



Representaciones sociales televisivas y población infantil

TV social representations social and children

M^a Del Carmen Reina Flores
Sevilla (España)

RESUMEN

La televisión es un medio de transmisión inmediato y cercano para la población en general. La capacidad de filtrar la información que llega a través de los medios no es innata sino que se ha de aprender y desarrollar a través de una correcta educación, que han de llevar a cabo los padres y en la que la propia televisión no está exenta de responsabilidad.

Las normas sociales se transmiten de muy diversas formas, uno de los aprendizajes, por los que los niños pueden adquirir valores sociales, es el aprendizaje observacional. Los niños pueden aprender actitudes e incluso formas de comportamiento situacional a través de lo que ven y observan. Por ello los padres tienen un papel fundamental en la socialización de sus hijos y los valores que han de adquirir.

La televisión al ser un medio cercano y próximo transmite muchos tipos de mensajes implícitos y explícitos, en franja horaria infantil, adecuados para adultos, pero no necesariamente adaptados a los más pequeños.

La investigación ha sido realizada con un grupo de padres y sus respectivos hijos de edades comprendidas entre los diez y los catorce años.

El instrumento empleado ha sido en el caso de los padres una encuesta y en la muestra infantil la entrevista clínica, resultado de un estudio piloto previo.

En este estudio se recogen una serie de datos de especial interés sobre las horas que pasan los chicos frente al televisor y cómo se relacionan las mismas con variables como el tipo de programas que suelen ver y relación entre la ficción y la realidad.

ABSTRACT

The television transmits messages of immediate form to the whole audience. The people could not filter the information of innate form. An individual learns how to filter the information.

The children could learn attitudes and forms of behaviour through what they see and observe. For that the parents have a important paper in the education of their children and the values that they are supposed to acquire.

The investigation has been carried out with parents' group and their respective children of ages between the ten and the fourteen years.

The used instrument was in the case of the parents a survey and in the infantile sample the clinical interview, result of a study previous pilot.

In this study a series of data of special interest is picked up to close the hours that pass the boys before the television. In this investigation the type of programs is described that they are accustomed to see and relationship between the fiction and the reality.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Televisión educativa, valores sociales y audiencia infantil.
Educational television, social values, infantile audience.

La televisión por sus peculiares características puede ser un medio de socialización en el sentido que puede constituir una forma de concienciación y sensibilización, pero también y sin ser contradictorio puede ser un instrumento de insensibilización.

La televisión en si misma no tiene que ser calificada de buena o mala depende del uso que se haga de ella, por ello se ha de poner especial atención en la educación de los más pequeños, padres y educadores han de ser conscientes de que no toda la programación en franja infantil es apta para menores.

Existen estudios sobre la influencia de la televisión en los niños, entre ellos es de destacar el de Himmelweit del que hace eco Aguaded (2000: 152-153) recogiendo las principales aportaciones de esta investigación.

- Comportamiento: Los niños dedican mayor tiempo a la televisión que a cualquier otra actividad.
- Preferencias de programas: Los niños ven con placer espacios destinados a adultos, sobre todo los de entretenimiento, donde se identifican con algunos personajes.
- Géneros: A los niños les impresionan los que tienen formas dramáticas y las formas realistas de presentar violencia.
- Violencia: Nada prueba que los programas les hagan ser más agresivos, pero tampoco que tenga un efecto benéfico sobre ellos.
- Medios: Desde que la televisión se ha implantado definitivamente en los hogares ha disminuido el tiempo que se dedica a otros medio.
- Pasividad: No se demuestra que la televisión haga más pasivos a los niños pero tampoco se comprueba lo contrario.
- Satisfacción de necesidades: No se puede establecer que el habito de ver la televisión responda a necesidades precisas.

1. Estudio

De los medios de comunicación de masa, la televisión es por excelencia el medio más cercano. En la mayor parte de los hogares de los países desarrollados o en vías de desarrollo la televisión constituye un elemento más de la composición del hogar. La televisión se ha convertido en un elemento que ha entrado a formar parte destacada en todos los hogares, los niños no son una excepción. En los últimos años se han producido una serie de cambios destacables como son:

- Incremento de la inactividad.
Las actividades físicas que los niños desempeñaban con sus juegos han disminuido. Cada vez pasan más horas en casa ocupando su tiempo en entretenimientos que no requieren excesivos desgastas físicos.
- Disminución de programas educativos
No se programan muchos programas educativos e incluso existen pocos programas específicos para la población infantil.
- Carencia de franjas horarias dedicadas a la programación infantil
No existe en muchas cadenas una programación específica en la franja horaria infantil. El respeto por el horario infantil y la adecuación de lo televisado a este público solo se realiza en las cadenas públicas y preferentemente en sus segundos canales.

Para la realización de esta investigación se ha tomado dos muestras:

- Infantil

La muestra que hemos designado como infantil esta formada por un grupo de doscientos niños. Hay una distribución proporcional en cuanto al sexo cien chicos y cien chicas.

Las edades de los niños que han participado en este trabajo están comprendidas entre los diez y los catorce años. Se establece cinco categorías de edad, siendo su distribución homogénea al igual que la del sexo como se muestra a continuación.

EDAD				

SEXO	10	11	12	13	14
Varón	20	20	20	20	20
Mujer	20	20	20	20	20
Total	40	40	40	40	40

- Adultos:

Se ha recogido información de los padres de los niños que han participado en este estudio. La muestra presenta un nivel socioeconómico medio.

Las edades de los padres oscilan entre los treinta y los cincuenta y tres años. Los padres se han agrupado en cinco categorías de edad: de treinta a treinta y cinco, de treinta y seis a cuarenta, de cuarenta y uno a cincuenta y de cincuenta y uno a cincuenta y cinco

La distribución en cuanto al sexo ha sido aleatoria. Siendo el número de varones noventa y de mujeres doscientos diez.

La agrupación de la muestra en función de la edad y el sexo se muestra en la siguiente tabla.

	EDAD				
SEXO	30-35	36-40	41-45	46-50	51-55
Varón	30	31	16	9	4
Mujer	45	32	21	10	2
total	75	63	37	19	6

Se ha utilizado dos tipos de pruebas en función de los sujetos:

- Entrevista clínica:

Este tipo de instrumento ha sido empleado con la muestra de niños, con el fin de obtener la mayor información posible. Las entrevistas fueron realizadas en los centros escolares de los niños.

Se realizó un estudio piloto previo que nos permitió discriminar las preguntas que formarían parte de la entrevista clínica definitiva.

- Encuesta:

La recogida de información en la muestra de padres fue realizada a través de una encuesta cerrada. En la encuesta se les pregunta a los padres por los hábitos televisivos de sus hijos, con el fin de contrastar la información procedente de la muestra infantil.

El procedimiento, que se siguió para la recogida de datos, fue el envío previo de una carta informativa a los padres en la que se les solicitaba su colaboración en este estudio, por correo postal, y posteriormente tras la aceptación de los mismos se les envió la encuesta.

Las cuestiones planteadas se giran en torno a bloques temáticos siendo los mismos para ambas muestras.

- Horas de dedicadas a ver televisión.
- Tipo de programación que se suele ver.
- Resolución de conflictos usando como instrumento la violencia.
- Representación de distintos colectivos.

A continuación se muestran la información obtenida del análisis de ambos instrumentos. La presentación de los resultados se presentará en función de las muestras.

2. Resultados

Muestra infantil:

Con respecto a las horas dedicadas a ver televisión hemos establecido tres tipos de categorías: de una a dos horas, de dos a tres horas, de tres a cuatro horas y más de cuatro horas.

Según los datos obtenidos en la muestra infantil, se produce un incremento de las horas conforme aumenta la edad salvo en el caso de los chicos y chicas de catorce años que afirman ver menos horas la televisión.

HORAS	EDAD				
	10	11	12	13	14
1-2	17,4%	15,2%	11,3%	11,2%	11,1%
2-3	21,4%	20,1%	22%	27,4%	21,3%
3-4	51,1%	44,4%	40,1%	31,2%	56,1%
Más de 4	10,1%	20,3%	26,6%	31,2%	12,5%

Como se puede apreciar en la tabla anterior afirman ver más de cuatro horas un considerable porcentaje de niños, aunque el margen más alto se da en las tres cuatro horas.

Muestra de Adultos:

En los padres no se haya el mismo porcentaje, considerando estos márgenes menos amplios de horas televisivas.

Según los padres sus hijos ven menos la televisión de lo que los propios niños afirman ver.

HORAS	EDAD				
	10	11	12	13	14
1-2	23,4%	21,1%	32%	36,5%	24,3%
2-3	61,1%	54,3%	50,1%	41,1%	55,1%
3-4	7,4%	14,2%	12,4%	12,1%	10,3%
Más de 4	8,1%	10,4%	5,5%	10,3%	10,3%

Como se puede apreciar en la tabla anterior referida a los padres el margen de horas más amplio es el correspondiente a las dos tres horas, seguido de una a dos horas.

- Tipo de programación que se suele ver.

Muestra infantil:

La programación que afirman ver los niños la hemos agrupado en tres tipos de categorías: programas de adultos, series animadas para adultos y programación infantil. Los resultados se muestran en la siguiente tabla. Donde se puede apreciar que ha medida que aumenta el número de horas que chicos y chicas afirman ver la televisión también afirman ver programas más programas de adultos.

TIPOS DE PROGRAMAS	EDAD			
	1-2	2-3	3-4	Más de 4
Programas de adultos	8,5%	11,3%	24,5%	33,1%
Series animadas de adultos	21,3%	26,1%	32,2%	35,6%
Programación infantil	70,2%	62,7%	43,3%	31,3%

Con respecto a la edad los programas infantiles suelen ser más vistos por los niños de diez once y doce años incrementándose progresivamente el número de programas no específicos de la infancia conforme aumenta la edad.

Muestra de adultos:

Al contrario de lo que ocurría en el bloque anterior, con respecto a la relación entre el tipo de programa y las horas de televisión, los padres también incluyen más programación de adultos conforme aumenta el número de horas que se dedica a ver la televisión. Los porcentajes son similares a los de la muestra infantil sin apreciables diferencias.

Los padres de los chicos de edades comprendidas entre los diez y once años afirman que sus hijos suelen ver programación infantil, al igual que afirma la muestra infantil se produce un incremento de la visión de la programación de adulto conforme aumenta la edad.

- Resolución de conflictos usando como instrumento la violencia.

Muestra infantil

Los chicos y chicas que conforman este estudio consideran que los actos de violencia presenciados en el medio televisivo no distan mucho de la realidad. Con esta afirmación están de acuerdo todos los entrevistados.

Es destacable el hecho de que actos violentos que ven en televisión lo sitúan con facilidad dentro de su contexto habitual.

A continuación en la siguiente tabla se puede apreciar la relación entre la edad y el contexto dónde los niños sitúan los actos violentos equiparables a los presenciados en la programación televisiva. Las respuestas de los niños se ha agrupado en categorías que recogen los distintos contextos de la realidad habitual del niño.

RESPUESTA	EDAD				
	10	11	12	13	14
Aula	12,4%	22,2%	22%	15,5%	12,2%
Recreo	72,1%	55,4%	40,1%	42,2%	33,2%
Calle	11,4%	13,1%	32,4%	35,2%	46,2%
Hogar	4,1%	9,3%	5,5%	7,1%	8,4%

En el bloque que nos ocupa es de especial atención observar la relación con respecto a la edad. Los más pequeños ven la violencia dentro del colegio, principalmente en el recreo, mientras que a medida que aumenta la edad esta violencia se ve más en el exterior sobre todo a partir de los 12 años.

Todos los chicos y chicas entrevistados coinciden en no situarla dentro del contexto del hogar, tal y como se aprecia en la tabla anterior los porcentajes en este contexto son muy inferiores al de los demás independientemente de la edad.

La violencia se justifica como medio para la resolución del conflicto y los motivos de esta violencia se agrupan en las categorías que se muestran en la siguiente tabla.

La principal causa que los niños encuentran en el uso de la violencia es la defensa propia, no existiendo diferencia ya se trate de la realidad o de los la programación televisiva.

RESPUESTA	EDAD				
	10	11	12	13	14
Integración	14,5%	25,3%	12%	25,5%	22,4%
Defensa propia	70,1%	58,5%	55,6%	54,3%	51,3%
Control situacional	15,4%	16,2%	32,4%	20,2%	26,3%

En referencia a la utilidad de la violencia es de destacar que a diferencia de otras preguntas si encontramos diferencias en cuanto al sexo. Siendo las chicas las que menos justifican el uso de la violencia. Esta idea aún se reafirma más conforme aumenta la edad.

Muestra de adultos

En el bloque temático que nos ocupa los porcentajes que incluidos en cada categoría varían con respecto a la muestra de infantil. Los padres, independientemente de la edad, ven la violencia predominantemente en la calle. A diferencia de sus hijos que la aprecian, sobre todo en el caso de los más pequeños, en el contexto escolar.

Con respecto a las causa de la violencia la muestra de padres responde mayoritariamente al igual que sus hijos que sería que se justifica en los casos de defensa propia. Los porcentajes de los padres, a cerca de la justificación que sus hijos hacen de la violencia, en las otras categorías son apenas imperceptibles.

- Representación de distintos colectivos.

Muestra infantil

En el bloque dedicado a la percepción de distintos colectivos, inmigrantes, ancianos y enfermos mentales, preguntamos por la imagen que se da de los mismos en televisión. Encontramos que conforme

umenta la edad, los niños afirman que en el medio televisivo se da una noción negativa de los mismos siendo los de edades de trece y catorce años los que más altos porcentajes presentan al respecto.

En este apartado también se aprecia una diferencia en cuanto al sexo ya que son las chicas las que más afirman notar esa imagen negativa que se transmite desde los programas que suelen seguir

Muestra de adultos

Los padres en general no denotan tan claramente como sus hijos que éstos perciban una imagen negativa de los colectivos anteriormente citados.

3. Conclusiones finales

Existe una gran diferencia con respecto a la percepción del número de horas que los niños ven la televisión según los padres sus hijos ven muchas menos horas de las que ellos afirman ver.

Conforme aumentan las horas que un niño pasa delante del televisor también se incrementa el número de programas creados para una audiencia adulta que ellos ven.

Los niños que han participado en el presente estudio afirman que la violencia que se manifiesta en los programas que ven en la televisión no difiere de la que se aprecia en la vida real.

La violencia, en contra de lo que creen sus padres la encuentran en los contextos más cercanos sobre todo en el caso de los más pequeños.

Con respecto al sexo las diferencias más notables son las referidas a la utilidad de la violencia. Las chicas son las que menos justifican el uso de la violencia. Esto puede tener una explicación referente a la propia atribución de roles y los estilos educacionales.

Las representaciones televisivas de distintos colectivos son percibidas como negativas correlacionando positivamente con la edad.

Referente a las imágenes de los colectivos estudiados no son descritas en igual medida por los padres que no contemplan estas nociones en sus hijos.

La televisión puede ser una buena herramienta socializadora, si se sabe usar, para ello los padres han de saber que tipo de programas ven sus hijos y comentarlos con ellos.

Los propios padres como los principales educadores y la primera fuente de socialización de sus hijos deben establecer que tipo de programación es la adecuada para ellos y ayudarles a filtrar toda la información que les llega.

Referencias

- AGUADED, J. I. (1999): *Convivir con la televisión. Familia educación y competencia televisiva en niños y jóvenes*. Barcelona, Paidós
- AGUADED, J. I. (2000): *Televisión y telespectadores*. Huelva, Grupo Comunicar.
- AGUADEED, J.I. y CABERO, J. (2002): *Educación en red*. Málaga, Aljibe.
- ALBERO, M. (1984): *La televisión didáctica*. Barcelona, Mitre.
- ALONSO, M. (1992): «La programación va por dentro». *Infancia y Sociedad*, 14; 79-88.
- ALONSO, M.; MANTILLA, L. y VÁZQUEZ, M. (1981): *Los teleniños*. Barcelona, Laia.
- ALONSO, M.; MANTILLA, L. y VÁZQUEZ, M. (1995): *Los teleniños públicos/teleniños privados*. Madrid, La Torre.
- BRYAN, Y. (1990): *Television Advertising and children*. Oxford, Clarendon Press.
- BRIANT, J. y ZILLMAN, D. (1996): *Los efectos de los medios de comunicación investigación y teorías*. Barcelona, Paidós.
- BUSTAMANTE, E. (1999): *La televisión económica. Financiación estrategias, mercados*. Barcelona, Gedisa.
- CASSETTI, F. y DI CHIO, F. (1999): *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona, Paidós.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1995): *Información audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid, Síntesis.
- FERRÉS, J. (1994): *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.
- FERRÉS, J. (1996): *Televisión subliminal. Socialización mediante la comunicación inadvertida*. Barcelona, Paidós.
- GONZALEZ, J. (1988): *El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad*. Madrid, Cátedra.

GONZALEZ REQUENA, J. (1989): El espectáculo informativo o la amenaza de lo real. Madrid, Cátedra.
HERMOSILLA, M.E. (1990): Explorando la recepción televisiva. Santiago de Chile, Ceneca.
IGLESIAS, F. (1990): La televisión dominada. Madrid, Rialp.
JACQUINOT, G. (1996): La escuela frente a las pantallas. Buenos Aires, Aique.
KAPLÚN, M. (1992): A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa. Chile, Unesco Oreal.
LOMAS, C. (1996): El espectáculo del deseo. Barcelona, Octaedro.
MANDER, J. (1984): Cuatro buenas razones para eliminar la televisión. México, Gedisa.
PÉREZ TORNERO, J.M. (1994): El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio. Barcelona, Paidós.
RICO, D. (1994): El buen telespectador como ver y enseñar a ver la televisión. Madrid, Espasa Calpe.

***M^a del Carmen Reina Flores** es profesora del Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación de la Universidad de Sevilla (España) (mcreina@us.es).*

