

CRECER ENTRE PANTALLAS

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA EDUCACIÓN



XI ENCUENTRO DEL CONSEJO ESCOLAR DE LA REGIÓN DE MURCIA

© Consejo Escolar de la Región de Murcia.

© De los textos sus autores.

Diseño de cubierta: Grafyco.

I.S.B.N.: Pendiente.

Depósito Legal: MU 1.164-2013.

XI Encuentro del Consejo Escolar de la Región de Murcia.

ÍNDICE

Presentación.....	7
--------------------------	----------

<i>Homo Zappiens</i>: rasgos fundamentales del telespectador	10
---	-----------

Manuel Ballester

1. La sorpresa del consenso.....	10
2. La televisión en el hogar	13
2.1. El espacio doméstico: la disposición de los muebles.....	13
2.2. Cantidad y calidad del tiempo.....	14
3. Un mundo de mirones	15
3.1. ¿Una imagen o mil palabras?	16
4. Algunas consecuencias de la primacía de la imagen	20
4.1. La in-volución: del <i>homo sapiens</i> al <i>homo zappiens</i>	22
4.2. Rechazo del experto y proliferación de las opiniones.....	24
4.3. El comportamiento gregario del individuo oculto en la masa.....	25
4.4. La inmadurez narcisista del niño mimado	26
5. La cultura del espectáculo	28
6. Disminución de la experiencia	30
7. El alejamiento de la realidad	32
¿Es la televisión un <i>invento del maligno</i> ?.....	34

Publicidad para niños: Efectos nocivos de la seducción emocional.....	36
--	-----------

Beatriz Correyero

Introducción	36
1. Efectos nocivos de la publicidad en la infancia	38
1.1. Influencia sobre sus valores y aspiraciones	39
1.2. Efectos cognitivos	43
1.3. Efectos globales	54
2. Vigilancia de los nuevos formatos publicitarios	55
2.1. El <i>licensing</i>	56
2.2. <i>Marketing online</i> : El <i>advergaming</i>	58
2.3. Nuevos formatos publicitarios audiovisuales en la TDT	58

Conclusiones	59
Bibliografía	60
Familia, medios de comunicación y valores	63
<i>Ángel Damián Román</i>	
1. La familia desde el punto de vista de la Ética del amor y de los valores.....	63
2. Los medios de comunicación y el “síndrome de las pantallas”	66
3. De la educación en valores a la educación del amor.....	72
4. A modo de conclusión: por una Ética del amor	81
La responsabilidad de los padres en la educación audiovisual.....	83
<i>José Javier Esparza</i>	
1. El punto de vista del crítico	84
2. El punto de vista del profesional	86
3. El punto de vista del padre de familia	88
Conclusiones: libertad y responsabilidad.....	90
Incidencia de los medios de comunicación en el rendimiento escolar	94
<i>Jaime Ferrando</i>	
1. ¿Cómo son los jóvenes españoles en el 2012?	97
2. Medidas para mejorar el rendimiento académico	102
La incidencia de la publicidad y el consumo en los niños y adolescentes	104
<i>Jesús Martínez Sánchez</i>	
Introducción	104
1. El niño frente a la sociedad de consumo y la publicidad	108
2. Influencia de la comunicación comercial.....	120
3. Recomendaciones para una comunicación persuasiva infantil ética.....	127
El lado amable de la televisión: los Canales Infantiles Politemáticos Educativos y su uso didáctico en la familia y en la escuela.....	133
<i>Irene Melgarejo y María del Mar Rodríguez Rosell</i>	
Introducción	133
1. El medio televisivo.....	134
1.1 La televisión como medio para la socialización	134
1.2 Responsabilidades en el consumo televisivo	138

2. La televisión educativa.....	140
2.1. Canales Infantiles Politemáticos	142
2.2. Canal Infantil Politemático Educativo	144
3. La televisión: medio positivo, medio negativo	146
Bibliografía	148

Familia, Escuela y Medios de Comunicación: educar con los medios, en los medios y ante los medios desde la infancia..... 151

Irene Melgarejo

Introducción	151
1. La familia	153
1.1. Familia y medios	154
2. La escuela.....	156
2.1. Escuela vs medios de comunicación	157
2.2. El maestro y sus competencias.....	159
3. Los medios de comunicación en el ámbito social y educativo	163
4. Alfabetización mediática.....	166
4.1. Educación con medios.....	168
4.2. Educación en medios.....	169
4.3. Educación ante los medios	170
A modo de conclusión.....	171

Los medios y los fines. Grupos de comunicación en la España actual. 174

Javier Orrico

1. Los trampantojos de la Transición	175
2. El desencanto	177
3. Los grandes medios-emblema.....	178
3.1. <i>El País</i> y PRISA.....	179
3.2. <i>Diario 16</i> y <i>El Mundo</i>	181
4. Otros grupos	183
5. La realidad empresarial de los medios en España.....	188
Conclusiones provisionales.....	205

El atracón mediático. Soluciones desde la educomunicación..... 208

María del Mar Rodríguez Rosell

1. Les presento a una amiga: la Realidad Mediática	209
2. ¿Por qué la alfabetización mediática? La importancia de la Educomunicación	215
3. Decálogo de recomendaciones en torno a la Televisión para padres y educadores de esta Realidad Mediática	217
Bibliografía	220

Los medios vistos desde el centro escolar..... 222

Pedro Felipe Granados

1. Elogio de la palabra.....	222
2. Tradición y modernidad	224
3. Algunos medios en el centro escolar.....	226
4. Potencialidades, cautelas y peligros	231
5. Algunas perversiones en el uso de los medios informáticos	238
6. Algunos daños colaterales	240
Corolario: la función del profesor	242

EL LADO AMABLE DE LA TELEVISIÓN: LOS CANALES INFANTILES POLITEMÁTICOS EDUCATIVOS Y SU USO DIDÁCTICO EN LA FAMILIA Y EN LA ESCUELA

Irene Melgarejo Moreno*

María del Mar Rodríguez Rosell**

INTRODUCCIÓN

En la mayoría de estudios sobre televisión casi siempre se ha resaltado la cara más negativa de este medio de comunicación. Sin llegar a posicionarnos a favor o en contra de los contenidos programáticos que hoy en día emite la televisión a nivel general, vamos a intentar mostrar la cara amable de la televisión digital que ha propiciado la aparición de diversos canales destinados en exclusiva para el público infantil y familiar. Entre ellos encontramos aquellos que hemos denominados Canales Infantiles

* imelgarejo@ucam.edu; Profesora en el Grado de Educación Infantil y Primaria de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, donde imparte las asignaturas de “Sociedad, Familia y Escuela” y “Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación”. Doctoranda en Ciencias de la Comunicación, Diplomada en Estudios Avanzados (DEA) en Comunicación Audiovisual y Publicidad y Licenciada en Comunicación Audiovisual. Es miembro del *Grupo de Investigación Comunicación y Menores*. Actualmente desarrolla tareas de investigación mediante la elaboración de su Tesis Doctoral.

** mmrodriguez@ucam.edu; Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, acreditada por la ANECA en la categoría de Profesor Contratado Doctor y Licenciada en Comunicación Audiovisual (UCM). Profesora Adjunta de “Fundamentos de la Comunicación Audiovisual” en la Universidad Católica San Antonio de Murcia, donde ejerce de Secretaria Académica de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación y donde es Subdirectora de la revista Científica *Sphera Publica*; desde 2005 es Directora del *Grupo de Investigación Comunicación y Menores*.

Politemáticos Educativos, canales con una programación específica para los menores que sobre todo tratan de fomentar aspectos pedagógicos y educativos. Por ello, la programación de este tipo de canales de televisión bien podría convertirse en un complemento idóneo para la educación a nivel escolar, ya que muchas de las series infantiles que emiten son reflejo de las materias y competencias que se trabajan a través del Currículum de Educación Infantil. De esta forma, los Canales Infantiles Politemáticos Educativos pueden ser utilizados tanto en el entorno familiar como en el escolar utilizado como recurso didáctico.

1. EL MEDIO TELEVISIVO

La televisión nos embriaga, nos seduce, nos enamora con sus historias, con la calidez de su imagen nos atrae; en ocasiones nos aporta tristezas, pero también nos da alegrías, es un elemento de entretenimiento que además de informarnos, nos forma, nos educa y nos socializa aunque en la mayoría de las ocasiones lo haga sin que los individuos seamos conscientes de su poder mediático. Nos sentamos frente al aparato receptor de televisión horas y horas consumiendo contenidos que nos hacen pasar junto a él gran parte de nuestro tiempo de ocio; tanta importancia le hemos dado al hecho de ver televisión, que hasta los padres confían en ella para dejar en sus manos -aunque resulte duro decirlo- la educación de sus hijos. De hecho, en esta era de la digitalización y la globalización, la televisión es cada vez más accesible; desde la mítica “caja tonta” que ahora se ha modernizado pasando por la televisión a través de Internet y por móvil, las emisiones televisivas han sufrido varias modificaciones para adaptarse a los nuevos tiempos y a las demandas de los usuarios. Ha sido capaz de generar nuevos contenidos acorde a los nuevos lenguajes interactivos, pero sin olvidar su esencia y ocupando su lugar de reina de los medios de comunicación. Porque al fin y al cabo el consumo televisivo sigue siendo mayoritariamente grupal y familiar y es ante todo un acto de socialización, aunque se esté intentado fomentar en los últimos tiempos el uso individualizado, especializado y a la carta con las nuevas modalidades de televisión.

1.1 La televisión como medio para la socialización

Tan importante es la televisión en nuestras vidas que hoy día algunos teóricos se atreven a catalogarla como un elemento más de socialización, sobre todo para los más pequeños. Lo cierto es que la televisión se ha transformado en poco tiempo en uno de

los medios más globalizados y la multiplicación de canales temáticos se ha visto impulsada por el desarrollo de la televisión digital, sobre todo aquellos destinados a un público infantil. Hoy en día la televisión se ha convertido en uno más de los agentes socializadores que acompañan el desarrollo del menor, pues este medio de comunicación de masas es capaz de infundir patrones de hábito, de consumo y hasta de uso, así como ser reflejo de la sociedad, aunque en ocasiones ésta aparezca distorsionada o fragmentada. Tanto es así que «la televisión constituye en la actualidad el componente central de una sociedad multimedia que parece haber alterado la naturaleza de la infancia y el desarrollo social e intelectual de los niños tal y como se había concebido en generaciones pasadas»¹⁹². Pese a ello, la televisión a través de los valores, creencias, comportamientos, etc., se muestra como un instrumento útil de influencia en la transmisión de información y conocimientos que, al igual que el resto de agentes mediadores, puede lograr preparar al menor para su futuro como adulto en la sociedad. En este sentido, como bien afirma la profesora Carmen García, podemos diferenciar tres formas dentro del proceso de socialización del niño atribuidos a la televisión: las conductas que presenta pueden ser imitadas, las imágenes pueden provocar determinadas acciones y transmiten valores de la sociedad de ocio y consumo¹⁹³; todas estas acciones repercuten en el menor ya que la televisión es el medio con el que se relacionan a una edad muy temprana, por lo que forma parte de su entorno más cotidiano casi desde el mismo momento del nacimiento.

Durante el periodo que engloba a la infancia es sin duda la televisión la que suscita mayor interés para los menores; el niño pasa gran parte de su tiempo en casa viendo televisión y recibiendo gran número de estímulos e informaciones que llegan a influir en sus comportamientos. De hecho, hoy en día la televisión se ha convertido en la primera alternativa de ocio infantil, siendo este medio de comunicación junto al que pasan más tiempo, ya que de media los niños ven de 22 a 25 horas semanales de televisión. Ya en el año 2003 el *Libro Blanco: la educación en el entorno audiovisual* nos alertaba de que los menores de entre 4 a 12 años pasaban una media de 990 horas delante de la pantalla de televisión frente a las 960 horas que pasaban en la escuela, lo que sin duda nos mostraba que los niños, en su tiempo de ocio, son grandes

¹⁹² GARCÍA GALERA, M.C., *Televisión, violencia e Infancia. El impacto de los medios*, Gedisa, Barcelona, 2000, p. 64.

¹⁹³ Cfr. GARCÍA GALERA, M.C., *Televisión, violencia e Infancia*, pp. 74-75.

consumidores de medios audiovisuales y en este caso concreto del medio televisivo; lo que ha dado lugar a que sea denominada por algunos expertos como “la niñera electrónica” que viene siendo utilizada por aquellos padres que no dedican en casa el tiempo suficiente para la educación de sus hijos. Tan importante se ha convertido este medio dentro del ámbito familiar que hoy en día la televisión forma parte de casi todas las estancias del hogar. Así, según la *Encuesta sobre Equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares* de 2011, el 99,6 % de los mismos dispone de televisión frente a otros tipo de herramientas tecnológicas como puede ser el ordenador que alcanza un 71’5%¹⁹⁴. De hecho, el consumo de este medio sigue en aumento y en 2010 ha batido record: la media de tiempo por individuo y día dedicado a ver televisión en 2010 fue de 234 minutos, 8 minutos más que en 2009 y el máximo alcanzado en los últimos 11 años¹⁹⁵. En este sentido, la amplia oferta televisiva propiciada por la TDT y las plataformas de pago con canales especializados contribuye, en cierta medida, a este aumento progresivo de consumo televisivo, al igual que se registra un alza en relación al *target* infantil. De hecho si observamos los estudios realizados por el Consejo Especialista en Canales Temáticos en relación a noviembre 2010 veremos un aumento considerable: «La cuota de pantalla de las cadenas de pago creció con respecto a Octubre en todos los *Targets* Comerciales Abonados a Televisión de Pago, principalmente entre los niños de 4 a 12 (34,1%), que aumentaron el consumo de las cadenas de pago en 1,4 puntos y entre los Jóvenes de 13 a 24 años (24,9%) que creció 8 décimas. De los Abonados a Televisión de Pago, el 2º *target* que más consume Cadenas de Pago, después del *target* infantil, son los Hombres de 25 a 54 años de clases Medias-Altas de zonas urbanas»¹⁹⁶.

Sobre el consumo de televisión que hacen los menores se ha hablado mucho, ya que este medio se presenta propicio para el debate sobre las influencias beneficiosas o perjudiciales que puede ejercer en la infancia. Los autores Paulino Castells e Ignasi De

¹⁹⁴ Cfr. INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares españoles*, 2011, p. 1. Disponible en: <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft25%2Fp450&file=inebase&L=0> [acc. 15/06/2012]

¹⁹⁵ Cfr. CONSEJO ESPECIALISTA EN CANALES TEMÁTICOS, *Factbook 11*, 2011. Disponible en: http://www.conect.es/pdf/factbook_11.pdf [acc. 15/06/2012]

¹⁹⁶ Cfr. CONSEJO ESPECIALISTA EN CANALES TEMÁTICOS, *Newsletter*, Diciembre 2010. Disponible en: <http://www.conect.es/newsletter/diciembre10/segmentacion.htm> [acc. 15/06/2012]

Bofarrull¹⁹⁷ apuntan una pérdida de los agentes socializadores como la familia y la escuela que se han visto reemplazados por la televisión en el proceso de desarrollo del menor ya que, según ambos autores, en ocasiones estas dos instituciones no consiguen transmitir valores para la integración social del infante por lo que, «los mensajes televisivos no hacen más que llenar el vacío de información que les deja la sociedad»¹⁹⁸. De esta forma, se señalan otro tipo de causas de por qué los niños recurren al aparato de televisión entre las que destacan la satisfacción de la necesidad de distracción y la reducción de tensiones, entre otros aspectos ya mencionados como la obtención de información y la cotidianidad del medio. Pese a ello, no debemos olvidar que «el aparato de televisión forma, pues, parte del ambiente en que se produce el proceso de socialización del niño a través de su arraigo familiar»¹⁹⁹. La relación del menor con este medio de comunicación está presente tanto en los hábitos familiares activos como en los pasivos²⁰⁰ y está en manos del docente que ese vacío socializador no se produzca y se consiga integrar a la televisión en la escuela como un agente más del aprendizaje, pues ante todo la televisión puede ser considerada un fenómeno tanto cultura como social: «La televisión, como fenómeno, cultural, político e incluso psicopedagógico, es quizá el invento de la Humanidad que más ha reconfigurado nuestro imaginario, ha determinado nuevas formas de relación social, ha tamizado nuestros conocimientos del mundo y también de nuestro propio entorno, ha conducido nuestros gustos e intereses y ha conformado nuestras personalidades»²⁰¹.

De aquí se desprende la importancia de considerar a la televisión como agente idóneo para la socialización a través de un uso responsable de los contenidos que oferta, pues hoy en día es constante el consumo indiscriminado que se hace de la televisión, lo que genera una preocupación persistente tanto en el ámbito social, escolar y familiar. De hecho, estudios recientes destacan la preocupación de los padres ante los contenidos que visionan los más pequeños de la casa, así como también preocupa el incumplimiento reiterado por parte de las cadenas de televisión del *Código de Autorregulación de*

¹⁹⁷ CASTELLS, P. y BOFARRULL, I., *Enganchados a las pantallas. Televisión, videojuegos, Internet y móviles*, Planeta, Barcelona, 2002, pp. 67-68.

¹⁹⁸ CASTELLS, P. y BOFARRULL, I., *Enganchados a las pantallas*, p. 68.

¹⁹⁹ NÚÑEZ Y PÉREZ, 2002: 128.

²⁰⁰ NÚÑEZ Y TORRECILLAS, 2007.

²⁰¹ MAYUGO, C., «Hacia otro modelo de sistema televisivo en la era de la comunicación global», pp. 91-92, en *Comunicar*, N° 25, 2005, pp. 91-99.

Contenidos Televisivos e Infancia que fue firmado en 2004 en un intento por proteger la integridad del menor.

1.2 Responsabilidades en el consumo televisivo

La responsabilidad en el consumo de televisión no debe sólo recaer en la familia, sino que esta debe ser un compendio entre el Estado, los padres y los medios de comunicación. Pero es más, esa responsabilidad también debería recaer en la función educadora que desempeña la escuela. Por ello, a la hora de hablar de la relación entre la televisión y los menores se hace necesario tener en cuenta diversos aspectos como «el desarrollo cognitivo del niño y las mediaciones propias de los contextos en los que se desenvuelve como la cultura, la escuela, el grupo de iguales o la familia»²⁰². Pese a esta convergencia de agentes sociales y su implicación en la responsabilidad del consumo televisivo, no debemos olvidar la función principal que desempeña la familia en el proceso de socialización del niño como primer agente; siguiendo a Torrecillas, «la familia debe asumir su responsabilidad mediadora comenzando por cuestionar la forma en que la familia y los padres hacen uso del medio y la manera en que socializan a sus hijos en el consumo televisivo. La clave está en la educación, tanto en la educación implícita como a[sic] la explícita; basada en el diseño de procesos de instrucción con unos objetivos claros»²⁰³. No obstante, ya en los años 90 uno de los estudios realizados sobre análisis de contenido de la programación realizado por Roberto Aparici a padres y profesores denotaba la falta de interés de éstos por los contenidos televisivos y el consumo indiscriminado a los que estaban expuestos los más pequeños. Pero pese a ello, podemos distinguir tres modos de implicación o mediación de los padres ante los contenidos televisivos a los que están expuestos sus hijos: *Heterocontrol* –se da principalmente en los padres asociados a una clase social media y este tipo de control consiste en que los padres han de controlar, vigilar y ver junto a los más pequeños la programación televisiva –, *Autocontrol* y *Descontrol* –ambos tipos suelen darse en el entorno de una clase social media-alta; en el primero de los casos el niño tras la

²⁰² TORRECILLAS LACAVE, T., «La mediación de los padres en el uso que hacen los niños de la televisión», p. 33 en BLANCO, I. y ROMER, M., *Los niños frente a las pantallas*, Universitas, Madrid, 2010, pp. 31-48.

²⁰³ TORRECILLAS LACAVE, T., «La mediación de los padres en el uso que hacen los niños de la televisión», p. 47.

educación recibida por parte de los padres será capaz de seleccionar sus propios contenidos atendiendo a los criterios previamente marcados por el adulto en base a lo apropiado y no apropiado de una determinada programación. Mientras en el segundo de los casos, los padres son incapaces de marcar unas normas en cuanto uso y consumo televisivo-²⁰⁴. En definitiva, se trata de predicar con el ejemplo; debemos pensar que los más pequeños son como esponjas capaces de absorber todo lo que ocurre a su alrededor e incluso tienden a “imitar” las conductas que observan en los adultos. Así, si los padres intervienen a la hora de que los niños consuman televisión e intentan consumirla en familia consensuando contenidos, aconsejándolos, dialogando, fomentando la comunicación y marcándoles unas pautas de consumo en base a unas franjas horarias determinadas, entre otros aspectos, la familia podrá cumplir satisfactoriamente su función como primer agente de socialización en la formación del individuo, sin olvidar la educación en medios.

Con lo que respecta al Estado y a los canales de televisión debemos atender a los intentos por regular la emisión de contenidos en base a las franjas horarias para preservar a la infancia del visionado de contenidos perjudiciales para su desarrollo. Recordemos que, como ya hemos enunciado en líneas anteriores, los operadores televisivos de los canales generalistas en abierto (RTVE, Antena 3, Tele 5, Sogecable, La Sexta, Veo Tv, Net Tv y las televisiones autonómicas adheridas a la FORTA) firmaron en el año 2004 una regulación voluntaria, el denominado *Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia*, además de llegar a un acuerdo con el Gobierno para fomentar la autorregulación en el terreno audiovisual. Pero tras aquel acuerdo nada ha cambiado: ni se respetan las franjas horarias de protección al menor, ni se preserva la integridad de los mismos ante las emisiones de contenidos no aptos y mucho menos se sanciona a las televisiones por las malas prácticas realizadas ante el incumplimiento del código. Esto se debe entre otros aspectos a que las televisiones «han manejado *pro domo sua* la calificación de programas hasta extremos inesperables [...]». Al ser las cadenas de televisión las propias responsables de calificar los contenidos que emiten, el

²⁰⁴ BERNADES, F., «Niños y televisión: La disonancia pragmática en el contexto familiar», p. 204 en BLANCO, I. y RÖMER, M. (Coord.), *Los niños frente a las pantallas*, pp. 201-214.

criterio orientador de los contenidos ha invertido (o pervertido) su proceso»²⁰⁵. A todo esto le podemos añadir que no existe una autoridad competente que haga cumplir los compromisos y acuerdos firmados en materia de regulación televisiva. En este sentido, y como bien enuncia el catedrático Luis Núñez Ladevéze «si hubiera correspondencia entre criterios y comportamientos sociales, no sería necesario recurrir a planes específicos de protección»²⁰⁶, ya que pese a la concienciación y preocupación mostrada por la sociedad, profesionales de los medios y políticos en materia de protección del menor, la realidad de los medios, sus parrillas de programación y en general los contenidos distan mucho de lo estipulado en esos códigos. Sin embargo, «estamos todos de acuerdo en que hay que cuidar a la infancia de los peligros que la acechan y esa coincidencia es lo que conduce a preguntarse por qué, a pesar de ser una preocupación intensamente compartida, y de las medidas que se aplican, los peligros en lugar de menguar, aumentan»²⁰⁷. Por tanto, las medidas adoptadas parecen caer en saco roto en un Estado de Derecho donde la libertad de expresión parece dificultar la tarea de regulación ante la disparidad de criterios existentes.

2. LA TELEVISIÓN EDUCATIVA

El rol del medio televisivo ha sufrido diversos cambios en la era de la globalización donde los individuos viven sumidos en una Sociedad Multipantalla y, en cierta medida, han sido propiciados por la aparición de las TIC, los nuevos modelos de usuarios y las nuevas modalidades en las que se puede hacer uso de las tecnologías²⁰⁸. Lo que ha dado pie a nuevas concepciones en el ámbito televisivo como por ejemplo, la televisión 2.0, que le permiten al usuario el visionado a la carta de los contenidos, lo que nos va a facilitar su uso en el entorno escolar, pues como afirman Cabero y Marín, la TV 2.0 contribuye a que «los usuarios se conviertan en emisores y creadores de

²⁰⁵ ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC), *¿Por qué no funciona el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia? Análisis de un modelo fallido*, Madrid, 2011, p. 18.

²⁰⁶ NÚÑEZ LADEVÉZE, L., «Prólogo», p. 14 en FUENTE COBO, C., *Infancia y televisión. Políticas de protección de los menores ante los contenidos audiovisuales*, Fragua, Madrid, pp. 13-20.

²⁰⁷ NÚÑEZ LADEVÉZE, L., «Prólogo», p. 15 en FUENTE COBO, C., *Infancia y televisión*.

²⁰⁸ Cfr. CABERO ALMENARA, J., MARÍN DÍAZ, V., «Nuevas visiones de la televisión en el nuevo entramado mediático. Posibilidades para la educación», p. 131 en DEL MORAL PÉREZ, M.E. *Televisión: desarrollo de la creatividad e infancia*, Octaedro, Barcelona, 2010, pp. 129-140.

contenidos audiovisuales»²⁰⁹. Este hecho va a facilitar los procesos de enseñanza/aprendizaje, pues ante todo, la televisión debe convertirse en una herramienta para arrancar lecciones educativas y ser complemento para las materias o asignaturas contempladas en los diversos planes de estudios escolares, comenzando por el de Educación Infantil.

Las aportaciones del lenguaje audiovisual a la formación pueden ser diversas, ya que permite presentar mensajes en movimiento, lo que hace necesario que el individuo les preste cierta atención, además de intensificar o distorsionar en ocasiones la realidad presentada en la pantalla. Ante este hecho, el telespectador precisa disponer de una observación atenta, porque además el texto narrativo audiovisual es capaz de acelerar o disminuir la velocidad del tiempo, así como la linealidad de las acciones que en ocasiones están provistas de una fuerte carga expresiva²¹⁰. Por estas razones es importante enseñar a leer este lenguaje visual desde la más tierna infancia, como ya enunciaba Lilia Menegazzo a finales de los años 70, puesto que no se trata de un lenguaje simple y directo, sino que necesita de un aprendizaje previo, es decir de todo un proceso alfabetizador mediático que comience en la primera de las etapas escolares, ya que la televisión dentro del ámbito escolar puede aportar toda una serie de ventajas: refuerza las enseñanzas, modifica el concepto de la televisión, construye una visión crítica y halla nuevos conocimientos a través de su integración dentro del aprendizaje general del aula²¹¹.

Todavía hoy es difícil encontrar conexión para la televisión en las aulas, pero eso no es inconveniente para que hagamos uso de la misma; por ejemplo, ante esta dificultad podemos emplear vídeos o grabaciones de los programas televisivos que nos interesa trabajar en clase con los alumnos. Los vídeos son herramientas excelentes para utilizarlas con los alumnos pero no son suficientes por sí mismas porque el maestro necesita buscar información previa, tener una pedagogía clara y estrategias y recursos

²⁰⁹ CABERO ALMENARA, J., MARÍN DÍAZ, V., «Nuevas visiones de la televisión en el nuevo entramado mediático. Posibilidades para la educación», p. 134.

²¹⁰ Cfr. FOMBONA CADAVIECO, J., «La televisión como recurso didáctico», p. 143, en SEVILLANO GARCÍA, M.L., BARTOLOMÉ CRESPO, D., *Enseñanza-Aprendizaje con los medios de comunicación y nuevas tecnologías*, UNED, Madrid, 1997, pp. 143-188.

²¹¹ Cfr. SEVILLANO GARCÍA, M.L., BARTOLOMÉ CRESPO, D., *Enseñanza-Aprendizaje con los medios de comunicación y nuevas tecnologías*, pp. 168-169.

para enseñar los contenidos²¹²: en definitiva, cambia su rol docente y lo amolda a sus necesidades de interpretación y participación. Pese a ello, algunas investigaciones han mostrado que el uso del video en el aula es muy efectivo para animar el pensamiento, la imaginación, la discusión, ilustrar conceptos y mostrar los diversos lugares del mundo.

La televisión -como herramienta educativa- rompe con el falso mito de la pasividad en el telespectador, ya que el esfuerzo mental del niño frente al televisor es el de procesamiento de la información, a través del cual percibe, discrimina, selecciona y almacena la información escogida, reestructurando informaciones previas²¹³. A veces olvidamos que la imagen es una forma de discurso, un enunciado, que por la vía icónica y sonora cobra un verdadero sentido comunicacional²¹⁴. De esta forma, ningún educador debería pasar por alto las funciones educadoras de la televisión, pues la pedagogía de la imagen debe integrarse sobre un ejercicio amplio sobre la discursividad, y sólo desde ese presupuesto se podrá intentar abordar toda una serie de especialidades²¹⁵ para lo que como mínimo son necesarias tres perspectivas pedagógicas para la integración de la televisión en la escuela: apertura del aula a los productos mediáticos, incorporación de los medios en el aula y enseñanza del lenguaje audiovisual.

2.1. Canales Infantiles Politemáticos

La digitalización ha propiciado múltiples cambios televisivos, tanto en la distribución de la señal como a la hora de confeccionar canales, programas y en definitiva contenidos. La televisión sigue estando en alza pese a la aparición de otras modalidades de comunicación y cada día son más los canales especializados para un público cada vez más exigente. Si echamos la vista unos años atrás, antes de la llegada de la TDT, observaremos que los canales generalistas olvidaron casi por completo la emisión de contenidos destinados a los menores, en muchas ocasiones “despreciando” su función de servicio público y generando una carrera imparable hacia la consecución de altas cuotas de audiencia a través de una programación basada en el mero espectáculo y en el entretenimiento, lo que hizo quedar un fragmento de audiencia

²¹² Cfr. DIRR, P.J., «Desarrollo social y educativo con las nuevas tecnologías», p. 71 en MARTÍNEZ SÁNCHEZ, F., PRENDES ESPINOSA, M^a P., *Nuevas tecnologías y educación*, Pearson Prentice Hall, Madrid, 2007, pp. 69-84.

²¹³ Cfr. AGUADED, J.I., *Televisión y telespectadores*, Grupo Comunicar, Huelva, 2000, p. 156.

²¹⁴ Cfr. FOMBONA CADAIECO, J., «La televisión como recurso didáctico», p. 143.

²¹⁵ Cfr. FOMBONA CADAIECO, J., «La televisión como recurso didáctico», p. 143.

desatendido por la televisión en abierto. Atendiendo al panorama existente y propiciado por los nuevos avances tecnológicos, entre ellos el de la digitalización de la señal televisiva, han aparecido una amplia gama de canales destinados al público más pequeño de la casa, cuyos contenidos están basados en los gustos, preferencias y necesidades de este *target* potencial. En base a este tipo de canales, y atendiendo al panorama audiovisual actual, surgen nuevos estudios que analizan la programación y la estructura de lo que hemos venido en denominar Canales Infantiles Politemáticos que queda definido como «Aquel que se dirige a un *target* potencial infantil que va desde los 0 hasta los 6 años de edad y cuyas temáticas abordan el mundo que envuelve al infante; de ahí que los contenidos tengan que estar elaborados en base a aspectos como la inteligencia fílmica y el Currículum Escolar que marcarán todo el proceso formal y narrativo de confección de los mensajes audiovisuales con el fin de atender a las necesidades del menor»²¹⁶.

La oferta televisiva de los canales infantiles politemáticos es muy amplia, sobre todo si nos centramos en aquellos destinados para los niños, canales de temáticas diversas, especializada y segmentados en base a los gustos, las preferencias y las necesidades de la pequeña audiencia, incluso a las de base educativa. Así, en la actualidad existen 13 Canales Infantiles Politemáticos –CLAN TVE, Disney Channel, Disney Junior, Disney, Disney Cinemagic, Disney XD, Nickelodeon, Nick Jr., Cartoonito, Cartoon Network, Kidsco, BabyTV, Boing y Panda²¹⁷– que pueden ser clasificados atendiendo a diversos parámetros como el estudio de las parrillas de programación, los contenidos, el segmento de edad al que van destinados, el género y el formato, la publicidad y la continuidad, y a la adaptación de los contenidos al Currículum Escolar del menor, lo que nos da como resultado una clasificación de los mismos, estructurada en 5 categorías bien diferenciadas²¹⁸:

²¹⁶ MELGAREJO MORENO, I., RODRÍGUEZ ROSELL, M.M., «Aproximación a la definición de Canal Infantil Politemático de Televisión», p. 99 en *Fonseca Journal of Communication*, Nº 4 (2012), pp. 82-102.

²¹⁷ Tanto el canal *Boing* como el canal *Panda* no se encuentra englobados bajo ninguna de las clasificaciones aportadas, daba su reciente aparición e inclusión en los paquetes de televisión por cable, satélite o TDT.

²¹⁸ Cfr. MELGAREJO MORENO, I., RODRÍGUEZ ROSELL, M.M., «Los Canales Infantiles Politemáticos de Televisión Digital en España: análisis y clasificación», pp. 187-188 *Doxa Comunicación*, Nº. 13 (2011), pp. 171-191.

- Infantil Politemático Educativo: *Playhouse Disney*²¹⁹, *Nick Jr.* y *BabyTV*.
- Infantil Politemático de Entretenimiento: *Boomerang*²²⁰.
- Infantil y Juvenil Politemático de Entretenimiento: *CLAN TVE*, *Disney Channel*, *Kidsco*.
- Juvenil Politemático de Entretenimiento: *Cartoon Network*, *Nickelodeon*, *Disney XD*.
- Familiar Politemático de Ficción: *Disney Cinemagic*.

2.2. Canal Infantil Politemático Educativo

La investigación «Educación Mediática y Competencia Digital: la segmentación de edades y el currículum escolar en los Canales Infantiles Politemáticos de televisión», la de más reciente publicación que ha estudiado a los canales de televisión destinados a la infancia, ha demostrado que aquellos canales englobados bajo la denominación de **Infantil Politemático Educativo** como son: *Playhouse Disney*, *Nick Jr.* y *BabyTV* bien podrían convertirse en un complemento óptimo y de apoyo para la escuela, pues la mayoría de los contenidos empleados atienden a las áreas de conocimiento recogidas en el Currículum de Infantil utilizado en el entorno escolar en nuestro país²²¹. Se pone así de manifiesto que dichos canales y en concreto sus contenidos audiovisuales -entre los que podríamos destacar series de dibujos animados como *La casa de Mickey Mouse*, *Manny Manitas*, *Lazy Town*, *Dora la exploradora*, *¡Bucea Olly!*, *Jungla sobre ruedas*, *Las tres mellizas*, *Telmo y Tula*, *Adivina con Jess*, *Pequeño Bill*, *Ni Hao Kai Lan*, etc.-, cumplen en cierta medida los objetivos del currículum de Educación Infantil y fomentan conocimientos que atienden a las áreas de conocimiento recogidas en el Currículum de Educación Infantil: Conocimiento de sí mismo y Autonomía personal, Conocimiento

²¹⁹ En la actualidad este canal ha sufrido un cambio de nombre y ha pasado a ser conocido como *Disney Junior*.

²²⁰ Este canal también ha cambiado su denominación y ahora opera bajo el nombre de *Cartoonito*.

²²¹ Cfr. MELGAREJO MORENO, I., RODRÍGUEZ ROSELL, M.M., «Educación Mediática y Competencia Digital: la segmentación de edades y el currículum escolar en los Canales Infantiles Politemáticos de televisión», en APARICI, R., MATILLA, A. y GUTIÉRREZ, A. (coord.), *Educación Mediática & Competencia Digital. La cultura de la participación*, E.U de Magisterio de Segovia, Segovia, 2011. Disponible en: <http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%201/Irene%20Melgarejo,%20Mar%C3%AD%20del%20mar%20Rodr%C3%ADguez.pdf> [acc. 15/06/2012]

del entorno y Lenguajes: Comunicación y Representación. A continuación exponemos los datos más destacados de la investigación.

Si hacemos un repaso por el análisis de los Canales Infantiles Politemáticos Educativos nos daremos cuenta de la importancia que le dan a la inclusión de contenidos educativos en sus parrillas de programación, eso sí, sin olvidar el entretenimiento. Pues sus series saben aunar muy bien ambos géneros televisivos jugando con ambas modalidades para hacer de la programación algo atractivo que además de divertir sirva para educar. Dentro de esta clasificación podríamos destacar el papel que juega *Playhouse Disney* –que ahora adopta un nuevo nombre: *Disney Junior*– en la educación de los más pequeños, ya que éste es el canal politemático por excelencia de la compañía Disney pensado en exclusiva para un público en edad preescolar (de 3 a 6 años) y donde más de la mitad de sus contenidos (55'31%) atienden a productos audiovisuales adaptados al Currículum Escolar de Infantil, mientras el 44'68% no atienden al mismo, lo que muestra un claro equilibrio entre contenidos destinados a la pura diversión y aquellos que introducen elementos educativos.

En el análisis de este tipo de canales descubrimos la existencia de uno cuyo público potencial suele ser menor de 2 años; así lo corroboran los contenidos empleados para la confección de su parrilla de programación: hablamos de *BabyTV*. En él, las 48 series analizadas son aptas para este tipo de público, que viene siendo poco o nada estudiado en materia de televisión infantil. De este modo, constatamos cómo el 41'66% de sus contenidos están adaptados al Currículum Escolar de la primera infancia y contribuyen al fomento del Conocimiento del entorno en un 95% de los casos, así como un 60% se corresponden con Lenguajes: comunicación y representación; es necesario aclarar que la manifestación de otros idiomas como el inglés dentro de los contenidos de *BabyTV* es más que evidente, puesto que se trata de un canal que bien podemos concebir como elemento para fomentar el aprendizaje de una segunda lengua (la gran mayoría de sus productos no están doblados al español), lo que supone una buena forma para que los pequeños españoles “hagan oído” y tomen un primer contacto con otro idioma.

Nick Jr. es otro de los canales que podemos incluir dentro de los denominados Canales Infantiles Politemáticos Educativos, exclusivo para niños preescolares de 3 a 6 años y que apuesta fuerte por incluir productos basados en el Currículum Escolar de infantil, por lo que dispone de un 71'42% de adaptados frente al 28'57% no adaptados. Cabe destacar que en este canal la variedad de series es escasa, ya que sólo emite 7 producciones audiovisuales distintas: *Las pistas de Blue*, *Wonder Pets*, *Dora la*

exploradora, *Go Diego go!*, *Team Umizoomi*, *Ni Hao Kai Lan* y *Pequeño Bill*. Pero, aunque escasas, parecen bien escogidas si atendemos al ámbito educativo, lo que hace que la gran mayoría de sus contenidos puedan estar enmarcados dentro de ese género televisivo.

Pero no debemos olvidarnos de la labor que desempeñan aquellos canales que pese a no estar englobados bajo la denominación de infantil educativo dedican una parte de su programación a la emisión de contenidos educativos destinados sobre todo al público infantil; es el caso de canales como *Clan TVE* o *Disney Channel* que al ser canales en abierto -disponibles no sólo en plataformas de pago sino también en TDT- amplían sus franjas de edad para abarcar a un mayor número de telespectadores, por lo que también hacen uso de este tipo de contenido más educativo: en el caso de *Clan* en un 26,6% y en el caso de *Disney Channel* un 15,55%.

Son por tanto ejemplos idóneos de canales con contenidos que podríamos utilizar en el aula de infantil como complemento a las materias explicadas en clase, nunca deben hacerse uso como sustitución de las explicaciones de clase, sino que deben convertirse en un recurso para reforzar las enseñanzas que se abordan en el aula, pues son una forma más entretenida y visual de interiorizar los conocimientos con la que los niños se sienten más afín, pues debemos recordar que los contenidos televisivos son para ellos algo cotidiano, que están acostumbrados a ver, que forma parte de su día a día, con el que pasan muchas horas, por lo que hay que abrirles los ojos hacia una nueva forma de visionado más crítico y en base a lo educativo. A eso nos pueden ayudar los distintos personajes de las series de dibujos con los que los niños están familiarizados, ya que pueden ser el enlace idóneo para hacernos unir los contenidos puramente académicos (teóricos) con algo más práctico y divertido como puede ser un visionado audiovisual que nos ayude a fomentar el diálogo en la clase con los más pequeños, una comunicación proactiva de participación entre los propios alumnos y con el profesor.

3. LA TELEVISIÓN: MEDIO POSITIVO, MEDIO NEGATIVO

Sobre la influencia del medio televisivo en los menores se ha hablado mucho, de si se presenta como un medio propicio para el menor o por el contrario las emisiones se articulan perjudiciales para el desarrollo de la infancia. No es nuestra meta en este escrito el posicionarnos a favor o en contra del medio sino que las pretensiones pasan por mostrar el panorama actual en materia de televisión y niños, presentando aquellos contenidos y canales que consideramos por sus características elementos idóneos para la

formación de los más pequeños. Así, a través de ellos pretendemos resaltar las bondades de un medio de comunicación a los que algunos incluso han considerado como el mismísimo “demonio”; en realidad y si se reflexiona brevemente sobre esto, todo depende de los ojos con los que se mire, de la formación que se haya recibido en materia de medios de comunicación así como del propio contexto social en el que se cría el individuo. Ligado a las cuestiones anteriores existen estudios centrados en las conductas de los niños asociadas a la televisión y los teóricos diferencian 7 campos: comportamiento sociales, comportamientos y logro escolar, comportamiento de ocio, comportamientos y hábitos con relación a la televisión, comportamientos de consumo (publicidad), comportamientos con relación a la salud y comportamientos en relación al género y a la etnia²²². Sin embargo, y pese a la multitud de estudios, todavía a día de hoy, no se ha llegado a un consenso sobre la dinámica de actuación en base a la relación del niño, ya que en la mayoría de ocasiones los medios de comunicación y en concreto la televisión se muestran oscuros y perjudiciales; de hecho muchos de los estudios nos hablan de la violencia, del lenguaje soez, del consumo desmesurado que incita la publicidad, etc., y podríamos hablar de toda una serie de efectos interrelacionados entre sí generados por una mala práctica ante este medio: descuido en los estudios, ociosidad, pérdida de tiempo, rebeldía, cansancio, genera violencia, imitación de lo que se ve, se aprenden cosas malas y uso de drogas.

Más que pensar en los efectos negativos, y teniendo en cuenta que existen tanto canales como contenidos apropiados y destinados para los menores, deberíamos pensar en las virtudes que la televisión puede despertar en los más pequeños, siempre y cuando se haga un uso y consumo responsable a través de unas pautas de comportamiento estrictas. En 2010 la Asociación de Consumidores de Usuarios de los Medios ICmedia elaboraba una guía de los programas más adecuados para cada franja escolar y en la relación de programas destacaban el papel de los dibujos animados como *Caillou*, *La casa de Mickey Mouse* o *Dora la Exploradora* por ser contenidos que fomentan el aprendizaje de los menores a través de la inclusión de valores positivos. Al igual que destacaba el papel de las series de acción como: *Spiderman*, *Maxcotas*, *American*

²²² Cfr. VÁZQUEZ, T., MALALANA, A., «La televisión y los niños. Una aproximación a los modelos de investigación», p. 160 en BLANCO, I. y RÖMER, M. (Coord.), *Los niños frente a las pantallas*, Universitas, Madrid, 2010, pp. 157-182.

Dragon o *Phineas y Ferb* por fomentar valores a través del trabajo en equipo²²³. Sin duda, como podemos comprobar, los contenidos especializados para la infancia existen; otra cosa muy distinta es que las prácticas de visionado televisivo sean las adecuadas, por tanto se hace imprescindible que desde el hogar se genere un entorno adecuado positivo a través del establecimiento de reglas claras sobre el uso de la televisión para lograr generar desde la más tierna infancia una visión crítica sobre los contenidos.

Bibliografía

AGUADED, J.I., *Televisión y telespectadores*, Grupo Comunicar, Huelva, 2000.

ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (AUC), *¿Por qué no funciona el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia? Análisis de un modelo fallido*, Madrid, 2011.

BERNADES, F., «Niños y televisión: La disonancia pragmática en el contexto familiar», en BLANCO, I. y RÖMER, M. (Coord.), *Los niños frente a las pantallas*, Universitas, Madrid, 2010, pp. 201-214.

CABERO ALMENARA, J., MARÍN DÍAZ, V., «Nuevas visiones de la televisión en el nuevo entramado mediático. Posibilidades para la educación», En DEL MORAL PÉREZ, M.E. *Televisión: desarrollo de la creatividad e infancia*, Octaedro, Barcelona, 2010, pp. 129-140.

CASTELLS, P. y BOFARRULL, I., *Enganchados a las pantallas. Televisión, videojuegos, Internet y móviles*, Planeta, Barcelona, 2002.

CONSEJO ESPECIALISTA EN CANALES TEMÁTICOS, *Factbook 11*, 2011. Disponible en: http://www.conect.es/pdf/factbook_11.pdf [acc. 15/06/2012].

CONSEJO ESPECIALISTA EN CANALES TEMÁTICOS, *Newsletter*, Diciembre 2010. Disponible en: <http://www.conect.es/newsletter/diciembre10/segmentacion.htm> [acc. 15/06/2012].

GARCÍA GALERA, M.C., *Televisión, violencia e Infancia. El impacto de los medios*, Gedisa, Barcelona, 2000.

²²³ Cfr. VEIGA, Y., «El ídolo de los niños», Laverdad.es. Disponible en: <http://www.laverdad.es/murcia/v/20100613/gente/ídolo-ninos-20100613.html> [acc. 15/06/2012]

DIRR, P.J., «Desarrollo social y educativo con las nuevas tecnologías», en MARTÍNEZ SÁNCHEZ, F., PRENDES ESPINOSA, M^aP., *Nuevas tecnologías y educación*, Pearson Prentice Hall, Madrid, 2007, pp. 69-84.

FOMBONA CADA VIECO, J., «La televisión como recurso didáctico», en SEVILLANO GARCÍA, M.L., BARTOLOMÉ CRESPO, D., *Enseñanza-Aprendizaje con los medios de comunicación y nuevas tecnologías*, UNED, Madrid, 1997, pp. 143-188.

INSTITUTO DE CREATIVIDAD E INNOVACIONES, Estudio para determinar el perfil y parámetros básicos de la influencia de la TV en la infancia y adolescencia. Generalitat Valenciana, 2002.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares españoles*, 2011. Disponible en: <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft25%2Fp450&file=inebase&L=0> [acc. 15/06/2012]

MAYUGO, C., «Hacia otro modelo de sistema televisivo en la era de la comunicación global», *Comunicar*, N° 25, 2005, pp. 91-99.

MELGAREJO MORENO, I., RODRÍGUEZ ROSELL, M.M., «Aproximación a la definición de Canal Infantil Politemático de Televisión», *Fonseca Journal of Communication*, N° 4 (2012), pp. 82-102.

MELGAREJO MORENO, I., RODRÍGUEZ ROSELL, M.M., «Educación Mediática y Competencia Digital: la segmentación de edades y el currículum escolar en los Canales Infantiles Politemáticos de televisión», en APARICI, R., MATILLA, A. y GUTIÉRREZ, A. (coord.), *Educación Mediática & Competencia Digital. La cultura de la participación*, E.U de Magisterio de Segovia, Segovia, 2011. Disponible en: <http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%201/Irene%20Melgarejo,%20Mar%C3%AD%20del%20mar%20Rodr%C3%ADguez.pdf> [acc. 15/06/2012]

MELGAREJO MORENO, I., RODRÍGUEZ ROSELL, M.M., «Los Canales Infantiles Politemáticos de Televisión Digital en España: análisis y clasificación», *Doxa Comunicación*, N°. 13 (2011), pp. 171-191.

NÚÑEZ LADEVÉZE, L., «Prólogo», FUENTE COBO, C., *Infancia y televisión. Políticas de protección de los menores ante los contenidos audiovisuales*, Fragua, Madrid, pp. 13-20.

SEVILLANO GARCÍA, M.L., BARTOLOMÉ CRESPO, D., *Enseñanza-Aprendizaje con los medios de comunicación y nuevas tecnologías*, UNED, Madrid, 1997.

TORRECILLAS LACAVE, T., «La mediación de los padres en el uso que hacen los niños de la televisión», en BLANCO, I. y RÖMER, M. (Coord.), *Los niños frente a las pantallas*, Universitas, Madrid, 2010, pp. 31-48.

VÁZQUEZ, T., MALALANA, A., «La televisión y los niños. Una aproximación a los modelos de investigación», en BLANCO, I. y RÖMER, M. (Coord.), *Los niños frente a las pantallas*, Universitas, Madrid, 2010, pp. 157-182.

VEIGA, Y., «El ídolo de los niños», Laverdad.es. Disponible en: <http://www.laverdad.es/murcia/v/20100613/gente/idolo-ninos-20100613.html> [acc. 15/06/2012]