

La mediación familiar en la recepción televisiva infantil: análisis de los indicadores de mediación preferente y efectiva¹

Family mediation in children's television reception: An analysis of indicators of preferred mediation and actual mediation

TERESA TORRECILLAS LACAVER²

Ayudados en entrevistas en profundidad a 48 familias con hijos de entre 4 y 12 años de la comunidad de Madrid, hemos analizado cada uno de los indicadores que definen el proceso de mediación de los padres en las prácticas televisivas de los hijos. Se ha revelado un alto grado de permisividad en los hogares y la necesidad de educación mediática de los padres.

Based on in-depth interviews with 48 families with children between 4 and 12 years old from the community of Madrid, we have analyzed each indicator which defines parent's mediation processes in the television practices of children. Our analysis has revealed a high degree of permissiveness at homes and the need for media education of parents.

PALABRAS CLAVE: Televisión, infancia, socialización, mediación familiar, recepción, contexto.

KEY WORDS: Television, children, socialization, parental mediation, audience reception, context.

¹ Proyecto Coordinado de Televisión e Infancia 2008-2011, Conserjería de Educación de la Comunidad de Madrid, Ref. S2007/HUM-0424.

² Universidad San Pablo CEU, España.

Correo electrónico: teresat@ceu.es

Calle Asturias, 14, 28691; Villanueva de la Cañada, Madrid, España.

INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS:

LA PROTECCIÓN DE LA INFANCIA FRENTE A LA TELEVISIÓN

La preocupación sobre los posibles efectos de la televisión en la sociedad, telón de fondo de la mayoría de las investigaciones sobre medios de comunicación hasta la emergencia de Internet, aumenta cuando se trata de audiencias y de programación infantil. Con el auge de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación la atención se ha desplazado hacia los riesgos y oportunidades del uso y consumo de los llamados nuevos medios, pero la investigación no puede desatender a la pantalla que, a pesar de su edad, sigue ocupando un espacio prioritario en las prácticas mediáticas de los menores en los hogares (Torrecillas, 2012). Las investigaciones más actuales ponen de manifiesto que aunque el universo de pantallas con las que los niños interactúan ha crecido en los últimos años y de que precisamente los menores son los impulsores y motores de la adaptación de las familias a las nuevas tecnologías (Bringué & Sádaba, 2011), la televisión no ha perdido protagonismo hasta el punto en que 2011 ha sido el año en el que más televisión se ha consumido en los hogares españoles desde que se contabilizan las audiencias: 239 minutos al día, es decir, casi cuatro horas diarias, según Barlovento Comunicación (2011). Además cabe plantear, como hipótesis de trabajo, que la mediación familiar en contextos de recepción televisivos puede ser un buen referente para las dinámicas familiares en contextos convergentes y multimedia más complejos.

Existe un amplio consenso y una extendida sensibilidad sobre la necesidad de velar por la protección de la infancia en el uso de las tecnologías de la comunicación y de la información, y de asegurar un entorno comunicativo que garantice e incluso ayude a un correcto desarrollo de los menores.

Las inquietudes suscitadas en torno a la programación televisiva giran alrededor de los posibles efectos de los contenidos programados en la infancia por la potencialidad del medio como factor de cambio, como fuente de influencia sobre la percepción de la realidad o en la adopción de actitudes y valores.³ La televisión, como agente de socialización con

³ La realidad es que a pesar de esta sensibilización y de los esfuerzos enca-

gran protagonismo en la vida cotidiana de los niños, construye modelos “mediante la captación, la remodificación y la proposición de valores, símbolos, rituales y formas de interacción convertidos en modelos que cabe imitar” (Montero, 2006, p. 19). Hay estudios que corroboran la eficacia socializadora de los relatos de ficción televisivos que además se caracterizan por su gran poder de seducción entre los niños dando lugar a una relación entre estos y los personajes de las series casi real (Livingstone, 1999). Los medios de comunicación son agentes de socialización que producen cambios en los sujetos hasta el punto de “que determinan la forma de captar la realidad, el modo de interactuar con ella y el modo de seguir aprendiendo” (Martí, 2005, p. 34) sin que los receptores tengan conciencia de sus efectos. Pero la televisión no actúa sola en el vacío ni los niños son sujetos pasivos sin ninguna capacidad para interpretar los mensajes audiovisuales.

En las primeras investigaciones empíricas sobre audiencia infantil ya se puso de manifiesto que los efectos no eran ni tan nítidos ni tan directos (Himmelweit, Oppenheim & Vince, 1958). Se reconsidera el significado de las audiencias “moduladas claramente por la naturaleza y el significado cultural de la interacción entre las actividades de los espec-

minados a mejorar el ambiente mediático en el que están creciendo los menores, el panorama es desalentador. Varias investigaciones constatan que la programación infantil es insuficiente y de mala calidad; que la mayoría de las emisiones infantiles son antiguas y de producción japonesa o estadounidense; que existe una inadecuada relación entre la oferta de televisión infantil y la demanda; que se publicitan y emiten como infantiles en cadenas temáticas infantiles programas que no son adecuados al estadio evolutivo de los niños; que cuando más televisión consumen es a partir de las 10:00 de la noche; que optan por contenidos producidos para adultos como algunas series de ficción en la noche, y que la televisión les resta tiempo para otras actividades como el estudio (Aparici, García Matilla, García Matilla, Gutiérrez & Monsiváis, 1994; Callejo, 2008; Núñez Ladevéze & Pérez Ornia, 2002, 2003, 2006). A estos datos hay que sumar que las televisiones privadas vulneran constantemente la Ley de Comunicación Audiovisual en materia de infancia como constata el Observatorio de Contenidos Televisivos Audiovisuales (OCTA), en un informe de marzo de 2011 (Martínez, 2010).

tadores y el carácter cultural” (Nightingale, 1999, p. 20). Las audiencias, en plural, son consideradas entidades autónomas que hacen su propia lectura o interpretación de los textos emitidos por los medios. En este sentido, podemos hablar de una concepción de comunicación como un proceso mucho más complejo en el que intervienen varios elementos que hacen de filtro entre el emisor y el receptor. “Se recuperan variables que dan forma y vida al proceso de fruición y a su ubicación social” (Wolf, 1994, p. 131); surge “la necesidad de referirse al contexto social en todos sus componentes, como determinación estructural en la que se coloca la dinámica específica de los efectos” (p. 131); se consolida el concepto de audiencia activa y el paradigma de la comunicación mediada.

En este artículo pretendemos difundir los principales resultados de un proyecto de investigación financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología: “Producción de contextos de recepción de la audiencia infantil en España: el lugar de la familia” (SEJ2005-05805). Este proyecto de investigación sitúa a los padres como principales agentes socializadores del niño en las relaciones que establecen con la televisión en el hogar. Considera que los padres son los principales responsables de la educación de los hijos frente a otras fuentes de mediaciones como puede ser la televisión. En las próximas páginas, después de hacer un breve marco teórico que justifique la construcción del objeto de estudio y de explicar la metodología utilizada, se describirán, en primer lugar, cada uno de los indicadores de mediación familiar considerados en el estudio; en segundo lugar, se identificarán las principales características y modelos de mediación familiar en los hogares.

LA TELEVISIÓN Y LA FAMILIA COMO AGENTES DE SOCIALIZACIÓN EN LA INFANCIA

A diferencia de otras perspectivas influenciadas por el conductismo –que trataron durante años de explicar los cambios psicológicos y, por tanto, el desarrollo humano, sin tener en cuenta las relaciones con el entorno–, las teorías del desarrollo emergentes (epigénesis) entienden este proceso como un camino abierto y flexible que no se puede estudiar de forma aislada sino “como un proceso resultante de un incesante intercambio entre el sujeto y el entorno” (Martí, 2005, p. 140).

Bronffebrenner desde la perspectiva ecológica da cuenta en su modelo sistémico del entorno o contexto en el que el sujeto crece como un elemento constitutivo que explica el comportamiento humano. Se trata de “un sistema jerárquico y organizado de estructuras en el que se encuentra la persona, y cuyas interrelaciones son necesarias para entender el desarrollo” (Martí, 2005, p. 147). El eje central del modelo son las características personales, psicológicas y biológicas del niño. Alrededor de este núcleo se dibujan círculos concéntricos que se alejan del centro según decrece su potencial de afectación en el desarrollo del niño. En el primer círculo concéntrico, el más cercano al niño, se encuentran los microsistemas: la escuela, los amigos y la familia. En el modelo, los medios de comunicación se sitúan en un círculo concéntrico intermedio, los exosistemas. Los más alejados serían los macrosistemas que corresponden a la cultura, las ideas, las creencias y los valores característicos de una sociedad en un lugar y en un momento determinado (Marta Lazo, 2005).

La televisión forma parte del entorno cotidiano en el que se desenvuelven los niños y los adolescentes, es un agente de socialización con un protagonismo indiscutible en sus vidas como constatan los datos de audimetría⁴ que ponen en evidencia un alto grado de fruición con el medio y, lo que es más importante, por la persistencia con la que incide en sus mensajes presentados de forma muy sugerente captando inexorablemente la atención de los niños y adolescentes que son los públicos más vulnerables. Según el modelo, los efectos del medio en los menores dependerán de cómo actúen el resto de entornos como filtros mediadores. La televisión no actúa en el vacío, sino en un contexto físico, cultural e ideológico, dentro del marco de las interrelaciones características del ambiente en el que niño crece. En este marco, los padres deben tener un protagonismo indiscutible que contrarreste la potencia con la que la televisión se impone porque según sea la naturaleza e intensidad

⁴ Los niños de entre 4 y 12 años consumieron en 2010, 159 minutos de televisión al día frente a los 149 minutos de 2009, es decir, 10 minutos más. Son dos horas y media al día lo que los niños ven televisión; una cifra nada desdeñable si tenemos en cuenta que van al colegio, tienen que hacer deberes, jugar y acostarse temprano para descansar.

de la interdependencia o grado de exposición, el poder de socialización será más o menos efectivo (Montero, 2006).

El concepto fundamental en el campo de la recepción es el de mediación entendida como instancia cultural desde donde el público de los medios produce y se apropia del significado y del sentido del proceso comunicativo o como “proceso estructurante que configura y reconfigura tanto la interacción de los miembros de la audiencia con la televisión como la creación por ellos del sentido de esa interacción” (Orozco, 1996, p. 74). Las audiencias infantiles, al igual que las audiencias en general, interactúan con la televisión a partir de condicionamientos determinados por la mediación de los diferentes contextos en los que viven inmersos. “Es necesario por tanto comprender el entorno de la televisión como un entorno estimular que vehicula información en formas nuevas, y analizar los diversos mecanismos y modalidades en que la información culturalmente mediada se presenta” (Del Río & Álvarez, 2004, p. 109). Frente a aquellas teorías que postulaban a un receptor indefenso ante el poder omnipotente de la televisión se comprende que las relaciones con el medio están basadas en la negociación, en el intercambio (Orozco, 1996).

De entre todos los agentes de socialización y fuentes de aprendizaje que forman parte de la vida de cada niño, los padres son el núcleo del esquema de las interdependencias. La familia es fundamental en el estudio de la interacción social porque “representa a la vez un modelo y un ejemplo del sistema interactivo que implica una especialización de roles y actitudes, una relación de lugar, normas relacionales y un conjunto de representaciones y valores que orientan las conductas” (Dominique, 1992, p. 155).

Morley (1996) dentro de la corriente de los estudios culturales británicos desarrolló distintas investigaciones empíricas en las que estudió a la familia como ámbito en el que el niño opera y donde debe encontrar recursos para decodificar los mensajes, ya que no concebía la recepción televisiva infantil sin tener en cuenta las relaciones sociales que vive el niño en su entorno más cercano. La televisión está integrada en la vida cotidiana del niño en su hogar y el proceso de negociación que establece con el medio la familia es fundamental.

El aprendizaje para ver la televisión es un proceso comunicativo e interactivo que incluye pautas sobre los tiempos que se dedican a ello, crítica sobre los contenidos, ayuda para saber seleccionarlos y valorarlos, indicaciones y normas para armonizar el uso de la televisión con otras actividades igualmente necesarias e interesantes (Vílchez, 1999, p. 20).

Hay consenso a la hora de señalar que en las primeras edades –en la infancia y en la adolescencia– la familia condiciona el tipo de relación que el niño establece con la pantalla y la forma en la que se verá afectado por sus mensajes.

La familia es –al igual que en los restantes aspectos del desarrollo del niño– uno de los agentes mediadores más determinantes en la relación que el niño establezca con la pequeña pantalla, tanto en lo que respecta a los tiempos y dietas de consumo, como en los modos de visionado de contenidos y los posibles beneficios o perjuicios cognitivos y morales que deriven de esa relación (Del Río & Álvarez, 2004, p. 286).

METODOLOGÍA

Los resultados que difundimos en este artículo son fruto de una investigación empírica, en la que se ha utilizado la técnica de la entrevista cualitativa como eje de la investigación para cumplir con los objetivos propuestos.

Para profundizar en la mediación familiar hemos estudiado los que consideramos los principales indicadores, tanto de la mediación preferente como de la efectiva; términos que explicaremos más adelante en la exposición de resultados.

Los indicadores de mediación preferente estudiados son:

- La representación que las distintas familias tienen sobre la televisión.
- Los criterios generales que tienen sobre la calidad o responsabilidad social del medio.
- La valoración de las posibles influencias del medio en sus hijos.
- La valoración sobre el posible uso educativo de la televisión.

Los indicadores utilizados para estudiar la mediación efectiva han sido:

- Conocimientos sobre televisión y contenidos.
- Sugerencias, consejos y alternativas ofrecidas a los hijos.
- Prohibiciones o normas sobre televisión.
- Medidas de control e impedimentos para la mediación.

La muestra está compuesta por 48 familias, con hijos de entre 4 y 12 años, de la comunidad de Madrid. En el casillero tipográfico se han considerado tres criterios para la selección de la muestra, que garantizan la representación sustantiva de la misma:

1. La posición en la estructura social (clase alta, media-alta, media-media, media-baja).
2. El número de hijos (familias con uno, dos o más hijos).
3. Las características del núcleo familiar (hogares en los que alguno de los padres no trabaja y está en el hogar al cargo de los hijos y hogares en los que ambos padres trabajan y no están en el hogar en gran parte del tiempo de ocio de los hijos).

La distribución de las entrevistas fue la siguiente: 24 entrevistas a familias en las que ambos padres trabajan y 24 entrevistas a familias en las que uno de los padres permanece en el hogar. En cada grupo se han hecho seis entrevistas en cada clase social, de las cuales dos han sido a familias con un solo hijo, dos a familias con dos o más hijos, ambas de Madrid capital, y dos a familias de uno o más hijos de Madrid metropolitano.

En cuanto a la variable posición en la estructura social (aunque a lo largo de este trabajo utilizamos el término clase social, lo hacemos con un valor nominativo, no teórico), es la categoría que utilizamos para estratificar los modelos de familia seleccionados según un criterio socio-formativo-ocupacional. Para la clasificación hemos utilizados los siguientes criterios: la formación y ocupación de los padres, el nivel adquisitivo y el lugar de residencia. Consideramos que estos indicadores pueden explicar diferencias en la forma que tienen los padres de relacionarse con el televisor y de actuar como agentes de mediación en los hogares con

relación a los hijos y el uso de la televisión. La hipótesis es que existen estructuras en función de dichos principios rectores, y que estos pueden estar condicionados por la situación social de las familias tal y como la hemos definido. En las formas de consumo y en la proyección de sentido los criterios señalados pueden ser indicativos de diferencias. Las vivencias de usos son paralelas a las estructuras sociales (Callejo, 1995).

En las investigaciones cualitativas, a diferencia de las cuantitativas en las que la muestra debe ser representativa del universo de manera que los datos obtenidos en el estudio de la muestra puedan ser proyectados al universo, la construcción cualitativa se efectúa atendiendo a criterios estructurales (Callejo, 2001). No se busca una proporción adecuada y estadística entre la muestra y el universo, sino que los principales sectores de la población, en este caso familias con hijos, estén presentes con sus criterios, comportamientos y discursos. Es el investigador quien establece la relevancia de cada sector dentro de la muestra en función a criterios que sean pertinentes según el caso. Hemos utilizado un criterio de representatividad sustantiva con el objeto de “cubrir la variedad de las situaciones sociales más que el reproducir sobre una escala reducida las características de la población” (Corbetta, 2003, p. 372).

A pesar de que se hicieron dos vueltas de entrevistas en 2008 y en 2010 para actualizar los resultados; en este artículo nos centramos en los resultados de 2010 por lo que obviamos en este texto el análisis comparativo.

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN: MEDIACIÓN FAMILIAR

A la luz de todo lo expuesto, se hace necesario estudiar la mediación familiar o los patrones de interrelación padres-hijos en el contexto televisivo. La mediación familiar es el término que utilizamos para definir la forma en la que los padres intervienen en la relación que sus propios hijos establecen con la televisión. Consideramos, a la luz de la teoría –tanto desde la comunicación como desde la sociología–, que la mediación familiar explicará en gran medida la forma de recepción televisiva infantil que desarrollan los niños en sus relaciones con el medio.

Por tanto, la mediación familiar en el contexto de la televidencia es el grado y forma en que los padres intervienen en la relación entre sus

hijos y la televisión. En este ejercicio de mediación familiar los padres conjugan la mediación preferente o patrón de conducta que tienen en su conciencia, con la mediación efectiva o conducta real (Torrecillas, 2011). La mediación preferente es el ideario o conjunto de ideas que tienen los padres en sus predisposiciones volitivas sobre la televisión y, más concretamente, sobre cómo debe ser la relación entre los niños y la televisión. En el ideario de los padres se sitúan los criterios que sostienen sobre cómo sus hijos deben y no deben hacer uso de la televisión. La mediación efectiva es el modo en el que los padres materializan el ideario que tienen sobre televisión en su forma de comportarse con relación a sus hijos y el medio.

Indicadores de mediación preferente

La visión que tienen los padres sobre cada uno de los indicadores señalados contribuye a generar una idea global sobre el medio que dará lugar al establecimiento de criterios para concebir el tipo y la forma de intervenir en la relación que los hijos establezcan con el medio. Otra cosa es si esos criterios los hacen efectivos en sus hogares o no.

Representación de la televisión. La representación de la televisión, desde una perspectiva psicológica, es el concepto que se hace presente en la conciencia de los receptores sobre el medio. Se trata de la percepción o construcción que el telespectador asigna a la televisión fruto de la confrontación del arraigo social indiscutible del medio y de los criterios generales que se sostengan sobre el mismo.

En los discursos de las familias de clase media-alta y media-media se percibe el medio como un instrumento al servicio de los telespectadores que reconocen hacer uso de la televisión para satisfacer necesidades de entretenimiento, de pasar el tiempo o de información. La diferencia que podemos apreciar entre la clase media-alta y la clase media-media es en el grado de abstracción que manifiestan con relación a la televisión. Para la clase media-alta el medio es una fuente de consumo absolutamente prescindible y para las familias de clase media-media la televisión no deja de ser un instrumento, pero necesario como ventana al mundo. Para las clases medias-bajas la televisión es un dispositivo socializador; asumen los criterios sostenidos por la televisión como fundamentos morales o pautas

de conducta. Las familias de clase baja, ven en el medio a una aliada; una compañía en el caso de padres o madres sin trabajo o como una colaboradora en el cuidado de los hijos, que en muchas ocasiones y a edades muy tempranas dejan solos en el hogar frente al televisor.

TABLA 1
REPRESENTACIÓN DE LA TELEVISIÓN

CA*	CB	CC	CD
Fuente de consumo prescindible.	Ventana al mundo. Instrumento.	Dispositivo socializador.	Colaboradora con padres y compañía hacia los hijos.
Instrumento.			Solución conflictos.

* Utilizamos en todas las tablas las siguientes siglas para designar a las cuatro situaciones sociales estudiadas: la clase media-alta (CA), la clase media-media (CB), la clase media-baja (CC) y la clase baja (CD).

Fuente: Elaboración propia.

Criterios generales. La deslegitimación social del medio no proviene solo de diferentes instituciones, desde las académicas hasta el propio Estado, sino que está sustentada por los consumidores de todas las clases sociales. Todos los discursos analizados, en diferente grado y con diferentes argumentos, han tildado a la televisión de mala calidad, de manipulación y de negocio en el que priman los intereses comerciales.

TABLA 2
CRITERIOS GENERALES

CA	CB	CC	CD
Mala calidad. Manipulación y primacía de intereses comerciales.			No gusta.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración de las influencias. Las familias de clase alta tienen una percepción abstracta exclusiva de las influencias. Son conscientes de que la televisión es una fuente de influencia, pero ellos mismos se excluyen de ser objeto de las mismas. Las familias de clase media-media en las

que ambos padres trabajan fuera de casa manifiestan en sus discursos una posición muy parecida a la que acabamos de describir. En el caso de familias de esta misma clase en las que solo trabaja uno, en la mayoría el padre, tienen una percepción concreta inclusiva de las influencias de los medios. Son muy conscientes de la posibilidad de que la televisión influya negativamente en ellos y en sus propios hijos pudiendo fomentar conductas que no serían aceptadas por los padres. Además, describen de forma concreta actitudes en sus propios hijos que consideran efecto de los contenidos televisivos a los que se exponen habitualmente. Las familias de clase media-baja también tienen una percepción concreta inclusiva, con la diferencia de que en este caso las situaciones de influencia que expresan en la mayoría de los ejemplos están relacionadas con el consumo. Las familias de clase baja tienen una percepción remota de las influencias. No tienen ideas claras sobre este término ni les preocupa especialmente. En algunas ocasiones aluden a cómo la televisión incita al consumo o a la agresividad.

TABLA 3
VALORACIÓN DE LAS INFLUENCIAS

CA	CB	CC	CD
Percepción abstracta exclusiva.	Percepción concreta generalizada inclusiva (Trabaja uno solo de los padres). Percepción abstracta exclusiva (trabajan ambos).	Percepción concreta (consumo y agresividad).	Percepción remota.

Fuente: Elaboración propia.

Valoración del uso educativo. Las familias de clase media-alta, a diferencia de las de clase media-media, no consideran que la televisión sea o pueda ser un medio educativo en sí mismo. Para ellos la televisión puede convertirse en instrumento educativo, adjetivo, es decir, complementario, en casos muy concretos. En la clase media-media sí consideran que la televisión podría tener un uso educativo, sustantivo, y de hecho, se sienten traicionados porque el medio no cumple con sus

verdaderas funciones: la información, que valoran más positivamente, y la formación.

El discurso de las familias de clase media-baja considera que la televisión es una buena herramienta para conocer cosas a las que no tienen acceso de otra manera. Afirman que la influencia de la televisión también puede ser positiva si se utiliza bien. Tienen una consideración sustantiva de la televisión como medio para el desarrollo intelectual y el ascenso en la escala social. En las familias de clase baja no tienen criterios muy concretos sobre el posible uso educativo del medio. Tienen una consideración adjetiva del medio en este sentido.

TABLA 4
VALORACIÓN DEL USO EDUCATIVO

CA	CB	CC	CD
Adjetivo.	Sustantivo para aprender (bien utilizada).	Sustantivo para desarrollo intelectual y ascensión en la escala social.	Adjetivo.

Fuente: Elaboración propia.

Indicadores de mediación efectiva

Conocimiento sobre televisión y contenidos. El conocimiento que tienen los padres sobre la programación infantil que ven sus hijos es muy escaso o prácticamente nulo. Los padres, en general, confían en que la programación que emiten algunas cadenas en las franjas que destinan a los niños (sobre todo las mañanas de los fines de semanas) y la programación que emiten los canales temáticos infantiles son adecuados para la edad de los hijos. Las diferencias vienen en el conocimiento de la programación en horario de *prime time*, franja en la que más se ve televisión en familia, y en la que los padres, disponen de más tiempo para dedicarlo a la televisión por lo que suelen conocer mejor la programación que emiten las diferentes cadenas. Aunque padres e hijos no vean lo mismo y cada uno haga el visionado en televisiones diferentes, sí es una programación que en líneas generales los padres conocen. En el modelo de familia de clase alta el desconocimiento es generalizado. En las familias de clase media-media, desconocen la programación in-

fantil pero manifiestan tener un conocimiento más elevado de la franja de *prime time*. Las clases medias-medias manifiestan lo mismo. En el modelo de familia de clase baja el conocimiento es muy bajo en los hogares en los que ambos padres trabajan, o en el caso del padre o madre trabajador, pero en cambio, cuando los padres permanecen en casa el conocimiento es muy alto porque dedican mucho tiempo al visionado de televisión y lo comparten con los hijos.

TABLA 5
CONOCIMIENTOS SOBRE TELEVISIÓN Y CONTENIDOS

CA	CB	CC	CD
Bajo general.	Bajo programación infantil. Medio alto en <i>prime time</i> .	Desconocimiento generalizado en padres trabajadores. Padres que permanecen en casa ven mucha televisión con sus hijos y conocen los contenidos. Medio alto en <i>prime time</i> .	Bajo (ambos trabajadores). Muy alto general (padre que permanece en casa).
Ninguna preocupación.	Preocupación principal por visionado de contenidos sexuales y violentos.		Preocupación principal por visionado de contenidos violentos y publicidad.

Fuente: Elaboración propia.

Sugerencias, consejos y alternativas. Las sugerencias sobre televisión son muy escasas o prácticamente inexistentes. Es curioso contrastar cómo las familias tienen criterios claros sobre televisión pero según sus propios discursos no ofrecen a sus hijos sugerencias y consejos sobre el uso que deberían hacer del medio. En algunos casos se hacen sugerencias concretas sobre algún programa específico que se ha visto anunciado, pero estos son la excepción; en cuanto a los consejos sobre televisión ocurre lo mismo.

Las alternativas al medio que los padres ofrecen fuera de la propia televisión están relacionadas con la capacidad adquisitiva de las familias para hacer frente al coste de las actividades extraescolares. En el caso de las familias de clase media-alta y clase media-media hemos comprobado que son muchas las alternativas que los padres ofrecen, como aprender idiomas o practicar deportes. En el caso de las familias de clase media-baja los padres no ofrecen a sus hijos alternativas que suponen un gasto más en la economía familiar, pero sí hemos percibido que instan a los hijos a hacer cosas fuera del hogar y lejos de la televisión, como salir de paseo, jugar fútbol con los amigos en la calle o ir a algún parque cercano. En el caso de las familias de clase-baja, los padres además de no poder ofrecer a sus hijos ninguna alternativa de ocio que cueste dinero, prefieren que estén en casa viendo la televisión, antes que estar en la calle con los peligros que ello conlleva. Este dato nos lleva a pensar que estas familias, como dijimos en la representación que tienen sobre el medio, ven en la televisión a una aliada, una fuente de solución de conflictos.

Las alternativas dentro de la propia televisión son prácticamente inexistentes, la única alternativa es la sentencia “cambia de canal” o “apaga la televisión”.

TABLA 6
SUGERENCIAS, CONSEJOS Y ALTERNATIVAS

	CA	CB	CC	CD
Sugerencias	Escasas y concretas.	Escasas y concretas.	Pocas.	Ninguna.
Consejos	Escasos e improvisados en el acto.	Escasos e improvisados en el acto.	Pocos.	Alguno.
Alternativas	Fuera de la televisión muchas. Dentro de la televisión pocas.	Fuera de la televisión bastantes. Dentro de la televisión pocas.	Fuera de la televisión alguna. Dentro de la televisión pocas.	Fuera de la televisión ninguna. Dentro de la televisión ninguna.

Fuente: Elaboración propia.

Prohibiciones y normas. De todos los indicadores que hemos considerado para describir la mediación efectiva que los padres ejercen en sus hogares, este es el más representativo. Constituyen el núcleo de la mediación efectiva.

Como punto de partida resulta muy significativo que en todos los discursos los padres traten con bastante insistencia de alejarse de lo que podría calificarse como una actitud autoritaria de intromisión en la vida privada de los hijos. En términos generales, las normas y prohibiciones son prácticamente inexistentes y las que hay surgen de forma improvisada frente a contenidos que los padres consideran perjudiciales, en la mayoría de los casos contenidos eróticos o violentos, y frente a un exceso en el tiempo de exposición al medio.

De entre todas las clases sociales hemos encontrado en la mediación una mayor intervención; existen prohibiciones expresas de contenidos que los hijos saben que no deben ver y prohibiciones parciales que se imponen cuando los padres se percatan de un uso indebido del medio. Las familias de clase media-baja también intervienen con prohibiciones parciales y totales pero con menor incidencia que el modelo anterior. Las familias de clase alta prácticamente no imponen normas porque no lo consideran necesario y los de clase baja no ven en la televisión un problema y no creen que deban defender a sus hijos del medio.

Medidas de control. Es una constante en todos los discursos analizados el que los padres expresen libremente que no establecen medidas para controlar el uso que los hijos hacen del medio. Incluso en el caso de hijos que se quedan a cargo de terceras personas, como puede ser una asistenta o los abuelos, sí les piden que los hijos hagan los deberes, y, en todo caso, que hasta que no cumplan con su obligación de hacer las tareas del colegio no vean la televisión.

Otra diferencia en los discursos de las distintas clases sociales está en la intención expresada por los padres de establecer esas medidas de control. En el caso de las familias de clase alta y baja la intención es nula. Los primeros porque fieles a su discurso creen que sus hijos están exentos de los posibles efectos negativos del medio en su desarrollo y que están lo suficientemente preparados para hacer un uso adecuado del medio. En el caso de las familias de clase baja, no tienen intención de

TABLA 7
PROHIBICIONES Y NORMAS

CA	CB	CC	CD
Permisividad por confianza en los criterios de los hijos.	Mayor intervención paterna.	Mayor intervención paterna.	Permisividad por no dar importancia al tema.
Prohibiciones parciales con presencia paterna.	Prohibiciones totales (programas). Prohibiciones parciales con presencia paterna.	Prohibiciones parciales con presencia paterna (trabaja uno de los padres). Prohibiciones totales y parciales (trabajan ambos).	Prohibiciones parciales con presencia paterna.

Fuente: Elaboración propia.

establecer un plan de control porque para ellos la televisión no es un problema. Las familias de clase media-media y media-baja sí tienen la intención de controlar y tienen conciencia de la necesidad de hacerlo pero manifiestan que es algo que se les va de las manos. Son conscientes de su responsabilidad y les gustaría hacer las cosas mejor. En el caso de las familias de clase media-media podemos decir que la intención es elevada porque se manifiestan de forma más contundente, y en el caso de las familias de clase media-baja podemos decir que la intención es relativa porque aunque lo ven necesario no son tan categóricos o rotundos al expresarse en este sentido.

TABLA 8
MEDIDAS DE CONTROL

CA	CB	CC	CD
Inexistentes.	Superficial.	Superficial.	Inexistente.
Actuación frente a contacto casual.	Actuación frente a contacto causal.	Actuación frente a contacto causal.	Intención nula.
Intención nula.	Intención exhaustiva.	Intención relativa.	

Fuente: Elaboración propia.

Impedimentos. El mayor impedimento con el que se encuentran los padres a la hora de mediar entre sus hijos y el uso que hacen del televisor es la imposibilidad de ejercer la mediación porque no se encuentran en los hogares durante una parte importante del tiempo de ocio de los hijos por sus responsabilidades laborales. Esta situación expresada en todos los discursos tiene que ver, sobre todo, con aquellas familias en las que ambos padres trabajan fuera del hogar, a las que tenemos que sumar aquellas familias monoparentales en la que los hijos viven con el padre o la madre que trabaja fuera del hogar.

Otras razones a las que los padres han hecho alusión son el cansancio, el hecho de que aunque uno de los padres esté en el hogar tiene tareas que hacer.

TABLA 9
IMPEDIMENTOS

CA	CB	CC	CD
Ausencia de los padres en el tiempo de ocio de los hijos por imposibilidad de conciliar vida familiar y laboral.			
Cansancio, responsabilidades dentro del hogar y desidia.			

Fuente: Elaboración propia.

Características de la mediación familiar

Después del estudio de todos los indicadores de mediación preferente y efectiva podemos afirmar de forma generalizada que la mediación familiar que los padres desarrollan en sus hogares es insuficiente porque se ejerce de forma superficial, arbitraria y transitoria. De esta forma podemos afirmar que los padres se inhiben o no ejercen con la suficiente fuerza como filtros mediadores entre sus propios hijos y los mensajes audiovisuales por lo que desde los hogares no se contrarresta con suficiente fuerza la capacidad socializadora de la televisión. A continuación se enumeran las principales razones que nos han llevado a hacer esta afirmación:

- Los padres no tienen un discurso sólido sobre televisión. Su discurso está plagado de frases hechas, tópicos y convencionalismos que pro-

ceden más del imaginario colectivo que de un esfuerzo de análisis y reflexión sobre el medio.

- Los padres no identifican el medio como un agente de socialización del niño por desconocimiento y falta de formación. Es significativa la infravaloración de los posibles efectos del medio en el desarrollo de sus propios hijos, siempre atribuidos a otros. Esta situación se traduce en una menor sensación de la necesidad de mediar.
- La televisión, a pesar de la asimilación y adaptación a las tecnologías de información y comunicación, sigue siendo un instrumento imprescindible en los hogares. En el caso de los niños más pequeños, la pantalla tradicional es prioritaria y si acuden a otras pantallas es para ver contenidos televisivos; respecto a los menores más grandes, aunque otros medios ganan protagonismo no abandonan el consumo televisivo. El predominio de la televisión en los hogares es evidente no solo desde el punto de vista del número de televisores y del lugar que ocupan, sino desde una perspectiva más profunda que tiene que ver con el significado o la representación del medio en las familias, por el lugar simbólico que ocupa en los hogares. Estas funciones que van desde el mero entretenimiento hasta la compañía o apertura al mundo hacen que a pesar de la deslegitimación absoluta del medio su hegemonía sea indiscutible. Esta es la gran paradoja de la televisión.
- Las familias cada vez coinciden menos delante del televisor. Los niños, cada vez en mayor medida cuentan con una televisión para uso autónomo donde no tiene cabida la autoridad del mandato en el caso de que existiera. La fragmentación de la oferta contribuye a estos nuevos usos que rompen con el carácter familiar tradicional del medio.
- Los padres desconocen el contenido de la programación que ven sus hijos y confían plenamente en que la oferta de las cadenas temáticas infantiles es adecuada para sus hijos por lo que no tienen la sensación de que sus hijos puedan verse perjudicados por estos contenidos. Los niños tienen libertad absoluta para ver canales temáticos infantiles.
- No existen normas o prohibiciones sobre televisión en los hogares. Se percibe temor por parte de los padres a ser autoritarios y a intrometerse en la libertad individual de sus propios hijos. Los padres solo reaccionan frente a un exceso en el tiempo de consumo diario y cuando se

percatan de que están viendo contenidos con una alta carga erótica o sexual y frente a imágenes violentas. No existen normas permanentes sino mandatos arbitrarios y transitorios; arbitrarios porque son fruto de una reacción no planificada sino casual, y transitorios porque por la forma en que son impuestas en un momento determinado no tienen permanencia en el patrón de conducta de los hijos.

- Los padres no tienen la costumbre de ofrecer consejos o sugerencias a sus hijos sobre televisión; las que existen son igualmente arbitrarias y transitorias. Tampoco son muchas las alternativas que los padres ofrecen a sus hijos dentro de la propia televisión. Las alternativas fuera de la televisión están determinadas por la capacidad económica de las familias para sufragar algún tipo de actividad extraescolar. En muy pocos casos nos hemos encontrado con familias que ofrecen a sus hijos alternativas dentro o fuera del hogar que no supongan un gasto para la familia.
- No existen estrategias de alfabetización audiovisual en los hogares. Los padres no han ideado de forma consensuada un plan de mediación y formación sobre televisión. La televisión no forma parte del proyecto educativo de los padres.
- Hemos constatado la disonancia pragmática. Existen en todos los modelos de familia una inadecuación entre los criterios que sostienen sobre televisión y específicamente sobre la forma y el grado en el que deberían mediar en la relación de sus hijos y el medio y la forma de intervenir en ella. La disonancia pragmática favorece las deficiencias o la inhibición de los padres en su responsabilidad mediadora.
- Son muchos los impedimentos que se encuentran los padres a la hora de mediar. El más destacable es la dificultad para conciliar vida familiar y laboral, lo que les impide en muchos casos estar en el hogar en tiempo de ocio de sus hijos.

Patrones de interacción padres-hijos sobre televisión

A pesar de la generalización que acabamos de hacer hay diferencias de matices según la posición de la familia en la estructura social que nos ha permitido diferenciar cuatro modelos de interacción padres-hijos sobre televisión o cuatro contextos de recepción televisiva infantil.

Modelo de autocontrol: contextos de recepción televisiva infantil medio-alto. Ven la televisión como una fuente de influencias negativas y positivas, en sí misma, pero ellos no se consideran objeto de esas influencias. Tienen una percepción abstracta excluyente de las influencias. Para ellos la televisión es un instrumento adjetivo, al que acceden con alguna finalidad específica, normalmente informativa o para entretenerse. El tipo de mediación que ejercen los padres de clase alta es de autocontrol: confianza en la formación que están recibiendo sus hijos que los capacita para actuar responsablemente frente al televisor, por lo que la inhibición paterna en la responsabilidad mediadora de los padres es patente.

Modelo de heterocontrol: contextos de recepción televisiva infantil medio-medio. Son conscientes de la capacidad de influencia de la televisión sobre sus propios hijos. En los hogares en los que solo trabaja uno de los padres tienen una percepción concreta inclusiva de las influencias. En las familias en las que trabajan ambos padres, estos tienen conciencia de la capacidad de influencia del medio pero hablan de ello en tercera persona: tienen una percepción abstracta excluyente de las influencias. Para ellos la televisión no es un instrumento accesorio, sino que sería un instrumento sustantivo, necesario, en el caso de que fuera de buena calidad. El tipo de mediación que ejercen los padres es de heterocontrol: los padres adoptan una actitud vigilante de la relación de sus hijos y la televisión con actitudes que van desde los consejos hasta los mandatos aunque se encuentran con inconvenientes que les impiden ejercer su responsabilidad mediadora adecuadamente y que les obliga a inhibirse más de lo que quisieran en las relaciones que sus hijos establecen con el medio.

Modelo de control: contextos de recepción televisiva infantil medio-bajo. Consideran que la televisión influye en sus hijos principalmente porque los estimula hacia el consumo. Critican también la manipulación informativa. Para ellos la televisión tiene poca credibilidad, piensan que trata de confundir a la gente. Tienen una percepción concreta de las influencias orientadas al consumo y a la manipulación, y consideran que la televisión bien utilizada sería un instrumento que favorecería el desarrollo de la mente, además valoran positivamente el uso educativo

de la televisión. Para ellos es un instrumento sustantivo para el desarrollo intelectual y el ascenso en la escala social. Ejercen una mediación de control sin implicarse excesivamente en la relación del niño y el televisor.

Modelo de descontrol: contextos de recepción televisiva infantil bajo. Son padres sin criterios concretos sobre televisión y niños pero con una percepción remota de las influencias del medio en sus hijos. Para ellos la televisión es un instrumento adjetivo que sirve para entretener a los niños. Los padres prefieren que los hijos estén en casa viendo televisión a que estén en la calle, con los peligros que entrañan los entornos en los que viven. La mediación que se ejerce es de descontrol: los padres tienen una actitud permisiva, intervienen muy poco en la relación de los hijos y la televisión.

CONSIDERACIONES FINALES

A la luz de los resultados expuestos es evidente la desprotección de la infancia frente a los abusos de la televisión. Si a la actitud de indiferencia de la industria, y a la insuficiencia de las regulaciones, sumamos la actitud de inhibición de muchos padres a la hora de intervenir en el uso y consumo que hacen los hijos de los medios, queda en evidencia que los niños están solos frente a la fuerza socializadora de un medio que logra imponer sus criterios normativos de forma muy sugerente.

La televisión cumple con su función socializadora estando muy presente en la vida cotidiana de los niños y, aunque ya hemos explicado que las audiencias son activas y negocian los significados de los mensajes y la adopción de una postura frente a los mismos, en el caso de las audiencias infantiles el papel del resto de agentes de socialización, sobre todo la familia, es fundamental en el proceso de reapropiación de significados porque, por una cuestión de edad, no cuentan con conocimientos, experiencia y recursos suficientes para enfrentarse y dialogar con los contenidos. Cuando se trata de niños es vital la educación y el aprendizaje en el uso de la televisión para que salgan victoriosos en ese proceso de negociación e intercambio de sentidos y significaciones. El reto está en recuperar la esencia de la familia y el rol de los padres como

principales responsables en el suministro de criterios para contrarrestar el protagonismo de la fuerza socializadora de la televisión. Para ello es necesaria la mediación activa que consiste en adoptar una actitud de implicación en la forma que tienen los hijos de relacionarse con los medios y que pasa por la instrucción, guía y control del uso y consumo que hacen los menores de los medios.

El punto de partida para hacer real la mediación activa es establecer cauces para formar a los padres en medios audiovisuales, lo que podemos llamar educación mediática destinada a padres. El objetivo de la educación mediática para padres es enseñar qué son los medios audiovisuales y cuáles son las características de los textos mediáticos: conocer los lenguajes o formas de comunicación de dichos textos. De esta forma, se desarrollan competencias tanto para hacer una lectura crítica de los textos como para la participación activa. Solo si los padres adquieren estos conocimientos podrán tomar conciencia del problema y ejercer su labor mediadora adecuadamente para hacer a los hijos competentes para interpretar y valorar con criterio los productos.

Una vez que los padres han adquirido ese conocimiento y tienen la voluntad de convertirse en protagonistas en la educación mediática de sus hijos, consideramos que los padres deben ejercer tres funciones: establecer unas normas de comportamiento con relación a la televisión, idear y aplicar un programa de instrucción sobre la televisión, y ejercer un seguimiento y control del uso que los hijos hacen del medio. Solo de esta manera se hará activa la mediación y redundará en una infancia mejor preparada para desenvolverse como individuos con autonomía y una identidad definida en la sociedad de la información.

Bibliografía

- Aparici, R., García Matilla, A., García Matilla, E., Gutiérrez Martín, A. & Monsiváis, R. (1994). *Televisión, currículum y familia*. Madrid, España: Ministerio de Ciencia y Tecnología.
- Barlovento Comunicación (2011). *Análisis televisivo 2011*. Madrid, España: Barlovento Comunicación.
- Bringué, X. & Sádaba, C. (2011). *La generación interactiva en Madrid*. Madrid, España: Colección Generaciones Interactivas/Fundación Telefónica.

- Callejo, J. (1995). *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*. Madrid, España: CIS.
- Callejo, J. (2001). *Investigar las audiencias*. Barcelona, España: Paidós.
- Callejo, J. (2008). Audiencias activas o audiencias cautivas. En J. Igartua & A. Badillo (Eds.), *Audiencias y medios de comunicación* (pp. 15-42). Salamanca, España: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Corbetta, P. (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid, España: McGraw Hill.
- Del Río, P. & Álvarez, A. (2004). *Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid, España: Fundación infancia y aprendizaje.
- Dominique Picard, E. (1992). *La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación*. Barcelona, España: Paidós.
- Fuente Cobo, C. (2009). Principios y políticas de regulación para la protección de la infancia frente a contenidos nocivos o no deseados. En C. Fuente Cobo (Coord.), *Infancia y televisión. Políticas de protección de los menores ante los contenidos audiovisuales* (pp. 24-81). Madrid, España: Fragua.
- Himmelweit, H., Oppenheim, A. & Vince, P. (1958). *Television and the child: An empirical study of the effect of television on the young*. Londres, Inglaterra: Oxford University Press.
- Livingstone, S. (1999). *Young people, new media. Report of the research project: Children, young people and the changing media environment*. Londres, Inglaterra: London School of Economics and Political Science.
- Marta Lazo, C. (2005). *La televisión en la mirada de los niños*. Madrid, España: Fragua.
- Martí, E. (2005). *Desarrollo, cultura y educación*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Martínez, M. (2010). *Vulneraciones a la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual en materia de protección de menores*. Pamplona/Madrid, España: OCTA. Recuperado el 15 de octubre de 2011 de <http://estaticos.20minutos.es/adj/2011/03/15/1556.pdf>

- Montero, Y. (2006). *Televisión, valores y adolescencia*. Barcelona, España: Gedisa.
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Nightingale, V. (1999). *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*. Barcelona, España: Paidós.
- Núñez Ladevéze, L. & Pérez Ornia, J. L. (2002). Los gustos de la audiencia infantil y la producción televisiva. El conflicto pragmático de los responsables de la audiencia infantil. *REIS*, 99, 113-143.
- Núñez Ladevéze, L. & Pérez Ornia, J. L. (2003). Programación infantil en la televisión española. Inadecuación entre la oferta y la demanda. *Telos*, 54, 103-113.
- Núñez Ladevéze, L. & Pérez Ornia, J. L. (2006). Lo que los niños ven en la televisión. *Zer*, 20, 133-177.
- Orozco, G. (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid, España: Ediciones De la Torre.
- Torrecillas Lacave, T. (2011). El lugar de la familia en el proceso de recepción televisiva infantil. En P. Fernández (Coord.), *Los niños y el negocio televisivo* (pp. 19-31). Sevilla, España: Comunicación Social.
- Torrecillas Lacave, T. (2012). Características de los contextos familiares de recepción televisiva infantil. La responsabilidad mediadora de los padres. *Sphera Pública*, 12, 127-142.
- Vílchez Martín, L. F. (1999). *Televisión y familia. Un reto educativo*. Madrid, España: PPC.
- Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona, España: Paidós.