

01.12.08

La influencia de la televisión en los menores no puede infravalorarse

## **Un estudio incide en la influencia de la violencia de los informativos en el imaginario de niños y niñas**

Señala la importancia de tener en cuenta a los espectadores infantiles

Los menores ven más televisión de lo que los datos de audiencia parecen indicar; buena parte de ese consumo es vespertino y en solitario o sin adultos, y se ven muy influidos en su imaginario por los contenidos sensacionalistas y violentos, lo que se traslada a actitudes de angustia en la vida real.

Estas son algunas de las conclusiones del estudio "Infancia, Violencia y Televisión: Los espacios informativos y los imaginarios de la violencia en los niños y adolescentes", realizado por investigadores de diferentes universidades españolas (Ramón Llull, UOC, Pompeu Fabra, Sevilla, Rey Juan Carlos) con la colaboración de la Asociación de Usuarios de la Comunicación, y dirigido por el Dr. Jordi Busquet, profesor de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna de la Universitat Ramon Llull.

El estudio, que se ha llevado a cabo en el marco del Plan Nacional I+D+I que financia el Ministerio de Educación y Ciencia, se plantea como objetivo principal profundizar en el papel de los menores como audiencia activa, incidiendo no tanto en el análisis de contenido de los mensajes violentos o en su efectos supuestamente automáticos, sino en la influencia de esos mensajes en la construcción de los imaginarios colectivos por parte de niños y niñas y en el significado y sentido que asocian a la violencia. Se trata, por tanto de responder no tanto a la pregunta tradicional de "qué hace la televisión con los niños", sino más bien "qué hacen los niños con la televisión".

En sus diferentes fases, el estudio pone de relieve aspectos como los siguientes:

- Frente a la creencia general del bajo consumo televisivo de los menores, existen segmentos de edad (entre 10 y 12 años) con niveles de audiencia muy similares a los de la población adulta tanto en tiempo de visionado como en franjas horarias. Las propias limitaciones del sistema de audimetría llevan a infravalorar el peso de los menores como audiencia y muy especialmente como audiencia en solitario, sin adultos presentes.
- El análisis cualitativo realizado con menores, a través de reuniones de grupo, confirma esta afirmación de que un porcentaje importante del consumo televisivo de niños y niñas suele realizarse mayoritariamente sin presencia adulta, si bien en el caso de los informativos, debido a su hora de emisión, el marco de audiencia suele ser familiar.
- Este análisis cualitativo ha puesto de relieve la gran capacidad de los menores para diferenciar las propuestas "de ficción" o "realistas" (informativos, realities) también en el caso de la violencia y de sus diferentes consecuencias, así como la gradación de intensidad de la violencia representada y las consideraciones ético-morales de lo "bien hecho" y "mal hecho". Suelen proyectar en los otros la influencia de los medios (sobre todo si son más pequeños), pero se ven muy afectados por la violencia, como se demuestra en sus argumentaciones. Es importante tener en cuenta el papel de estímulo que las imágenes

juegan en niños y niñas, especialmente en los de menor edad, generando fabulaciones y sentidos relacionados directamente con su estadio de desarrollo, con su contexto de experiencia y con sus propias angustias o incomprensiones de la realidad.

En definitiva, no puede minusvalorarse la influencia de los medios de comunicación y de los contenidos violentos difundidos por esos medios en niños y niñas. Algo que en muchas ocasiones se hace desde los medios y los profesionales de forma interesada, pero que también es consecuencia de aplicar análisis sobre los efectos excesivamente automáticos que no permiten analizar esa producción de sentido activa que los menores realizan con los contenidos que reciben.

**Para más información:**

Esperanza Rodríguez (91 501 67 73)

Alejandro Perales (600 56 46 92)