

La familia y la infancia frente a los contenidos televisivos

Juan Camilo Díaz Bohórquez
Universidad de La Sabana
juan.diaz7@unisabana.edu.co

Resumen: *A la televisión se le culpa de los males de la sociedad: la señalamos como la causante del comportamiento de los niños quienes están más alejados de la realidad, sin embargo, es claro que la familia tiene una tarea en el manejo y comprensión de los contenidos televisivos y que buena parte de lo que los niños ven es producto de nuestras preferencias, incluso de nuestra autoridad. Este artículo presenta algunas reflexiones producto de un estudio sobre la mediación que como padres desempeñamos frente al consumo de televisión de niños entre los 3 y 5 años de edad, partiendo de la premisa que somos los principales responsables de su formación.*

Palabras clave: *Familia, padres, hijos, roles, influencia, consumo de medios, televisión, educación*

Abstract: *The television is blamed for all the ills of society: as noted as the cause of the behavior of children who are increasingly detached from reality, however, it is clear that the family has a job in handling and understanding of television content and much of what our kids see is a product of our preferences, including the authority. This article presents some reflections product of study on mediation that as parents we play in front of the television watching of children between 3 and 5 years of age, on the premise that as parents we are responsible for their training*

Keywords: *Family, parents, children, roles, influence, media consumption, television, education*

1. Introducción: La relación familia y televisión

Actualmente, hablar de la influencia de la televisión en las personas no es nada nuevo, es, por el contrario, tema diario de análisis, investigaciones y conversaciones. Y es que la televisión pasó de ser el medio que rompió todos los esquemas de comunicación a ser el enemigo número uno de la sociedad. A la “tele” se le achacan los males de la sociedad, el comportamiento de nuestros niños⁴⁵ y adolescentes, la pérdida de identidad y la masificación de los pensamientos. Y sí, en buena parte la televisión se merece esa fama, pero también es cierto que debemos tener en cuenta que nosotros como usuarios, como televidentes, somos quienes tenemos el control, la capacidad de decidir qué ver y qué no.

Aunque, para ser objetivos, debemos reconocer que así como tiene aspectos negativos, como llevarnos a la pasividad e irrealidad, el aislamiento y la desunión, las alteraciones psicológicas, la difusión de antivalores y la pérdida de interés en los deportes y actividades al aire libre, la televisión también cuenta con aspectos positivos como el entretenimiento, la fantasía, la creatividad y que puede ser una potencial herramienta de pedagogía y educación (Yarce, 1993: 179).

Sea cual sea la posición, es claro que la televisión tiene un poder enorme y frente a eso, frente a esa influencia y teniendo en cuenta que la TV es el medio preferido por la mayoría de las personas y que la regla es que exista al menos un televisor en cada hogar, debemos preguntarnos cuál es el rol que como padres⁴⁶ de familia adelantamos para evitar que el impacto de la “cajita mágica” sea tan fuerte, especialmente en los niños y niñas, asiduos consumidores de contenidos y mensajes televisivos (Díaz, 2010: 2). En la búsqueda de una respuesta, nos encontramos que buena parte de lo que nuestros hijos ven es producto de nuestros gustos y preferencias, incluso de la autoridad que como padres ejercemos.

GRAN ENCUESTA DE LA TELEVISIÓN EN COLOMBIA
E 1: 1.4 TV's
E 2: 1.8 TV's
E 3: 2.0 TV's
E 4: 2.3 TV's
E 5: 2.4 TV s

⁴⁵ La Ley 1098/2006 de Infancia y Adolescencia, denomina niños(as) a quienes se encuentran entre los 0-12 años y adolescentes sobre los 12 y hasta los 18 años. Sin embargo, la Declaración de Ginebra (1924), la Declaración de los Derechos del Niño (1959) y la Convención sobre los Derechos del Niño (1989) denominan “niño” a “todo ser humano menor de 18 años” salvo que leyes internas de cualquier país concedan la mayoría de edad a una distinta a los 18 años. Para Colombia entonces, niño, niña, adolescente es equivalente a “niño”, es decir, a todos aquellos seres humanos menores de 18 años y en ese sentido se entiende y trabaja en este estudio en respeto al denominado “bloque de constitucionalidad”.

⁴⁶ En este documento cuando nos referimos a padres de familia estamos hablando del padre y la madre en conjunto. En otros momentos del texto, de acuerdo con el contexto, se usarán por separado los términos padre y madre.

Fuente: Gran Encuesta de la Televisión en Colombia. Comisión Nacional de Televisión, 2008

¿Por qué analizar el rol de los padres y dejar de lado la “culpabilidad” de la televisión? Pues bien, en primer lugar el desarrollo social ha modificado considerablemente la estructura familiar. Los afanes diarios y la falta de tiempo, producto de la inserción de la mujer en el mundo laboral, la dispersión del ámbito hogareño por migraciones o traslados y los cambios culturales en valores, hábitos, creencias y proyectos han llevado a la repartición de los diversos roles familiares y el decaimiento del principio de autoridad por lo que, obligadamente, nos hemos visto en la necesidad de delegar en otros (personas, cosas) la responsabilidad primaria que tenemos como padres: el de la formación de nuestros hijos.

Si a esas nuevas condiciones de la familia, le agregamos el poder de la televisión, el asunto se vuelve más complejo. La televisión tiene un impacto en la sociedad, en la familia, en los niños y niñas; ha reconfigurado las relaciones sociales, la forma como vemos el mundo y como lo podemos asumir (Díaz, 2010: 5). Además, debemos considerar que aunque una de las funciones de la televisión es la de entretener e informar, es una poderosa industria que mueve millones de dólares al año, que debe responder a sus dueños con ganancias y estas se obtienen con programas que generan rating, audiencia, y no siempre esos programas son aptos para todo público y menos para los niños, personas en plena formación cognitiva, social y física. Es por eso que abarcar el tema de los padres y su relación y trabajo de mediación y educación frente a los contenidos que sus hijos ven en televisión se hace necesario dentro de una sociedad que sataniza al medio pero que en muchas ocasiones le delega la responsabilidad formadora al punto de convertirla en referencia de premio o castigo (“si no haces caso, no puedes ver televisión...”).

2. La tarea de ser padre

La familia es el núcleo de la sociedad. El diccionario la define como un grupo de personas emparentadas entre sí y que viven juntas. Desde el punto de vista del Derecho, involucra a las personas en vínculos jurídicos que surgen del matrimonio y la filiación legítima, ilegítima o adoptiva. Los católicos dicen que Dios ha instituido la familia orientada al bien de los esposos, la procreación y la educación de los hijos.

En su seno se forman y crecen los futuros ciudadanos con el apoyo de la escuela y las estructuras sociales. Como padres sabemos que la educación y formación es una juiciosa tarea, casi un arte, que tiene como objetivo darles a nuestros hijos las herramientas necesarias para que sean felices y alcancen la plenitud total.

Como base de la sociedad civil, la familia es más que un grupo de personas emparentadas que viven juntas y que tienen como tarea la procreación y la educación de los hijos. La familia es un importante centro que permite la integración social de las próximas generaciones, el equilibrio entre éstas y el desarrollo de la salud personal y social. Además, la familia es el soporte de la sociedad ya que es anterior a todas las instituciones que conocemos, ya que en principio es la unión natural de la

comunidad, es quien da vida a los hijos y en consecuencia tiene una enorme responsabilidad sobre y para con ellos.

Los padres deben asumir consciente y responsablemente su tarea de educar a los hijos en medio de un mundo confuso y cambiante, que todos los días exige nuevas y renovadas orientaciones. No podemos improvisar y debemos mantener una disposición para buscar información y prepararnos para desempeñar nuestra tarea, ya que el futuro depende de la forma como realicemos esta misión (De la Madrid, 2007)

Así, es la familia quien enseña y forja los valores y costumbres del amor, la lealtad, la honestidad, el respeto, la vida, la felicidad, el dolor, el prójimo, el trabajo y la convivencia, entre otros. Aquí es donde entra en juego el ejemplo que como padres demostramos y si los valores son trabajados permanentemente les estamos entregando fuertes herramientas que les permitirán tomar decisiones inteligentes y adaptarse fácilmente a la sociedad.

Y existen dos vías para esa labor de enseñanza de los padres: por lo que dicen y por lo que hacen y por lo que no dicen y no hacen. Si ciertos principios como la honradez, el servicio, la solidaridad, el respeto, el amor al trabajo y la cortesía, han sido manejados por ambos padres y forman parte de los valores familiares, es muy probable que los mismos se transmitan a sus hijos. Así, cuando estos sean mayores, tomarán decisiones inteligentes y podrán adaptarse mejor a la convivencia en sociedad.

Pero estas tareas se ven a diario amenazadas por una serie de circunstancias, vistas antes, que hacen de su tarea una labor cada vez más compleja y difícil que exige a la familia y los padres nuevas y mejoradas técnicas de formación que se verán reflejadas en las futuras generaciones.

Hemos sido testigos del resquebrajamiento y debilitamiento de esos valores y por ende de la estructura familiar. Pero, gracias a las crisis y a los problemas económicos y sociales que vivimos actualmente, se ha demostrado que solamente la familia puede y tiene las formas necesarias para evitar que toda la estructura social no se desintegre basados en el acompañamiento, el dialogo y el respeto.

Pero para alcanzar nuestras metas son necesarios muchos conocimientos y sobre todo intuición, además de tiempo. Y es precisamente este último el que nos sirve de excusa para dejar de lado nuestras obligaciones y delegar en los abuelos, la niñera o en la televisión nuestras funciones y el cuidado de los niños. No olvidemos que son varios los factores que han alterado la estructura familiar y la televisión ha entrado con fuerza a reemplazarnos.

3. La televisión en casa

Debemos definir qué tipo de padre somos frente al consumo de televisión de nuestros hijos. De acuerdo con Castro Caicedo, existen tres tipos de padres: los permisivos que no se preocupan de lo que el niño ve y para quienes el televisor tiene un gran valor como “cuidador” de sus hijos; los represivos, que prohíben ver televisión y existe el tipo ideal de padres que se preocupan por los problemas de la televisión y los enfrentan dialogando con los hijos sobre lo que ven en ella, que les dedican tiempo efectivo, que ven con ellos y comentan los programas (Castro, 2007: 26). A estos últimos se les da un valor enorme ya que la autoridad bien ejercida de los padres y

una disciplina en cuanto al consumo de televisión en tiempo y hábitos puede ser muy efectiva como medio de convencimiento y no de represión.

Sin embargo, el poder de la televisión es enorme. La “niñera electrónica”, muchas veces, de acuerdo con la voluntad de los padres, se hace cargo de entretener por su cuenta a los hijos. Es por eso que se le ha llegado a llamar el “tercer padre”, porque puede llegar a ejercer una autoridad al nivel de los padres.

En las últimas décadas la televisión se ha transformado en un instrumento poderoso que se ha instalado en la vida de las sociedades en general y, con gran fuerza, en la vida de las personas (Ramírez, 2007: 4). Escapar de su influencia es muy complicado. El televisor es un electrodoméstico y un medio de gran impacto tal y como lo demuestran los recientes estudios de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), organismo público encargada de desarrollar y ejecutar los planes y programas del estado colombiano en el servicio público de televisión, así como también de dirigir la política que en materia de televisión determine la ley, que muestran que en Colombia existe un televisor por cada miembro del hogar.

Si bien televisión significa visión a distancia, es claro que nos hemos acercado mucho a ella y le permitimos que de alguna manera marque una pauta en las reglas y hábitos del hogar. La TV da ejemplo, modelos a seguir, soluciones, por lo que de alguna manera se ha ganado nuestra confianza, que no está mal cuando hacemos buen uso de esos mensajes, pero cuando estamos sometidos al régimen de la televisión las cosas comienzan a complicarse.

Los niños son parte del numeroso público que se encuentra expuesto a la televisión, pero a la vez es el más vulnerable ante sus mensajes por su incompleta formación social, cultural y de valores.

Los niños están en pleno proceso de constitución como sujetos, individuales y colectivos, y la televisión es parte importante de sus vidas no solo en términos de tiempo invertido sino también en compatibilidad de lenguajes y sensibilidades. Además un niño entiende más o su sensibilidad es más compatible con lo audiovisual que con la lectoescritura (...) y esto no queda en la mera contemplación porque interpreta lo que ve y lo usa de alguna manera en su vida cotidiana (Quesada, 2006: 14).

El problema se incrementa cuando hablamos de unas parrillas de programación, que en el caso específico colombiano, carecen de programación infantil o programación con valores dirigida a los niños. Son varios años de mala programación, inadecuada, sobredimensionada, improvisada, en donde prima el interés comercial, más allá de la pertinencia de los mensajes y la exaltación de los valores para aquellas edades que se encuentran en pleno establecimiento de criterios, posiciones ideológicas y proyecciones de vida. Cada vez hay menos programas infantiles porque no resultan rentables para los canales y las empresas a las que pertenecen. Es claro, la televisión es una empresa y muy rentable y programa que no genere jugosas ganancias no se tiene en cuenta. A menos que haga parte de una compleja red de intereses llamada economía.

La economía, generadora del consumo cultural, lleva a que los niños sean vistos como consumidores activos gracias al mercado y los medios masivos de comunicación, transformándolos en público y audiencia de una compleja red de intereses comerciales, que en la era de la globalización ha llevado inevitablemente al consumo sin fronteras, es decir, ha llevado a los niños de diferentes partes del mundo a

percibir que tienen mucho más en común entre sí que incluso con los mismos niños del barrio, generando comunidades transnacionales de consumidores.

La calidad de la televisión infantil en todo el mundo es mala (...) en la mayoría de países se confía en la televisión importada: tiras cómicas, dibujos animados y ninguna producción local. No hay producciones nacionales que reflejen la cultura y la identidad de los niños en cada nación. A los niños les gusta la televisión en la cual ellos se puedan identificar, lo que les está cerca. Ello también depende de la edad, pero a los niños les encanta aprender a través de los programas, enterarse, por ejemplo, de qué comen los cerdos y las ovejas en su país. A medida que van creciendo quieren aprender sobre la vida de los adultos. Entonces, hay que diferenciar las edades, pero en general les interesa lo que está cerca, lo que los rodea” (Feilitzen, 2007).

Según Yarce, los platos rotos de ese esquema los pagan los niños. Y para ello cita los datos de una encuesta realizada por la investigadora María Josefa Domínguez, y que fue publicada en el libro *Los niños y los medios de comunicación*:

El 42% de los niños respondió que si pudiera nacer de nuevo serían un personaje de televisión; el 77% estuvo de acuerdo con triunfar por medio de los golpes, los tiros, las fuerza y las trampas, como lo ven en la televisión; el 85% de los profesores afirma que los niños prefieren imitar a sus héroes ficticios; el 84% de los padres confirman que los niños imitan a esos personajes en juegos y expresiones violentas (Yarce, 1993).

Para eso se recomienda adelantarse, llegar con valores y virtudes a los hijos antes que la televisión con su violencia (Yarce, 1993: 110). Es por eso que debemos reflexionar acerca de los hábitos en casa. Nuestras tareas dentro y fuera del hogar, las arduas jornadas de trabajo nos han llevado a que deleguemos en la televisión la función de entretenimiento, compañía, premio y castigo. Las novelas, los *realities*, los programas amarillistas que se esconden en la categoría de periodismo de denuncia, incluso los programas en donde la sangre y el sexo ruedan indiscriminadamente, son lo que consumimos y en ocasiones lo que logramos que nuestros hijos vean cuando nos piden (ruegan) que veamos la tele juntos. Con el tiempo hemos detectado que es necesario acompañar a nuestros hijos e hijas en el tema del consumo de televisión (Díaz, 2010: 19). Entonces, hemos entrado a ejercer cierta influencia en los programas y contenidos que los niños consumen, de acuerdo con nuestro instinto protector, gustos, preferencias e incluso autoridad, sin tener en cuenta que no necesariamente estamos capacitados para orientar adecuadamente, queremos aprender a hacerlo, pero nadie tampoco nos lo enseña.

En definitiva, ambos, familia y televisión, hacen parte de la sociedad como actores fundamentales. He aquí la importancia de su relación, de su papel, de su influencia, especialmente del rol que asumimos como padres, como consumidores y como receptores de contenidos y como manejamos esos temas con nuestros hijos/as (Díaz, 2010: 67).

Aquí surge una pregunta fundamental: ¿estamos los padres de familia preparados para manejar no solamente la televisión sino otros medios de comunicación, como Internet, en casa? ¿Sabemos explorar en busca de contenidos, elegirlos adecuadamente? O, como lo afirma Yarce (2010), ¿sabemos interactuar con los distintos medios, contenidos y pantallas? (Yarce, 2010: 17).

4. Algunas reflexiones

En Colombia la televisión es un medio que entretiene, informa y en menor grado integra a la familia y educa; por algo es el medio favorito por encima de la radio, la prensa y el internet; por eso los tiempos de consumo son altos, especialmente entre los más pequeños quienes después de la escuela consumen grandes “dosis” televisivas de programas apto y no aptos para su edad y formación, lo que, como otros estudios han expuesto, puede verse reflejado en sus comportamientos, actitudes y formas de ver la vida.

Si bien la televisión es parte de la vida cotidiana de niños y niñas y la forma en que la utilizan no está necesariamente modelada por los propios contenidos televisivos, sino también por el uso y la comprensión individual de esos contenidos, es claro que no debo como padre menospreciar el impacto y efectos que puede sus contenidos pueden llegar a tener.

El reconocido teórico de la comunicación, el canadiense Marshall Mc Luhan (1911-1980), afirmaba que la televisión, en ese entonces un naciente medio (1960), era un “gigante tímido”; incluso rechazaba la TV a tal punto que le pedía a su hijo que impidiera que sus nietos la vieran, ya que consideraba que su impacto iba a ser muy fuerte y sus efectos sobre las personas no siempre iban a ser los deseados. Eso fue hace más de 30 años. ¿Hoy día cuál es el panorama?

Existe un marcado interés por parte de los padres de familia por orientar efectiva y positivamente a sus hijos frente al consumo de televisión, sin embargo, queda la duda de conocer si realmente saben cómo hacerlo cuando en principio no han sido formados para ellos. Algunas investigaciones, como la realizada por María Josefa Domínguez, que mencionamos antes, hablan de un creciente interés de los padres por formarse para aprender a manejar la televisión en casa. El problema es que nadie les enseña.

Ese interés nace de la conciencia que tienen los padres sobre la relación de los niños con la televisión. Sus hijos son televidentes compulsivos que no cuentan con vacaciones televisivas y que además van forjando su personalidad a través de los contenidos que consume. Es por ello, que con el tiempo los padres han comenzado a comprender que la solución no está en prohibirles a sus hijos ver televisión, sino que se capaciten para enseñarles a ser críticos de lo que ven (Castro Caycedo, 2007, pp. 5).

En el estudio *Hogares reflexivos: los padres de familia, sus hijos y la televisión*, desarrollado para optar al título de Magíster en Educación con énfasis en Desarrollo Humano y Valores de la Universidad Externado de Colombia, se evidencian varios aspectos relacionados con el manejo al interior de los hogares colombianos de la televisión.

En primer lugar, y es un dato muy interesante para un estudio posterior, son las mamás las que responden a las encuestas o entrevistas sobre el tema cuando estaban dirigidas a ambos padres. Llama la atención que sean las mamás las que se pongan al frente del tema cuando, como lo vimos antes, han asumido otras tareas fuera del hogar. Esto dificultaría un futuro plan de formación en mediación audiovisual y recepción crítica ya que si uno de los padres muestra un marcado interés y el otro no, se crean grandes diferencias frente a las actividades a desarrollar en casa.

Por otro lado, la mediación no puede ser un asunto de “que creo que se debe hacer”. Como los padres trabajan y no pueden realizar la mediación, se debe capacitar a

terceros (abuelos, niñeras, empleadas del servicio doméstico, incluso hermanos mayores) en el tema e incluso dejar reglas claras de consumo de televisión. En caso contrario, lo que se vivirá es un excesivo “libertinaje televisivo” con quienes los cuidan y de repente excesiva disciplina en casa con papá y mamá.

Además, como muchos estudios lo han reflejado, la televisión es muy importante en casa, por eso tiene un lugar especial y se pasa mucho tiempo al frente de ella. Es por eso que debemos fijarnos si el comportamiento de nuestros hijos es reflejo de lo que ven y que incidencia tiene nuestra autoridad como padres si en varias ocasiones somos quienes decidimos que ver por ellos o simplemente se ven obligados a consumir lo que nos gusta: novelas, seriados, noticieros, entre otros, evidentemente no aptos para su edad. Debemos tener en cuenta que entre los 3 y 5 años de edad los niños se encuentran en pleno proceso de formación social, cultural y psicológica. Tal y como lo afirmó Piaget, citado por Alberó (1996: 130), los niños realizan un proceso de desarrollo cognitivo a través del cual aprenden de cada situación y observación, entonces, así no lo queramos ver, los niños de poca edad sí reflejan en su manera de actuar lo que ven.

Sin embargo, debemos tener en cuenta, como lo resalta Trejo, que ninguna investigación ha examinado específicamente de qué manera el contenido violento afecta a los niños (Trejo, 1998: 5), pero hay alguna evidencia de que los niños pueden imitar el comportamiento de la televisión cuando dicho comportamiento es presentado de una manera simple. Entonces el papel orientador y responsable de los padres es fundamental exista o no relación entre medios-violencia-comportamiento. No olvidemos que como padres tenemos la principal responsabilidad frente a la formación de nuestros hijos, así pues debemos asumir el liderazgo frente a este y otros importantes temas, apoyándonos en diferentes instituciones como la escuela. Esa mediación frente al consumo de TV les ayudará a elegir bien los programas, a ser críticos, a exigir calidad técnica y narrativa, a comprender que “la tele” es un medio más de entretenimiento y no el entretenimiento mismo; que existen otras formas de diversión que deben ser incentivas y promulgadas por los padres, sin forzarlos, respetando sus decisiones y gustos, dejando de lado la autoridad que fomenta inconformismo y consumo indiscriminado de programas no aptos para ellos.

Antes afirmábamos que los padres debían apoyarse en otras instituciones para el desarrollo de su labor. Los empresarios de televisión y la escuela son algunos de ellos. En el caso de los primeros, si bien no deben dejar de lado su mirada comercial y financiera, también pueden entender que se puede tener rating y gana mucho dinero bajo la premisa de la producción de programas de calidad. Aquí radica la formación que nuestros hijos/as deben tener, basados en la diferencia entre la realidad y la ficción, en la exigencia de una televisión de calidad, con contenidos que apunten al desarrollo de los valores, de la cultura, que fortalezca el desarrollo humano y los principios básicos de una sociedad tolerante, incluyente y respetuosa como la reclamamos hoy día (Díaz, 2010: 102). Por otro lado, la escuela debe ajustar sus currículos hacia la recepción crítica y el uso del audiovisual como herramienta pedagógica formativa. Por ejemplo, las universidades con carreras relacionadas con el campo de la comunicación pueden incluir materias relacionadas con el desarrollo de formatos culturales, educativos, familiares e infantiles, así como el análisis de medios y la recepción activa.

A su vez las ligas de televidentes, agremiaciones de consumidores e iniciativas públicas y privadas pueden realizar acciones conjuntas para el diseño y ejecución de

escuelas de formación de receptores críticos y mediación dirigida a padres de familia y a los niños mismos.

Como lo afirma Mora (2009), hay que educar a los niños para que aprendan a ver la televisión. Resulta innegable que la televisión posee un inmenso potencial para la formación, la información y el conocimiento de la sociedad sin olvidar el simple y sano entretenimiento, pero también es cierto que desde la pequeña pantalla se pueden promover una serie de modelos y estereotipos a veces poco adecuados que se potencializan cuando nos centramos en la recepción y no en el consumo, fenómenos que han debido sortear toda serie de problemas y objeciones. En su documento titulado *Los estudios de recepción y consumo en Colombia*, Barbero y Tello afirman que el desplazamiento en los estudios de comunicación, del concepto de recepción al de consumo ha debido superar no pocos malentendidos, entre ellos la confusión con “la medición de audiencias”, principalmente por la importancia que se le da al *rating* y no a las razones y consecuencias del consumo de televisión (Barbero y Tello, 2006: 60).

Como dice De la Madrid (2007), los padres deben asumir consciente y responsablemente su tarea de educar a los hijos en medio de un mundo confuso y cambiante, que todos los días exige nuevas y renovadas orientaciones. No podemos improvisar y debemos mantener una disposición para buscar información y prepararnos para desempeñar nuestra tarea, ya que el futuro depende de la forma como realicemos esta misión.

Finalmente, no se trata de restringir el uso de la televisión, ni de otro medio de comunicación en casa sino, como lo afirma Yarce (2010), comprender y saber discernir sus efectos, positivos o negativos, para poder acompañar a los hijos en su uso adecuado (Yarce, 2010: 15).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERO, Magdalena (1996): “Televisión y contextos sociales en la infancia: hábitos televisivos y juego infantil”, en *Comunicar* n° 6, 1998, pp. 129-139.

BARBERO, Jesús Martín, y TELLO, María Patricia (2006): “Los estudios de recepción y consumo en Colombia”, en *Diálogos de la comunicación* n°73, 2006, pp. 60.

CASTRO Caycedo, Gustavo (2007): *Aprendamos a ver Tv Guía para padres y maestros*. Bogotá, CNTV.

COMISIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN, COLOMBIA (2008). *Gran Encuesta de la Televisión en Colombia*. Bogotá.

DÍAZ BOHÓRQUEZ, Juan Camilo (2010): *Hogares reflexivos: Los padres de familia, sus hijos y la televisión*. Tesis de Maestría para optar al Título de Magister en Educación, Facultad de Educación, Universidad Externado de Colombia, Bogotá, Colombia

DE LA MADRID, Alicia (2007): “Responsabilidad de los padres”, en: DÍAZ BOHÓRQUEZ, Juan Camilo (2010): *Hogares reflexivos: Los padres de familia, sus hijos y la televisión*. Tesis de Maestría para optar al Título de Magister en

Educación, Facultad de Educación, Universidad Externado de Colombia,
Bogotá, Colombia

MORA, María Aurora (2009): “Influencia de la televisión en la comunicación entre padres e hijos de la edad escolar”. Disponible en Internet (10.12.2011): <http://mariamora.blogdiario.com/>

QUEZADA, Alicia (2006): Los niñ@s te ven y ¿qué ven? Una televisión violenta que divierte y desencanta. Chía, Observatorio de Medios, Comisión Nacional de Televisión y Universidad de La Sabana

RAMÍREZ, María del Mar (2007): La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad”, en Global Media Journal, Vol. 4, Número 8; 4-6 Disponible en Internet (19.01.2012): <http://gmje.mty.itesm.mx/RamirezAlvarado.pdf>

TREJO, Raúl (2004): “La televisión: ¿espejo o detonador de la violencia en la sociedad?” Disponible en Internet (16.01.2012): <http://www.comminit.com/en/node/149789>

VON FEILITZEN, Cecilia (2007). “Infancia y medios de comunicación”. Disponible en Internet (14.12.2011): <http://www.agenciadenoticias.unal.edu.co>

YARCE, Jorge (1993): Televisión y familia. Madrid, Ediciones Palabra.

YARCE, Jorge (2010): Tvnetgener@tion, la generación inter@ctiva. Bogotá, Planeta.