

● M<sup>a</sup> Rocío Díaz y Juan Bautista Romero  
Huelva

# Proyecto hipermedia: la lupa televisiva

Hypermedia project: TV magnifying glass

«La lupa televisiva» es una propuesta multimedia para aprender a ver la televisión dirigido al alumnado de Secundaria. A través de la creación de un portal en Internet donde se ofrece asesoramiento y propuestas para aprender a ver televisión. La web se estructura en dos grandes bloques: uno de información y otro de participación. Cada uno de ellos consta a su vez de distintos subapartados como: base de datos de recursos televisivos; parrilla; noticias de última hora; actuaciones y novedades dentro del portal; etc. Se trata con este proyecto de proporcionar nuevas herramientas informativas y comunicativas para la enseñanza-aprendizaje del medio televisivo desde una perspectiva didáctico-pedagógica, práctica y crítica.

«The television magnifying glass» is a multimedia project for secondary school students that use a Web site to offer advice and proposals for learning to watch television. The Web site is structured into two large blocks: information and participation. Each one is made up of different sections: television programmes database and movies; television schedule; the latest news; and Web site developments. This project tries to provide informative and communicative tools for teaching-learning television through a didactic-pedagogical, practical and critical perspective.

Educación en medios, televisión y adolescentes, tecnologías de la información y la comunicación (TICs).

Media education, TV and teenagers, information and communication technologies (ICTs).

«Encuentro la televisión muy educativa. Cada vez que alguien la enciende, me retiro a

otra habitación y leo un libro» (Groucho Marx). Como apuntan March y García (1994), «los niños y niñas han nacido con la televisión bajo el brazo, y así su vida se ha ido adaptando a su ritmo, al llevar de forma espontánea el mundo a los hogares, e imponer y crear nuevas necesidades. Nunca la televisión había ocupado un lugar parecido en la vida de los niños y adolescentes». Esta trascendencia del medio televisivo en la vida de los jóvenes se refleja, por ello, tanto en la rea-

❖ Juan Bautista Romero Carmona es profesor de la Universidad de Huelva y asesor del CEP de Bollullos-Valverde (jbniebla@telefonica.net). M<sup>a</sup> Rocío Díaz Gómez es becaria FPI del Departamento de Educación de la Facultad de Educación de la Universidad de Huelva (rocio.diaz@dedu.uhu.es).

lidad del consumo, como en las numerosas investigaciones que se han llevado a cabo a lo largo de todo el mundo.

El fenómeno televisivo se ha disuelto de tal forma en nuestra civilización que casi no queda resquicio alguno donde no haya llegado en alguna medida. La capacidad de penetración de ese voluminoso objeto bautizado «televisor» ha conseguido ser tan efectiva que no se nota. Por ello, la dificultad de analizar la influencia del medio televisivo, especialmente en la infancia y juventud.

La investigación de Himmelwet (1958) fue importante porque fortalece las bases de los estudios posteriores relacionados con los jóvenes y la televisión. Así, Muñoz y Pedrero (1996) resaltan las aportaciones más significativas de esta investigación:

- Comportamiento: los niños dedican mayor tiempo a este medio que cualquier otra actividad de ocio.
- Preferencia de programas: los niños ven con placer espacios destinados a adultos, sobre todo los de entrenamientos.
- Géneros: a los niños les impresionan los que tienen formas dramáticas y las formas realistas de presentar la violencia.
- Violencia: nada prueba que los programas les hagan más agresivos, pero tampoco que tenga un efecto benéfico sobre ellos.
- Medios: la atención a otros medios (radio, lectura...) ha disminuido desde que ven la tele, y también la asistencia al cine.
- Pasividad: no se demuestra que la televisión haga más pasivos a los niños, pero tampoco que les incite a otras actividades.
- Satisfacción de necesidades: no se puede establecer que el hábito de ver televisión responda a necesidades precisas, pero la exposición al medio puede favorecer una inteligencia poco desarrollada, sentimientos de inseguridad, falta de adaptación, de amigos y de contacto social.

Como señala Gutiérrez (1990: 25), la influencia de los medios de difusión es tal, y de forma especial la televisión que ciertamente es un hecho cuya importancia no puede pasar desapercibida a ningún educador. Por ello, «apenas podemos resistir la tentación de comenzar haciendo referencia a cualquier de esos numerosos y fríos estudios estadísticos que arrojan cifras alarmantes sobre el tiempo que los escolares dedican a ver la televisión. En casi todos ellos el número de horas que los pequeños pasan delante de la pantalla se compara con el que los niños dedican a otras actividades de su vida diaria, incluida la escuela, con la que se acentúa el dramatismo de la situación».

Según Aguaded (2000), es necesario reflejar que no sólo el consumo del medio ha ido creciendo en los últimos años, sino que también la relación de la infancia y adolescencia con la televisión ha cambiado radicalmente en el último decenio.

En la actualidad, en la programación televisiva que ofrecen las emisoras comerciales se ha pasado del niño protegido al niño consumido. Consumido por una oferta amplísima, por bandas horarias interminables que se solapan unas con otras, por mensajes publicitarios continuos, irrespetuosos con la emisión, difícilmente marginables al estar entrelazados de manera omnipresente con los programas que dan soportes financieros. En definitiva, la televisión se ha convertido en una selva electrónica, donde se ha impuesto la ley de la calle.

En esta comunicación se pretende transmitir la importancia de la enseñanza para saber ver la televisión, en definitiva, ser educados en este medio de comunicación, ya que existe una capacidad de los niños de distintas edades para la comprensión, asimilación e integración de los mensajes en general y en especial los que reciben de la televisión. La avidez de las primeras edades en captar estímulos e informaciones provoca la atención ilimitada en el bombardeo audiovisual de la pantalla, independientemente de su nivel de inteligibilidad. Esto no evita que el niño esté en permanente tensión para intentar comprender al máximo la información que recibe, limitada y traducida siempre a sus propios términos infantiles y juveniles.

Respecto a los adolescentes, no les crea ningún problema de disonancia, entre sus actitudes y sus comportamientos, el consumo televisivo, a no ser la frustración que les provoca la prohibición paterna. No existe en ellos mala conducta o culpabilidad, ni temor de adicción o pérdida de control sobre el propio comportamiento. Como dice Batrina (1994) para estas nuevas generaciones «que han nacido y vivido desde siempre en hogares con dos o más televisores, vídeo, y una oferta múltiple de canales y programas, la televisión es un hecho normal, un derecho adquirido no más o menos importante que el automóvil o la luz de eléctrica».

Frente a la sosegada y prolongada infancia, la adolescencia es un periodo convulsivo con profundos cambios en la personalidad que marcan el desarrollo hacia la adultez. Este periodo se caracteriza dentro de las coordenadas comúnmente aceptadas en la psicología evolutiva. En todo caso, el periodo de la adolescencia, en todos los países

industrializados, se caracteriza, por una profunda similitud; una metamorfosis física e intelectual y la emergencia de un mundo propio cada vez más independiente, lo que denominan Bellemare, Caron y Gruau (1994) como «planeta propio».

Bartrina (1994) señala que lo que interesa y motiva a los jóvenes principalmente en estas edades es la afirmación de su personalidad, su ego, la asunción de los derechos y libertades, al estilo de los adultos; es una tarea esencial en la búsqueda de su propio ego, que tendrá su clan, en la tribu de iguales, su permanente punto de referencia, su reafirmación como tal, normalmente en contraposición con el mundo establecido de los adultos. Se crean tensiones provocadas por ese deseo de independencia y de contribuir su propia identidad, en las que adquieren un valor especial las relaciones de intimidad con los compañeros del sexo opuesto.

Respecto a la capacidad de comprensión, con la llegada de la adolescencia, los jóvenes no tienen ya las limitaciones del niño. Viven de lleno el período de las operaciones abstractas, pero se diferencian todavía de los adultos en cuanto a que no tienen la acumulación de sus experiencias ni viven con empatía emocional los modelos culturales dominantes que identifican a la generación adulta.

Para Aberasturi y Knobel (1991), los adolescentes atraviesan durante esta etapa evolutiva tres duelos fundamentales: «el duelo por el cuerpo infantil perdido», ya que sienten que su cuerpo cambia, pero que no son capaces de controlarlo; «el duelo por el rol y la identidad infantil», ya que la nueva independencia les otorga responsabilidades que en la infancia no tenían; y por último, «el duelo por los padres de la infancia», ya que debido a su fragilidad, los adolescentes son receptores de conflictos de los demás, intentan formar parte del círculo de los adultos, pero se encuentran con choques por su propia inestabilidad y la dificultad de los mayores para aceptarlos ya que como personas con responsabilidad e independencia.

En el campo mediático, respecto a la televisión que se ofrece, normalmente de carácter generalista y en todo caso con una especificidad esencialmente infantil, los adolescentes encuentran muy poco atractiva esta oferta televisiva para el universo que ellos comienzan a dibujar. Respecto a la influencia de la televisión en la formación de la personalidad y los comportamientos de los jóvenes, ésta sigue siendo evidente, pero comparativamente con la de los niños es menor. Su capacidad de modelación sigue presente, ya que transmite modelos y estilos a imitar en un período de formación de esquemas individualizados y grupales dentro de este mundo de los jóvenes. Pero como bien dice Bartrina (1994), la televisión es el vehículo que recoge y amplifica, pero no el origen de las corrientes que atraviesan nuestra sociedad de manera fulgurante y mueren al poco tiempo.

Otro aspecto reseñable es que el concepto de los jóvenes respecto de la televisión es sensiblemente diferente al de los niños y al de la generación adulta. Se tiene un carácter mucho más instrumental y utilitario, el joven es mucho menos dependiente de la televisión, controla mucho mejor su protagonismo en su relación con ella. Ha perdido aquella concepción sacralizada que convertía a la televisión en mucho más que un objeto o un electrodoméstico. La televisión no es ya un valor en sí misma, sino sólo por las funciones en que el espectador puede aprovecharla. Y la generación joven la ha resituado en su papel con su consumo eminentemente práctico y utilitario: «veo la televisión porque me entretiene; me aísla de mi familia; me indica lo que se lleva...».

En suma, en el proceso de autonomía social y familiar que supone la adolescencia, la importancia que adquiere la televisión es con frecuencia subestimada. Como apuntan Bellemare, Caron y Gruau (1994), la televisión ha sido considerada frecuentemente como un aparato reproductor y difusor de la norma social y raramente ha sido analizado como un medio para explicar la búsqueda de la identidad que experimentan todos los jóvenes, y menos aún, como uno de los factores capaces de explicar los cambios de normas y estilos de vida de éstos. Para estas autoras, la televisión se ha convertido en uno de los instrumentos más importantes para el desarrollo afectivo, intelectual y social de los adolescentes. La interacción del mundo de los jóvenes con la televisión es bien distinta a las de las generaciones anteriores. Ellos no buscan ya el modelo de televisión telescópica de años anteriores, para ellos la televisión es más, una televisión microscópica, es decir, cercana a los problemas cotidianos, capaz de alimentar sus dudas existenciales y la vertiginosa y atropellada búsqueda de modelos que se viene en este período. Los jóvenes no se ponen ante la tele a ver lo que echen. Esta generación, mando a distancia en mano, navega por la oferta de canales, con la finalidad de encontrar su territorio específico.

Por todo, es necesario continuos programas y recursos para todas aquellas personas con responsabilidades en el mundo de la educación y la televisión. Es imprescindible en la sociedad actual una educación en medios audiovisuales, en recepción de televisión, para así aportar nuestro granito de arena a la educación de los jóvenes y prepararlos para que sean unos ciudadanos responsables y donde adquieran valores democráticos y respetuosos con todo aquello que les rodea.

## 1. El proyecto «La lupa televisiva»

La propuesta que a continuación presentamos, denominada «La lupa televisiva», pretende ampliar el abanico de recursos didácticos para la enseñanza-aprendizaje de este medio, incidiendo especialmente en aquellos aspectos que fomenten la autonomía y el espíritu crítico entre los jóvenes adolescentes/ televidentes de habla hispana, usando como soporte Internet y la World Wide Web.

Este proyecto surge como parte del trabajo pedagógico desarrollado por los autores de esta comunicación en el área de nuevas tecnologías aplicadas a la educación, y especialmente en aquellos aspectos referidos a la creación de recursos didácticos y teleformación.

### 1.1. ¿A quién se dirige?

El portal «La lupa televisiva» está orientado preferentemente a jóvenes con edades comprendidas entre los 12 y los 16 años; madres y padres interesados en la educación televisiva de sus hijos y educadores. Su diseño está pensado para situaciones mixtas de enseñanza/aprendizaje, por lo que el acceso a sus recursos puede realizarse dentro y fuera del entorno escolar.

### 1.2. ¿Qué objetivos persigue?

El proyecto persigue varios objetivos generales: por una parte ofrecer información y asesoramiento sobre el medio televisivo (evaluación de programas, películas y anuncios, noticias referentes al medio, parrilla televisiva, etc.) desde una perspectiva crítica y racional, lo que supone enseñar/aprender a (Quintáns, 2004):

- Elegir de una manera, consciente y premeditada, qué es lo que se quiere ver y porqué.
- Controlar la cantidad de tiempo que se dedica a ver la televisión y procurar que su consumo no sea excesivo.
- Evitar que la televisión sea el único recurso de ocio y de información.
- Interpretar, con espíritu crítico, los mensajes que llegan.
- Conocer los derechos del telespectador y reclamarlos.

Por otra parte, «La lupa televisiva» pretende crear un cauce de comunicación y participación entre los sujetos a los que se dirige, poniendo a disposición de estos las herramientas necesarias (foros, chats, news, etc.), para que puedan intervenir debatiendo, opinando y cooperando en las materias que les afectan y/o interesan.

Finalmente, los objetivos específicos de este proyecto tratan de educar a los jóvenes en competencias básicas y habilidades para captar el lenguaje audiovisual en todas sus dimensiones. Como señala Aguaded (1999), la educación de la competencia televisiva se nos presenta, (...) como un concepto clave para superar este «divorcio» entre los universos mediático y escolar de los alumnos, ya que la adquisición de habilidades para aprender y enseñar a ver –por parte de alumnos, familias y profesores– la televisión, favorece la conexión de la escuela con el mundo de la calle, acercando este medio –y por ende, todos los medios de comunicación– a la realidad de las aulas.

### 1.3. Estructura básica del entorno

Como hemos anunciado al exponer los objetivos del proyecto, éste se estructura en dos grandes bloques: uno de información y otro de participación. Cada uno de ellos consta a su vez de distintos subapartados:

#### a) Información:

• Base de datos de recursos televisivos: cada programa, espacio, serie o película es analizada, evaluada y valorada siguiendo las indicaciones expuestas en el apartado «contenidos» de este artículo, para lo cual se elaborará y empleará una plantilla de análisis donde se recogerá la presencia o ausencia de contenidos y valores prioritarios.

- Cartelera: se realiza una selección de los programas/espacios mejor valorados para ver en la semana.
- Consejos: en este apartado se exponen una serie de recomendaciones orientadas a jóvenes, familias y educadores sobre cómo hacer un uso inteligente del medio televisivo.

• Última hora: noticias de actualidad sobre programas/espacios televisivos; actuaciones y novedades dentro del portal; etc.

• Enlaces útiles y otros recursos externos vinculados con la enseñanza de los medios que puedan ampliar el abanico de recursos didácticos-formativos sobre esta temática.

- Publicaciones sobre educación y medios de comunicación: orientadas a jóvenes, familias y educadores.

#### b) Participación:

• Foros de debate: se trata con esta herramienta de facilitar entre los usuarios registrados la creación y desarrollo de líneas discursivas en torno a los recursos televisivos disponibles (programas, espacios, series, películas, etc.).

- News y grupos: los usuarios pueden solicitar la participación/recepción de noticias haciendo uso del correo electrónico. Estos recursos permiten establecer un debate selectivo en torno a un tema concreto entre un grupo más o menos reducido de usuarios.
- Chat online: un lugar de encuentro donde poder hablar de televisión, intercambiar opiniones y experiencias.

#### 1.4. Sobre los contenidos que ofrece

Este proyecto pretende ser un recurso útil destinado a jóvenes, familias y educadores para aprender/enseñar a ver televisión ofreciendo asesoramiento e información sobre este ámbito desde una perspectiva didáctico-crítica. Teniendo en cuenta estas pautas, los contenidos se presentan a través de dos grandes bloques: uno de información y otro de participación. El análisis del medio televisivo se realiza teniendo presentes entre otras, las orientaciones facilitadas por el Instituto Oficial de Radiodifusión y Televisión (IORTV) en su guía «Programación infantil de televisión: orientaciones y contenidos prioritarios» (2004a, b; 2005). De esta forma la información ofrecida en los subapartados «base de datos de programas televisivos y películas» y «cartelera» se organiza en función del tipo de contenido que ofrece, a través de la siguiente categorización:

a) Contenidos de Riesgo: son aquellos que entrañan un peligro potencial que puede o no tener consecuencias directas para ciertos individuos, pero que, a la larga, y considerados estadísticamente, sí engendran daños notorios para la sociedad (Pérez Tornero, 2003). Tener una idea clara de cuáles son los principales contenidos televisivos que representan un riesgo para los jóvenes permite establecer mejor los ideales educativos y los contenidos preferentes. En general, existe unanimidad entre educadores, expertos, padres y profesionales de los medios de cuáles son los contenidos de riesgo: aquellos que inciden negativamente en la educación de los jóvenes. Estos se clasifican en (IORTV, 2004 a, b; 2005):

- Contenidos sexistas: los que discriminan a las mujeres, degradan su imagen y tienden a crear situaciones de desigualdad entre los sexos.
- Contenidos violentos: los que exhiben actos de agresión verbal o física, directa o indirecta, hacia la integridad de las personas y otros seres vivos.
- Contenidos racistas o xenófobos: los que reflejan actitudes degradantes hacia ciertos colectivos étnicos o extranjeros, originando situaciones de segregación.
- Contenidos consumistas: transforman el uso y disfrute de productos de un fin en sí mismo en una necesidad compulsiva insaciable, derivando en adicción al consumo, falta de autocontrol e irresponsabilidad en el gasto.
- Contenidos pornográficos: los que muestran actitudes personales íntimas, referidas a la práctica sexual, de forma obscena, sin el decoro aceptado usualmente por la sociedad.
- Contenidos que hacen apología de las drogas y de los juegos de azar: los que ensalzan las supuestas «bondades» de determinadas sustancias, legales e ilegales, que crean adicción (drogodependencia) y son perjudiciales para la salud de las personas. También aquellos otros que elogian los juegos de azar como medios idóneos para obtener dinero, de forma fácil y sencilla, pudiendo crear adicción (ludopatía).
- Contenidos que degradan el lenguaje: los que utilizan un lenguaje corrompido, ya sea en el vocabulario, en la pragmática o en la sintaxis, infringiendo las reglas de la comunicación lingüística.
- Contenidos de culto excesivo al cuerpo: los que presentan una preocupación obsesiva por la figura y conciben el cuerpo humano como si fuera un escaparate para el éxito personal. En ocasiones estos contenidos podrían crear conductas imitativas y provocar enfermedades como anorexia, bulimia, vigorexia, etc.
- Contenidos que violan el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen: aunque la legislación protege estos derechos, a veces proliferan contenidos, sobre todo en algunos programas del corazón, que se ponen al filo de la ley de forma morbosa y confunden la vida privada con la pública. Todos estos contenidos, en mayor o menor grado y vistos desde distintas perspectivas, contrastan con el sistema de valores que quieren transmitir los educadores a sus alumnos y los padres a sus hijos. Se constituyen así en contravalores éticos y sociales.

b) Contenidos y valores preferentes: se valorarán de manera positiva aquellos contenidos televisivos que estén ajustados a los niveles de edad a quienes van dirigidos: que versen sobre lo que en cada momento suscita interés, preocupación social, etc., pero adecuados a la población adolescente, atendiendo a sus propias necesidades y ajustados a los contenidos curriculares relacionados con:

- Educación en hábitos: formas de vida, higiene, educación sexual, nutrición, consumo saludable, etc.
- Educación en valores: valores tan importantes como la democracia, el pluralismo, la cohesión social y la diversidad cultural y lingüística.

De igual forma, el portal destacará favorablemente aquellos recursos televisivos (programas, películas, series, etc.) que fomenten valores fundamentales como:

- El respeto a la persona y los grupos sociales.
- Fomento de la convivencia.
- La tolerancia.
- Igualdad en todas sus acepciones (sexos, razas, creencias, oportunidades...).
- Apoyo a la integración.
- Promoción de la no violencia.
- Potenciación de la no discriminación.
- Promoción de la cultura de la mediación y el diálogo para la resolución de conflictos.

Así como otros valores preferentes como:

- Educar en libertad.
- Promover la participación (el derecho más importante en una democracia).
- Formar para una conciencia crítica y autocrítica.
- Impulsar hábitos saludables.
- Fomentar la solidaridad.
- Propugnar el diálogo.
- Fomentar la cooperación.
- Defender la diversidad cultural.
- Facilitar la comunicación entre distintas culturas.
- Educar en el respeto a otras creencias.
- Estimular la generosidad.
- Fomentar la protección del medio ambiente.

Siguiendo la misma línea que el trabajo que realizan los profesores en los centros escolares, el proyecto «La lupa televisiva» incluye en los apartados «base de datos de programas televisivos y películas» y «cartelera» una amplia selección de recursos televisivos (programas, películas, series, etc.) que tienen en cuenta estos valores y que incorporan historias, personajes y situaciones apropiadas para:

- Fomentar el desarrollo emocional, cognitivo y físico de los niños más pequeños.
- Desarrollar la creatividad.
- Estimular su imaginación con juegos, personajes y fantasías constructivas.
- Utilizar un lenguaje elaborado y correcto, cuidando el vocabulario y la sintaxis, y empleando menos muletillas, palabras comodín y jerga. Crear el hábito por la lectura.
- Ofrecer una imagen positiva de la vida.
- Fomentar la participación a través del juego y del respeto a sus reglas.
- Ofrecer distintas opciones ante los estereotipos sociales y sexuales (evitando la discriminación de género que adjudica determinados valores a las niñas y otros muy distintos a los niños).
- Facilitar conocimientos, estimulando su interés intelectual y su curiosidad científica, para pensar desde la TV.
- Fomentar la expresión y comprensión del arte y la estética.
- Informar sobre la realidad del mundo que les rodea y la forma de vida en otros países.
- Educar en el respeto al otro y en la convivencia pacífica y democrática.
- Relacionar a niños de grupos étnicos diferentes y/o nacionalidades distintas.
- Mejorar el concepto que puedan tener respecto a los diversos grupos que configuran una sociedad plural y diversa.
- Fomentar el respeto hacia sí mismo en grupos o minorías oprimidas.
- Potenciar la conciencia crítica y autocrítica.
- Fomentar los hábitos en una vida saludable.
- Evitar el consumismo, analizando el significado de los anuncios.

### 1.5. Apuntes finales

Como se señala en «El libro blanco: la educación en el entorno audiovisual» (CAC, 2003), lo primero que se percibe cuando se habla de medios de comunicación con educadores y profesores, así como con responsables de la administración del sistema educativo, es que existe un marcado contraste –casi un divorcio– entre los contenidos

y métodos de la educación por un lado, y los de los medios por otro. Por «medios» generalmente se entiende la televisión, que es la realidad más palpable en el consumo infantil y juvenil y cuya potencia e impacto dejan en un lugar menos destacado la radio, la prensa o el cine. En este contexto sólo Internet parece emerger como un medio que, progresivamente, se va uniendo a la vida cotidiana de los niños y jóvenes. Teniendo en cuenta estas valoraciones, el empleo de Internet –como vehículo de soporte, desarrollo y difusión de este proyecto– ofrece además una serie de ventajas frente a otros medios como son: la ausencia de barreras geográficas, física o temporales; el acceso inmediato a la información; la actualización inmediata de los contenidos; su bajo coste, etc.

Como hemos puesto de manifiesto a lo largo de este artículo, el desarrollo del proyecto «La lupa televisiva» desea sumarse a las iniciativas y propuestas prácticas realizadas con anterioridad por organismos y expertos en la materia relacionadas con el desarrollo de recursos educativos que promuevan el uso crítico, activo, participativo y racional del medio televisivo entre los jóvenes.

### Referencias

- ABERASTURY, A. y KNOBEL, M. (1991): *La adolescencia*. Barcelona, Paidós.
- AGUADED, J.I. (2000): *La educación en medios. Panorama y perspectiva*. Murcia, KR.
- AGUADED, J.I. (1999): *Educación para la competencia televisiva. Diseño, fundamentación y evaluación de un Programa Didáctico para la formación del espectador crítico y activo en Educación Secundaria*. Huelva, Universidad de Huelva, Tesis doctoral en formato electrónico.
- BARTRINA, J. (1994): «Niños y jóvenes: marianos frente al televisor. Actitudes y comportamientos diferenciales hacia la televisión según la edad», en *RADIO TELEVISIÓN VALENCIANA* (Ed.): *Televisión. Niños y jóvenes*. Valencia, RTVV, 99-112.
- BELLEMARE, C.; CARON, M. y GRUAU, M.C. (1994): *L'intelligence télévisuelle des 12-17 ans*. Lausanne, Loisirs et Pédagogie.
- CONTRERAS, J.M. (1992): «La programación infantil en televisión», en *Infancia y Sociedad*, 14; 13-23.
- GUTIERREZ, A. (1990): «La televisión y los niños: ¿una relación incomprendida?», en *Comunicación, Lenguaje y Educación*, 5; 25-29.
- HIMMELWEIT, H. y OTROS (1958): *Television on the Chile. An empirical Study of the Effects of Television on the Young*. Oxford University Press.
- MARCH, J.C. y GARCÍA, M.M. (1994): «Infancia y medios de comunicación. Nacidos con la tele», en *La Generación TV*. Granada, Escuela Andaluza de Salud Pública; 29-32.
- MUÑOZ, J.J. y PEDRERO, L.M. (1996): *La televisión y los niños*. Salamanca, Cervantes.
- PÉREZ TORNERO, J.M (2003): *Libro Blanco: La educación en el entorno audiovisual*. Barcelona, Consejo Audiovisual de Cataluña.
- QUINTÁNS, Y. (2004): *¿Pantallas amigas? Niños y niñas, televisión y nuevas tecnologías*. Madrid, CEACCU ([www.ceaccu.org/docspdf/pantallas\\_amigas.pdf](http://www.ceaccu.org/docspdf/pantallas_amigas.pdf)).
- VARIOS (2004a): «Guía: enseñar a ver televisión», en *Foro nacional entorno familiar, menores, educación y televisión*. Madrid, IORT, Grupo RTVE, MTAS ([www.rtve.es/oficial/iortv/aprende/aprende.html](http://www.rtve.es/oficial/iortv/aprende/aprende.html)).
- VARIOS (2004b): «Decálogo: Aprende a ver televisión», en *Foro nacional entorno familiar, menores, educación y televisión*. Madrid, IORT, Grupo RTVE, MTAS ([www.rtve.es/oficial/iortv/aprende/Triptico1.html](http://www.rtve.es/oficial/iortv/aprende/Triptico1.html)).
- VARIOS (2005): *Programación infantil de televisión: Orientaciones y contenidos prioritarios*. Madrid, IORT ([www.rtve.es/oficial/iortv/guia\\_infantil.pdf](http://www.rtve.es/oficial/iortv/guia_infantil.pdf)).