

Usos y gratificaciones de la televisión según los receptores infantiles

Uses and rewards of television according to child receivers

Antonio S. Flores Domínguez
México

RESUMEN

En un mundo globalizado y de creciente avance tecnológico, se producen cambios en nuestras formas de trabajo y convivencia que se manifiestan en nuestros hábitos cotidianos. La presencia de los medios de comunicación siempre ha sido de mucha influencia en la sociedad, en particular la televisión; principalmente en los niños. El enfoque de Usos y Gratificaciones es parte de la investigación que sobre la comunicación de masas se ha realizado. Surgida como parte de la corriente empirista-positivista, el enfoque es más funcionalista. Se sustenta en afirmar que el receptor de la comunicación es un sujeto activo capaz de seleccionar los medios y los contenidos de estos, en su afán de encontrar satisfactores a sus necesidades; pero que estos satisfactores de los medios, compiten con otros del ambiente, las circunstancias y los intereses mismos de los receptores. Este trabajo es el resultado de una investigación realizada en escolares de sexto grado de primaria de la ciudad de Los Mochis, Sinaloa, México; y explica el cómo y por qué, este auditorio telerreceptor, utiliza la televisión como satisfactor de algunas de sus necesidades personales, en donde el ambiente social en el que vive, sus hábitos de ocio y los contenidos de los programas de televisión preferidos, son condicionantes en la elección de satisfactores a una variedad de necesidades. Se presentan los resultados de las encuestas aplicadas, en donde se explican las preguntas y la manera en que cada grupo de cuestionamientos se refiere a tópicos que se interrelacionan en la muestra. De tal manera que el ambiente socio-familiar del educando identificando: número de personas con las que convive cotidianamente, quiénes aportan sostenimiento económico al hogar, quién le ayuda en sus tareas escolares, cuándo convive la familia; así como sus hábitos de ocio y de televisión: en qué momento ve la televisión, cuáles programas le gustan más, por qué los prefieren y las razones por las que los ven; son las pautas para explicar que los educandos objetos de estudio, son receptores activos de los medios, y cuya capacidad les permite describir necesidades en donde los programas de televisión son un tipo de satisfactor. La importancia de definir la personalidad del escolar objeto de estudio, el papel de la familia y el juego, permitirá establecer comparaciones y conclusiones que faciliten esclarecer los porqués de la selección de programas preferidos y las diferencias que establecen cada sexo. Los efectos de los medios, en especial de la televisión no se reduce en ver sus efectos, sino también en cómo los receptores infantiles seleccionan, de una gama de satisfactores, el uso de la televisión como gratificador de necesidades tanto psicológicas como sociales.

ABSTRACT

The Uses and Gratifications Approach is based on claiming that the receiver of communication is an active subject capable of selecting the media and their contents, in his eagerness of finding satisfactors to his needs. This paper is the result of a research carried out in students of Sixth Year of Primary School in Los Mochis, Sinaloa, Mexico; and it explains how and why this audience use television as a satisfactor of some of their personal needs, where the social environment in which they live, their habits of leisure and the contents of their favourite television programs are their determining factors.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Receptor, mensaje-contenido, satisfactor-necesidad, televisión.

Receiver, message-contents, satisfactor-need, television.

1. De los efectos a las gratificaciones

La idea de la Aldea Global de Marshall MacLuhan no pudo ser más exacta que la realidad contemporánea: medios de comunicación y tecnología son los ejes donde convergen todos los asuntos y temas de la convivencia social actual. Hablamos de una realidad virtual y la decadencia de formas de comunicación humana, que transitan de lo colectivo a lo individual; de un sistema de comunicación interpersonal a otro interactivo pero unipersonal.

Mucho se ha escrito acerca de la influencia y la manipulación de los medios de comunicación, en especial, de los programas y contenidos de la televisión. Ciertamente, los puntos a los que se han hecho referencia, van desde la emisión de Teatro Mercury radiofónico de Orson Welles basada en *La Guerra de los Mundos* de H.G. Wells, en Nueva Jersey, EEUU en 1938; hasta la actualidad, con los reality shows que denostan ideas y sugerencias, que más que creativas, reflejan una marcada decadencia en los valores y la ética profesional. Se ha creado una marcada tendencia a considerar a los medios de comunicación como instrumentos de control social y factor psicológico creador de necesidades a priori de las básicas humanas. En todo el asunto de la influencia y la manipulación, se ha hecho hincapié en un auditorio sumamente numeroso y en apariencia apacible: los niños y de los riesgos psicológicos y conductuales que implica su permanencia sin control frente a la pantalla sin ningún criterio orientador.

Sin embargo, existe una realidad de la cual nadie se escapa: cada individuo, dependiendo de su espacio socio-cultural, de sus hábitos de convivencia y de su estado emocional, crea necesidades que requiere satisfacer de diversos modos o instrumentos. Por ejemplo: del resultado de una jornada de trabajo agotador, una persona requiere de descanso y es factible que éste se refleje en dormir. Dormir es una necesidad, como también comer, asearse, platicar, informarse, entretenerse, comunicarse, etc. lo son. En los niños, las necesidades son iguales, además de las anteriores se incluye: atención, cariño, respeto, comprensión; así como jugar, convivir, socializar, saber, ser y hacer.

Retomando la propuesta de Miguel de Moragas en *Sociología de la Comunicación de Masas* (1986), éste plantea que los receptores de los medios de comunicación de masas, son individuos activos y concientes, capaces de tomar la iniciativa de vincular la gratificación de la necesidad y la elección de los medios, es decir, que la gente acomoda los medios a sus necesidades más que cuanto puedan los medios supeditar a la gente. Los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades y la significación de los massmedia, se debe valorar en la medida de los usos que les da los miembros del público². (Katz/Gurevitch/Hass, 1973; Moragas, 1986:137-140).

De los estudios realizados que retoman el enfoque de usos y gratificaciones (Lazarsfeld y Station, 1942, 1944, 1949), Herzog (1942), Schuman (1942), Wolfe y Friske (1949), Erich Fromm (1941), Warner y Henry (1942), Wrigth (1960) y Klapper 1963), Breton (1957) y Lasswell (1948), en México, Carlos Fernández Collado, Pilar Baptista y Déborah Elkes (Lozano,1986:187), coinciden en asegurar que las gratificaciones responden a disposiciones psicológicas individuales, factores sociológicos y condiciones ambientales que

determinan los usos específicos de los medios por los públicos.

De los efectos pasamos a los usos y gratificaciones, y de igual manera pasamos de los usos y gratificaciones a los efectos de los medios en los públicos; es decir, la influencia de los medios es igual al tiempo de exposición y de las necesidades de los receptores, pero también al nivel cultural de cada uno y de los contenidos de los programas que consume. Un individuo cuya necesidad sea de información, bien puede optar por leer el periódico o escuchar un noticiero de la radio o bien de la televisión; si la necesidad es de entretenimiento, bien se puede optar por hacer deporte, ir al cine o ver un programa cómico de televisión; si la necesidad es de compañía, bien se puede decidir entre escuchar música de la radio o sintonizar la televisión para escuchar un programa mientras se realiza otra actividad. En suma, la influencia de los medios es una resultante de los usos que los receptores aplican a los medios de comunicación y del impacto que los contenidos de éstos tengan en la personalidad de quienes los consumen.

2. La investigación

Considerando que el enfoque de usos y gratificaciones es aplicable a todo tipo de auditorio-receptor, y que la televisión es un medio de gran penetración y potencialmente influyente en la sociedad; se realizó la investigación para conocer cómo y por qué, los educandos de primaria utilizan la televisión como satisfactor de algunas de sus necesidades personales. El objeto de estudio se centró en alumnos de sexto grado de la ciudad de Los Mochis, Sinaloa, México; atendiendo una muestra de 351 alumnos de escuelas tanto públicas como privadas y de turno matutino como vespertino.

2.1. Personalidad infantil

Es importante para mejor comprensión de la investigación, tener en claro la personalidad del objeto de estudio; esto es, describir las características generales de los educandos de sexto grado que permita establecer elementos de comprensión en los resultados de la encuesta aplicada.

Los alumnos de sexto grado, oscilan entre los 10 y los 12 años, cuya edad promedio es de 11 años. Según Piaget, en esta edad se manifiesta la etapa de operaciones concretas, es decir, individuos con capacidades cognitivas formales, críticas y lógicas. Para Freud, de acuerdo a las etapas de la libido, en esta edad el educando se encuentra en el período de latencia, es decir, una etapa de maduración mental y sexual previa a la pubertad y la adolescencia. Es complicado definir un tipo de personalidad para un conjunto de individuos social, cultural y psicológicamente heterogéneos, sin embargo se busca plantear algunos rasgos que los identifiquen: son personas analíticas que viven en una dualidad de personalidad, no se consideran niños pero tampoco adolescentes, y gustan de jugar al cambio de personalidad según sus propios intereses. Tanto los niños como las niñas asumen y desempeñan roles derivadas de dos procesos: la observación y la identificación. En el primero, aprenden roles de su entorno pero ubican el suyo de acuerdo a su sexo. La familia se convierte en el centro de su atención y el punto de aprendizaje de roles con sus familiares. La identificación es el segundo proceso que sucede a la observación, en éste el individuo asume su propio rol de acuerdo a su lugar en la familia, su sexo y edad. Es una etapa de maduración y fijación mental que lo identifica como único socialmente e importante en su ambiente. El juego se convierte, más que en un juego de niños, en una representación de la realidad, donde asume roles conocidos y se familiariza con su entorno. Gusta de la diversión por competencia, de la actividad física, del entretenimiento y comienza a sentir invasión a su intimidad y demuestra cierta agresividad en sus acciones y pensamientos, como respuesta innata a su rebeldía debido a los cambios psicológicos y hormonales. Establece límites de acuerdo a su conciencia de rol y compacta su círculo social de manera homogénea, se deslinda de todo lo que representa el sexo contrario y gusta de competir con los individuos de su mismo sexo. Necesitan de compañía, seguridad, apoyo, comprensión y respeto, pero sobre todo, de confianza.

2.2. La televisión y los niños

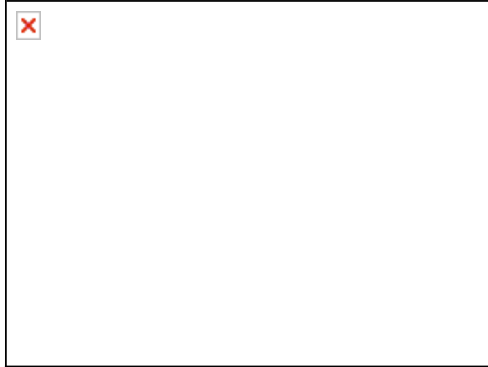
Se aplicó una encuesta a 351 alumnos de sexto grado, de los cuales el 53,7% son masculinos y el 46,3% femeninos. Las primeras tres preguntas, se refieren a la composición del núcleo familiar. Se formularon nueve preguntas, de las cuales las primeras cuatro hacen referencia a la cultura familiar y hábitos de convivencia, las siguientes dos, a los hábitos de ocio y de televisión, la siete se refiere a los tres programas que más les gustan y las últimas dos tratan de identificar las razones y los por qué prefieren esos programas televisivos. Con el afán de considerar su madurez mental y su habilidad de discernimiento, en algunas preguntas debían seleccionar dos del total de las opciones, las que mejor haya considerado apegadas a sus intereses. A continuación se presentan las gráficas con los resultados de la encuesta.



La pregunta va en relación al número de personas con las que convive cotidianamente, con las que tiene oportunidad de establecer lazos afectivos familiares y en quienes puede encontrar afecto, confianza, atención, respeto y cariño. La composición familiar es de suma importancia en el desarrollo intelectual y armónico de los niños, tanto que es la base fundamental de su desarrollo psicosocial. Esta cuestión tiene el afán de identificar con cuántas y con qué personas conviven cotidianamente el encuestado. La gráfica

muestra que la mayor parte de los encuestados viven en familias numerosas, cuya mayor frecuencia es de 4 personas, sin embargo, la composición de 3 y de 5, 6, 7 y 8 personas es alta. Esto indica que los alumnos viven en familias donde, además del padre y la madre, también habitan familiares cercanos: abuelos, tíos, primos, etc.

La pregunta 2 se refiere a cuántas personas trabajan en su casa, es decir, del total de personas que habitan en su domicilio, quiénes y cuántas trabajan y sostienen económicamente el hogar.



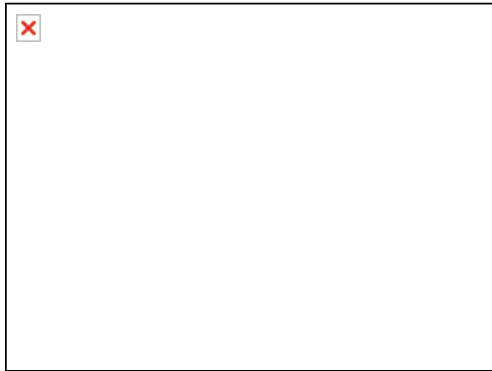
La importancia de esta cuestión radica en la posibilidad de conocer el entorno socio-económico del educando encuestado. La gráfica muestra que se repite un esquema familiar paternalista, donde el padre (70,7%) es el que trabaja, pero también trabaja la madre (60,4%). Por tanto la composición familiar es compleja dado que ambos padres se ausentan para trabajar, y si a este dato le anexamos los de la gráfica 1, entonces se supone que un hogar, al estar ausente el padre y la madre por cuestiones de trabajo, el educando queda bajo la protección y cuidado de los familiares con quienes convive en la casa y que no son sus padres; hecho que recompensa parcialmente, de manera psicológica la ausencia de las figuras paternas.

La pregunta 3 va en función de conocer quiénes le prestan atención en sus tareas escolares, como una actividad que amerita atención familiar y como muestra de apoyo, interés y cariño.



Los datos gráficos muestran que aún cuando conviven en familias numerosas, en donde mayormente faltan las figuras paternas, el educando realiza sus tareas escolares sin ayuda, es decir, que pese tener una familia numerosa, no recibe ayuda, asesoría o supervisión para sus actividades personales. Pero también es importante resaltar que en segundo lugar de frecuencias, la madre es quien le presta ayuda y en un menor porcentaje (23,5%) el padre, hecho que fortalece la identidad de una comunidad familiar patriarcal. Pero este hecho no induce a confirmar que se trata de un mando absoluto por parte del padre, simplemente que se trata de una familia donde el padre atiende las necesidades básicas del sustento familiar, y en donde la madre, que en muchas ocasiones también contribuye en los ingresos económicos, es la recta encargada de la atención y el apoyo de los hijos. La importancia de los datos que se presentan conducen a plantear pronunciamientos al considerar que, si el educando de sexto grado, por las circunstancias propias de su edad, tanto psicológicas como de desarrollo social y emocional, requiere de atención, apoyo, orientación y no lo encuentra en sus familiares más cercanos, se produce una necesidad que por naturaleza se recompensa o satisface con otros elementos.

La pregunta 4 responde al interés de conocer los hábitos de convivencia familiar con la pregunta: ¿Cuándo convives más con tu familia?



Las frecuencias son graduales: En la mañana con 12,3%, al mediodía con 26,7%, en la tarde con 33,7%, en la noche con 47,5%, fines de Semana con 72,7%. Si estos resultados los comparamos con las 3 preguntas anteriores, encontramos que los educandos encuestados viven en comunidades familiares disgregadas, motivadas por el trabajo y ocupaciones diversas, pero reflejan una convivencia familiar baja entre lunes y viernes y alta los fines de semana. Las implicaciones son diversas: la necesidad de supervivencia obliga a las familias a multiplicar sus entradas de ingreso, aunque eso motive a reorganizar la familia asumiendo sus miembros nuevos roles necesarios para el mejor funcionamiento del hogar, es decir; ante la ausencia del padre o la madre, los hijos asumen roles diferentes a los comunes en familias donde la madre permanece en la casa. Pero también es importante rescatar que en las familias numerosas, no siempre se dé atención a los niños, dado que cada integrante asume el rol que le toca y muy difícilmente otro miembro de la familia asuma el papel de padre o madre para la ayuda o apoyo de los hijos.

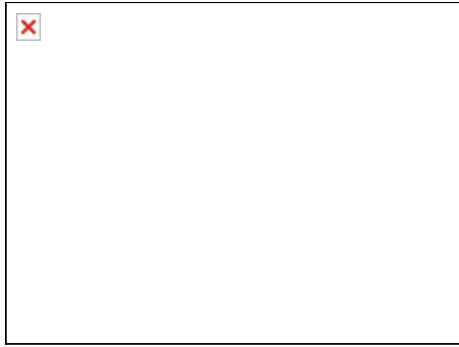
Estas 4 preguntas tienen estrecha relación con la siguiente, orientada a identificar las actividades y hábitos de ocio de los encuestados.



Se ha mencionado que la televisión ejerce gran influencia en los niños, por el lenguaje audiovisual del medio, que lo hace atractivo sensorialmente, y la gráfica siguiente consolida esa apreciación: el 61,6% de los encuestados prefiere ver la televisión en sus ratos libres, mientras que el 53,1% prefiere jugar; sin embargo, aún cuando un buen número de encuestados prefieren jugar, antes que ver televisión, de todas formas, antes o después la ven pues conocen los programas y tienen sus preferidos. Como datos importantes de mencionar, son los datos por alumnos de escuelas privadas, cuyas actividades extraescolares tienen una finalidad más específica: actividades recreativas como asistir a clases de piano, inglés, deporte, e incluso trabajar en la computadora, a diferencia de los estudiantes de escuelas públicas, que ocupan su tiempo libre comúnmente frente al televisor.

Esta pregunta es a manera de conclusión de las primeras 5 de la encuesta, dado que los resultados se complementan: a mayor disgregación familiar, menos atención a los niños, y por tanto mayor oportunidad de ocio sin orientación. La televisión, así como el juego, se convierten en gratificaciones de distracción en los niños.

La pregunta 6, se enfoca a identificar en qué momento ven la televisión los encuestados. Los resultados son lógicos dado que la mayor parte de las escuelas encuestadas son del turno matutino, por lo cual, la mayoría de los estudiantes ven la televisión por la tarde y noche (50,4% y 28,45%, respectivamente).



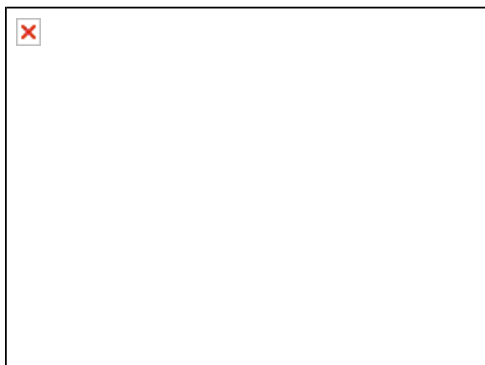
Esta pregunta es sólo un indicador de cuándo ven los niños la televisión, pues los programas preferidos son el resultante de los tiempos en que sintonizan el canal del programa elegido y la duración de tiempo que permanecen frente a la pantalla. Los programas preferidos concuerdan con los horarios y las preferencias de tiempo en que los encuestados ven la televisión. En la gráfica se muestra que los niños que asisten a la escuela en el turno matutino, ven la televisión por la tarde y noche, en tanto que los que van a la escuela por la tarde, ven la televisión por la mañana y la noche. Aún cuando la noche es un punto donde concuerdan en las respuestas, no es la que tiene mayor frecuencia, dado que los programas preferidos (dibujos animados y las telenovelas) mayormente se transmiten en las últimas horas de la tarde. La noche, es un espacio de convivencia familiar (como lo indica la gráfica 4), en donde la mayor parte de la familia se reúne y ve la televisión, pero no como una actividad común, es decir, no todos se sientan frente al televisor, sino como parte de los usos y gratificaciones de los adultos en la recompensa a satisfactores de información, diversión y entretenimiento. Y en la que los demás integrantes se involucran pero de manera indirecta.

Las siguientes gráficas se refieren a los programas más vistos o preferidos por los educandos. Sepresenta por separado los preferidos por los niños y luego los preferidos por las niñas.



Es interesante hacer notar que los programas preferidos por los niños, son todos de dibujos animados y que en su conjunto reflejan una realidad virtual y disfuncional. Los Simpson presentan una familia disfuncional americana, que en nada refleja una realidad mexicana. Se contraponen los valores familiares y sociales mexicanos a mini historias animadas donde prevalece la agresividad, la falta de respeto y el humor negro a manera de sátira. El Chavo, es un programa humorístico mexicano que denotativamente presenta una vecindad común en el Distrito Federal, con personajes estereotipados de la clase social media y baja. Es una miniserie teatral que connotativamente alude a personas con falta de carácter, de conciencia e intelecto. Bob Esponja, es una serie americana animada con personajes irreales como son una esponja y sus amigos amorfos.

En el caso de las niñas, la gráfica 8 presenta sus programas preferidos:



A diferencia de los niños (prefirieron dibujos animados), las niñas optaron por las telenovelas y series de televisión. Rebelde es una telenovela mexicana que presenta a un grupo de adolescentes en una escuela preparatoria privada, sus amores, desamores, rencores y odios. Satiriza el lenguaje coloquial de los llamados chavos fresa y los personajes son estereotipos de maestros, madres y padres con sus conflictos. El Chavo y Bob Esponja son los dos siguientes programas preferidos por las niñas, a los que ya se ha hecho alusión.

La diferencia que se presenta responde a una variable: los intereses de los niños varían con respecto a las niñas en cuanto a programas de televisión, y esto solo responde a las variables de personalidad de cada sexo.

Se ha mencionado que los niños, en esta etapa de edad, son muy activos y que incluso su energía se transforma en agresividad. Los programas que prefieren cumplen con esas características, pero también ven reflejados en la pantalla una realidad que viven: una familia disfuncional. Ciertamente no es una realidad que les guste, pero buscan a través de la televisión identificarse con los programas que aunque no les dan respuesta, al menos se identifican. En el caso de las niñas, éstas prefieren asumir el rol de niñas bien e identificarse con personajes estereotipados de las telenovelas o series de televisión, que al igual que los niños, no les dan respuesta, pero se identifican con las historias rosas.

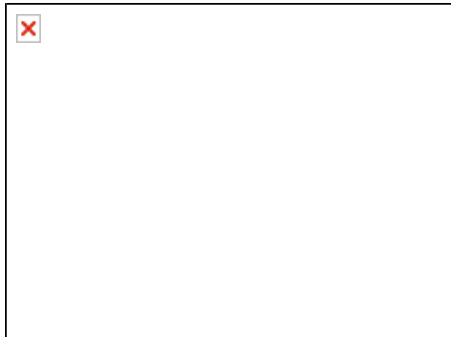
Tanto los niños como las niñas, provienen de familias donde, pese a ser numerosas, carecen de atención, apoyo y compañía. Éstas son sus necesidades reales y que buscan satisfacer de diversas maneras. El juego es uno de los satisfactores, sin embargo faltaría investigar el tipo de juego al que hacen referencia: si es deportivo, si es en máquinas de videojuegos o de representación; por ello el concepto tiene variadas acepciones.

En donde todos coinciden, tanto por el tipo de ambiente socio-cultural donde viven, es en el uso de la televisión como satisfactor de necesidades, básicamente la pantalla se convierte en un instrumento donde se identifica y se divierte, un medio que le ofrece una realidad irreal, un satisfactor a necesidades psicológicas y de condicionantes ambientales.

3. Las razones

Cada necesidad tiene un origen, una razón de ser que lo hace válido. En la encuesta formulada a los educandos de sexto grado, se realizan dos preguntas más que van en función de conocer la razón por la que los niños y niñas prefieren los programas de televisión mencionados.

La gráfica 9 muestra las frecuencias a la pregunta: ¿Por qué te gustan o prefieres esos programas?



En esta pregunta debían seleccionar 2 del total de opciones, las que más se apeguen a sus criterios de respuesta: el 15% dijo que porque le enseñan, el 85,3% porque son divertidos, el 62,2% porque son emocionantes, el 71% porque le gustaría ser como los protagonistas y el 12% porque informan. Si recordamos que los programas preferidos con dibujos animados y telenovelas, entonces los datos de la gráfica son lógicos: los niños y niñas ven la televisión porque los programas son divertidos. Aunque algunos encuestados señalaron programas de noticias y deportivos (por eso seleccionaron que informan) e incluso programas de televisión cerrada, no fueron suficientes como para aparecer como relevantes.

En la última pregunta, también debía seleccionar 2 del total de opciones, las que más se apeguen a sus criterios de respuesta. Esta información responde a la razón por la que los encuestados ven la televisión y prefieren los programas a cualquier otra actividad. El 82,4% respondió que para no aburrirse, el 18,2% para informarse de las noticias, el 10,9% cuando está triste, el 23,8% para olvidar sus problemas, el 61% porque no tiene nada por hacer. Esto no quiere decir que los niños se pasen todo el tiempo viendo las pantallas, pero es claro que dado el tipo de programas y sus horarios de transmisión, su estancia frente al televisor oscila entre las 2 y las 4 horas. En esta gráfica apreciamos el tipo de gratificación que obtienen los encuestados en el uso de la televisión. Para no aburrirse y porque no tiene nada por hacer, son las opciones mayormente seleccionadas, y es el reflejo de las referencias descritas anteriormente: en un ambiente familiar donde hay poca atención, donde cada quien se ocupa de tareas diferentes, donde los momentos de ocio, carecen de una orientación y un impulso creativo y en donde la televisión es el medio instrumento de entretenimiento, éste se convierte en el satisfactor de compañía, entretenimiento, diversión y de escape momentáneo de la realidad. Por otro lado, es preocupante que la sociedad se satisfaga frente a un televisor y en programas que carecen de contenido, en vez de actividades que favorezcan una formación integral, propia de la edad y desarrollo de los educandos.

4. Conclusión

La televisión continúa siendo el medio de comunicación de mayor influencia en los receptores infantiles, pero pese a esta influencia los niños son receptores activos que tienen capacidad de selección de los programas televisivos que más correspondan a sus intereses y necesidades. Estas necesidades no son creadas únicamente por la influencia de los medios, sino también son resultado del sistema de organización familiar en que vive, de sus necesidades de aprendizaje y de su creciente interés por explorar la realidad.

La televisión se convierte en un instrumento de juego, aunque también lo es de compañía. El hábito de ver televisión responde al interés de no aburrirse y de ocuparse en algo, pues en la medida que encuentren en la televisión programas divertidos y emocionantes, este medio seguirá siendo generador de los satisfactores que los niños buscan.

Los dibujos animados son el género que más se acerca al concepto de juego, dada la estructura visual de los personajes y las historias que los posicionan. Los niños aprehenden de los personajes televisivos, pero llegan a comprender el concepto irreal de éstos: se apropian únicamente de lo que necesitan pese a saber que sólo son una imagen visual. Los niños son auditorio-receptores activos de la televisión cuya capacidad de selección es moldeada de acuerdo al contenido y los personajes de los programas de este medio, en la búsqueda de satisfactor de necesidades.

Los usos y gratificaciones de la televisión son una resultante de los efectos de los medios en las sociedades, donde las necesidades se convierten en la puerta de entrada al consumo de medios; el individuo se convierte en un teleespectador modelo, moldeado por la televisión, sujeto a su discurso y subjetivado por su realidad³. Sin embargo, ni los efectos de los medios ni la televisión son irreversibles ni mucho menos catastróficos: se requiere de una nueva cultura audiovisual, una acertada y adecuada educación para los medios, generada desde la escuela y consolidada en toda la estructura social a través de los mismos medios de comunicación. Una televisión de calidad es a lo que aspiramos bajo una redefinición de la función social de los massmedia, y una nueva nomenclatura donde la neotelevisión y la telerrealidad sean un punto de encuentro.

Referencias

- BIJOU, S. (1982): *Psicología del Desarrollo Infantil*. Vol. III. Trillas.
- CASILLAS ACEVES, R. (1996): «La televisión y los niños» en *Revista Rompan Filas No. 23*, ILCE.
- FITZGERALD, H.E. (1981): *Psicología del Desarrollo (Edad Escolar)*. Manual Moderno.
- LOZANO, C. (1997): *Teoría de investigación de la Comunicación de Masas*. Alambra Mexicana.
- MARTÍNEZ ZARANDONA, I. (1988): «La cuarta relación. Reflexiones sobre el niño y la televisión» en *Revista Rompan Filas No. 33*. ILCE.
- MORAGAS, M. (1985): *Sociología de la Comunicación de Masas*. Tomo II. Gustavo Gili.
- PÉREZ TORNERO, J.M. (2003): *El desafío educativo de la televisión*. Paidós.

Aurelio del Portillo García es profesor titular de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España) (adelportillo@cct.urjc.es).