25/09/2002	Miércoles	14:30:29	14:58:46	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	449.995	58,28	5
32	LOS SIMPSONS	A3(A)	06/04/2002	Sábado	14:27:25	14:58:06	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	449.408	62,58	5
33	LOS SIMPSONS	A3(A)	20/09/2002	Viernes	14:28:23	14:58:44	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	446.417	56,68	5
34	A3 CON LA SELECCION	A3(A)	16/06/2002	Domingo	16:12:38	16:39:11	DEPORTES	PROGRAMAS DEPORTIVOS	FUTBOL	FAMILIAR	444.412	64,16	4
35	LOS SIMPSONS	A3(A)	16/02/2002	Sábado	14:29:25	14:58:30	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	443.589	59,58	5
36	LOS SIMPSONS	A3(A)	05/09/2002	Jueves	14:29:08	14:58:54	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	443.444	52,52	5
37	CRUZYRAYA.COM	TVE1	01/03/2002	Viernes	22:15:14	23:00:08	MISCELANEA	HUMOR		FAMILIAR	442.441	48,46	7
38	LOS SIMPSONS	A3(A)	30/11/2002	Sábado	14:28:57	14:58:44	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	441.710	69,65	5
39	CRUZYRAYA.COM	TVE1	08/03/2002	Viernes	22:15:07	23:01:37	MISCELANEA	HUMOR		FAMILIAR	438.193	51,42	8
40	LOS SIMPSONS	A3(A)	24/11/2002	Domingo	14:30:07	14:58:43	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	437.412	60,61	5
41	ESTO ES CINE / MANOLITO GAFOTAS	A3(A)	02/03/2002	Sábado	22:57:17	0:40:36	FICCION	LARGOMETRAJES	COMEDIA	FAMILIAR	436.878	68,31	17
42	LOS SIMPSONS	A3(A)	13/09/2002	Viernes	14:28:19	14:58:52	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	434.283	57,90	5
43	LOS SIMPSONS	A3(A)	02/02/2002	Sábado	14:29:08	14:57:23	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	434.240	66,97	5
44	LOS SIMPSONS	A3(A)	19/01/2002	Sábado	14:29:41	14:58:46	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	433.881	62,34	5
45	ESTO ES CINE PRESENTA	A3(A)	02/03/2002	Sábado	22:50:07	0:40:37	CULTURALES	DIVULGATIVOS/OTROS	OTROS	FAMILIAR	433.411	67,26	18
46	CUENTAME COMO PASO / A LA ORILLA DE LC	TVE1	27/06/2002	Jueves	22:06:59	23:41:31	FICCION	SERIES SIN CONTINUIDAD ARGUMENTAL	VIDA COTIDIANA/SAGA	FAMILIAR	432.916	52,55	15
47	CAMPANADAS FIN DE AÑO	TVE1	31/12/2002	Martes	23:45:35	0:03:00	OTROS			FAMILIAR	431.742	59,02	3
48	YO SOY BETTY, LA FEA	A3(A)	31/03/2002	Domingo	21:55:29	22:53:51	FICCION	TELENOVELAS	FAMILIAR	FAMILIAR	429.912	51,64	10
49	LOS SIMPSONS	A3(A)	29/09/2002	Domingo	14:29:14	14:58:55	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	428.485	67,20	5
50	LOS SIMPSONS	A3(A)	23/11/2002	Sábado	14:31:24	14:58:49	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	427.806	61,39	4

RANKING 50 PRIMERAS EMISIONES (AM)

Niños entre 7 y 9 años

RK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Día semana	Hora Inicio	Hora Fin	Género	Especialidad	Subespecialidad	Público objetivo	AM	Cuota	MMin
1	EUROV.:HA LLE.MOMENTO	TVE1	25/05/2002	Sábado	22:58:01	23:59:59	MUSICALES	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIRECTO	LIGERA	FAMILIAR	491.634	93,14	23
2	FESTIVAL EUROVISION	TVE1	25/05/2002	Sábado	21:00:02	0:00:00	MUSICALES	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIRECTO	LIGERA	FAMILIAR	437.871	88,67	58
3	COREA-JAPON 02:PENALT	A3(A)	16/06/2002	Domingo	16:00:37	16:07:46	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	345.599	93,33	2
4	COREA-JAPON 02:PRORRO	A3(A)	16/06/2002	Domingo	15:24:17	15:57:36	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	300.915	86,99	8
5	COREA-JAPON 02:PENALT	A3(A)	22/06/2002	Sábado	11:03:35	11:08:44	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	291.671	71,28	1
6	LOS SIMPSONS	A3(A)	16/03/2002	Sábado	14:29:54	14:58:55	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	272.636	66,17	6
7	OPERACION TRIUNFO	TVE1	11/02/2002	Lunes	22:14:42	0:54:53	CONCURSOS	CON ESPECTACULO	HABILIDAD	FAMILIAR	267.253	81,22	31
8	FUTBOL:C.REY	TVE1	06/03/2002	Miércoles	20:59:30	22:51:24	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	264.898	59,75	22
9	COREA-JAPON 02:FUTBOL	A3(A)	16/06/2002	Domingo	13:29:55	15:20:26	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	264.116	80,67	22
10	COREA-JAPON 02:PRORRO	A3(A)	22/06/2002	Sábado	10:26:08	11:00:04	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	258.392	66,05	7
11	LOS SIMPSONS	A3(A)	21/12/2002	Sábado	14:27:29	14:58:20	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	253.482	64,20	6
12	LOS SIMPSONS	A3(A)	06/04/2002	Sábado	14:27:25	14:58:06	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	251.073	67,77	6
13	FUTBOL:LIGA CAMPEONES	TVE1	15/05/2002	Miércoles	20:46:24	22:41:54	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	244.389	69,59	21
14	CINE	A3(A)	03/01/2002	Jueves	22:00:29	0:02:30	FICCION	LARGOMETRAJES	COMEDIA	FAMILIAR	237.591	57,80	21
15	LOS SIMPSONS	A3(A)	14/12/2002	Sábado	14:28:25	14:58:23	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	233.745	68,30	5
16	LOS SIMPSONS	A3(A)	18/09/2002	Miércoles	14:30:00	14:58:42	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	230.089	57,55	5
17	LOS SIMPSONS	A3(A)	16/09/2002	Lunes	14:29:14	14:58:34	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	227.524	50,79	5
18	FUTBOL:LIGA CAMPEONES	TVE1	23/04/2002	Martes	20:45:02	22:37:38	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	226.755	61,15	19
19	CRUZYRAYA.COM	TVE1	01/03/2002	Viernes	22:15:14	23:00:08	MISCELANEA	HUMOR		FAMILIAR	221.942	47,18	7
20	COREA-JAPON 02:FUTBOL	A3(A)	12/06/2002	Miércoles	13:30:04	15:20:35	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	221.443	61,28	18
21	LOS SIMPSONS	A3(A)	12/01/2002	Sábado	14:29:04	14:58:53	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	221.212	57,95	5
22	ANA Y LOS 7	TVE1	01/07/2002	Lunes	22:05:56	23:35:39	FICCION	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	HUMOR/CÓMICA	FAMILIAR	221.177	62,95	15
23	ANA Y LOS 7	TVE1	24/06/2002	Lunes	22:04:03	23:34:35	FICCION	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	HUMOR/CÓMICA	FAMILIAR	220.265	60,94	15
24	LOS SIMPSONS	A3(A)	16/02/2002	Sábado	14:29:25	14:58:30	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	218.877	57,76	5
25	LOS SIMPSONS	A3(A)	05/10/2002	Sábado	14:28:25	14:58:51	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	218.364	63,13	5
26	GRAND PRIX DEL VERANO	TVE1	15/07/2002	Lunes	22:05:35	0:58:39	CONCURSOS	SIN ESPECTACULO	MXTOS	FAMILIAR	215.800	68,74	28
27	LOS SIMPSONS	A3(A)	23/11/2002	Sábado	14:31:24	14:58:49	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	214.342	57,00	4
28	ANA Y LOS 7	TVE1	08/07/2002	Lunes	22:05:20	23:34:23	FICCION	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	HUMOR/CÓMICA	FAMILIAR	212.173	65,50	14
29	CAMPANADAS FIN DE AÑO	TVE1	31/12/2002	Martes	23:45:35	0:03:00	OTROS			FAMILIAR	212.096	59,07	3
30	CUENTAME COMO PASO	TVE1	26/12/2002	Jueves	22:15:49	23:44:04	FICCION	SERIES SIN CONTINUIDAD ARGUMENTAL	VIDA COTIDIANA/SAGA	FAMILIAR	211.806	49,90	14
31	CUENTAME COMO PASO	TVE1	05/12/2002	Jueves	22:15:24	23:50:53	FICCION	SERIES SIN CONTINUIDAD ARGUMENTAL	VIDA COTIDIANA/SAGA	FAMILIAR	210.040	49,19	15
32	LOS SIMPSONS	A3(A)	24/09/2002	Martes	14:31:24	14:58:47	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	209.864	55,06	4
33	CRUZYRAYA.COM	TVE1	11/01/2002	Viernes	22:12:31	22:50:32	MISCELANEA	HUMOR		FAMILIAR	208.685	43,84	6
34	LAS TRES MELLIZAS	LA 2	04/01/2002	Viernes	14:08:30	14:33:51	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	NINOS	208.450	50,30	4
35	LOS SIMPSONS	A3(A)	26/01/2002	Sábado	14:28:17	14:58:23	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	206.907	54,67	5
36	ANA Y LOS 7	TVE1	17/06/2002	Lunes	22:04:40	23:32:16	FICCION	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	HUMOR/CÓMICA	FAMILIAR	206.368	59,92	13
37	LOS SIMPSONS	A3(A)	24/11/2002	Domingo	14:30:07	14:58:43	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	206.318	59,66	4
38	LOS SIMPSONS	A3(A)	20/09/2002	Viernes	14:28:23	14:58:44	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	206.198	50,64	5
39	MULTICINE	A3(A)	06/04/2002	Sábado	15:58:16	17:50:37	FICCION	LARGOMETRAJES	COMEDIA	FAMILIAR	205.679	51,37	18
40	LOS SIMPSONS	A3(A)	17/09/2002	Martes	14:28:38	14:58:52	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	205.174	55,49	5
41	COREA-JAPON 02:FUTBOL	A3(A)	22/06/2002	Sábado	8:30:05	10:22:18	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	204.911	75,36	17
42	LOS SIMPSONS	A3(A)	30/09/2002	Lunes	14:29:13	14:58:42	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	204.861	46,20	5
43	GRAND PRIX DEL VERANO	TVE1	22/07/2002	Lunes	22:02:38	0:47:00	CONCURSOS	SIN ESPECTACULO	MXTOS	FAMILIAR	204.518	66,78	25
44	LOS SIMPSONS	A3(A)	12/09/2002	Jueves	14:29:29	14:58:43	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	203.924	52,11	4
45	OPERACION TRIUNFO	TVE1	11/03/2002	Lunes	22:18:03	0:18:33	CONCURSOS	CON ESPECTACULO	HABILIDAD	FAMILIAR	202.772	79,16	18
46	LOS SIMPSONS	A3(A)	19/01/2002	Sábado	14:29:41	14:58:46	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	201.607	59,04	4
47	PELICULA DE LA SEMANA	TVE1	06/01/2002	Domingo	21:52:34	23:52:53	FICCION	LARGOMETRAJES	AVENTURAS	FAMILIAR	200.494	51,91	17
48	LOS SIMPSONS	A3(A)	10/09/2002	Martes	14:29:04	14:58:45	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	198.492	44,45	4
49	LOS SIMPSONS	A3(A)	30/11/2002	Sábado	14:28:57	14:58:44	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	197.877	66,52	4
50	CRUZYRAYA.COM	TVE1	18/01/2002	Viernes	22:12:34	22:59:56	MISCELANEA	HUMOR		FAMILIAR	197.513	48,81	7

RANKING 50 PRIMERAS EMISIONES (AM)

Niños entre 10 y 12 años

RK	Título/Descripción	Cadena	Fecha	Día semana	Hora Inicio	Hora Fin	Género	Especialidad	Subespecialidad	Público objetivo	AM	Cuota	MMin
1	EUROV.:HA LLE.MOMENTO	TVE1	25/05/2002	Sábado	22:58:01	23:59:59	MUSICALES	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIRECTO	LIGERA	FAMILIAR	458.570	88,48	21
2	COREA-JAPON 02:PENALT	A3(A)	16/06/2002	Domingo	16:00:37	16:07:46	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	416.516	91,92	2
3	FESTIVAL EUROVISION	TVE1	25/05/2002	Sábado	21:00:02	0:00:00	MUSICALES	CONCIERTO/ACTUACIONES EN DIRECTO	LIGERA	FAMILIAR	406.358	86,45	55
4	COREA-JAPON 02:PENALT	A3(A)	22/06/2002	Sábado	11:03:35	11:08:44	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	398.087	87,79	1
5	COREA-JAPON 02:PRORRO	A3(A)	16/06/2002	Domingo	15:24:17	15:57:36	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	392.456	88,78	10
6	COREA-JAPON 02:PRORRO	A3(A)	22/06/2002	Sábado	10:26:08	11:00:04	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	379.100	90,53	10
7	FUTBOL:C.REY	TVE1	06/03/2002	Miércoles	20:59:30	22:51:24	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	355.456	64,63	30
8	OPERACION TRIUNFO	TVE1	11/02/2002	Lunes	22:14:42	0:54:53	CONCURSOS	CON ESPECTACULO	HABILIDAD	FAMILIAR	353.374	74,99	42
9	CINE	A3(A)	03/01/2002	Jueves	22:00:29	0:02:30	FICCION	LARGOMETRAJES	COMEDIA	FAMILIAR	318.124	56,15	29
10	COREA-JAPON 02:FUTBOL	A3(A)	16/06/2002	Domingo	13:29:55	15:20:26	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	303.654	84,67	25
11	ANA Y LOS 7	TVE1	01/07/2002	Lunes	22:05:56	23:35:39	FICCION	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	HUMOR/COMICA	FAMILIAR	296.653	70,04	20
12	COREA-JAPON 02:FUTBOL	A3(A)	22/06/2002	Sábado	8:30:05	10:22:18	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	288.989	88,96	24
13	LOS SIMPSONS	A3(A)	16/09/2002	Lunes	14:29:14	14:58:34	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	286.201	65,50	6
14	FUTBOL:LIGA CAMPEONES	TVE1	15/05/2002	Miércoles	20:46:24	22:41:54	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	283.602	68,38	25
15	OPERACION TRIUNFO	TVE1	11/03/2002	Lunes	22:18:03	0:18:33	CONCURSOS	CON ESPECTACULO	HABILIDAD	FAMILIAR	282.886	73,19	26
16	LOS SIMPSONS	A3(A)	04/09/2002	Miércoles	14:29:37	14:58:40	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	280.666	66,38	6
17	COREA-JAPON 02:FUTBOL	A3(A)	12/06/2002	Miércoles	13:30:04	15:20:35	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	275.309	76,47	23
18	LOS SIMPSONS	A3(A)	29/09/2002	Domingo	14:29:14	14:58:55	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	274.332	72,93	6
19	LOS SIMPSONS	A3(A)	19/09/2002	Jueves	14:29:20	14:58:39	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	271.532	66,12	6
20	LOS SIMPSONS	A3(A)	24/09/2002	Martes	14:31:24	14:58:47	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	270.163	68,05	6
21	LOS SIMPSONS	A3(A)	13/09/2002	Viernes	14:28:19	14:58:52	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	269.522	68,04	6
22	ANA Y LOS 7	TVE1	08/07/2002	Lunes	22:05:20	23:34:23	FICCION	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	HUMOR/COMICA	FAMILIAR	263.864	68,21	18
23	LOS SIMPSONS	A3(A)	14/12/2002	Sábado	14:28:25	14:58:23	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	258.888	67,28	6
24	LOS SIMPSONS	A3(A)	05/09/2002	Jueves	14:29:08	14:58:54	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	258.874	62,65	6
25	LOS SIMPSONS	A3(A)	27/09/2002	Viernes	14:29:45	14:58:45	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	258.195	64,96	6
26	OPERACION TRIUNFO	LA 2	11/02/2002	Lunes	21:48:33	22:13:49	CONCURSOS	CON ESPECTACULO	HABILIDAD	FAMILIAR	257.540	49,57	5
27	LOS SIMPSONS	A3(A)	17/09/2002	Martes	14:28:38	14:58:52	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	257.352	63,99	6
28	HOSPITAL CENTRAL	T5(A)	26/06/2002	Miércoles	22:05:28	23:56:59	FICCION	SERIES SIN CONTINUIDAD ARGUMENTAL	MÉDICOS/HOSPITALES	FAMILIAR	256.370	69,79	22
29	LOS SIMPSONS	A3(A)	25/09/2002	Miércoles	14:30:29	14:58:46	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	256.085	67,29	6
30	FUTBOL:LIGA CAMPEONES	TVE1	23/04/2002	Martes	20:45:02	22:37:38	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	255.470	64,44	22
31	LOS SIMPSONS	A3(A)	18/09/2002	Miércoles	14:30:00	14:58:42	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	254.004	65,56	6
32	LOS SIMPSONS	A3(A)	19/10/2002	Sábado	14:29:26	14:58:35	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	252.187	79,89	6
33	COREA-JAPON 02:PRORRO	A3(A)	18/06/2002	Martes	15:26:07	15:55:28	DEPORTES	RETRANSMISIONES DIRECTO	FUTBOL	FAMILIAR	252.173	60,85	5
34	ESTO ES CINE	A3(A)	02/03/2002	Sábado	22:57:17	0:40:36	FICCION	LARGOMETRAJES	COMEDIA	FAMILIAR	252.034	69,96	20
35	LOS SIMPSONS	A3(A)	02/02/2002	Sábado	14:29:08	14:57:23	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	251.775	74,58	5
36	LOS SIMPSONS	A3(A)	05/10/2002	Sábado	14:28:25	14:58:51	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	250.083	67,68	6
37	ESTO ES CINE PRESENTA	A3(A)	02/03/2002	Sábado	22:50:07	0:40:37	CULTURALES	DIVULGATIVOS/OTROS	OTROS	FAMILIAR	249.568	68,72	21
38	A3 CON LA SELECCION	A3(A)	16/06/2002	Domingo	16:12:38	16:39:11	DEPORTES	PROGRAMAS DEPORTIVOS	FUTBOL	FAMILIAR	249.086	66,79	5
39	LOS SIMPSONS	A3(A)	30/09/2002	Lunes	14:29:13	14:58:42	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	247.761	62,56	6
40	POST FUT.:C.REY	TVE1	06/03/2002	Miércoles	22:51:24	23:24:17	DEPORTES	PREVIOS - POST RETRANSMISIONES	FUTBOL	FAMILIAR	247.341	56,56	6
41	CRUZYRAYA.COM	TVE1	08/03/2002	Viernes	22:15:07	23:01:37	MISCLANEA	HUMOR		FAMILIAR	245.718	52,54	9
42	LOS SIMPSONS	A3(A)	30/11/2002	Sábado	14:28:57	14:58:44	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	243.833	72,42	5
43	CUENTAME COMO PASO	TVE1	27/06/2002	Jueves	22:06:59	23:41:31	FICCION	SERIES SIN CONTINUIDAD ARGUMENTAL	VIDA COTIDIANA/SAGA	FAMILIAR	241.960	53,13	17
44	LOS SIMPSONS	A3(A)	06/09/2002	Viernes	14:27:53	14:58:44	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	241.844	57,32	6
45	LOS SIMPSONS	A3(A)	03/04/2002	Miércoles	14:26:03	14:57:08	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	241.513	64,74	6
46	ANA Y LOS 7	TVE1	24/06/2002	Lunes	22:04:03	23:34:35	FICCION	SERIES CON CONTINUIDAD ARGUMENTAL	HUMOR/COMICA	FAMILIAR	240.939	58,63	16
47	LOS SIMPSONS	A3(A)	20/09/2002	Viernes	14:28:23	14:58:44	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	240.218	63,15	6
48	LOS SIMPSONS	A3(A)	12/01/2002	Sábado	14:29:04	14:58:53	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	239.230	59,88	5
49	LOS SIMPSONS	A3(A)	28/12/2002	Sábado	14:30:30	14:58:39	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	237.264	71,21	5
50	LOS SIMPSONS	A3(A)	09/11/2002	Sábado	14:28:48	14:58:43	FICCION	DIBUJOS ANIMADOS	SERIE	FAMILIAR	236.938	62,82	5

LIVRE VERT

SUR LA PROTECTION DES MINEUR ET DE LA DIGNITE HUMAINE DANS LES SERVICES AUDIOVISUELS ET D'INFORMATION

INTRODUCTION

Le présent Livre vert a pour but d'examiner les défis qui se posent à la société pour garantir que deux problèmes particuliers présentant un intérêt primordial pour le public, à savoir la protection des mineurs et la protection de la dignité humaine, soient pris en considération de manière adéquate dans le monde, en rapide mutation, des services audiovisuels et d'information. Le passage de l'univers de la radiodiffusion à un environnement où la télévision classique coexistera avec des services en ligne et, de fait, avec des produits hybrides ouvre une multitude de possibilités. L'ensemble des capacités offertes par ces réalisations dépendra de la manière dont la société tout entière trouvera le juste équilibre entre la liberté d'expression et les considérations d'intérêt public, entre les politiques visant à favoriser l'apparition de nouveaux services et la nécessité de garantir que les possibilités ainsi ouvertes ne soient pas détournées par une minorité aux dépens de la majorité. Certains aspects de ces problèmes requièrent des solutions à l'échelle européenne, voire mondiale. D'autres restent du ressort de chaque Etat ou de l'individu lui-même. La Commission estime qu'il est légitime et nécessaire, dans ce cadre, d'étudier la situation dans son ensemble, afin d'examiner la valeur ajoutée que doit apporter chaque échelon du pouvoir, tout en accordant une attention particulière aux initiatives au niveau de l'Union européenne dans le strict respect du principe de subsidiarité.

Les problèmes abordés - la protection des mineurs et de la dignité humaine - figurent actuellement en bonne place dans l'agenda politique. Le premier rapport annuel du Forum de la société de l'information, adopté en juin 1996, les considère comme faisant partie des priorités en matière de protection juridique. Ces problèmes ont aussi été traités systématiquement - par les politiques nationales et communautaires - comme présentant un intérêt primordial pour le public. Les mesures légales et autres dans ce domaine ont naturellement été conçues comme une attribution des caractéristiques des médias électroniques traditionnels (radiodiffusion télévisuelle et sonore) qui, par nature, sont centralisés et constituent des instruments de communication de masse. Les nouveaux services qui apparaissent présentent quant à eux deux caractéristiques foncièrement différentes : ils sont décentralisés et plus proches de la communication individuelle que de la communication de masse. Même si le contenu effectif de ces services est parfois le même - films, bulletins d'informations ou documentaires -, ces différences doivent être prises en considération lors de la conception des politiques. Voilà pourquoi le présent Livre vert décrit l'évolution des services audiovisuels et d'information et étudie la législation actuelle et les politiques aux niveaux national, européen et international, ainsi que les conséquences qu'entraîne pour ces politiques le développement de nouveaux services, dans la mesure où les deux problèmes examinés sont concernés. Les possibilités d'actions examinées sont diverses et ont une portée générale, s'étendant de la réglementation et l'auto-réglementation au développement de dispositifs de contrôle parental en passant par des mesures de sensibilisation et d'information.

L'objectif du présent Livre vert de la Commission est de susciter un débat à moyen et long terme. Il est présenté en même temps que la communication de la Commission intitulée "Contenu illicite et préjudiciable sur Internet". Ces deux documents sont parfaitement complémentaires tant en ce qui concerne la chronologie que la portée. La communication présente des mesures à court terme destinées à traiter des questions spécifiques liées à l'Internet qui dépassent le cadre de la protection des mineurs et de la dignité humaine. Outre son caractère consultatif et sa nature orientée vers le plus long terme, le Livre vert porte spécifiquement sur la protection des mineurs et de la dignité humaine dans le domaine des nouveaux services audiovisuels et d'information en général. Ces deux documents sont une réponse au Parlement européen et au Conseil, qui avaient demandé un examen approfondi des questions de politique européenne liées au développement de nouveaux services.

A cet égard, la Commission souhaite souligner qu'un certain nombre d'initiatives ont déjà été lancées, ou sont à l'étude, qui traitent soit spécifiquement, soit accessoirement de questions d'intérêt public apparentées. Par exemple, la communication de la Commission sur "Les services d'intérêt général en Europe" consacre une partie à la radio et à la télévision, où il est indiqué que les considérations d'intérêt général en cause dans ce secteur concernent essentiellement le contenu des programmes radiodiffusés et sont liées aux valeurs morales et démocratiques, comme le pluralisme, la déontologie de l'information et la protection de la personne. La propriété intellectuelle fait l'objet du Livre vert sur le droit d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information. Le livre vert sur les communications commerciales porte notamment sur des questions d'intérêt public dans le domaine de la publicité et du parrainage. Une directive a été adoptée sur la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel. La directive "Télévision sans frontières", qui est en cours de révision, prévoit des règles communautaires coordonnées dans un certain nombre de domaines, notamment la protection des mineurs. La proposition de directive sur "La transparence réglementaire dans le marché intérieur pour les services de la société de l'information" facilitera la coordination communautaire des futures activités réglementaires et la poursuite des objectifs d'intérêt public dignes d'être protégés.

Enfin, d'autres problèmes découlant du développement des nouveaux services audiovisuels et d'information - comme ceux relatifs à la diversité culturelle et linguistique - ont déjà fait l'objet de plusieurs initiatives récentes (comme les programmes MEDIA II, INFO 2000 et les Systèmes d'information multilingues). La Commission étudiera les résultats de ces initiatives compte tenu de leurs objectifs et présentera en temps utile une évaluation actualisée de la situation et de tout besoin en matière d'initiatives nouvelles.

RESUME

La lutte contre la circulation de *contenus affectant la dignité humaine* et la *protection des mineurs de l'accès à des contenus nuisibles pour leur épanouissement* revêtent une importance fondamentale pour permettre à de nouveaux services audiovisuels et d'information de se développer dans un climat de confiance. Si des moyens efficaces visant à protéger l'intérêt public dans ces domaines ne sont pas rapidement identifiés et mis en oeuvre, ces nouveaux services risquent de ne pas atteindre tout leur potentiel économique, social et culturel.

Le **chapitre I** du présent Livre vert identifie les aspects du développement des nouveaux services audiovisuels et d'information qui sont pertinents pour la protection des mineurs et de la dignité humaine et présente une analyse des types de contenus qui peuvent faire problème. **Il souligne qu'il faut éviter l'amalgame de problèmes qui sont de nature différente, comme la pornographie enfantine, qui est illicite et tombe sous le coup de sanctions pénales, et le fait que des enfants aient accès à des contenus pornographiques pour adultes, qui, tout en étant néfastes à leur épanouissement, peuvent ne pas être illégaux pour les adultes.** Des solutions doivent être élaborées pour qu'il soit tenu compte du type de contenu en question.

Ces solutions doivent aussi être adaptées à la suite de l'évolution de l'environnement des services. De nouveaux services de télévision, comme le paiement à la séance (pay-per-view), offrent un **choix individuel accru**. Ils s'éloignent du modèle de médias de masse, où le spectateur a le choix entre regarder une émission ou ne pas la regarder, pour se rapprocher d'un modèle de type éditorial, c'est-à-dire que le spectateur sélectionne son programme à partir d'un vaste choix. Les services en ligne portent cette évolution plus loin vers le **modèle de communication individuelle**. En termes géographiques, les réseaux de distribution sont **d'une nature moins nationale et de plus en plus mondiale**, l'Internet étant un réseau mondial de réseaux. En outre, de nouveaux types de contenus apparaissent. Une émission télévisée classique qui est regardée du début à la fin est linéaire par nature, tandis que l'**interactivité** permet de naviguer dans des scénarios différents. Des **formes hybrides de contenus** voient le jour, par exemple en associant de manière originale des jeux, de la publicité ou de l'information.

Le développement de nouveaux services exige un **environnement souple**, notamment sur le plan réglementaire. Une analyse fonctionnelle des caractéristiques de chaque nouveau type de service est nécessaire pour identifier de nouvelles solutions. Tout nouveau risque inhérent à la nature des nouveaux services doit être évalué avec attention. Les craintes au sujet de la protection des mineurs et de la dignité humaine que suscitent les nouveaux services audiovisuels et d'information justifient l'attention tant des pouvoirs publics que des citoyens. Toutefois, il ne faut pas exagérer le problème - **la difficulté réside souvent davantage dans les caractéristiques de nouveaux services par rapport aux médias traditionnels que dans leurs contenus.**

Le **chapitre II** contient une analyse des dispositions juridiques et constitutionnelles en vigueur au niveau européen et national. Il y est précisé que toutes les dispositions nationales en Europe s'inscrivent dans le cadre des droits fondamentaux figurant dans la **Convention européenne des droits de l'homme** (CEDH), qui sont intégrés, en tant que principes généraux du droit communautaire, par l'article F.2 du Traité sur l'Union européenne. En particulier, l'article 10 de ladite Convention garantit le **droit à la liberté d'expression**. Il stipule également que l'exercice de ce droit peut être soumis à certaines restrictions pour des raisons spécifiques, notamment la protection de la santé ou de la morale et la prévention du crime. En conséquence, la liberté d'expression n'est absolue nulle part dans l'Union européenne et fait l'objet de restrictions. La jurisprudence de la Cour européenne des droits de l'homme a développé le **principe de proportionnalité**, à savoir le test capital de la conformité entre toute mesure restrictive et les principes fondamentaux énoncés dans la Convention. L'Europe dispose ainsi d'une base pour une approche commune - le principe de la liberté d'expression et le test de proportionnalité. Au-delà de cette base commune, les **régimes actuels dans les Etats membres varient considérablement, reflétant les différences dans les normes culturelles et morales**. D'une manière générale, les nouveaux services peuvent créer spécifiquement de **nouveaux problèmes en ce qui concerne l'application des dispositions légales**. Par exemple, il est de plus en plus difficile de déterminer les **responsabilités** lorsque plusieurs opérateurs différents interviennent dans la chaîne de communications (fournisseur de réseau, fournisseur d'accès, fournisseur de services, fournisseur de contenus). Ces difficultés sont plus importantes lorsque les divers éléments de la chaîne se trouvent dans différents pays.

Ce chapitre examine ensuite les problèmes relatifs à la **protection des mineurs** contre les contenus nuisibles, mais pas forcément illicites, comme les contenus érotiques pour adultes. Dans certains Etats membres, le principe de la protection des mineurs est intégré dans des dispositions générales, quel que soit le média concerné, qui interdisent la fourniture aux mineurs de contenus susceptibles de nuire à leur épanouissement (mais qui sont légalement accessibles aux adultes). D'autres Etats membres ont des dispositions qui sont spécifiques à chaque média. Dans tous les cas, la mise en oeuvre des mesures de protection des mineurs nécessite l'identification des moyens qui permettent de s'assurer que les mineurs n'auront pas accès à des contenus nuisibles tout en autorisant l'accès aux adultes. **Les récents développements technologiques peuvent apporter de nouvelles solutions grâce à un contrôle parental accru, à la fois dans la télévision ("puce anti-violence" ou "v-chip") et dans les environnements en**

ligne (PICS). Dans un cas comme dans l'autre, la labellisation des contenus est un élément clé du système. Les nouvelles possibilités techniques sont plus limitées en télévision que dans l'environnement en ligne, mais les deux cas présentent ***l'avantage d'offrir des solutions partant de la base ("bottom-up") plutôt que des solutions venant du sommet ("top down")*** qui rendent superflue toute censure préalable et ***renforcent l'efficacité potentielle de l'auto-réglementation***.

Le ***chapitre III*** présente une analyse de la situation au niveau de ***l'Union européenne***, à la fois en ce qui concerne le droit communautaire et la coopération dans le domaine de la justice et des affaires intérieures. La ***libre prestation des services*** est l'une des quatre libertés fondamentales garanties par le Traité. Des restrictions sont possibles pour des raisons primordiales d'intérêt public, comme la protection des mineurs et de la dignité humaine, mais sont soumises en particulier au ***test de proportionnalité***.

Dans la lutte contre les contenus illégaux, ***on reconnaît que la coopération entre Etats membres dans les domaines de la justice et des affaires intérieures a un rôle fondamental à jouer compte tenu du caractère international des nouveaux services***. Grâce à une telle coopération, les Etats membres pourront s'opposer plus efficacement aux usages et contenus illégaux. En outre, la cohérence interne les placera en meilleure position pour oeuvrer en faveur de solutions à l'échelle mondiale.

Ce chapitre passe en revue différentes possibilités de ***renforcer la coopération entre les administrations nationales et avec la Commission***, à la fois au niveau communautaire et dans le cadre de la justice et des affaires intérieures (échange systématique d'informations, analyse comparée des législations nationales, définition d'un cadre commun pour l'auto-réglementation, recommandations pour la coopération dans les domaines de la justice et des affaires intérieures, orientations communes pour la coopération internationale). Il évalue également les possibilités de ***encourager la coopération entre les industries concernées*** (codes de conduite, standards communs pour les systèmes de labellisation, promotion du standard PICS). D'éventuelles mesures de sensibilisation et d'information des utilisateurs sont également soumises au débat.

Sur la base des premières propositions d'actions présentées par la Commission dans sa communication "Contenu illicite et préjudiciable sur Internet", les ***chapitres II et III*** identifient tous deux ***une série de questions***, pour examen approfondi, sur des problèmes que la Commission considère comme essentiels pour définir les actions futures. Il s'agit, dans l'ordre :

Question 1 :

En tenant compte de ce qui est techniquement faisable et économiquement raisonnable, quelles devraient être les responsabilités des différents opérateurs intervenant dans la chaîne de communication des contenus, de l'auteur à l'utilisateur final (quels types de responsabilité - pénale, de droit commun, éditoriale - et quelles conditions d'exonération de cette responsabilité) ?

Question 2 :

Comment contrôler la proportionnalité des mesures prises ? Faut-il, notamment, envisager des mécanismes d'arbitrage ou de conciliation au niveau de l'Union européenne ? Si oui, lesquels ?

Question 3 :

Comment déterminer le juste équilibre entre la protection de la vie privée (y compris en permettant aux utilisateurs d'agir anonymement sur les réseaux) et la nécessité de sanctionner les comportements illégaux ?

Question 4 :

Doit-on privilégier une approche réglementaire ou d'auto-réglementation (éventuellement encadrée) en matière de dispositifs de contrôle parental ? Quelles seraient les règles à prévoir, notamment au niveau de l'Union européenne ?

Question 5 :

Dans quels cas (types de services ou autres critères) devrait-on envisager la fourniture systématique de dispositifs de contrôle parental ? Doit-on envisager des régimes de fourniture obligatoire ? Si oui, sous quelle forme et vis-à-vis de quels opérateurs ? Dans ces différents cas, quelles sont les fonctions indispensables que devraient fournir les dispositifs proposés ?

Question 6 :

Comment peut-on mettre en oeuvre une décentralisation de la labellisation des contenus, permettant de respecter les différentes sensibilités nationales, locales et personnelles, dans le cas des services audiovisuels et d'information transnationaux ?

Question 7 :

Quels sont les éléments de standardisation qui permettraient un développement cohérent de la labellisation des contenus au niveau européen, notamment dans les services numériques (standardisation des types d'informations fournies, de l'encodage et du décodage de ces informations ou autres) ?

Question 8 :

Comment mettre en oeuvre la coopération administrative au niveau de l'Union européenne ? Doit-elle être formalisée ? Si oui, dans quel cadre institutionnel ?

Question 9 :

Comment articuler les travaux au niveau européen et international ? Notamment, doit-on privilégier le développement de solutions au niveau de l'Union européenne avant de les promouvoir au niveau international ou doit-on mener les deux exercices en parallèle ? Quels sont les cadres les plus pertinents pour la coopération internationale (G7, OCDE, UIT, OMC, UN...ou contacts bilatéraux) ? Comment doit se formaliser cette coopération internationale ?

CHAPITRE I CONTEXTE ET PROBLEMATIQUE DE LA PROTECTION DES MINEURS ET DE LA DIGNITE HUMAINE

Le présent chapitre vise à identifier les principaux problèmes que peuvent poser les contenus des services audiovisuels et d'information pour la protection des mineurs et de la dignité humaine.

1. Les problèmes de protection des mineurs et de la dignité humaine

Quelle que soit la portée donnée à la liberté d'expression, la protection des mineurs et de la dignité humaine a toujours constitué un enjeu fondamental dans la régulation des médias. L'apparition de nouveaux médias ne remet nullement en cause la nécessité de cette protection.

Les dispositifs assurant la protection des mineurs et de la dignité humaine peuvent varier selon les pays et les époques. Il faut cependant clairement distinguer deux problématiques liées aux contenus :

- D'une part, *l'accès à certains types de contenus peut être interdit à l'ensemble de la société, quel que soit l'âge des destinataires potentiels et quel que soit le support*. Parmi ces contenus interdits, on peut isoler, au delà des différences des législations nationales, une *catégorie générale de contenus portant atteinte à la dignité humaine* : il s'agit principalement de la pornographie infantile, les formes extrêmes de violence gratuite et l'incitation à la discrimination raciale ou autre, à la haine ou à la violence.
- D'autre part, *l'accès de certains contenus susceptibles d'affecter le développement physique et/ou mental des mineurs n'est autorisé que pour les adultes et donc interdit aux mineurs*. Ces mesures ne doivent pas être confondues avec d'autres mesures d'intérêt général, comme celles visant la protection des consommateurs, qui peuvent également concerner la protection des mineurs (notamment en matière de communications commerciales, des mesures visant à éviter toute forme d'exploitation de leur crédulité) [1].

Ces problématiques sont parfois confondues pour différentes raisons, mais il est fondamental d'éviter l'amalgame et de maintenir la distinction : il s'agit d'*objectifs distincts* posant des *problèmes différents* et qui appellent des *solutions différentes*. Par exemple, il est clair que les moyens à mettre en oeuvre pour rendre effective une interdiction totale et pour restreindre l'accès des mineurs ou l'accès fortuit des adultes sont différents.

2. La modification du contexte

L'apparition de nouveaux services audiovisuels et d'information change radicalement le contexte de la protection des mineurs et de la dignité humaine (voir [annexe II](#)).

2.1 L'univers télévisuel : du média de masse au modèle éditorial

La radiodiffusion digitale va multiplier et diversifier les services de manière spectaculaire : chaque "bouquet digital" compte (ou comptera) plusieurs dizaines de services parmi lesquels des services de paiement à la séance (PPV) ou de quasi-vidéo à la demande (NVOD). Les systèmes de vidéo-à-la-demande (VOD) vont progressivement introduire tout un éventail de nouveaux services transactionnels (des films à la demande aux jeux interactifs en passant par le télé-banking) sans que l'on puisse aujourd'hui déterminer, avec précision, les modalités de cette introduction (infrastructures, mode de communications, types de contenus...).

Cette évolution en cours marque le passage, dans l'univers télévisuel, d'une logique de "média de masse" à une logique de plus en plus proche du modèle éditorial :

- la rareté des fréquences ne limite plus la prolifération des services ;
- les services se diversifient et leur impact se relativise en fonction du nombre total de services disponibles ;
- le téléspectateur dispose d'un large éventail de choix parmi des services et des types de programmes clairement identifiables.

2.2 L'univers en ligne : du modèle éditorial à un nouveau modèle de communications

Le développement des services en ligne dits "propriétaires" tels que CompuServe ou America on line (AOL) et, plus encore la croissance exponentielle de l'Internet sont regardés comme la préfiguration d'un futur marché de masse pour les services en ligne.

Les services en ligne sont des systèmes de communications électroniques qui offrent moyennant un abonnement, une large gamme de prestations (courrier électronique, services d'information, jeux, forums de discussion...) accessibles via le réseau téléphonique, un modem et un ordinateur. Au delà des "Bulletin Board services" (BBS) qui sont implantés depuis longtemps, les services commerciaux "propriétaires" connaissent un rapide essor aux Etats

Unis et font leur entrée sur certains marchés européens. L'architecture fermée de ces réseaux assure un niveau de sécurité des transactions qui a permis l'essor de services commerciaux.

La logique fondamentale des services en ligne est clairement de type éditorial: des contenus sont édités et rendus accessibles au public sur demande individuelle. Mais au travers de certaines ressources des services en ligne et surtout de l'Internet [2], **un nouveau modèle de communication interactive apparaît: chaque utilisateur devient un fournisseur de contenu potentiel. Ce modèle unique en son genre exclut toute analogie simple avec des médias existants et avec les modes traditionnels de télécommunications. Sa spécificité doit être prise en compte.**

2.3 Des services nationaux aux réseaux mondiaux

L'apparition de services thématiques et des services à péage a déjà accru la circulation transfrontalière des émissions de télévision même si ces services ciblent principalement un seul bassin linguistique. L'essor de la télévision digitale va permettre de développer des services très spécialisés dont certains ne seront pas économiquement viables sur un seul marché national. Ces services devront donc exploiter des marchés niches sur une base transnationale pour atteindre une audience suffisante.

En l'état de la technologie, les systèmes de VOD sont difficilement envisageables sur une base internationale. Le coût des liaisons à large bande nécessaires semble rendre peu rentable l'accès à un serveur situé à l'étranger. A plus long terme, en revanche, le développement des systèmes VOD pourrait suivre celui des services en ligne.

Les services en ligne ont déjà une dimension internationale au travers des grands réseaux propriétaires comme AOL ou CompuServe. Chaque fois que ce type de service s'implante dans un nouveau pays, l'ensemble du réseau s'étend et tous les abonnés peuvent communiquer entre eux et accéder aux mêmes contenus.

L'Internet constitue d'ores et déjà un réseau global, potentiellement accessible dans la quasi totalité des pays du monde. Par ailleurs, la structure même de l'Internet rend presque impossible d'isoler une zone géographique déterminée.

Cette évolution des services nationaux aux réseaux mondiaux constitue un défi majeur pour la protection des mineurs et de la dignité humaine. Elle nécessite une réflexion approfondie sur les moyens à mettre en oeuvre et le niveau approprié pour assurer la prise en compte, au niveau international, des principes européens en matière de protection des mineurs et de la dignité humaine.

2.4 L'émergence de nouveaux types de contenus

Le **modèle linéaire** inhérent aux contenus télévisuels (on regarde une émission du début à la fin) fait place à une **architecture plus complexe** qui invite à naviguer plus librement entre les informations fournies, voir même d'interagir avec le contenu (comme dans le cadre des nouveaux supports interactifs: CD-ROM, CD-I, DVD...).

Les contenus clairement identifiés (documentaire, information, publicité, film...) se fondent dans de **nouveaux contenus hybrides** difficiles à qualifier: par exemple un même contenu peut associer de la publicité, de l'information et un aspect ludique sans qu'il soit possible d'isoler clairement ces composantes.

Enfin, dans l'univers digital, **les contenus deviennent globalement manipulables**: on peut facilement les modifier et les distribuer sur une grande variété de supports et de services. Les images générées par ordinateur permettent de créer des "mondes virtuels" et d'insérer des contenus subliminaux qui introduisent une nouvelle ambiguïté dans le rapport à la réalité.

Ces différentes évolutions soulèvent de multiples questions. Comment vérifier la véracité des informations ("faux messages" substitués à l'original, "fausses entreprises" offrant des "faux services ou produits"...) ? Comment défendre les différents droits liés au nom, à l'image, à la réputation d'une personne morale ou physique ? Quel sera, à long terme l'impact sociétal de contenus hybrides mêlant mondes réels et mondes virtuels ? ***Ces questions sont porteuses, à terme, de nouveaux risques encore difficiles à évaluer, notamment pour l'épanouissement mental et physique des mineurs. Il faudra attentivement les identifier et les analyser.***

2.5 Une phase de gestation: nouveaux risques, nouvelles opportunités

Ce nouvel environnement en plein essor est encore loin d'être stabilisé. Le langage commun du digital permet d'envisager divers **scénarios de convergence technologique**, que ce soit au niveau des terminaux (téléviseur, ordinateur ou autres), des infrastructures (réseaux hertziens, télécommunications, câble ou satellite) ou des services eux-mêmes.

Au cours de cette longue phase de gestation, le développement des nouveaux services audiovisuels et d'information ne pourra se poursuivre que dans un **environnement souple** - notamment sur le plan réglementaire - susceptible de s'adapter facilement aux évolutions rapides du secteur. Les différents scénarios de convergence ainsi que la multiplicité des possibilités offertes par l'interactivité rendent plus difficiles l'utilisation automatique des critères traditionnels de distinction entre types de services (téléviseur/ordinateur, communications privées/communications publiques, communications point à point/point à multi-points) de même que les assimilations à des médias existants. ***Il faut dès lors étudier attentivement les différentes fonctions mises en jeu par chaque nouveau service pour identifier ses caractéristiques pertinentes.***

Dans ce contexte de mutations accélérées, il convient d'évaluer les nouveaux risques qui émergent pour la protection des mineurs et de la dignité humaine. De même, il faut prendre la mesure des multiples possibilités de contrôle des contenus qu'offrent les nouveaux services audiovisuels et d'information.

3. L'étendue des problèmes selon les types de services

La nature et l'étendue des problèmes de protection des mineurs et de la dignité humaine ne sont pas les mêmes sur tous les types de services audiovisuels et d'information.

Selon les pays, on peut trouver des émissions érotiques dans la programmation tardive des *chaînes de télévision hertziennes* et des contenus à caractère pornographique sur les *chaînes à péage*. Les *chaînes cryptées* consacrées exclusivement à la pornographie restent un phénomène relativement limité en Europe. Par ailleurs, la question de la violence à la télévision, beaucoup plus difficile à régler, fait l'objet d'un débat dans nombre de pays. Les services de PPV de Nvod et de VOD contiendront souvent une offre de programmes érotiques et/ou pornographiques et seront moins concernés par le débat sur la violence, notamment si les usagers sont correctement informés sur la nature exacte des programmes disponibles.

Les *services en ligne*, offrent une série de sites commerciaux destinés aux adultes contenant notamment des photos à caractère érotique ou pornographique accessibles contre rémunération. Ces sites "publiés" sont clairement identifiables. Malgré le caractère fermé des réseaux propriétaires, on peut également rencontrer tous les autres types de contenus litigieux dans les applications conviviales (groupes de discussion) ou via le courrier électronique.

Comme le montre la Communication "harmful and illegal content on the Internet", l'*Internet* véhicule incontestablement tous les types de contenus litigieux, de la pornographie infantile à l'incitation à la haine en passant par des contenus violents et autres formes d'abus. Mais les sites problématiques sont souvent identifiables et la nécessité de rechercher les informations par une démarche volontaire (via des adresses ou des moteurs de recherche) rend presque impossible de se trouver confronté "par hasard" à des contenus non désirés.

L'importance des questions de protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et d'information n'est certainement pas fortuite. De réels problèmes apparaissent qui justifient pleinement l'attention des pouvoirs publics et des citoyens. Toutefois, la nouveauté réside plus dans des modes de communication qui défient la comparaison avec des médias existants que dans les contenus eux-mêmes. Il est en effet douteux que les nouveaux services véhiculent plus de contenus litigieux que ne l'ont fait les médias traditionnels jusqu'à présent. Les nouveaux services les rendent cependant plus visibles et relativement plus accessibles, tout en étant moins contrôlables que les médias traditionnels. La compréhension du fonctionnement de chaque service apparaît donc cruciale pour la détermination des réponses à apporter.

CHAPITRE II LES REGLES ET MOYENS DE CONTRÔLE APPLICABLES AUX CONTENUS EN MATIERE DE PROTECTION DES MINEURS ET DE LA DIGNITE HUMAINE

1. Principes généraux communs

Avant d'aborder l'étude des règles et moyens de contrôle mis en oeuvre au niveau national pour répondre aux problèmes de protection des mineurs et de la dignité humaine, il est indispensable de souligner que ces régimes s'inscrivent tous dans le cadre de deux principes fondamentaux, propres à toute société démocratique: la liberté d'expression et le respect de la vie privée (voir [annexe III](#)).

1.1 Le principe de liberté d'expression

Le principe de liberté d'expression est consacré dans différentes conventions internationales dont la Convention européenne pour la sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales (ci-après "la Convention") est à la fois la plus achevée et une référence importante pour l'Union européenne. Tous les Etats membres sont parties à cette Convention et, à l'exception du Royaume Uni, ont fait de la liberté d'expression un principe constitutionnel.

Bien que la Communauté européenne ne soit pas directement liée par ce texte, elle en intègre le contenu dans son ordre juridique propre par l'article F2 du Traité sur l'Union européenne et par la jurisprudence de la Cour de Justice sur les principes généraux du droit communautaire.

Le principe n'est cependant nulle part absolu. La liberté d'expression peut être restreinte par l'Etat mais ces restrictions font l'objet d'un encadrement très précis: *pour qu'une mesure restrictive soit considérée comme nécessaire dans une société démocratique, elle doit correspondre à un besoin social impérieux et être efficace sans être disproportionnée au regard des limitations qu'elle impose. Cette appréciation exige la mise en oeuvre d'un test de proportionnalité.*

1.2 Le principe du respect de la vie privée

Le principe du respect de la vie privée partage le même statut que celui de la liberté d'expression. Garanti notamment par l'article 8 de la Convention, il admet des limitations dans des conditions similaires à celles de la liberté d'expression.

L'application de règles nationales d'interdiction de certains contenus peut donner lieu à des limitations de ce principe (notamment, pour l'identification et la sanction de communications privées à caractère criminel) mais dans le strict respect du principe de proportionnalité.

Avec la Convention et la prise en compte des principes généraux de droit dans l'ordre juridique communautaire, nous disposons en matière de liberté d'expression et de protection de la vie privée, d'un socle européen commun. Il faut cependant constater que ce socle ne débouche pas sur des règles totalement identiques. Il faut néanmoins souligner l'importance de ces principes: à défaut de règles communes, l'Europe dispose d'une méthode commune d'évaluation des règles limitant la liberté d'expression ou le droit à la vie privée. Cette méthode (test de proportionnalité) doit constituer un puissant facteur de convergence entre les Etats membres dans le traitement réglementaire (ou d'auto-réglementation) des questions de protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et d'information.

2. Les règles et moyens mis en oeuvre au niveau national

L'étude des réglementations et autres mesures nationales en matière de protection des mineurs et de la dignité humaine révèle de manière éclatante la diversité des traditions légales et culturelles des Etats membres (voir [annexe III](#)). Elle permet cependant de dégager les grandes tendances et les problèmes particuliers.

2.1. Les régimes de protection de la dignité humaine

Le premier type de réglementations nationales vise à rendre totalement illégaux certains types de contenus, jugés insupportables tant pour l'individu que pour la communauté, et portant atteinte aux fondements même de la société et notamment à la dignité de l'homme.

Tous les Etats membres connaissent des régimes généraux d'interdiction concernant certains types de contenus. Dans la plupart des cas, *l'interdiction de la production, de la distribution, de l'importation et de la publicité de tels contenus* est assortie de lourdes sanctions financières ou de peines de prison, qu'elles soient édictées dans le cadre du droit pénal ou dans des textes spécifiques. De par leur caractère général, de telles interdictions concernent tous les types de supports et de services, y compris ceux qui sont apparus après l'adoption des règles. L'âge du destinataire ou de l'utilisateur est ici sans pertinence.

Des interdictions de contenus portant atteinte à la dignité humaine telles que les *contenus obscènes, contraires aux bonnes moeurs ou indécentes* existent dans une majorité d'Etats membres. Dans certains cas, ces termes font l'objet d'une définition légale, dans d'autres, il revient à la jurisprudence d'en dégager le sens.

En fonction de ces caractéristiques, il apparaît possible de déterminer les types de contenus largement interdits dans l'Union européenne.

Le contenu le plus unanimement interdit dans l'union est certainement la *pornographie infantile* (sous forme de photos, de "pseudo-photos" ou d'images animées). Le Congrès mondial contre l'exploitation sexuelle des enfants récemment réuni à Stockholm a attiré l'attention sur le problème de la circulation de tels contenus sur les réseaux de communications et a souligné l'opportunité de criminaliser la simple détention de tels contenus.

Les concepts généraux de type obscénité, bonnes moeurs... couvrent généralement l'interdiction de la *pornographie violente* (y compris la pornographie impliquant des adultes non consentants) et de la *zoophilie*.

L'incitation à la haine et/ou la violence fait également l'objet d'interdictions générales dans un nombre significatif de pays. Un objectif commun semble émerger: il s'agit de lutter contre tous les types de contenus qui, directement ou indirectement, incitent à la haine, à la discrimination ou à la violence à l'encontre de personnes ou de groupes de personnes en raison notamment de leur race, leur nationalité, leur couleur de peau, leur sexe ou leur religion.

La disparité (et le manque de transparence) de ces règles nationales rend plus difficile la mise en oeuvre des règles nationales existantes dans le cas de services ou de réseaux transnationaux ainsi que la mobilisation des industries concernées au niveau européen. En outre, elle est susceptible de déboucher sur des obstacles disproportionnés à la libre prestation de services dans la Communauté et elle empêche la défense de principes communs dans les enceintes internationales.

Face à ce constat, la Commission reconnaît le *rôle fondamental de la coopération des Etats membres, notamment dans le cadre de la coopération en matière de justice et d'affaires intérieures* (voir infra, [chapitre III, point 2](#)). Il apparaît important de définir certains standards communs sur ce qui devrait être considéré comme illégal. En outre, la coopération pénale, judiciaire et policière devrait être renforcée entre les Etats membres.

Une fois les contenus interdits identifiés, les Etats membres doivent appliquer les régimes d'interdiction, c'est à dire identifier et sanctionner les contrevenants relevant de la juridiction nationale. Dans le contexte des nouveaux services audiovisuels et d'information, cette application se heurte à de nouvelles questions: les services centralisés présentent l'avantage d'identifier clairement un opérateur pour débattre des règles pertinentes et assumer la responsabilité dans leur mise en oeuvre; en revanche, *dans les services décentralisés il devient difficile de déterminer les responsabilités respectives des différents intervenants dans la chaîne de communications, de l'injection d'un contenu à son accès par l'utilisateur final* (voir Communication "Contenu illégal et préjudiciable sur Internet").

La responsabilité des utilisateurs qui injectent des contenus illégaux dans le réseau et l'exonération de responsabilité des opérateurs qui assurent des fonctions de pur transport semblent établies. En revanche, la question de la responsabilité des intermédiaires (notamment les fonctions qui impilquent l'hébergement - même temporaire - des contenus dans un format lisible) reste largement ouverte. Il s'agit de déterminer ce qui est techniquement possible, économiquement raisonnable et de respecter un équilibre entre la protection de la liberté d'expression et de la vie privée, d'une part, et, d'autre part la protection de la dignité humaine et des mineurs.

Par ailleurs, *la nature globale des réseaux de communication restreint les possibilités de mise en oeuvre effective des législations nationales*. Dans le cas de services décentralisés sur des réseaux internationaux, les contenus litigieux peuvent rapidement être relayés sur d'autres serveurs pour contourner d'éventuelles mesures de blocage. Outre le risque de "délocalisation" massive des serveurs vers des pays plus laxistes, cette mobilité pose la question de la mise à jour des éventuelles listes de sites ou contenus litigieux. Ensuite, le blocage des sites hébergeant des contenus litigieux peut, dans de nombreux cas, s'avérer disproportionné, s'il implique le blocage de tous les services et contenus hébergés par un même serveur.

Différents cas concrets mettant en jeu de telles questions ont fait émerger un débat en attendant le développement d'une jurisprudence. Alors que certains Etats membres esquissent des réponses réglementaires, l'autoréglementation

des opérateurs concernés apporte les premières réponses à ces problèmes concrets (voir la Communication "Contenu illégal et préjudiciable sur Internet").

Mais ces solutions nationales isolées montrent vite leurs limites et le développement d'une approche cohérente au niveau de l'Union Européenne faciliterait l'application du droit national tout en évitant des entraves disproportionnées au développement transfrontalier des services dans le cadre du marché intérieur.

Prenant appui sur les premières orientations concrètes présentées dans le Communication "Contenu Illégal et préjudiciable sur Internet", cette approche cohérente peut être approfondie autour des questions suivantes:

1 En tenant compte de ce qui est techniquement faisable et économiquement raisonnable, quelles devraient être les responsabilités des différents opérateurs intervenant dans la chaîne de communication des contenus, de l'auteur à l'utilisateur final (quels types de responsabilité - pénale, de droit commun, éditoriale - et quelles conditions d'exonération de cette responsabilité)?

2 Comment contrôler la proportionnalité des mesures prises? Faut-il, notamment, envisager des mécanismes d'arbitrage ou de conciliation au niveau de l'Union européenne? Si oui, lesquels?

3 Comment déterminer le juste équilibre entre la protection de la vie privée (y compris en permettant aux utilisateurs d'agir anonymement sur les réseaux) et la nécessité de sanctionner les comportements illégaux?

2.2. Les régimes de protection des mineurs

Dans certains Etats membres, la portée générale du principe de protection des mineurs est traduite dans des ***dispositions à caractère pénal qui interdisent la fourniture à des mineurs de contenus susceptibles de nuire à leur épanouissement***, ces contenus restant légalement accessibles aux adultes. Ces dispositions sont d'application générale, quelle que soit la manière dont intervient la fourniture du contenu litigieux au mineur. Dans les Etats membres qui ne disposent pas d'une telle règle générale, le même type de protection est assuré par des ***règles spécifiques à chaque média***.

Dans tous les cas, la mise en oeuvre d'un régime de protection des mineurs nécessite d'identifier les moyens qui permettent raisonnablement de s'assurer que des mineurs n'auront normalement pas accès à des contenus susceptibles de nuire à leur épanouissement physique ou mental, tout en permettant l'accès des adultes qui le souhaitent à ces contenus.

2.2.1 Le contrôle de l'accès des mineurs aux contenus litigieux

Les modalités du contrôle de l'accès des mineurs aux contenus dépend largement de la nature du service. Bien que certains points communs émergent entre l'univers de la radiodiffusion et celui des services en ligne, nous étudierons séparément ces deux domaines pour clarifier la présentation (voir [annexe IV](#)).

a) services de radiodiffusion

Dans le cas de la télévision traditionnelle, la programmation des émissions a permis d'instituer une ***protection basée sur l'horaire de diffusion des programmes***: les programmes susceptibles de nuire aux mineurs ne peuvent être diffusés qu'en fin de soirée, à une heure où les enfants ne sont pas sensés regarder la télévision. Techniquement, ce système de barrière horaire peut être appliqué à tout service de télévision, mais il ne correspondra pas nécessairement à la logique de la télévision de demain. Par ailleurs, certains radiodiffuseurs privés et publics ont développé, sur une base le plus souvent volontaire, des ***systèmes de signalisation*** visant à informer les téléspectateurs sur la nature des programmes diffusés. Différents logos sont associés à une classification des programmes susceptibles de nuire aux mineurs.

Dans tous les cas, ces systèmes ne visent qu'à faciliter l'exercice du contrôle par les parents ou les éducateurs qui jouent un rôle déterminant pour rendre la protection effective.

Les nouveaux services de radiodiffusion offrent de nouvelles solutions pour la protection des mineurs. ***L'accès conditionnel inhérent à tous les services à péage offre de multiples possibilités de contrôle vis à vis des mineurs:***

- d'une part, l'abonnement, constitue en soi une occasion pour les parents de vérifier que le service qu'ils choisissent ne présente pas de contenus susceptibles de heurter la sensibilité de leurs enfants;
- d'autre part, le lien privilégié entre l'abonné et le service à péage a souvent amené les services concernés à développer une politique d'information du consommateur sur les programmes diffusés qui inclut des conseils aux parents;
- enfin, différentes fonctions techniques sont parfois proposées pour faciliter le contrôle parental: ; il peut s'agir d'un simple système de verouillage qui permet aux parents de bloquer l'accès aux émissions, par exemple, en leur absence; Il peut s'agir d'un système qui ne permet l'accès aux émissions (ordinairement brouillées) que moyennant l'utilisation d'un code personnel (Personal Identification Number ou PIN), d'une carte spéciale ou d'une carte de crédit. Dans le cas de services pour adultes, ce type de système permet aux parents de contrôler l'accès aux émissions.

L'émergence de ***dispositifs techniques de contrôle parental*** a suscité un vaste débat, notamment sur l'opportunité d'y avoir recours dans le domaine de la télévision en clair. L'opportunité de coupler une classification systématique des contenus à un mécanisme de contrôle parental, sur le modèle canadien ou américain, a rencontré un intérêt particulier au Parlement Européen et au Conseil lors de la révision de la directive "Télévision sans frontières" [3]. La question a également donné lieu à un débat dans plusieurs Etats membres. Les différents débats ont rapidement fait émerger, au delà des problèmes de mise en oeuvre de ce type de système (notamment en matière de classification des contenus), une question plus fondamentale d'opportunité qui n'a pas encore été tranchée.

Les industries concernées ont également reconnu l'importance de la question de la protection des mineurs et développent des solutions concrètes. Des *guides électroniques* pour naviguer dans la diversité des programmes télévisuels seront bientôt proposés sur le marché et offriront certaines possibilités en matière de contrôle parental. Originellement conçus pour faciliter et automatiser la programmation des magnétoscopes dans un environnement multi-chaînes, ces guides électroniques pourront décrypter une large gamme d'informations sur les programmes, y compris en matière de contenus problématiques pour des mineurs.

Dans le domaine de la *télévision digitale*, l'usage d'un décodeur et la nécessité de disposer de guides électroniques, en raison de la quantité de programmes disponibles, fournissent l'opportunité de développer des dispositifs d'information du téléspectateur et de contrôle des contenus. En phase de lancement, la pression sur le prix des décodeurs numériques n'a jusqu'à présent pas permis d'intégrer cette dimension. Mais à mesure que se développera le marché, si cela semble répondre à un besoin des consommateurs, l'introduction de ce type de fonctions pourra se faire à des coûts modérés.

b) Les services en ligne

Contrairement aux services de radiodiffusion, les services en ligne ne permettent pas une ségrégation des contenus basée sur l'horaire de diffusion. Tous les contenus disponibles peuvent être consultés en permanence. Par ailleurs, l'accès aux contenus se fait sur une base individualisée (choix d'un contenu précis), au moment choisi par l'utilisateur. Dans ce contexte, les solutions envisageables pour assurer la protection des mineurs peuvent varier selon la nature plus ou moins ouverte des réseaux.

- **Les réseaux fermés**

Les *systèmes de vidéo à la demande* présentent, dans leur stade de développement actuel, certaines caractéristiques qui facilitent la protection des mineurs.

Les opérateurs qui les proposent sont clairement identifiables et relativement peu nombreux. Quand ils ne proposent pas des contenus eux-mêmes, ils établissent des liens contractuels avec des fournisseurs de contenus. Cette structure permet d'instaurer un *système transparent de responsabilité sur les contenus offerts*. S'il apparaît clairement disproportionné d'interdire tout contenu pouvant nuire aux mineurs sur de tels services, il est envisageable de définir, avec les opérateurs concernés, les moyens à mettre en oeuvre pour une protection efficace des mineurs:

- *identification ou classification des contenus litigieux* au travers des guides électroniques de programmes (par exemple, identification d'un espace réservé aux divertissements pour adultes);
- *preuve de l'âge* à l'occasion de paiement ou de l'accès au programme (via une carte bancaire ou un système de numéro personnel d'identification);
- possibilité "*d'opting out*" de certaines catégories de programmes à la demande de l'utilisateur (l'utilisateur n'aurait alors accès qu'à une partie des contenus disponibles).
- *dispositifs de contrôle parental* permettant de bloquer l'accès à certaines catégories de programmes.

Dans les *services en ligne propriétaires*, la *partie éditoriale* (contenus proposés par le service lui-même ou proposés sur la base d'un contrat entre le service et des fournisseurs de contenus) présente des caractéristiques similaires et offre donc des solutions comparables. La taille du réseau joue ici cependant un rôle crucial: sur un réseau mondial il peut s'avérer difficile de déterminer des solutions acceptables dans tous les pays couverts par le service.

- **Les réseaux ouverts**

Les réseaux de communications ouverts où chaque utilisateur est un fournisseur de contenus potentiel. Sur les *réseaux propriétaires ou sur l'Internet*, des milliers de contenus sont créés, consultés, échangés de façon plus ou moins interactive entre les utilisateurs, ce qui nécessite l'intervention de différents intermédiaires entre le fournisseur de contenus et les utilisateurs qui y accèdent.

Face à la menace d'une co-responsabilité, notamment pénale, pour communication de contenus nuisibles à des mineurs, l'industrie a spontanément développé une série de mécanismes de protection des mineurs. Ces mécanismes peuvent être regroupés selon le niveau auquel ils opèrent: le niveau des fournisseurs de contenus, celui des fournisseurs d'accès ou celui de l'utilisateur.

Pour permettre aux parents un accès complet à l'Internet (ou à un service en ligne propriétaire) tout en contrôlant ou limitant l'accès des mineurs, seuls les systèmes développés au niveau de l'utilisateur offrent une solution globale. Des systèmes de protection et de filtrage extrêmement variés sont basés sur des logiciels dont la sécurité dépend largement de la sophistication du produit.

Au delà de l'identification préalable des utilisateurs commune à tous les systèmes, différentes fonctionnalités sont proposées:

- dispositifs de *blocage de l'ordinateur* permettant aux parents de limiter l'accès des mineurs à des moments où ils sont présents;
- la *mémorisation de la navigation sur les réseaux* (sites accédés, messages échangés...) permet aux parents de surveiller l'usage effectif des services par les mineurs;
- le *filtrage systématique des contenus* permet d'intercepter automatiquement des contenus problématiques. La première génération de systèmes de ce type fonctionne principalement sur la base de mots clés et d'identification de certains types de contenus (images). Cela limite l'efficacité

de la protection (quelques mots clés ne peuvent suffire à déterminer le champ des contenus susceptibles d'affecter des mineurs) tout en occasionnant une limitation importante de l'accès à des contenus non problématiques.

- le **blocage de sites sur une base sélective** peut être mis en oeuvre sur la base d'une labellisation des contenus en vue de leur filtrage par des logiciels.

Tous les services audiovisuels et d'information sont susceptibles d'intégrer des dispositifs de contrôle des contenus, notamment de contrôle parental. De tels systèmes ne sont cependant pas encore disponibles sur tous les services et les systèmes existants n'offrent pas tous la sécurité voulue. Mais l'exploration et l'exploitation de ce potentiel commun à l'ensemble des services audiovisuels et d'information doit constituer une priorité. Vu le caractère potentiellement transfrontalier de tous ces services, l'Union européenne est concernée par les différents aspects de ces développements.

4 Doit-on privilégier une approche réglementaire ou d'auto-réglementation (éventuellement encadrée) en matière de dispositifs de contrôle parental? Quelles seraient les règles à prévoir, notamment au niveau de l'Union européenne?

5 Dans quels cas (types de services ou autres critères) devrait-on envisager la fourniture systématique de dispositifs de contrôle parental? Doit-on envisager des régimes de fourniture obligatoire? Si oui, sous quelle forme et vis à vis de quels opérateurs? Dans ces différents cas, quelles sont les fonctions indispensables que devraient fournir les dispositifs proposés?

2.2.2 La labellisation des contenus

L'identification des contenus susceptibles de nuire aux mineurs soulève de prime abord un problème de fond: d'une part, il n'y a pas nécessairement de consensus, y compris sur le seul plan médical, sur les contenus qui sont susceptibles d'affecter le développement moral ou physique des mineurs; d'autre part, la catégorie "mineurs" n'est pas homogène et il est douteux que les mêmes problèmes se posent pour des enfants de 4 ans que pour des adolescents de 15 ans.

Ces deux difficultés ont abouti dans la pratique à une **grande variété et une large incompatibilité des classifications nationales** mises en oeuvre pour certains médias, notamment le film cinématographique. Transposée dans le domaine des services, cette diversité n'est pas sans conséquences sur la circulation des contenus concernés.

Conjuguer l'exploitation des nouveaux moyens de contrôle des contenus avec la libre circulation des services suppose une **évolution de systèmes centralisés de classification vers des systèmes décentralisés de labellisation des contenus, plus respectueux de la diversité des sensibilités**. Cette évolution apparaît plus ou moins urgente selon la nature des services.

a) Les services de radiodiffusion

En l'absence de dispositifs de contrôle parental, la programmation des chaînes repose sur une classification centralisée, opérée par le radiodiffuseur sur la base de réglementations et de recommandations plus ou moins détaillées. Dans le contexte du développement de guides électroniques de programmes et de systèmes de navigation, des solutions peuvent être développées pour permettre de prendre en compte, dans le cas de services transnationaux, la diversité des sensibilités nationales:

- l'information concernant les programmes offerts peut être différenciée selon les pays ciblés par le service (pour un même service desservant les pays A et B, des classifications différentes - A dans le pays A et B dans le pays B - peuvent être associées aux mêmes programmes);
- la classification/labellisation des programmes peut être décentralisée (le service prévoit des structures de classification/labellisation dans les différents pays qu'il dessert).

b) Les services en ligne

Les systèmes de vidéo-à-la-demande et les services en ligne propriétaires peuvent également opérer une classification des contenus qu'ils proposent eux-mêmes (ou via des contrats avec d'autres fournisseurs de contenus). Sans que cela soit encore systématique sur les services en ligne propriétaires, l'information des utilisateurs sur le caractère éventuellement nuisible de certains contenus pour des mineurs tend à se développer.

En revanche, la structure ouverte de l'Internet ainsi que les applications conviviales et fortement interactives des services en ligne propriétaires posent la question de la classification des contenus en des termes radicalement différents. La variété des formes "d'édition" des contenus et le fait que chaque utilisateur constitue un "éditeur" potentiel nécessite la mise en oeuvre d'un filtrage des contenus disponibles. Trois types différents de filtrage des contenus ont été développés:

- Le filtrage sur base de "**listes noires**" vise à bloquer l'accès à des sites identifiés en fonction des contenus problématiques qu'ils contiennent (nudité, violence, sexe...); la mise à jour permanente de ces listes reste très problématique;
- Le filtrage sur base de "**listes blanches**" n'autorise l'accès qu'à des sites préalablement identifiés; l'accès aux contenus est donc ici largement limité;
- Le filtrage sur base d'une "**labellisation neutre**" permet aux utilisateurs d'utiliser, en fonction de leurs propres critères de sélection, des informations sur les contenus introduites par les fournisseurs de contenus ou des tiers.

La combinaison de ces différents modes de filtrage permet aujourd'hui de créer un environnement globalement sûr pour l'accès des mineurs à l'Internet. Pour autant, seule la généralisation du filtrage sur base de "labellisation neutre" permet d'envisager un règlement global de la question.

Comme le montre la Communication "Contenu illégal et préjudiciable sur Internet", PICS (Platform for Internet Content Selection) offre précisément un standard ouvert et global pour la mise en oeuvre de cette "labellisation neutre". *Au niveau de l'Union européenne, PICS présente un avantage décisif: en offrant un cadre très flexible pour la classification et l'indexation des contenus et en permettant d'associer à un même contenu plusieurs classifications fournies par différents tiers et comportant différents types d'informations, PICS permet de prendre en compte les différences de sensibilité nationales, locales et personnelles.* De nombreux systèmes de filtrage incorporent déjà le système PICS ("PICS compatible") mais le véritable défi reste celui d'atteindre une masse critique de sites et de contenus labellisés.

Pour tous les services fonctionnant sur une logique de demande individuelle du consommateur, l'encouragement de la labellisation des contenus par les fournisseurs de contenus et par des tiers constitue une priorité pour le développement harmonieux de dispositifs de contrôle des contenus en général et de contrôle parental en particulier.

6 *Comment peut-on mettre en oeuvre une décentralisation de la labellisation des contenus, permettant de respecter les différentes sensibilités nationales, locales et personnelles, dans le cas des services audiovisuels et d'information transnationaux?*

7 *Quels sont les éléments de standardisation qui permettraient un développement cohérent de la labellisation des contenus au niveau européen, notamment dans les services digitaux (standardisation des types d'informations fournies, de l'encodage et du décodage de ces informations ou autres)?*

2.3 L'éducation aux médias

Les mutations des services audiovisuels et d'information, de la radiodiffusion généraliste en clair au nouveau modèle de communication offert par l'Internet, nécessitent l'apprentissage d'une nouvelle relation avec les médias audiovisuels (voir également [annexe IV](#)).

Parents et enfants doivent apprendre à utiliser les nouveaux outils de communication. Leur attention doit être attirée sur les nouveaux risques qu'ils comportent mais également sur les différents moyens de protection disponibles. L'information, la sensibilisation et l'éducation s'avèrent primordiaux pour établir une protection efficace des mineurs et instaurer un climat de confiance propice au développement des nouveaux services.

Dans ce contexte, l'initiative "Apprendre dans la Société de l'Information" [\[4\]](#) doit contribuer à diffuser de nouvelles méthodes de sensibilisation des jeunes sur ces questions.

CHAPITRE III LE CONTEXTE DE L'UNION EUROPEENNE INSTRUMENTS ET ACTIONS PRIORITAIRES

Bien que relevant principalement de la compétence des Etats membres, la question de la protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services audiovisuels et d'information concerne également l'Union européenne, et les institutions communautaires ont à plusieurs reprises manifesté leur attachement à la protection de ces intérêts généraux [\[5\]](#).

Dans le cadre du droit communautaire et des instruments qu'il fournit en la matière, deux aspects méritent une attention particulière:

- d'une part, le principe de libre circulation des services dans la Communauté suppose la suppression des entraves injustifiées et parfois, le rapprochement des législations nationales.
- d'autre part, le Traité de l'Union européenne prévoit une procédure de coopération en matière de justice et d'affaires intérieures qui peut s'appliquer à certains aspects de protection des mineurs et de la dignité humaine dans les nouveaux services électroniques.

Par ailleurs, dans différents domaines, la Commission considère que la coopération avec les administrations nationales et les industries concernées, de même que la coopération au niveau international, constituent des axes prioritaires pour l'action au niveau de l'Union européenne.

1. Le principe de libre circulation des services

La libre prestation de services constitue une des quatre libertés fondamentales qui régissent l'établissement et le fonctionnement du marché intérieur.

Le développement des nouveaux services radiodiffusés (télévision digitale, paiement à la séance, quasi vidéo à la demande) intervient dans le cadre de la *directive "télévision sans frontières"* qui comprend certaines règles communes en matière de protection des mineurs et de la dignité humaine et permet ainsi la libre circulation de ces services (voir [annexe III](#)). Inspiré du modèle de la radiodiffusion généraliste en clair, ce cadre réglementaire devra vraisemblablement être testé, notamment en termes de proportionnalité, et sa mise en oeuvre devra tenir compte des caractéristiques des services qui verront effectivement le jour. En revanche, le principe fondamental d'application de la seule loi du pays d'émission, assorti, en matière de protection des mineurs et de la dignité humaine, d'une procédure exceptionnelle de contrôle par l'Etat de réception, ne doit pas être remis en cause.

La Commission étudiera, en étroite collaboration avec les représentants des Etats membres, le fonctionnement des dispositions pertinentes de cette directive, notamment dans le contexte de leur application à de nouvelles formes de services radiodiffusés.

La modification en cours de la directive peut fournir un cadre formel approprié pour cette coopération avec les Etats membres (le Comité de contact). En outre, dans le cadre de l'évaluation périodique de l'application de la directive, la Commission devrait accorder une attention particulière à cette question et, en liaison avec les autorités compétentes des Etats membres, mener une enquête sur les avantages et les inconvénients possibles d'autres mesures visant à faciliter le contrôle exercé par les parents ou les éducateurs sur les programmes.

Si la libre circulation des services de radiodiffusion au sein de la Communauté est assurée dans le cadre de la directive "Télévision sans frontières", la circulation transfrontalière des autres types de services audiovisuels et d'information intervient dans le cadre juridique du Marché intérieur, en particulier du principe de libre circulation des services.

Les Etats membres ont la possibilité de prendre des mesures indistinctement applicables, justifiées par des raisons impérieuses d'intérêt général, mais à condition que ces mesures soient strictement proportionnées au but poursuivi et qu'il n'en existe pas d'autres, moins restrictives, susceptibles d'obtenir un effet équivalent. Nous retrouvons donc ici, dans le contexte de la libre prestation de services, un test de proportionnalité du type de celui que nous avons mis en exergue dans le contexte du principe de liberté d'expression.

Qu'il s'agisse de réglementation ou d'auto-réglementation, la Commission devra veiller à ce que les mesures adoptées ne soient pas discriminatoires et que leur mise en oeuvre effective soit strictement proportionnée aux buts qu'elles poursuivent [6].

A la lumière de ce principe, le développement d'un cadre harmonieux pour le développement transfrontalier des nouveaux services audiovisuels et d'information doit être conçu comme un objectif à poursuivre progressivement (en tenant compte du rythme de développement des services) et par les moyens appropriés. La Commission est d'avis qu'à ce stade de développement des nouveaux services, il est prématuré de présenter des propositions précises, notamment réglementaires, au niveau communautaire.

2. Coopération en matière de justice et d'affaires intérieures

Introduite dans le Traité d'Union Européenne [7], *la coopération en matière de justice et d'affaires intérieures a un rôle fondamental à jouer pour faire face à certains aspects de protection des mineurs et de la dignité humaine dans les nouveaux services électroniques, notamment la mise en oeuvre des régimes d'interdiction pénale de certains types de contenus.*

Comme la définition des délits et crimes varie d'un pays à l'autre, tous les actes répréhensibles ne sont pas nécessairement punissables dans tous les Etats membres. Vu la nature internationale des services audiovisuels et d'information, les auteurs ou fournisseurs de contenus peuvent abuser de cette situation en fournissant des contenus dans un pays où ils sont considérés comme illégaux, à partir d'un pays où ils sont considérés comme légaux. Même quand la législation du pays en cause interdit un contenu et exige une poursuite pénale, l'auteur ou le fournisseur du contenu peuvent se trouver en dehors du champ d'application de la loi pénale et de la compétence des agents de la force publique soumises aux limites du territoire national.

Il apparaît dès lors opportun de *renforcer la coopération entre les Etats membres en vue de lutter efficacement contre les contenus et usages illégaux des nouvelles technologies.* Il est nécessaire d'établir certains *standards communs* dans leurs législations pour éviter des lacunes propices au développement d'activités criminelles. De manière générale, la coopération pénale, judiciaire et policière doit être renforcée entre les Etats membres. Une plus grande cohérence d'approche entre les Etats membres facilitera également la coopération nécessaire avec des tiers.

Le Traité de l'Union Européenne fournit des instruments pour une telle coopération dans le domaine de la Justice et des Affaires Intérieures. *L'accord politique des Ministres de la Justice et des Affaires Intérieures*, réunis à Dublin les 26 et 27 septembre derniers, pour renforcer la coopération policière dans le cadre d'EUROPOL contre la pédophilie et le trafic d'enfants et de femmes, ainsi que pour entreprendre la définition de standards minimums législatifs communs en matière d'abus sexuel des enfants, constitue un exemple récent de cette coopération.

D'autres formes de coopération pourront être envisagées aussi bien sur des questions juridiques (anonymat sur les réseaux, rapprochement des règles pénales, conventions internationales d'extradition...) que des aspects pratiques (par exemple, la formation des autorités policières en matière d'utilisation de l'ordinateur et des réseaux électroniques, échanges d'informations en matière de traitement d'affaires criminelles liées à l'utilisation de nouveaux services électroniques...).

3. Axes prioritaires de coopération

En vue de faciliter l'émergence de solutions cohérentes au niveau de l'Union européenne et sans préjudice des actions à court terme proposées dans le cadre de la Communication "Contenu illégal et préjudiciable sur Internet", la Commission considère qu'il est important d'isoler les domaines de coopération pertinents.

3.1 La coopération administrative

La coopération des administrations nationales compétentes apparaît comme une priorité en vue de définir un cadre cohérent, au niveau de l'Union, concernant la protection des mineurs et de la dignité humaine dans les services en ligne (des systèmes de vidéo-à-la-demande à l'Internet). Cette coopération doit notamment porter sur les aspects suivants:

- **L'échange d'informations** sur les évolutions en cours (problèmes concrets, jurisprudence, auto-réglementation, projets de réglementation...) permettra de développer une expertise communautaire de la problématique.
- **L'analyse comparée des législations nationales et de leur mise en oeuvre** en vue, notamment, d'encourager les Etats membres à introduire des standards minimums communs concernant les contenus illégaux;
- **L'établissement de recommandations et d'orientations pour la coopération en matière de justice et d'affaires intérieures.** Sans préjuger du programme de travail de ce cadre de coopération en matière de justice et d'affaires intérieures, ces priorités concrètes concernant le domaine des nouveaux services pourront être prises en compte dans des travaux qui auront souvent une portée plus large (lutte contre le racisme et la xénophobie, contre la traite des femmes ou contre l'exploitation sexuelle des enfants à des fins commerciales...).
- **La définition d'un cadre commun pour l'autoréglementation au niveau européen,** dans les cas où l'autoréglementation sera jugée opportune. Ce cadre devra notamment comprendre:
 - les *objectifs à atteindre* en matière de protection des mineurs et de la dignité humaine qui constitueront le "cahier des charges" de l'autoréglementation;
 - des principes concernant la *représentation des industries* concernées au niveau européen et les *procédures de décision*;
 - un *calendrier* pour l'élaboration d'un *code de conduite* et de mesures concrètes de protection par les industries concernées;
- **L'établissement de recommandations et d'orientations communes pour la coopération internationale.** Il s'agira d'identifier, sur la base des travaux réalisés au niveau de l'Union, les valeurs et principes communs susceptibles d'être défendus dans les enceintes internationales.

3.2 La coopération des industries concernées

Vu le rôle primordial des industries concernées pour l'élaboration et la mise en oeuvre de toute solution aux problèmes de protection des mineurs et de la dignité humaine, il est indispensable de pouvoir s'appuyer sur une large mobilisation de ces industries au niveau européen. Leur capacité à parler d'une seule voix au travers d'instances réellement représentatives sera ici déterminante.

Les principaux chantiers que devront entreprendre ces industries concernent:

- **l'élaboration d'un code de conduite** et de mesures concrètes dans un cadre défini par la coopération des administrations nationales;
- l'identification de besoins éventuels de **standards communs en matière de labellisation des contenus**;
- la **promotion du standard PICS ou de systèmes ouverts équivalents** en vue d'atteindre rapidement une masse critique de contenus labellisés et de dispositifs de navigation et/ou de contrôle parental compatibles entre eux.

3.3 Coopération pour l'information et la sensibilisation des utilisateurs

Cette question recouvre un double objectif de moyen et long terme:

- faire en sorte que les utilisateurs des nouveaux services électroniques (notamment les parents et les mineurs) soient conscients des **risques spécifiques** qu'ils représentent et qu'ils utilisent efficacement les **moyens de protection existants**;
- promouvoir **l'implication d'associations ou d'organisations représentatives de mouvements de citoyens dans le processus de labellisation des contenus** (labellisation par des tiers).
- promouvoir l'implication des **organisations de consommateurs** ainsi que des consommateurs individuels dans le processus de **surveillance du marché**;
- promouvoir la **sensibilisation des parents** à leur responsabilité de **surveiller les activités de leurs enfants**. Les moyens à mettre en oeuvre dans ce contexte méritent une étude approfondie. Au niveau de l'Union européenne, la Commission propose de travailler, par étapes, autour des axes suivants:
 - **étude** (notamment, évaluation de l'efficacité) des initiatives en cours et **échange de bonnes pratiques**;
 - **coopération** avec les milieux concernés (autorités publiques, communautés éducatives, associations de consommateurs, industries concernées...);
 - établissement d'un **programme d'actions** centré sur le soutien d'initiatives apportant une réelle plus-value communautaire: identification de messages communs et initiatives transnationales (campagnes d'information et de sensibilisation, production de matériels pédagogiques...).
 - **travaux de recherche** visant à établir une Société de l'Information conviviale. Ceci sera l'un des thèmes prioritaires du Vème Programme Cadre de Recherche.

3.4 Promotion de l'accès des mineurs aux nouveaux services électroniques

La Commission étudiera les possibilités de prendre en compte cette priorité dans les programmes communautaires existants en matière d'éducation et de soutien des industries de contenus. Par ailleurs, elle favorisera l'information mutuelle et l'échange de bonnes pratiques dans les réseaux appropriés au niveau européen.

L'importance et la variété des formes de coopération à mettre en oeuvre pour développer des solutions adéquates nationales, communautaires et globales, appellent les questions suivantes:

8 Comment mettre en oeuvre la coopération administrative au niveau de l'Union européenne? Doit-elle être formalisée? Si oui, dans quel cadre institutionnel?

9 Comment articuler les travaux au niveau européen et international? Notamment, doit-on privilégier le développement de solutions au niveau de l'Union européenne avant de les promouvoir au niveau international ou doit-on mener les deux exercices en parallèle? Quels sont les cadres les plus pertinents pour la coopération internationale (G7, OCDE, UIT, OMC, UN...ou contacts bilatéraux)? Comment doit se formaliser cette coopération internationale?

CONCLUSION

L'attention et l'urgence en matière de de protection des mineurs et de la dignité humaine sont principalement focalisées sur les services décentralisés, et notamment l'Internet. Pour ces services, il apparaît clairement qu'entre les limites inhérentes à des solutions purement nationales et la difficulté de dégager et mettre en oeuvre des solutions globales, l'Union européenne a un rôle fondamental à jouer. Mais le potentiel de développement transnational des services centralisés justifie également la recherche de solutions communes et/ou compatibles dans l'Union européenne pour ce type de services.

Dans le prolongement des premières orientations concrètes à court terme, présentées dans la Communication "Contenu illégal et préjudiciable sur Internet", les orientations proposées et les questions posées dans ce Livre Vert visent à approfondir le débat sur les conditions de l'émergence d'un cadre cohérent de protection des mineurs et de la dignité humaine pour les services audiovisuels et d'information dans l'Union européenne. Ces questions et orientations doivent faire l'objet d'une consultation large et approfondie de l'ensemble des milieux concernés.

La Commission espère de nombreuses contributions autour des points suivants:

- commentaires sur l'analyse de la situation présente et informations complémentaires sur les développements en cours (réglementaires, auto-réglementaires, techniques...);
- commentaires sur la pertinence des orientations et des propositions développées;
- réponses concrètes aux différentes questions posées.

Les contributions doivent être adressées, **au plus tard le 28 février 1997**, à l'adresse suivante:

Commission Européennes

[1] Par exemple, dans le contexte de la réglementation des services de radiodiffusion au niveau communautaire (directive 89/552/CE), ces deux types d'objectifs sont clairement séparés: - les règles de protection des mineurs s'appliquent à tous les programmes, y compris les communications à caractère commercial: une publicité comme tout autre type d'émission ne peut contenir d'images ou de messages susceptibles de nuire gravement à l'épanouissement des mineurs (voir art. 22); - les règles de protection des consommateurs applicables à la publicité radiodiffusée contiennent des dispositions spécifiques visant à éviter toute forme d'exploitation de la crédulité des mineurs (voir art. 16).

[2] Voir Communication "Contenu illégal et préjudiciable sur Internet"

[3] Directive 89/552

[4] Doc. COM(96)471 final du 25 septembre 1996

[5] Voir notamment la Déclaration commune du Parlement Européen, du Conseil, des Représentants des Etats membres et de la Commission du 11 juin 1986 contre le racisme et la xénophobie qui est sans doute la plus solennelle à ce jour. [6] S'agissant des mesures à caractère réglementaire, la proposition d'un instrument de transparence pour les services de la société de l'information (COM(96)392) constituera un instrument fondamental pour assurer, au niveau communautaire, le juste équilibre entre, d'une part, la protection d'intérêts généraux tels que la protection des mineurs et de la dignité humaine et, d'autre part, la libre circulation des services électroniques.

[7] Le titre VI du Traité sur l'Union Européenne contient les dispositions sur la coopération dans le domaine de la justice et des affaires intérieures

©ECSC-EC-EAEC, Brussels-Luxembourg, 1996

LEYES AUTONÓMICAS RELATIVAS A LA PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS DE LA INFANCIA

*** Ley 6/1995, de 28 de marzo, de garantías de los derechos de la infancia y la adolescencia, en la Comunidad de Madrid ¹.**

TÍTULO II. FOMENTO DE LOS DERECHOS Y DEL BIENESTAR DE LA INFANCIA Y DE LA ADOLESCENCIA.

CAPÍTULO VI. MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Artículo 17. Actuaciones administrativas.

1. Todo menor tiene derecho a buscar y recibir información según su momento evolutivo.

2. La Administración Autonómica:

Garantizará que los menores tengan acceso a una información plural, veraz y respetuosa con los principios constitucionales.

Fomentará que los medios de comunicación social divulguen información de interés para los menores y realicen publicaciones infantiles y juveniles.

Promoverá la cooperación y el intercambio con otras Comunidades Autónomas en esta materia.

Promoverá publicaciones y espacios en las televisiones públicas dirigidos a los menores y realizados con su participación.

TÍTULO III. GARANTÍAS DE ATENCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA.

CAPÍTULO I. PROTECCIÓN SOCIOCULTURAL.

SECCIÓN II. PUBLICACIONES.

Artículo 32. Actuaciones administrativas.

La Administración Autonómica protegerá a los menores de las publicaciones con contenido contrario a los derechos reconocidos en la Constitución, violento, pornográfico, de apología de la delincuencia o cualquier otro que sea perjudicial para el correcto desarrollo de su personalidad.

SECCIÓN III. MEDIOS AUDIOVISUALES.

Artículo 33. Actividades prohibidas.

Queda prohibida la venta y el alquiler a menores de vídeos, videojuegos o cualquier otro medio audiovisual, que contengan mensajes contrarios a los derechos reconocidos en la Constitución, de carácter violento, de apología de cualquier forma de delincuencia, o de exhibición pornográfica, y su proyección en locales o espectáculos a los que esté permitida la asistencia de menores, y, en general, su difusión por cualquier medio, entre menores.

Artículo 34. Programación de cadenas de televisión y de emisoras de radio.

1. De conformidad con lo dispuesto por la Ley 25/1994, de 12 de julio, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 85/522/CEE sobre la coordinación de disposiciones generales,

¹ Fuente: BOCM de 7 de abril de 1995.

reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, modificada por la Ley 22/1999, de 7 de junio, los operadores de televisión y servicios adicionales observarán las reglas siguientes:

Las emisiones de televisión no incluirán programas ni escenas o mensajes de cualquier tipo que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores.

La emisión de programas susceptibles de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores sólo podrán realizarse entre las veintidós horas del día y las seis horas del día siguiente, y deberán ser objeto de advertencia sobre su contenido por medios acústicos y ópticos.

Cuando tales programas se emitan sin codificar, deberán ser identificados mediante la presencia de un símbolo visual durante toda su duración.

Lo aquí dispuesto será también de aplicación a las emisiones dedicadas a la publicidad, a la televenta y a la promoción de la propia programación.

Al comienzo de la emisión de cada programa de televisión y al reanudarse la misma, después de cada interrupción para insertar publicidad y anuncios de televenta, una advertencia, realizada por medios ópticos y acústicos, y que contendrá una calificación orientativa, informará a los espectadores de su mayor o menor idoneidad para los menores de edad.

2. La programación, total o parcial, de las emisoras de radio que emitan exclusivamente para el territorio de la Comunidad de Madrid, deberán respetar las siguientes reglas:

Horario adecuado a los hábitos generalmente practicados por los menores para emitir los programas infantiles.

Garantizar una franja horaria de especial protección para la infancia, determinada reglamentariamente, en la que no podrán emitirse programas que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores, ni en particular, programas o mensajes de violencia o pornografía.

Artículo 35. Acceso a servicios dañinos.

1. La Administración Autonómica velará para que por medio de las telecomunicaciones los menores no puedan tener acceso a servicios que puedan dañar su correcto desarrollo personal.

2. Se prohíbe la difusión de información, la utilización de imágenes o nombre de los menores en los medios de comunicación, que puede ser contraria al interés del menor o implique intromisión ilegítima en su intimidad. Las Administraciones Públicas de la Comunidad de Madrid comunicarán al Ministerio Fiscal cualquier vulneración de este precepto para que solicite las medidas cautelares y de protección correspondientes.

CAPÍTULO II. PROTECCIÓN ANTE LA PUBLICIDAD Y EL CONSUMO.

Artículo 36. Publicidad dirigida a menores.

1. La publicidad dirigida a los menores, que se divulgue en el territorio de la Comunidad de Madrid deberá estar sometida a límites reglamentariamente establecidos que obliguen a respetar los siguientes principios de actuación:

Adaptar el lenguaje y los mensajes a los niveles de desarrollo de los colectivos infantiles a quienes se dirija.

Las representaciones de objetos deberán reflejar la realidad de su tamaño, movimiento y demás atributos.

No se admitirán mensajes que establezcan diferencias o discriminaciones en razón del consumo del objeto anunciado.

Todos los anuncios deberán hacer indicación del precio del objeto anunciado.

No se podrán formular promesas de entrega de bienes o servicios que impliquen el cumplimiento de condiciones no explícitas.

Evitar la difusión de ideas de inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos.

2. Los mencionados principios no serán exigibles a la publicidad emitida en los medios de comunicación social con cobertura geográfica superior a la de la Comunidad de Madrid, excepto cuando aquella se divulgue exclusivamente en la Comunidad de Madrid o la campaña publicitaria pueda territorializarse.

3. De conformidad con lo dispuesto por la Ley 25/1994, de 12 de julio, modificada por la Ley 22/1999, de 7 de junio, la publicidad por televisión no contendrá imágenes o mensajes que puedan perjudicar moral o físicamente a los menores. A este efecto, deberá respetar los siguientes principios:

No deberá incitar directamente a tales menores a la compra de un producto o de un servicio explotando su inexperiencia o su credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores, o a los padres o tutores de terceros, para que compren los productos o servicios de que se trate.

En ningún caso, deberá explotar la especial confianza de los niños en sus padres, en profesores o en otras personas, tales como profesionales de programas infantiles o, eventualmente, en personajes de ficción.

No podrá, sin un motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas.

En el caso de publicidad o de televenta de juguetes, éstas no deberán inducir a error sobre las características de los mismos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el niño para utilizar dichos juguetes sin producir daño para sí o a terceros.

La televenta deberá respetar los requisitos que se prevén en este apartado y, además, no incitará a los menores a adquirir o arrendar directamente productos y bienes o a contratar la prestación de servicios.

Artículo 37. Publicidad efectuada por menores.

1. La utilización de menores en publicidad en general estará asimismo sometida a los siguientes principios cuando se divulgue en el territorio de la Comunidad de Madrid:

Toda escenificación publicitaria en la que participen menores deberá evitar mensajes que inciten al consumo compulsivo.

No se permitirá la utilización de menores para el anuncio de actividades prohibidas a los menores.

2. La aplicación de los mencionados principios estará limitada por las reglas contenidas en el apartado 2 del artículo anterior.

Artículo 38. Actividades prohibidas.

1. La publicidad de locales de juegos de suerte, envite o azar y servicios o espectáculos de carácter erótico o pornográfico, estará prohibida tanto en publicaciones infantiles y juveniles, como en medios audiovisuales, cine, televisión, radio y vídeo, en franjas horarias de especial protección para la infancia, cuando se distribuyan o se emitan, respectivamente, por la Comunidad de Madrid.

2. La Administración de la Comunidad de Madrid velará por el cumplimiento de las prohibiciones y limitaciones a la publicidad de bebidas alcohólicas y de tabaco, establecidas en la legislación autonómica sobre drogodependencias.

Artículo 39. Actuaciones administrativas en materia de consumo.

1. En el ámbito general de la legislación básica del Estado se ofrecerá especial protección por las Administraciones Públicas de la Comunidad de Madrid a los derechos de los menores como consumidores, promocionándose la información y la educación para el consumo. Igualmente, se velará por el estricto cumplimiento de la normativa aplicable en materias de seguridad y publicidad, defendiéndose a los menores de las prácticas abusivas.

2. Las Oficinas Municipales de Información a los Consumidores adoptarán las medidas necesarias para ofrecer esa especial protección.

Artículo 40. Protección de los menores ante el consumo.

1. Los productos y servicios cuyos destinatarios sean los niños y niñas y adolescentes, deberán disponer de una información adecuada al uso presivable teniendo en cuenta el comportamiento habitual de la población a quien va dirigida.

2. Los productos y servicios susceptibles de provocar riesgos en la población infantil cuando se utilicen conforme a su uso normal, dispondrán de las medidas de seguridad que los eviten.

3. En ningún caso, estos productos o servicios podrán inducir a engaño, error o confusión en cuanto a su origen, características y modo de empleo, debiendo indicar la edad más adecuada para su utilización.

4. Reglamentariamente se establecerán las limitaciones a las promociones de venta destinadas a los menores.

5. La Administración Autónoma controlará las prácticas comerciales que manipulen a los menores para la venta encubierta o engañosa de artículos de consumo.

*** Ley 14/2002, de 25 de julio, de Promoción, Atención y Protección a la Infancia, en Castilla y León².**

TÍTULO I. DE LA PROMOCIÓN Y DEFENSA DE LOS DERECHOS DE LA INFANCIA.

CAPÍTULO II. DERECHOS ESPECÍFICOS DE ESPECIAL PROTECCIÓN Y PROMOCIÓN.

Artículo 21. Derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen.

1. Los poderes públicos de la Comunidad Autónoma garantizarán la efectividad de los derechos al honor, a la intimidad y a la propia imagen, y cuidarán especialmente para asegurarlos respecto de los niños y adolescentes sobre los que se ejercite o vaya a ejercitarse alguna actuación protectora o intervención administrativa, así como de aquellos que hayan sido objeto de agresiones sexuales, malos tratos o cualquier otra experiencia traumática.

2. Será exigible el mayor rigor en el cumplimiento del deber de reserva para con los profesionales de cualquier ámbito que, en razón de su actividad, tengan relación con un menor.

3. Las Administraciones Públicas de Castilla y León pondrán en conocimiento de la autoridad judicial o del Ministerio Fiscal los hechos constitutivos de intromisión ilegítima, ejercitando, en su caso, las acciones civiles y penales que procedan.

Artículo 23. Derecho a la información y a la libertad de expresión.

1. Las Administraciones Públicas realizarán y fomentarán la producción y difusión de un material informativo destinado a los menores veraz, plural y respetuoso con los principios constitucionales y los contemplados en la presente Ley, adecuado a sus condiciones de desarrollo y madurez, y compatible con los objetivos de su educación, todo ello al objeto de allanar los obstáculos que impidan su derecho a construir su propia visión de la realidad.

2. Los poderes públicos de Castilla y León garantizarán a los menores, con las únicas restricciones que establezca la legislación vigente, el derecho a la publicación y difusión de sus opiniones, a la edición y producción de medios de difusión y al acceso a las ayudas públicas que se establezcan para tal fin.

Artículo 25. Derecho a ser informado y oído.

1. Los poderes públicos de Castilla y León garantizarán a los menores el derecho a ser oídos y a expresar libremente su opinión por los distintos medios establecidos en la legislación vigente.

2. Las Administraciones de Castilla y León encargadas de su atención o protección fomentarán que el derecho del menor a ser oído se haga efectivo en el ámbito familiar y asegurarán su ejercicio sin la presencia de sus padres, tutores o guardadores cuando pueda existir conflicto de intereses con éstos o cuando sea preciso por motivos de urgencia.

CAPÍTULO III. PROHIBICIONES, LIMITACIONES Y ACTUACIONES SOBRE DETERMINADAS ACTIVIDADES, MEDIOS Y PRODUCTOS.

Artículo 31. Publicaciones.

Queda prohibida la venta, exposición y ofrecimiento a menores de publicaciones de contenido pornográfico, de apología de cualquier forma de delincuencia, de exaltación de la violencia o incitación a la misma, contrario a los derechos reconocidos por el vigente ordenamiento jurídico u otro que resulte perjudicial para el desarrollo de su personalidad.

Artículo 32. Medios audiovisuales, de telecomunicaciones y telemáticos.

1. Queda prohibida la venta, alquiler y ofrecimiento a menores de vídeos, videojuegos u otro material audiovisual de contenido pornográfico, de apología de cualquier forma de delincuencia, de exaltación de la

² Fuente: BOCYL de 29 de julio de 2002.

violencia o incitación a la misma, contrario a los derechos reconocidos por el vigente ordenamiento jurídico o que resulte perjudicial para el desarrollo de su personalidad, así como su emisión o proyección en locales o espectáculos a los que esté permitida la asistencia del menor y su difusión por cualquier medio entre niños y adolescentes.

2. La programación de las emisoras de radio y televisión de las que sea titular la Comunidad Autónoma de Castilla y León o a las que ésta deba otorgar título habilitante, así como los espacios de promoción de aquélla, deberán ajustarse a las reglas siguientes:

Los programas infantiles se emitirán en un horario adecuado a los hábitos practicados por los menores.

Queda prohibida la publicidad indirecta, no diferenciada o encubierta durante la emisión de programas dirigidos a niños o adolescentes.

En las franjas horarias usuales de audiencia infantil los contenidos de la emisión y su expresión deberán adecuarse y hacerse compatibles con las necesidades derivadas del desarrollo y formación de los menores, favoreciendo los objetivos educativos señalados en el artículo 4.n) de esta Ley.

En las franjas horarias señaladas en el apartado 2.c) no se emitirán programas, escenas o mensajes que puedan perjudicar el desarrollo físico o psíquico de los menores, ni aquellos que fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por razón de cualquier circunstancia de índole personal, familiar o social.

La emisión de programas susceptibles de perjudicar gravemente el desarrollo físico o psíquico de los menores y, en todo caso, de aquellos que contengan elementos o escenas de pornografía o violencia gratuita sólo podrá realizarse en las franjas horarias reglamentariamente señaladas al efecto, y deberá ser objeto de advertencia sobre su contenido por medios acústicos y, en su caso, ópticos.

3. La Administración de la Comunidad Autónoma fomentará que las entidades, asociaciones e industrias que actúen en estos ámbitos establezcan sistemas de clasificación y elaboren códigos deontológicos para la protección de los menores, impulsará la autorregulación de las mismas a este fin y promoverá la implantación y uso de sistemas de advertencia o que impidan o dificulten que los menores puedan tener acceso, por medio de las telecomunicaciones y la telemática, a medios o servicios que puedan ser ilícitos o nocivos para su correcto desarrollo físico o psíquico.

Artículo 33. Publicidad.

1. Las Administraciones Públicas de la Comunidad, en cumplimiento de lo dispuesto en el artículo 29 de esta Ley, velarán para que la publicidad no perjudique moral o físicamente a los menores, así como para que se respete, a tal efecto, la legislación específica en la materia.

La publicidad dirigida a los menores que se divulgue exclusivamente en la Comunidad de Castilla y León, así como la que siendo de cobertura geográfica superior pueda territorializarse para tal ámbito, deberá respetar los siguientes principios de actuación:

Su contenido, imágenes o mensaje no incitarán a la violencia, a la comisión de actos delictivos, ni a cualquier forma de discriminación, no serán contrarios a los derechos reconocidos por el vigente ordenamiento jurídico y no supondrán perjuicio para el desarrollo integral de la personalidad de los menores.

No promocionará la realización de actividades o el consumo de productos, bienes o servicios prohibidos a los menores.

No se admitirá la difusión de ideas de inferioridad o superioridad de cualquiera de los sexos o atentatorias contra la dignidad de éstos.

No se admitirán mensajes que establezcan diferencias o discriminaciones en razón del consumo del objeto anunciado.

Su lenguaje y mensajes se adaptarán a los niveles de desarrollo de los colectivos infantiles a quienes se dirija.

Las representaciones de objetos deberán reflejar la realidad de sus características físicas, prestaciones, uso, movimiento y demás atributos.

Los anuncios deberán hacer indicación del precio del producto o servicio anunciado en los términos establecidos por la normativa vigente.

No deberá incitar directamente a los menores a la adquisición o consumo de un producto o de un servicio explotando su inexperiencia o su credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores, o a los padres o tutores de terceros, para que lo hagan.

En ningún caso deberá explotar la especial confianza de los menores en sus padres, profesores u otras personas.

No se podrán formular promesas de entrega de bienes o servicios que impliquen el cumplimiento de condiciones no explícitas.

No podrá, sin un motivo justificado, presentar a niños o adolescentes en situaciones peligrosas.

2. La utilización de menores en publicidad en general estará, asimismo, sometida a los siguientes principios cuando se divulgue en el territorio de la Comunidad de Castilla y León:

No se permitirá la utilización de menores para el anuncio de productos, bienes, servicios o actividades prohibidos a los mismos.

La utilización de su imagen no atentará contra la dignidad de los menores como personas ni contra los derechos que les son reconocidos por el ordenamiento jurídico vigente.

Toda escenificación publicitaria en la que participen menores deberá evitar mensajes que inciten al consumo compulsivo.

Artículo 34. Consumo y comercio.

1. Los menores no podrán consumir ni adquirir aquellas sustancias que puedan perjudicar su salud, a las que tengan limitado el acceso de acuerdo con lo establecido en la legislación sobre drogas, productos farmacéuticos o productos tóxicos vigentes en la Comunidad Autónoma.

2. Queda prohibido el consumo, la venta o suministro de todos los productos señalados en el apartado anterior en los centros de enseñanza no superior, en las instalaciones destinadas a actividades para niños y adolescentes, y en los lugares contemplados en la legislación específica que regula esta materia.

3. Los productos y servicios cuyos destinatarios sean los niños y adolescentes, deberán estar provistos de la información reglamentariamente preceptiva.

4. En ningún caso estos productos o servicios podrán inducir a engaño, error o confusión en cuanto a su origen, características físicas, prestaciones, uso, movimiento, resto de atributos y modo de empleo.

5. Podrán establecerse limitaciones a las promociones de venta destinadas a los menores.

6. Los productos y servicios destinados a los niños no implicarán riesgos para su salud y seguridad, salvo los determinados como admisibles en condiciones normales y previsibles de utilización por la normativa general o específica aplicable.

7. Las Administraciones Públicas de Castilla y León controlarán las prácticas comerciales que manipulen a los menores para la venta encubierta o engañosa de artículos de consumo.

8. La Administraciones Públicas de Castilla y León promoverán la información y la educación para el consumo dirigidas a los menores y garantizarán especialmente la defensa de sus derechos como consumidores y usuarios.

*** Ley 8/1995, de 27 de junio, de atención y protección de los niños y los adolescentes y de modificación de la Ley 37/1991, de 30 de diciembre, sobre medidas de protección de los menores desamparados y de la adopción, en Cataluña**³.

CAPÍTULO II. PRINCIPIOS BÁSICOS RELATIVOS A LOS DERECHOS DEL NIÑO Y EL ADOLESCENTE.

Artículo 9. Derecho al honor, la intimidad y la propia imagen.

1. Los niños y los adolescentes tienen derecho a la protección del honor, la intimidad y la propia imagen. Asimismo, debe preservarse a los niños y los adolescentes de la difusión publicitaria de sus datos personales, de la difusión de imágenes atentatorias a su dignidad y de la explotación económica de su imagen.

CAPÍTULO V. EL NIÑO Y EL ADOLESCENTE EN EL ÁMBITO SOCIAL.

SECCIÓN II. PUBLICIDAD, MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ESPECTÁCULOS.

Artículo 33. Imágenes, mensajes y objetos.

La exhibición o emisión pública de imágenes, mensajes u objetos no pueden ser perjudiciales para los niños y los adolescentes ni incitar a actitudes o conductas que vulneren los derechos y principios reconocidos por la Constitución y el resto del ordenamiento jurídico vigente.

Artículo 34. Publicaciones.

Las publicaciones que incitan a la violencia, a actividades delictivas o a cualquier forma de discriminación o tengan un contenido pornográfico o cualquier otro que resulte perjudicial para el desarrollo de la personalidad de los niños y los adolescentes no pueden ser ofrecidas ni expuestas de manera que queden libremente a su alcance.

Artículo 35. Material audiovisual.

No se permite vender ni alquilar a niños y adolescentes videos, videojuegos o cualquier otro material audiovisual que contengan mensajes contrarios a los derechos y libertades fundamentales reconocidos por el vigente ordenamiento jurídico, que inciten a la violencia y a actividades delictivas, a cualquier forma de discriminación o que tenga contenido pornográfico. No se permite tampoco proyectarlos en locales o espectáculos en los que se admita la asistencia de niños o adolescentes ni difundirlos por cualquier medio entre niños o adolescentes.

Artículo 36. Prensa, radio y televisión.

1. Las programaciones de radio y televisión, en las franjas horarias más susceptibles de audiencia de niños y adolescentes, deben favorecer los objetivos educativos que permiten dichos medios de comunicación y deben potenciar los valores humanos y los principios del Estado democrático y social.

2. De conformidad con lo que dispone la Ley del Estado 25/1994, de 12 de julio, de transposición de la Directiva 89/552/CEE, sobre la coordinación de disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva, las emisiones de los canales propios de televisión de la Generalidad y de los servicios de televisión cuyo título habilitante corresponde otorgar a la Generalidad deben cumplir los siguientes requisitos:

Las emisiones de televisión no deben incluir programas ni escenas o mensajes de cualquier tipo que puedan perjudicar seriamente al desarrollo físico, mental o moral de los niños y los adolescentes, ni programas que fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por razón de nacimiento, etnia, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social.

³ Fuente: DOGC de 2 de agosto de 1995.

Los espacios dedicados a la promoción de la propia programación y los programas susceptibles de perjudicar al desarrollo físico, mental o moral de los niños y los adolescentes y los que contengan escenas de pornografía o violencia gratuita sólo pueden ser emitidos entre las veintidós y las seis horas, y deben ser objeto de advertencia auditiva y visual sobre su contenido.

3. Las emisoras de radiodifusión cuya concesión corresponde a la Generalidad, durante una franja horaria de especial protección de los niños y los adolescentes, que debe determinarse por reglamento, no han de emitir programas ni mensajes que inciten directa o indirectamente al consumo de sustancias que pueden generar dependencia, que son de carácter violento o pornográfico ni de cualquier otra índole perjudicial para el desarrollo físico o mental o el comportamiento ético de los niños y los adolescentes.

4. Las Administraciones públicas deben velar por que los niños y los adolescentes no tengan acceso, mediante las telecomunicaciones, a servicios que pueden dañar a su desarrollo.

5. La Generalidad debe procurar que todos los medios de comunicación social dediquen a los niños y a los adolescentes una especial atención educativa.

6. Los medios de comunicación social que emiten o tienen difusión en el territorio de Cataluña deben tratar con especial cuidado toda información que afecte a niños o adolescentes, evitando difundir su nombre, imagen o datos que permitan su identificación, cuando aparecen como víctimas, testimonios o inculcados en causas criminales, salvo en el caso de que sean víctimas de un homicidio o asesinato; o cuando se divulgue cualquier hecho relativo a su vida privada que afecte a su reputación y buen nombre.

7. Los medios de comunicación social que emiten o tienen difusión en el territorio de Cataluña no pueden divulgar los datos relativos a la filiación de los niños y los adolescentes acogidos o adoptados.

Artículo 37. Publicidad dirigida a los niños y los adolescentes.

1. A fin de proteger adecuadamente los derechos de los niños y los adolescentes en lo que se refiere a la publicidad divulgada en el territorio de Cataluña y dirigida a los mismos, deben regularse por reglamento sus límites, atendiendo especialmente a los siguientes principios:

De acuerdo con el nivel de conocimiento de la audiencia infantil y adolescente y conscientes de su estado formativo, los anuncios no deben incitar a la violencia o comisión de actos delictivos, ni a cualquier forma de discriminación.

Las prestaciones y el uso de un producto deben mostrarse de forma que sea comprensible, coincidiendo con la realidad y con un lenguaje sencillo y adaptado al nivel de desarrollo de los colectivos infantiles y adolescentes a los que se dirige.

Si el precio del objeto anunciado supera la cuantía determinada por reglamento, debe constar de forma clara y manifiesta en el anuncio del objeto.

Deben evitarse los mensajes que contengan discriminaciones o diferencias debidas al consumo del producto anunciado.

2. Los principios a que se refiere el apartado 1 deben ser exigibles a la publicidad emitida por los medios de comunicación social que emiten y tienen difusión en el territorio de Cataluña.

3. De conformidad con lo que dispone la Ley del Estado 25/1994, la publicidad emitida por los canales de televisión propios de Cataluña o por los servicios de televisión cuyo título habilitante debe ser otorgado por la Generalidad no debe contener imágenes o mensajes que puedan perjudicar moral o físicamente a los niños y los adolescentes y, asimismo, debe respetar los siguientes principios:

No debe incitar directamente a los niños y los adolescentes a la compra de un producto o de un servicio explotando su inexperiencia o su credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores, o a los padres o tutores de terceros, para que compren los productos o servicios de que se trate.

No debe explotar en ningún caso la especial confianza de los niños y los adolescentes en sus padres, profesores u otras personas.

No puede, sin un motivo justificado, presentar a niños y adolescentes en situaciones peligrosas.

4. Se prohíben todas las formas de publicidad de locales de juego y de servicios o espectáculos violentos o que inciten a la violencia y de carácter erótico o pornográfico en publicaciones principalmente dirigidas a los menores de edad que se distribuyen en Cataluña, y también en la publicidad emitida por televisión o por radio durante las franjas horarias de especial protección de los niños y los adolescentes, con los límites establecidos en el apartado 2.

5. Los menores de edad están protegidos respecto a la publicidad de bebidas alcohólicas y de productos de tabaco en los términos de lo que dispone la Ley 20/1985, de 25 de julio, de prevención y asistencia en materia de sustancias que pueden generar dependencia, modificada por la Ley 10/1991, de 10 de mayo.

Artículo 38. Publicidad protagonizada por niños y adolescentes.

1. La participación de niños y adolescentes en anuncios publicitarios que promocionan la venta de bebidas alcohólicas o de productos de tabaco queda prohibida en los términos establecidos por la Ley 20/1985, modificada por la Ley 10/1991.

2. La publicidad de bebidas alcohólicas emitida por los canales de televisión propios de Cataluña o por los servicios de televisión cuyo título habilitante debe ser otorgado por la Generalidad no puede dirigirse específicamente a los menores de edad ni en particular presentar a niños y adolescentes consumiendo estas bebidas, sin perjuicio de lo que establece el apartado 1 y de conformidad con lo que dispone la Ley del Estado 25/1994, de transposición de la Directiva sobre el ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

3. Los menores de edad no pueden ser utilizados en anuncios publicitarios divulgados en el territorio de Cataluña que promocionan actividades prohibidas a los menores.

4. La aplicación de lo que dispone el apartado 3 queda limitada por los criterios establecidos en el artículo 37.2.

Artículo 39. Espectáculos, actividades recreativas y establecimientos públicos.

De acuerdo con lo que establece la Ley 10/1990, de 15 de junio, sobre policía del espectáculo, actividades recreativas y establecimientos públicos, el Gobierno de la Generalidad puede regular por reglamento la calificación de los espectáculos, actividades recreativas y, en general, establecimientos públicos a los efectos de velar por el pleno respeto de los derechos de los niños y los adolescentes. También debe establecerse por vía reglamentaria el acceso de niños y adolescentes a combates de boxeo y corridas de toros.

*** Ley Foral 18/2001, de 5 de julio, por la que se regula la actividad audiovisual en Navarra y se crea el Consejo Audiovisual de Navarra ⁴.**

CAPÍTULO IV. De la protección de los menores.

Artículo 15. Protección de los menores frente a la publicidad y la televenta.

1. La publicidad por televisión no contendrá imágenes o mensajes que puedan perjudicar moral o físicamente a los menores. A este efecto, deberá respetar los siguientes principios:

- a) No deberá incitar a tales menores a la compra de un producto o de un servicio explotando su inexperiencia o su credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores, o a los padres o tutores de terceros, para que compren los productos o servicios de que se trate.
- b) En ningún caso deberá explotar la especial confianza de los niños en sus padres, en profesores o en otras personas, tales como profesionales de programas infantiles o, eventualmente, en personajes de ficción.
- c) No podrá, sin un motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas.
- d) En el caso de publicidad o televenta de juguetes, éstas no deberán inducir a error sobre las características de los mismos, ni sobre su seguridad, ni tampoco sobre la capacidad y aptitudes necesarias en el niño para utilizar dichos juguetes sin producir daño para sí o para terceros.

2. La televenta deberá respetar los requisitos que se prevén en el apartado 1 y, además, no incitará a los menores a adquirir o arrendar directamente productos y bienes o a contratar la prestación de servicios.

Artículo 16. Protección de los menores frente a la programación.

1. Las emisiones de televisión no incluirán programas ni escenas o mensajes de cualquier tipo que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores, ni programas que fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier otra circunstancia personal o social.

2. La emisión de programas susceptibles de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores, no afectados por la prohibición del apartado anterior, sólo podrá realizarse entre las veintidós horas del día y las seis horas del día siguiente, y deberá ser objeto de advertencia sobre su contenido por medios acústicos y ópticos.

Cuando tales programas se emitan sin acceso condicional, deberán ser identificados mediante la presencia de un símbolo visual durante toda su duración.

Lo aquí dispuesto será también de aplicación a las emisiones dedicadas a la publicidad, a la televenta y a la promoción de la propia programación.

3. Al comienzo de la emisión de cada programa de televisión y la reanudarse la misma después de cada interrupción para insertar publicidad y anuncios de televenta, una advertencia, realizada por medios ópticos y acústicos, y que contendrá una calificación orientativa, informará a los espectadores de su mayor o menor idoneidad para los menores de edad.

En el caso de películas cinematográficas, esta calificación será la que hayan recibido para su difusión en salas de exhibición cinematográfica o en el mercado de la videograbación de uso doméstico, de acuerdo con su regulación específica. Ello se entiende sin perjuicio de que los operadores de televisión puedan completar la calificación con indicaciones más detalladas para mejor información de los padres o responsables de los menores. En los restantes programas, corresponderá a los operadores, individualmente o de manera coordinada, la calificación de sus emisiones.

⁴ Fuente: BON de 16 de julio de 2001.

En el supuesto de que en el plazo de tres meses desde la entrada en vigor de la Ley Foral, los operadores de televisión no se hubieran puesto de acuerdo respecto de un sistema uniforme de presentación de estas calificaciones, el Consejo Audiovisual de Navarra propondrá con carácter vinculante al Gobierno de Navarra las normas precisas para asegurar su funcionamiento.

Lo dispuesto en el párrafo anterior se refiere únicamente a medidas de carácter adicional o complementario respecto a las adoptadas con carácter básico por la Administración del Estado.

*** Ley 1/1997, de 7 de febrero, de atención integral a los menores, en Canarias ⁵.**

TÍTULO III

CAPÍTULO III. ACTUACIONES SOBRE DETERMINADAS ACTIVIDADES, MEDIOS Y PRODUCTOS

Artículo 34.- Publicaciones.

La Comunidad Autónoma de Canarias protegerá al menor de las publicaciones de contenido violento, pornográfico, de apología de la delincuencia o cualquier otro que sea perjudicial para el correcto desarrollo de su personalidad, o contrario a los derechos reconocidos en la Constitución, los tratados y convenios internacionales y en el resto del ordenamiento jurídico.

Artículo 35.- Medios audiovisuales.

1. Queda prohibida la venta y el alquiler al menor de vídeos, videojuegos, o cualesquiera otros medios audiovisuales, que contengan mensajes de carácter violento, de apología de cualquier forma de delincuencia, de exhibición pornográfica, o contrarios a los derechos reconocidos en la Constitución, y su proyección en locales o espectáculos a los que esté permitida la asistencia del menor.

2. La programación, total o parcial, de las emisoras de radio y televisión de las que sea titular la Comunidad Autónoma de Canarias, o corresponda a ésta el otorgamiento del título habilitante, deberá observar las reglas siguientes:

a) Horario adecuado a los hábitos practicados por los menores para emitir programas infantiles, garantizando una franja horaria de especial protección para los menores, que se determinará reglamentariamente.

b) No incluirán programas ni escenas o mensajes de cualquier tipo que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral del menor, ni aquellos que fomenten el odio, el desprecio o la discriminación por motivos de nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión, o cualquier otra circunstancia personal, familiar o social.

c) La emisión de programas susceptibles de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores y, en todo caso, de aquellos que contengan escenas de pornografía o violencia gratuita sólo podrá realizarse dentro del horario que se fije reglamentariamente, y, en todo caso, deberá ser objeto de advertencia sobre su contenido por medios acústicos y ópticos.

Lo dispuesto en este apartado será también aplicable a los espacios dedicados a la promoción o publicidad sobre la propia programación.

3. La Administración autonómica velará para que los menores no puedan tener acceso, por medio de las telecomunicaciones, a medios o servicios que puedan ser perjudiciales para su correcto desarrollo físico, mental o moral.

Artículo 36.- Publicidad dirigida a menores.

1. La publicidad dirigida al menor que se divulgue en el territorio de la Comunidad Autónoma de Canarias deberá estar sometida a límites reglamentarios que obliguen a respetar los siguientes principios de actuación:

a) Adaptar el lenguaje y los mensajes a los niveles de desarrollo de los colectivos infantiles a quienes se dirijan.

b) Las representaciones de objetos deberán reflejar la realidad de su tamaño, movimiento y demás atributos, sin que puedan incluirse imágenes engañosas, aun cuando se advierta sobre su irrealidad.

c) No se admitirán mensajes que establezcan diferencias o discriminaciones en razón del consumo del objeto anunciado.

⁵ Fuente: BOC de 17 de febrero de 1997.

- d) Todos los anuncios deberán indicar el precio del objeto anunciado.
- e) No se podrán formular promesas de entrega de bienes o servicios que impliquen el cumplimiento de condiciones no explícitas.
- f) Suprimir los mensajes publicitarios que atenten contra la dignidad de uno u otro sexo, la publicidad sexista, los estereotipos de sexo, así como la difusión de ideas de inferioridad o superioridad por razón del sexo.
- g) Eliminar los mensajes publicitarios que inciten al uso y consumo compulsivo de bienes y servicios.

2. La publicidad difundida por las emisoras de televisión o radio que emitan para el territorio de la Comunidad Autónoma de Canarias no contendrá imágenes o mensajes que puedan perjudicar moral o psíquicamente al menor, y, asimismo, deberá respetar los siguientes principios:

- a) No deberá incitar directamente al menor a la compra de un producto o de un servicio explotando su inexperiencia o su credulidad, ni a que persuadan a sus padres o tutores o a los padres o tutores de terceros para que compren los productos o servicios de que se trate.
- b) En ningún caso deberá explotar la especial confianza de los niños en sus padres, profesores y otras personas de su entorno.
- c) No podrá, sin un motivo justificado, presentar a los niños en situaciones peligrosas.

Artículo 37.- Publicidad efectuada por menores.

La utilización de menores en publicidad, cuando se divulgue en el territorio de la Comunidad Autónoma de Canarias, estará sometida a los principios siguientes:

- a) No podrán participar en el anuncio de productos, bienes, servicios o actividades prohibidas a los mismos.
- b) Toda escenificación publicitaria deberá evitar mensajes que inciten al consumo compulsivo.

Artículo 38.- Publicidad prohibida.

Se prohíbe, tanto en las publicaciones destinadas a menores, como en medios audiovisuales, en franjas horarias de especial protección para los mismos, la publicidad de bebidas alcohólicas, tabaco, locales de juego y de servicios, productos, filmes, programas, actividades, comportamientos o espectáculos de carácter discriminatorio, pornográfico, violento o con otros contenidos que puedan afectar a su desarrollo integral, así como aquella que incite al uso o consumo compulsivo de bienes y servicios.

*** Lev 4/1998, de 18 de marzo, del menor, en La Rioja ⁶.**

CAPÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES

SECCIÓN II. DE LOS DERECHOS DEL MENOR

Artículo 15. Derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen.

1. La Administración de la Comunidad Autónoma de La Rioja garantizará el pleno respeto al honor, a la intimidad personal y familiar y, a la propia imagen de los menores, y, en especial, de aquellos sobre los que se ejercite o vaya a ejercitarse alguna actuación protectora, evitando todo tipo de intromisión ilegítima que afecte a los mismos.

2. A estos efectos se considera intromisión ilegítima cualquier utilización de su imagen o su identidad en los medios de comunicación, que pudiera suponer un menoscabo de tales derechos o que resultase contrario a sus intereses.

3. La Administración de la Comunidad Autónoma de La Rioja debe velar por el derecho a la intimidad y al honor de los menores, especialmente de los que hayan sido objeto de agresiones sexuales, malos tratos o cualquier otra experiencia traumática.

4. La Administración de la Comunidad Autónoma de La Rioja dará cuenta inmediata al Ministerio Fiscal de cuantas actuaciones lesionen el honor, la intimidad personal y familiar y la propia imagen del menor, sin perjuicio de ejercitar en su nombre cuantas acciones civiles y penales pudieran corresponderle.

Artículo 27. Imágenes, mensajes y objetos.

La exhibición o emisión pública de imágenes, mensajes u objetos no pueden ser perjudiciales para los menores ni incitar a actitudes o conductas que vulneren los derechos y principios reconocidos por la Constitución y el resto del ordenamiento jurídico vigente.

Artículo 28. Publicaciones.

Las publicaciones que incitan a la violencia, a actividades delictivas o a cualquier forma de discriminación o tengan un contenido pornográfico o cualquier otro que resulte perjudicial para el desarrollo de la personalidad de los menores no pueden ser ofrecidas ni expuestas de manera que queden libremente a su alcance.

Artículo 29. Material audiovisual.

No se permite vender ni alquilar a menores vídeos, videojuegos o cualquier otro material audiovisual que contengan mensajes que directa o indirectamente sean contrarios a los derechos y libertades fundamentales reconocidos por el vigente ordenamiento jurídico, que inciten a la violencia y a actividades delictivas, a cualquier forma de discriminación o que tengan contenido pornográfico. No se permite tampoco proyectarlos en locales o espectáculos en los que se admita la asistencia de menores ni difundirlos por cualquier medio entre éstos.

Artículo 31. Derecho a la libertad de expresión.

1. Los menores gozan del derecho a la libertad de expresión en los términos constitucionalmente previstos. Esta libertad de expresión tiene también su límite en la protección de la intimidad y la imagen del menor recogida en el artículo 15 de esta Ley.

2. En especial, el derecho a la libertad de expresión de los menores se extiende:
A la publicación y difusión de sus opiniones.
A la edición y producción de medios de difusión.
Al acceso a las ayudas que las Administraciones Públicas establezcan con tal fin.

⁶ Fuente: BOLR de 24 de marzo de 1998.

*** Ley 1/1998, de 20 de abril, de los Derechos y la Atención al Menor, en Andalucía ⁷.**

TÍTULO I. DE LOS DERECHOS DE LOS MENORES.

CAPÍTULO II. DE LA PROMOCIÓN DE LOS DERECHOS DE LOS MENORES.

Artículo 6. Honor, intimidad y propia imagen.

La Administración de la Junta de Andalucía protegerá el honor, la intimidad y la propia imagen de los menores frente a intromisiones ilegítimas y, en particular, las que pudieran producirse a través de los medios de comunicación social y sistemas informáticos de uso general o cualesquiera otros derivados de la aplicación de nuevas tecnologías, así como todas aquellas que se determinen reglamentariamente.

Asimismo, pondrá en conocimiento del Ministerio Fiscal las intromisiones ilegítimas detectadas, sin perjuicio del ejercicio de las acciones legales que procedan.

Artículo 7. Información y publicidad.

1. Las Administraciones públicas de Andalucía realizarán programas informativos y formativos destinados específicamente a los menores, salvaguardando el derecho a la recepción de información veraz, plural y respetuosa con los principios constitucionales, según lo dispuesto en el artículo 5.2 de la Ley Orgánica 1/1996.

Igualmente, fomentarán que los medios de comunicación social en sus difusiones para menores resalten los valores democráticos y solidarios, con especial atención al respeto a la propia dignidad humana.

2. Las Administraciones públicas de Andalucía velarán para que en los medios de comunicación social no se difundan programas o publicidad contrarios a los derechos de los menores y, en particular, se atenderá a que no contengan elementos discriminatorios, sexistas, pornográficos o de violencia. Igual vigilancia se extenderá a los sistemas informáticos de uso general o cualesquiera otros derivados de la aplicación de nuevas tecnologías.

3. Las Administraciones públicas de Andalucía promoverán cuantas acciones sean necesarias para evitar que las imágenes de los menores aparezcan en espacios o anuncios publicitarios en los que se vulneren sus derechos e, igualmente, impedir que su participación en los mismos pueda perjudicarles moral o físicamente.

4. La publicidad en los medios de comunicación social no perjudicará moral o físicamente a los menores, debiendo respetar, a tal efecto, la legislación específica sobre la materia.

Del tiempo máximo que puedan dedicar a la publicidad los medios televisivos, sólo podrá emplearse hasta un veinte por ciento para inserciones dirigidas a los menores.

5. El lenguaje y los mensajes contenidos en la información y publicidad destinada a los menores deberán adaptarse a los niveles de desarrollo de los colectivos a quienes se dirijan.

6. Para el cumplimiento y seguimiento de lo previsto en el presente artículo, se establecerá la necesaria colaboración entre las Administraciones Públicas de Andalucía y los medios de comunicación social, especialmente en aquellos supuestos en que se produzca un grave perjuicio para la adecuada formación de los menores receptores de la información o publicidad.

⁷ Fuente: BOJA de 12 de mayo de 1998.

*** Lev 3/1999, de 31 de marzo, del Menor de Castilla-La Mancha ⁸.**

TÍTULO I. DE LOS DERECHOS Y DEBERES DEL MENOR

CAPÍTULO II. DE LOS DERECHOS, SU PROMOCIÓN Y PROTECCIÓN.

Artículo 11. Derecho a honor, a la intimidad y a la propia imagen.

1. La Administración Autonómica garantizará y protegerá el honor, la intimidad personal y familiar y la propia imagen de los menores, evitando todo tipo de intromisión ilegítima que afecte a los mismos. En particular, se protegerá frente a las intromisiones que pudieran producirse a través de los medios de comunicación y sistemas informáticos de uso general como consecuencia de la utilización de la imagen o nombre de los menores que pudiera implicar un menoscabo de tales derechos o que sea contraria a sus intereses, aun constanding el consentimiento del menor o de sus representantes legales.

2. La Administración Autonómica pondrá en conocimiento del Ministerio Fiscal los hechos constitutivos de intromisión ilegítima, sin perjuicio de ejercitar las acciones civiles o penales que procedan.

Artículo 12. Derecho a la información.

1. Los menores tienen derecho a buscar, recibir y elaborar la información adecuada a su edad y condiciones de madurez.

2. La Administración Autonómica fomentará la producción y difusión de material informativo destinado a los menores garantizando que el mismo sea veraz, plural, respetuoso con los principios constitucionales y adecuado a su edad y condiciones de madurez.

3. Los mensajes dirigidos a los menores por los medios de comunicación deberán promover los valores de igualdad, solidaridad, tolerancia y respeto a los demás, evitando imágenes de violencia, explotación en las relaciones interpersonales o que reflejen un trato degradante o discriminatorio.

La Administración procurará que todos los medios de comunicación social dediquen a los menores una especial atención educativa y colaborará, en su caso, con las administraciones competentes para que los menores no tengan acceso mediante las telecomunicaciones a servicios que puedan dañar su desarrollo.

4. En el ámbito de sus competencias la Administración Autonómica, sin perjuicio de otros sujetos legitimados, ejercitará las acciones de cese y rectificación de publicidad ilícita y de los contenidos de la programación de medios de comunicación que perjudique a los menores.

La Administración velará para que los menores no puedan ser utilizados en anuncios publicitarios divulgados en el territorio de la Comunidad Autónoma que promuevan actividades prohibidas a los menores.

⁸ Fuente: DOCM de 16 de abril de 1999.

*** Ley 7/1994, de 5 de diciembre, de protección de la infancia, en la Comunidad Valenciana**⁹.

TÍTULO II. PROGRAMAS, RECURSOS Y EQUIPAMIENTOS.

CAPÍTULO I. PROGRAMA DE INFORMACIÓN.

Artículo 17. Campañas autonómicas y servicios de diagnóstico especializado.

El Gobierno Valenciano implantará a través de sus respectivos departamentos la creación y desarrollo de medidas de información con carácter especializado y establecerá, al menos, los siguientes recursos:

Campañas autonómicas.

Servicios de diagnóstico especializado.

La Generalidad Valenciana llevará a cabo campañas específicas contra el uso de la violencia en el medio infantil y juvenil, y evitará la emisión de cualquier programa audiovisual en los medios de comunicación públicos, especialmente TVV, y promocionará los vídeo-juegos que tengan un cariz contrario a la violencia.

La Generalidad Valenciana realizará campañas en el ámbito infantil y juvenil encaminadas a combatir las actitudes racistas y sexistas, que mientras tanto se dan en la sociedad, con la finalidad de contribuir a que ésta sea cada vez más tolerante e igualitaria.

⁹ Fuente: DOGV de 16 de diciembre de 1994.

* **Lev 3/1997, de 9 de junio, de la Familia, la Infancia y la Adolescencia, en Galicia**¹⁰.

TÍTULO III. DE LA PROTECCIÓN DE LA INFANCIA Y LA ADOLESCENCIA.

CAPÍTULO I. MEDIDAS DE PREVENCIÓN.

Artículo 16. Prohibiciones relativas a publicaciones y material audiovisual.

1. Queda prohibida la venta, exposición y ofrecimiento a los niños y las niñas y a los adolescentes y las adolescentes de publicaciones que inciten a la violencia, a actividades delictivas o a cualquier forma de discriminación o cuyo contenido sea pornográfico o resulte perjudicial para el desarrollo de su personalidad.

2. No se podrá vender o alquilar a niños y niñas o a adolescentes vídeos, videojuegos o cualquier otro material audiovisual que contenga mensajes que inciten a la violencia y a actividades delictivas o a cualquier forma de discriminación o cuyo contenido sea pornográfico o contrario a los derechos y libertades reconocidos en las leyes vigentes. Tampoco se proyectarán o difundirán en locales o espectáculos en que se admita la asistencia de niños y niñas o de adolescentes.

¹⁰ Fuente: DOG de 20 de junio de 1997.

*** Ley 7/1999, de 28 de abril, de protección de la infancia y adolescencia, en Cantabria¹¹.**

CAPÍTULO II. DERECHOS DE LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA.

SECCIÓN II. DERECHOS ESPECÍFICOS.

Artículo 10. Derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.

1. Se garantiza el pleno respeto al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen de los menores, y especialmente de aquellos sobre los que se ejercite o vaya a ejercitarse alguna actuación protectora, evitando todo tipo de intromisión ilegítima que los afecte.
2. Se considera intromisión ilegítima, cualquier utilización de la imagen o nombre de los menores en cualquier medio que pueda implicar menoscabo de su honra o reputación, o que sea contraria a sus intereses, incluso constanding el consentimiento del menor o de sus representantes legales.
3. La Administración de la Comunidad Autónoma de Cantabria dará inmediata cuenta al Ministerio Fiscal de cuantas actuaciones lesionen el honor, intimidad personal y familiar y la propia imagen y adoptará las medidas necesarias ante los hechos.

Artículo 11. Derecho a la información.

1. Los menores tienen derecho a ser informados de su situación personal, de las medidas a adoptar, su duración y carácter, así como de cuantos derechos les asistan conforme a la legislación vigente.
2. Los padres o tutores y la Administración del Gobierno de Cantabria velarán porque la información que reciban los menores sea plural, veraz, respetuosa y adecuada a su desarrollo.

Artículo 14. Derecho a la libertad de expresión.

Los menores tienen derecho a la libertad de expresión en los términos constitucionalmente previstos, teniendo su límite en la protección de la intimidad y la imagen del propio menor recogida en el artículo 10 de esta Ley.

¹¹ Fuente: BOCA de 6 de mayo de 1999.

* **Ley 1/1995, de 27 de enero, de protección al menor, en Asturias** ¹².

CAPÍTULO II. DE LOS DERECHOS DEL MENOR.

SECCIÓN II. DERECHOS ESPECÍFICOS.

Artículo 13. Derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen.

1. La Administración del Principado de Asturias garantizará el pleno respeto al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen de los menores sobre los que se ejercite o vaya a ejercitarse alguna actuación protectora, evitando todo tipo de intromisión ilegítima que afecte a los mismos.

2. A estos efectos, se considera intromisión ilegítima cualquier utilización de su imagen o su identidad en los medios de comunicación, que pudiera implicar un menoscabo de tales derechos o que resultase contrario a sus intereses.

3. La Administración del Principado de Asturias dará cuenta inmediata al Ministerio Fiscal de cuantas actuaciones lesionasen el honor, la intimidad personal y familiar y la propia imagen del menor, sin perjuicio de ejercitar en su nombre cuantas acciones civiles y penales pudieran corresponderle.

¹² Fuente: BOPA de 9 de febrero de 1995.

* **Lev 3/1995, de 21 de marzo, de la infancia, en la Región de Murcia** ¹³.

TÍTULO I. DERECHOS DE LA INFANCIA.

Artículo 8. Derecho a la intimidad y a la propia imagen.

1. Los menores tienen derecho a una vida privada, familiar y social, y no podrán ser objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia, ni de ataques ilegales a su honor o a su imagen.

2. Se prohíbe la difusión de información o la utilización de imágenes o nombre de los niños en los medios de comunicación que puedan implicar una intromisión ilegítima en su intimidad, honra o reputación, o que sea contraria a su interés. Esta prohibición se mantendrá aunque el menor diese su consentimiento, si perjudica tal interés.

¹³ Fuente: BORM de 12 de abril de 1995.

* **Ley 10/1989, de 14 de diciembre, de Protección de Menores, en Aragón**¹⁴.

TÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES.

Artículo 2.

Son principios básicos de la protección de menores:

Los generales del sistema público de servicios sociales.

El mantenimiento del menor en su entorno familiar siempre que no le sea perjudicial.

El respeto a los derechos constitucionales del menor.

El carácter reservado de las actuaciones en materia de acogimiento y adopción.

La responsabilidad pública de la protección de menores.

La prevalencia del interés del menor sobre cualquier otro concurrente.

¹⁴ Fuente: BOA de 20 de diciembre de 1989.

* Ley 4/1994, de 10 de noviembre, de Protección y atención a menores, en Extremadura¹⁵.

TÍTULO PRELIMINAR: DISPOSICIONES GENERALES.

CAPÍTULO I.

Artículo 3.

Bajo el superior principio de la prevalencia en todo momento, del interés del menor sobre cualquier otro concurrente, los principios rectores que informarán la actuación de la Junta de Extremadura en esta materia serán los siguientes:

a) respeto de la libertad y dignidad de los menores, así como de sus señas de identidad y características individuales y colectivas.

b) facilitar el mantenimiento del entorno familiar del menor, siempre que fuera posible y las circunstancias no lo desaconsejasen.

c) fomento de la solidaridad y sensibilidad social hacia la problemática de los menores necesitados de atención.

d) promocionar el rápido acceso en la prestación de los recursos institucionales, fomentando la coordinación y actuación conjunta con las distintas Administraciones Públicas para obtener un óptimo aprovechamiento de los mismos.

e) remover todo tipo de obstáculos que impidan la formación integral del menor.

f) fomento de la prevención de marginación infantil, así como el desarrollo de programas públicos y actuaciones encaminadas a erradicarla. Realizando, por parte de las distintas Administraciones Públicas programas educativos, culturales, recreativos, de ocio y tiempo libre, tendentes a evitar situaciones sociales de riesgo para la formación de los menores.

g) fomentar la realización, por parte de las distintas Administraciones Públicas, de programas culturales, recreativos, de ocio y tiempo libre tendentes a evitar situaciones sociales de riesgo para la formación de los menores.

h) fomentar los hábitos familiares que impidan que menores de edad se encuentren en horas nocturnas en ambientes que puedan conducir a situaciones de riesgo y desprotección a que dificulten el normal desarrollo del menor.

En todo caso, las Administraciones Públicas velarán porque las actuaciones que inciden en las situaciones descritas conlleven el reproche social hacia quienes las permitan, toleren o fomenten, coadyuvando para que la posible responsabilidad civil derivada de los daños que fueran causados por los menores, tanto en las personas como en las cosas, les sea exigida a los padres, tutores o representantes legales en los términos establecidos en el Código Civil.

Los menores estarán informados acerca de su situación, de las medidas a tomar, de su duración y de los derechos que les corresponden con arreglo a la legislación. Esta misma información la recibirán sus padres o representantes salvo por prohibición judicial.

¹⁵ Fuente: DOE de 24 de noviembre de 1994.

* **Dictamen 5/2000, sobre el Anteproyecto de Ley de Atención y Protección a la Infancia y a la Adolescencia en garantía de sus derechos y de sus responsabilidades**¹⁶.

El **Título II** sobre Derechos de los niños, niñas y adolescentes y de su ejercicio, se articula en nueve capítulos. En ellos se establecen los derechos básicos, el derecho a la salud y atención sanitaria, a la educación y atención educativa, a la cultura y protección sociocultural, al tiempo libre activo, al medio ambiente, a conocer y participar en el entorno, a la participación social y a la integración y protección social.

* **Ley 7/1995, de 21 de marzo, de guarda y protección de los menores desamparados, en Baleares**¹⁷.

¹⁶ Publicado por el Consejo Económico y Social Vasco, el 14 de diciembre de 2000.

¹⁷ El texto completo de esta ley no se ha podido encontrar, por lo que nos limitamos a mencionarla.

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 FORMULADO POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA, LAS CONSEJERÍAS DE EDUCACIÓN DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS Y LAS CADENAS DE TELEVISIÓN.

Conscientes del relevante papel que desarrolla la televisión en la sociedad española, y de la influencia que ejercen en la misma y, en particular, en el público infantil y juvenil, conscientes asimismo de la importancia de fomentar y preservar los valores formativos y de protección de la infancia y de la juventud, así como del propio potencial educativo que el medio televisivo contiene, a instancias del Ministerio de Educación y Ciencia, que ha desempeñado un papel impulsor, con la activa colaboración de las Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas respectivas, cuya concurrencia y firma del presente Convenio se justifica en lo que concierne a la autorregulación en razón de la iniciativa y apoyo prestados para su formulación, las cadenas de televisión abajo firmantes han considerado la conveniencia de formular con carácter autorregulador, las líneas maestras de un marco de conducta relativo a la protección de la infancia y la juventud, en relación principalmente con la violencia, la discriminación, el consumo de sustancias perjudiciales, el sexo y el lenguaje, con respeto a la libertad de empresa y la independencia de programación de cada cadena.

Esta declaración de principios, y las orientaciones que establece, están dirigidos a propiciar la convivencia democrática en el marco de la Constitución Española y de los Estatutos de Autonomía, que consagran la libertad de expresión, así como el respeto y la protección de los ciudadanos y, en particular, de los menores de edad.

El acuerdo responde asimismo a la voluntad de contribuir a los fines formativos a los que alude la normativa general de educación, entre los que resalta el de proporcionar el pleno desarrollo de la personalidad en el respeto y ejercicio de los derechos, libertades y valores fundamentales.

Con la adopción de las líneas deontológicas que se contienen en el presente documento, las cadenas de televisión firmantes, al subrayar los principios constitucionales esenciales de la libertad de expresión y de empresa, de difusión de las ideas expresan su determinación para ejercerla de manera responsable.

En todo caso, las cadenas firmantes son conscientes de que la protección de la infancia y la juventud no se consigue solamente con el establecimiento de principios de autorregulación, sino, sobre todo, con la prestación positiva, y en el marco de la normativa que sea aplicable específicamente a cada uno de los medios implicados, mediante la difusión de valores humanísticos, formativos y educativos.

En el libre ejercicio de esta responsabilidad las cadenas de televisión, en el contexto de las estrategias de la programación de cada una de ellas.

Primero.- Declaran su voluntad de favorecer, especialmente en la programación dirigida al público infantil y juvenil, los valores de respeto a la persona, de tolerancia, solidaridad, paz y democracia, en el marco establecido por la Constitución Española, por la legislación propia del sector audiovisual y por los compromisos que pudieran adquirirse por España en el marco de la Comunidad Europea y la Comunidad internacional.

Segundo.- En consecuencia con lo anterior, acuerdan favorecer, a través del medio televisivo, la difusión de valores educativos y formativos, cultivando el potencial formativo de la televisión, sin perjuicio de otras funciones que el medio televisivo tiene.

Tercero.- Asimismo declaran su voluntad de evitar la difusión de mensajes o imágenes susceptibles de vulnerar de forma gravemente perjudicial los valores de protección de la infancia y la juventud, especialmente en relación con:

- a) La violencia gratuita ofensiva hacia las personas, cuya presencia se evitará cuando contenga una crueldad traumatizante para el público infantil o juvenil.

b) La discriminación por cualquier motivo, para lo que se evitará la difusión de mensajes atentatorios para la dignidad de las personas o que impliquen discriminación o desprecio hacia ellas en razón de su color, raza, sexo, religión o ideología.

En relación con la violencia y la discriminación, no se puede ignorar ni ocultar a los menores que vivimos en un mundo en el que, por desgracia, existen. No se trata de ocultar la violencia sino de no presentarla como merecedora de ser imitada.

c) El consumo de productos perniciosos para la salud, a cuyo fin se evitará la incitación al consumo de cualquier tipo de drogas.

d) Las escenas de explícito contenido sexual que, al tiempo que carezcan de valor educativo o informativo, sean capaces de afectar seriamente a la sensibilidad de niños y jóvenes, se evitarán en los programas propios de la audiencia infantil y sus cortes publicitarios.

e) El lenguaje innecesariamente indecente así como el empleo deliberadamente incorrecto de la lengua se excluirá.

Ámbito e interpretación de las normas

La declaración de principios que se contiene en el presente documento se configura como un marco en el que las cadenas de televisión que lo suscriben desarrollarán su actividad. Se trata de unos principios que definen el objetivo a lograr, permitiendo que cada cadena, dentro de su libertad e independencia de programación, trate de alcanzarlo empleando para ello los criterios que estime más adecuados, particularmente en lo que concierne a los valores humanísticos, formativos y educativos que tienen interés en promover. Las orientaciones indicadas deberán tenerse en cuenta tanto en la programación propiamente dicha, cuanto en la publicidad que de ella se difunda en programas dirigidos a la audiencia infantil y juvenil o que se transmita por otros medios de difusión.

En cualquier caso, y atendiendo también a la responsabilidad exigible a los padres, las cadenas de televisión advertirán, al comienzo de los espacios emitidos en los horarios de previsible audiencia infantil, si existen escenas de violencia o sexo que puedan dañar la sensibilidad infantil.

Las cadenas de televisión y el Ministerio de Educación y Ciencia, en su condición de impulsor del presente Convenio, realizarán el seguimiento de lo previsto en el mismo a través de reuniones conjuntas, en el marco de colaboración que este acuerdo representa, con el fin de acordar consensuadamente las iniciativas y recomendaciones necesarias para el mejor cumplimiento de los compromisos asumidos.

Compromisos del Ministerio de Educación y Ciencia

En relación con este código, y como contribución propia, el Ministerio de Educación y Ciencia y, en su caso, las Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas, se comprometen a:

- 1. Impulsar a través de sus unidades especializadas, tales como el Centro de investigación, Documentación y Evaluación (CIDE), y a través de Instituciones universitarias y de investigación, estudios generales teóricos y prácticos sobre la influencia de la televisión en el público infantil y juvenil y en el medio escolar. La información y las valoraciones que contengan estos estudios e informes serán transmitidas preferentemente y con regularidad a las emisoras de televisión.
- 2. Desarrollar una campaña entre los profesores, alumnos y padres, a través de sus propios centros de enseñanza, para promover los valores de respeto a la persona, solidaridad, paz y democracia y, en general, las aportaciones positivas que la experiencia televisiva puede producir en el desarrollo personal de los alumnos. En el marco de esta campaña, el Ministerio producirá un programa dirigido a alumnos, padres y profesores, que también se facilitará a las cadenas de televisión para su posible emisión.

Madrid, 26 de marzo de 1.993

ANEXO “X”: REAL DECRETO 1006/1991 ^{1*}

En el Real Decreto 1006/1991, de 14 de junio, *por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la educación primaria* se determinan los objetivos, contenidos, métodos pedagógicos y criterios de evaluación de esta etapa. De todos ellos, únicamente recogeremos las menciones, directas o indirectas, relativas a los medios de comunicación.

Entre los fundamentos de las enseñanzas mínimas instauradas en el citado documento, se incluye en el preámbulo que *“deben responder a las demandas de la sociedad y la cultura de nuestro tiempo. De esta forma su aprendizaje contribuirá al proceso de socialización de los alumnos, a la asimilación de los saberes cívicos y al aprecio del patrimonio cultural de la sociedad a la que pertenecen y de la que habrán de ser en su vida adulta miembros activos y responsables”*.

Respecto a los **objetivos generales** de la educación primaria fijados en el artículo 2, se introducen los siguientes²:

- a) **Comprender y producir mensajes orales y escritos** en castellano y, en su caso, en la lengua propia de la Comunidad Autónoma, **atendiendo a diferentes intenciones y contextos de comunicación**, así como comprender y producir mensajes orales y escritos sencillos y contextualizados en una lengua extranjera.
- b) **Comunicarse a través de medios de expresión** verbal, corporal, **visual**, plástica, musical y matemática, **desarrollando** el razonamiento lógico, verbal y matemático, así como la sensibilidad estética, **la creatividad** y la capacidad para disfrutar de las obras y manifestaciones artísticas.
- c) Utilizar en la resolución de problemas sencillos los procedimientos oportunos para obtener la información pertinente y representarla mediante códigos, teniendo en cuenta las condiciones necesarias para su solución.
- d) Identificar y plantear interrogantes y problemas a partir de la experiencia diaria, utilizando tanto los conocimientos y los recursos materiales disponibles como la colaboración de otras personas para resolverlos de forma creativa.
- e) Actuar con autonomía en las actividades habituales y en las relaciones de grupo, desarrollando las posibilidades de tomar iniciativas y de establecer relaciones afectivas.
- f) Colaborar en la planificación y realización de actividades en grupo, aceptar las normas y reglas que democráticamente se establezcan, articular los objetivos e intereses propios con los de los otros miembros del grupo, respetando puntos de vista distintos, y asumir las responsabilidades que correspondan.
- g) Establecer relaciones equilibradas y constructivas con las personas en situaciones sociales conocidas, comportarse de manera solidaria, reconociendo y valorando críticamente las diferencias de tipo social y rechazando cualquier discriminación basada en diferencias de sexo, clase social creencias, raza y otras características individuales y sociales.

^{1*} Publicado en el BOE 152/1991 de 26 de junio de 1991.

² Únicamente, se destacan en negrita los objetivos que pueden estar relacionados, directa o indirectamente, con la educación en materia de comunicación. No obstante, por su significatividad detallamos todos los objetivos que se concretan en el presente Real Decreto.

- h) **Apreciar la importancia de los valores básicos que rigen la vida y la convivencia humana** y obrar de acuerdo con ellos.
- i) Comprender y establecer relaciones entre hechos y fenómenos del entorno natural y social, y contribuir activamente, en lo posible, a la defensa, conservación y mejora del medio ambiente.
- j) Conocer el patrimonio cultural, participar en su conservación y mejora, y respetar la diversidad lingüística y cultural como derecho de los pueblos e individuos, desarrollando una actitud de interés y respeto hacia el ejercicio de este derecho.
- k) Conocer y apreciar el propio cuerpo y contribuir a su desarrollo, adoptando hábitos de salud y bienestar y valorando las repercusiones de determinadas conductas sobre la salud y la calidad de vida.

Las **áreas de Educación Primaria**³, que ya recogimos, se especificaban también en el artículo 14.2. de la LOGSE. Pasamos ahora a observar cómo se afronta la educación en materia de comunicación en cada una de ellas (lo que consta en el Anexo I del Real Decreto):

• En el área de **Conocimiento del Medio natural, social y cultural** se recogen, entre los objetivos:

- Objetivo 8: *“Identificar, plantearse y resolver interrogantes y problemas relacionados con elementos significativos de su entorno, utilizando estrategias, progresivamente más sistemáticas y complejas, de búsqueda, almacenamiento y tratamiento de información, de formulación de conjeturas, de puesta a prueba de las mismas y de exploración de soluciones alternativas”*. (Aunque no se hace mención explícita a los medios de comunicación, el tratamiento de la información puede ser extensible a su dinámica de funcionamiento).
- Objetivo 10: *“Identificar objetos y recursos tecnológicos en el medio y valorar su contribución a satisfacer determinadas necesidades humanas, adoptando posiciones favorables a que el desarrollo tecnológico se oriente hacia usos pacíficos y de mayor calidad de vida”*. (Aquí, se incorpora la importancia instrumental de los avances tecnológicos).

En cuanto a los contenidos, se hace referencia explícita a los medios de comunicación en los siguientes bloques:

6. POBLACIÓN Y ACTIVIDADES HUMANAS

- Conceptos:

4. La publicidad y el consumo de los productos.

- Procedimientos.

1. Recogida e interpretación de informaciones de diversas fuentes (TV, prensa, etcétera) sobre actividades humanas.

2. Análisis de algunos mensajes publicitarios ofrecidos por distintos medios de comunicación (carteles, anuncios luminosos, radio, TV, etcétera).

9. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TRANSPORTE

- Conceptos.

1. Los medios de comunicación interpersonales y de masas.

2. La informática: almacenamiento, tratamiento y difusión de la información.

³ Como criterio en el orden de exposición de las áreas, hemos manteniendo el mismo que se sigue en el texto del Real Decreto.

3. Redes y medios de transporte.

- Procedimientos.

1. Manejo de aparatos sencillos de comunicación (teléfono, cámara fotográfica, magnetófono, proyector, vídeo, etcétera) con el fin de recoger o transmitir informaciones.
2. Utilización de los distintos medios de comunicación como fuentes de información útiles para el estudio y el conocimiento de problemas y temas particulares.
3. Análisis crítico de la información y de los mensajes publicitarios recibidos a través de distintos medios.

- Actitudes.

1. Sensibilidad ante la influencia que ejercen los medios de comunicación en la formación de opiniones, con especial atención a la publicidad y al consumo.
3. Valoración del impacto del desarrollo tecnológico sobre la evolución de los medios de comunicación y transporte.

Entre los criterios de evaluación relacionados con el tema que nos ocupa, encontramos:

2- Obtener información concreta y relevante sobre hechos o fenómenos previamente delimitados a partir de la consulta de documentos diversos (imágenes, planos, mapas, textos descriptivos y tablas estadísticas sencillas) seleccionados por el profesor.

Este criterio pretende evaluar la capacidad de los alumnos para recabar información sobre hechos o situaciones, la selección y organización que hace de la misma así como su capacidad para sacar conclusiones coherentes y comunicarlas con un lenguaje adecuado.

3- Ordenar temporalmente algunos hechos históricos relevantes, y otros hechos referentes a la evolución de la vivienda, el trabajo, el transporte y los medios de comunicación a lo largo de la historia de la humanidad, utilizando para ello las nociones básicas de sucesión, duración y simultaneidad.

17- Abordar problemas sencillos, referidos al entorno inmediato recogiendo información de diversas fuentes (encuestas, cuestionarios, imágenes, documentos escritos) elaborando la información recogida (tablas, gráficos, resúmenes), sacando conclusiones y formulando posibles soluciones.

Este criterio de evaluación está dirigido a comprobar si el alumno ha alcanzado cierta familiaridad en la aplicación del método de investigación. Como medio de conocimiento y análisis para problemas concretos de la realidad. Se valorará la autonomía de los alumnos y alumnas para obtener información relevante de las distintas fuentes y la sistematización que hace de la misma y la implicación personal en las soluciones aportadas.

• En el área de **Educación Artística** se detallan los componentes expresivos de los mensajes con la finalidad de que los alumnos sean también creadores. Entre los objetivos, destacan:

- Objetivo 1: *“Comprender las posibilidades del sonido, la imagen, el gesto y el movimiento como elementos de representación y utilizarlas para expresar ideas, sentimientos y vivencias de forma personal y autónoma en situaciones de comunicación y juego”.*

- Objetivo 4: *“Expresarse y comunicarse produciendo mensajes diversos, utilizando para ello los códigos y formas básicas de los distintos lenguajes artísticos, así como sus técnicas específicas”.*

- Objetivo 5: *“Realizar producciones artísticas de forma cooperativa que supongan papeles diferenciados y complementarios en la elaboración de un producto final”*.

- Objetivo 8: *“Conocer los medios de comunicación en los que operan la imagen y sonido, y los contextos en que se desarrollan, siendo capaz de apreciar artísticamente los elementos de interés expresivo y estético”*.

- Objetivo 10: *“Tener confianza en las elaboraciones artísticas propias, disfrutar con su realización y apreciar su contribución al goce y al bienestar personal”*.

Dentro de los contenidos de esta área, aparecen diferentes aspectos relacionados con la composición de la imagen y sus elementos formales, que pueden ser utilizados como pautas para la lectura de imágenes. Además, cabe señalar especialmente el contenido actitudinal que se encuentra en este primer apartado, por contemplar directamente la “valoración de las imágenes de modo crítico...”, junto con otros contenidos que hacen referencia a la producción autónoma de imágenes, en los siguientes epígrafes.

1. LA IMAGEN Y LA FORMA

- Conceptos.

1. Formas naturales y artificiales del entorno.
2. Contextos y medios habituales en que se usa la imagen como elemento de comunicación.
3. Aspectos básicos del análisis de la imagen.

- Procedimientos.

1. Exploración sensorial y análisis de la imagen y la realidad que representa.
2. Estrategias de «lectura» de los elementos que componen la imagen en los diferentes contextos y situaciones en que se presenta.
3. Descripción del contenido de los mensajes transmitidos por las imágenes, intentando comprender la intención del emisor y reconocer los recursos utilizados y los efectos conseguidos.

- Actitudes.

1. Valoración de las imágenes de modo crítico e interés por analizar los diferentes elementos contenidos en su composición.

2. LA ELABORACION DE COMPOSICIONES PLASTICAS E IMAGENES

- Conceptos.

1. La elaboración de imágenes como instrumento de expresión y comunicación.
3. El proceso de elaboración: planificación, realización y valoración.

- Procedimientos.

2. Selección y utilización de materiales y técnicas para la realización de un producto artístico determinado.
3. Manipulación de materiales y manejo de instrumentos y aparatos diversos para conocer sus cualidades expresivas y para afianzar el dominio y apreciar el rendimiento de los mismos.
4. Realización de formas y composiciones nuevas con recursos variados.

- Actitudes.

1. Satisfacción por realizar el proceso de producción artística de modo progresivamente más autónomo.
2. Confianza en las posibilidades de realización y ejecución artística y valoración de las producciones propias y de los otros.
3. Seguimiento de las normas e instrucciones de manejo y conservación de instrumentos, materiales y espacios.

3. LA COMPOSICION PLASTICA Y VISUAL: ELEMENTOS FORMALES

- Conceptos.

1. La composición: organización de las formas en el espacio y el tiempo.
2. Los elementos básicos del lenguaje plástico y visual: línea, color, textura y forma.
3. Articulación de los diferentes elementos del lenguaje plástico y visual.

- Procedimientos.

1. Variación sistemática de los elementos y recursos empleados para conseguir el efecto que más se ajusta a las propias intenciones.
2. Exploración sensorial de los distintos elementos del lenguaje visual.
3. Realización de composiciones figurativas o no figurativas, organizando el espacio con diferentes elementos plásticos y sus combinaciones, utilizando criterios de escala intuitiva y perspectiva.
4. Representación narrativa de acontecimientos, coordinando elementos plásticos y verbales.

- Actitudes.

1. Esforzarse por crear formas variadas progresivamente más personales, variando y ensayando nuevas posibilidades expresivas.

8. ARTES Y CULTURA

- Conceptos.

3. La obra artística en los medios de comunicación.

- Procedimientos.

2. Utilización de los medios tecnológicos para la elaboración de producciones artísticas.

Respecto a los criterios de evaluación, también destaca la utilidad del empleo de los diferentes recursos expresivos en la producción de mensajes :

1- Identificar algunas características plásticas y visuales observables (color, forma, textura, medida) en elementos naturales y en manifestaciones artísticas presentes en el entorno y establecer relaciones de semejanza y diferencia con las propias producciones.

2- Describir alguno de los elementos constitutivos (signos, puntos de vista del observador, amplitud de plano, contenido, etc.) de un mensaje visual presente en el entorno.

Con este criterio se quiere comprobar si los alumnos y alumnas identifican y describen con detalle alguno de los aspectos básicos que intervienen en los mensajes visuales que les rodean a diario (imágenes de T.V., anuncios publicitarios, videoclips, carteles, etcétera). Es importante que la evaluación se realice con mensajes conocidos de antemano por el alumno.

4- Representar por medio de imágenes secuenciadas (cómic, diapositivas, historieta) personajes, objetos y acciones que aparecen en un determinado orden espacial y temporal.

Con este criterio se quiere comprobar si los alumnos tienen en cuenta, en la sucesión de imágenes que proponen, el punto de vista del observador, un orden espacio-temporal adecuado y una correcta parcelación de las acciones, personajes u objetos en planos sucesivos. Asimismo se valorará, en los casos que lo requieran, la integración del lenguaje verbal y el icónico.

14- Realizar individualmente o en grupo producciones artísticas sencillas donde se integran los diferentes lenguajes artísticos y expresivos (corporal, plástico, icónico y musical).

Se trata de evaluar si los alumnos, coordinados por el profesor incorporan a sus formas habituales de expresión y representación del mundo imaginario, afectivo y social los conocimientos artísticos adquiridos. Se valorará la integración que en el proceso realizan de los distintos lenguajes, más que el resultado final obtenido, así como la colaboración en el trabajo colectivo con actitudes cooperativas.

15- Comentar de forma razonada alguna de las manifestaciones artísticas a las que el alumno y la alumna tienen acceso, relacionando los elementos presentes en la obra con la experiencia y gustos personales.

Con este criterio se quiere comprobar el conocimiento que el alumnado tiene de las manifestaciones y hechos artísticos de su entorno. Se valorará el grado de implicación del alumnado en distintas experiencias expresivas, la percepción sensible alcanzada en la observación de la realidad y el comentario de los elementos expresivos y estéticos que intervienen en la producción.

• En el área de **Educación Física** encontramos un objetivo que está relacionado con la comunicación corporal y que puede aplicarse a la expresividad necesaria para transmitir o valorar mensajes mediáticos:

- Objetivo 8: *“Utilizar los recursos expresivos del cuerpo y del movimiento para comunicar sensaciones, ideas y estados de ánimo y comprender mensajes expresados de este modo”*.

Dentro de los contenidos de éste área, se especifican algunos relacionados con la percepción, con la expresión y la comunicación:

1. EL CUERPO: IMAGEN Y PERCEPCION

- Conceptos.

3. Las posibilidades perceptivas del cuerpo.

- Procedimientos.

3. Control del cuerpo en relación con la tensión, la relajación, la respiración y de la actitud postural.

6. Percepción y estructuración espacio-temporal.

- Actitudes.

12. Seguridad, confianza en sí mismo y autonomía personal.

3. EL CUERPO: EXPRESION Y COMUNICACION

- Conceptos.

1. El cuerpo como instrumento de expresión y comunicación.

2. La calidad del movimiento y sus componentes.

- Procedimientos.

1. Exploración y utilización de las posibilidades y recursos expresivos del propio cuerpo.

- Actitudes.

1. Valoración de los usos expresivos y comunicativos del cuerpo.

2. Valoración del movimiento de los otros, analizando los recursos expresivos empleados, su plasticidad y su intención.

Por lo que a los criterios de evaluación de esta área se refiere, también se incorpora uno relacionado con el uso de los recursos expresivos del cuerpo:

10. Utilizar los recursos expresivos del cuerpo para comunicar ideas y sentimientos y representar personajes o historias reales e imaginarias.

Con este criterio se quiere comprobar si los alumnos y las alumnas controlan el gesto y el movimiento y los utilizan para comunicarse. Se valorará la naturalidad y espontaneidad de los movimientos, la utilización personal no estereotipada, de los gestos y posturas corporales y el uso correcto que hace de todos ellos.

• En el área de **Lengua castellana y Literatura** aunque dentro de los objetivos no se hace mención expresa a la enseñanza de los medios de comunicación, encontramos referencias a los mensajes en general, aplicables también a los que emiten los medios:

- Objetivo 1: *“Comprender discursos orales y escritos, interpretándolos con una actitud crítica y aplicar la comprensión de los mismos a nuevas situaciones de aprendizaje”*.

- Objetivo 5: *“Combinar recursos expresivos lingüísticos y no lingüísticos para interpretar y producir mensajes con diferentes intenciones comunicativas”*.

- Objetivo 7: *“Explorar las posibilidades expresivas orales y escritas de la lengua para desarrollar la sensibilidad estética, buscando cauces de comunicación creativos en el uso autónomo y personal del lenguaje”*.

- Objetivo 8: *“Reflexionar sobre el uso de la lengua, comenzando a establecer relaciones entre los aspectos formales y los contextos e intenciones comunicativas a los que responden, para mejorar las propias producciones”*.

- Objetivo 9: *“Reflexionar sobre el uso de la lengua como vehículo de valores y prejuicios clasistas, racistas, sexistas, etcétera, con el fin de introducir las autocorrecciones pertinentes”*.

Los contenidos sí que integran, como veremos, los medios de comunicación social. Principalmente, en el bloque “Sistemas de comunicación verbal y no verbal”, en el que, además de otros aspectos, entre las actitudes encontramos un contenido relativo a tener una actitud crítica ante los mensajes que transmiten los medios y los que se abordan desde la publicidad:

1. USOS Y FORMAS DE LA COMUNICACION ORAL

- Conceptos.

3. Formas básicas adecuadas a las diferentes situaciones e intenciones comunicativas.

- Procedimientos.

1. Utilización de las habilidades lingüísticas y no lingüísticas y de las reglas propias del intercambio comunicativo en diferentes situaciones.

2. Comprensión de textos orales atendiendo a las diferentes intenciones y a las características de la situación de comunicación.

3. Interpretación de mensajes no explícitos en los textos orales (doble sentido, sentido humorístico, mensajes que suponen discriminación, etcétera).

4. Comentario y juicio personal sobre los textos orales.

- Actitudes.

4. Sensibilidad y actitud crítica ante usos de la lengua que suponen discriminación social, sexual, racial, o de cualquier tipo.

4. SISTEMAS DE COMUNICACION VERBAL Y NO VERBAL

- Conceptos.

1. Textos que utilizan de forma integrada sistemas de comunicación verbal y no verbal (en los medios de comunicación social, en la publicidad, etcétera).

2. Sistemas y elementos de comunicación no verbal: la imagen, el sonido, y el gesto y movimiento corporal.

- Procedimientos.

1. Comprensión de textos que utilizan articuladamente sistemas de comunicación verbal y no verbal.
2. Análisis de elementos formales sencillos para interpretar la intención pretendida.
3. Producción de textos para expresar diversas intenciones, empleando de forma integrada sistemas de comunicación verbal y no verbal.

- Actitudes.

1. Sensibilidad estética ante la forma de coordinar sistemas de comunicación verbal y no verbal (orden, claridad, equilibrio, ritmo, etcétera).
2. Actitud crítica ante los mensajes que transmiten los medios de comunicación social y la publicidad, mostrando especial sensibilidad hacia los que suponen una discriminación social, sexual, racial, etcétera

Por lo que al apartado de criterios de evaluación respecta también quedan definidas las exigencias de aprendizaje de la participación en diferentes situaciones comunicativas, la búsqueda de fuentes de información, la comprensión e interpretación de mensajes, o el comentario de manifestaciones artísticas, entre otros.

- 2- Captar el sentido de textos orales de uso habitual mediante la comprensión de las ideas expresadas y de las relaciones que se establecen entre ellas y la interpretación de algunos elementos no explícitos presentes en los mismos (doble sentido, sentido humorístico, etcétera).
A través de este criterio se trata de comprobar que el alumnado ha desarrollado su capacidad para comprender los textos orales de su vida cotidiana (cuentos u otros relatos, grabaciones de radio y televisión, instrucciones, canciones, poemas...). Se ha de prestar atención a la comprensión global así como al reconocimiento de las relaciones entre sus distintos elementos (relaciones espaciales y temporales y secuencia lógica). Es preciso, también, constatar que los alumnos son capaces de comprender más allá del sentido literal del texto y de realizar deducciones e inferencias sobre elementos sencillos de su contenido.
- 16- Producir textos empleando articuladamente la imagen y el lenguaje verbal (carteles, cómics...) y utilizando elementos sencillos de estos lenguajes (disposición en el espacio, contraste, color, tamaño...) para expresar intenciones concretas de comunicación.
En este criterio de evaluación se trata de verificar la capacidad del alumno para expresarse a través de diferentes lenguajes de forma integrada. Se pretende la utilización de la imagen y del lenguaje verbal y el uso de elementos sencillos que permita crear efectos determinados (llamar la atención, producir sensaciones de alegría, tristeza, suavidad, agresividad).
- 17- Identificar, en textos orales y escritos de uso habitual, planteamientos de determinados temas y usos de la lengua que suponen una discriminación social, racial, sexual, o de otro tipo, y tender a la autocorrección.
Este criterio de evaluación presta atención a la capacidad del alumnado para detectar ciertos usos de la lengua que suponen una discriminación. Se pretende el desarrollo de una actitud crítica ante los mensajes que recibe en su vida cotidiana y la búsqueda de alternativas en la propia expresión que intenten corregir estos usos. Se atenderá a expresiones, chistes, ejemplos, ilustraciones, etcétera que forman parte de la comunicación habitual del alumnado.

Con los citados objetivos, contenidos y criterios de evaluación, la Educación Primaria contribuye al *“desarrollo de las capacidades de comunicación, pensamiento lógico y conocimiento del entorno social y natural de los alumnos”*⁴.

⁴ Según se establece en el preámbulo del Real Decreto.