

# LA “TELEBASURA” INFANTIL O LA TELEVISIÓN QUE MAL EDUCA

**M. Julia González Conde**  
**Universidad CEU-San Pablo**  
**julgonza@ceu.es**

## Resumen

Sin duda, uno de los principales problemas por los que atraviesa el mundo infantil en relación con su consumo televisivo, además del abuso publicitario que se organiza en su nombre, es su escasa y a veces incontrolada e incongruente programación específica. Las cadenas cuentan con escasas producciones propias para la infancia, y por ello se suplen con programas contenedor, con series enlatadas y de importación mayoritariamente estadounidense y japonesa.

Por otra parte, los programas para adultos en las televisiones tanto públicas como privadas están invadiendo toda la franja televisiva y ya apenas, salvo alguna excepción, se pueden ver dibujos infantiles por las mañanas (los informativos, los programas de debate, sociedad y cocina ocupan el horario matutino) y son escasos los programas para niños en el horario de tarde (en esta franja aparecen los culebrones, los programas de sucesos y talk-shows).

Ante esta situación los niños parecen dejarse manejar por un mundo de “adultos” que les mantiene sometidos a una gran pasividad como su mayor influencia, según ha demostrado un artículo publicado en noviembre de 2004 por la revista norteamericana “Consumer.” La misma publicación también presenta unas conclusiones sobre los contenidos televisivos actuales en la televisión norteamericana que bien pueden asemejarse a la española en cuanto a la pobreza técnica y artística en muchos de sus programas, y a la transmisión de ciertos des-valores relacionados con la agresividad, sexismo, discriminación del diferente, consumismo irracional y compulsivo, etc. A lo que hay que añadir la incursión publicitaria tanto en los minutos anteriores y posteriores a los programas, como en su propio interior.

Nos preguntamos si estos problemas se apagarán con la televisión analógica o seguirán su mismo rumbo en la digital, ya que, hasta el momento, la televisión actual, incluida la pública, parece no querer darse cuenta de la gravedad de una programación, cercana a la “telebasura”, en un niño.

## 1. El niño, el gran consumidor incomprendido

Desde hace años, y con mucho vigor, desde 1996<sup>1</sup>, instituciones públicas, entre las que se encuentra la voz del Defensor del Pueblo, denuncian la vulneración de las normas de protección de menores

---

1. Ya en 1993, todas las televisiones de la época firmaron el primer “Código ético de autorregulación para la protección de la infancia y la juventud.”

por parte de los medios de comunicación<sup>2</sup>. Se señala, con carácter general, que la proliferación de ciertos contenidos televisivos, especialmente en el contexto de la denominada "telebasura", difundidos en horarios considerados tradicionalmente de público infantil infringe la normativa de protección a menores. Asimismo, y con carácter específico, se refiere también a programas televisivos que incluyan contenidos violentos o inadecuados, así como a la publicidad.

A partir de 2002, el grupo RTVE debe presentar un informe anual en el Parlamento que dé cumplimiento a su función de servicio público<sup>3</sup>, de acuerdo a la proposición no de Ley aprobada en el Congreso de los Diputados por la que se plantea "estudiar la posibilidad de realizar una separata sobre la programación de servicio público en la programación destinada a la infancia y la juventud". En este escrito no sólo se realiza un seguimiento de los espacios emitidos para este tipo de público, sino que se estudia, analiza y fomenta nuevas ideas de acuerdo al cumplimiento de protección a menores. Entre los distintos valores, se promueve el respeto a la dignidad humana, y, especialmente, los derechos a menores, la igualdad de sexos y la no discriminación por motivos de raza, ideología o religión. Asimismo, la radio y televisión pública tuvo que elaborar un plan integral de menores donde atendía a los horarios y contenidos de su programación específica.

A pesar de este empuje programático de las cadenas públicas hacia el sector infantil, estudiosos de los medios como García Matilla (2002)<sup>4</sup>, siguen considerando que los niños son los más perjudicados en todo este proceso de adecuación de una oferta televisiva de servicio público.

En 2005, el 9 de marzo, entra en vigor el "Código de autorregulación sobre contenidos televisivos en la infancia", elaborado por el Gobierno en colaboración con las televisiones públicas y privadas españolas (TVE, Antena 3, Tele5 y Sogecable); asunción a la que más tarde se sumaría Localia, La Sexta, La Cuatro y la FORTA. Un compromiso de responsabilidad social que, de carácter voluntario, no dio los frutos esperados en la programación infantil ni consensuó posibles acuerdos los telespectadores y las cadenas televisivas: "Los usuarios consideran que los medios no cumplen el código; los operadores rechazan estas acusaciones y argumentan que los padres son los responsables de la televisión que ven sus hijos" (Sanz-Cruzado, 2007).

Para Vega Martín-Lunas (2002), el público infantil merece "un respeto" que debe prevalecer por encima de cualquier interés económico, político o ideológico de la cadena televisiva.

En este sentido, también un estudio llevado a cabo por Núñez Ladevèze y Pérez Ornia (2003) llega, entre otras, a las siguientes conclusiones:

- Existe una inadecuación entre la oferta y la demanda, ya que en los horarios de mayor consumo infantil no hay programas infantiles: "(...) por una parte las cadenas programan para niños cuando no hay adultos ante el televisor y cuando menos consumo infantil hay (apenas 6 minutos por niño día en las temporadas 1999/2000 y 2001/02) y, por otra, cuando más consumen los niños sólo se programa para adultos (o, en el mejor de los casos, para la familia), a sabiendas que los niños verán lo que vean los familiares adultos" (113)

---

2. Sobre todo la referida a la infracción de los artículos 16 y 17 de la Ley/ 1994 de 12 de julio, donde se señalan tres aspectos fundamentales: la publicidad, la contraprogramación y la emisión de contenidos inadecuados e impropios para los espectadores infantiles y juveniles.

3. En esta línea, TVE adopta los principios en que se basa el Estatuto de la Radio y la Televisión, además de otros documentos posteriores, como el Convenio para la Autorregulación de las Cadenas de TV (1993), la Normativa Europea de 1994, así como a la Definición Legal de la Función de Servicio Público.

4. En su capítulo "Una Televisión para la Educación en el siglo XXI. Mucho más que un servicio público esencial", expresa que la programación infantil, salvo ciertas excepciones, - como "Barrio Sésamo", "El Conciertazo", o espacios aislados convenidos con la UER, - ha sido la "gran sacrificada" en todo el proceso de definición de servicio público en las cadenas públicas.

- Sólo algunas cadenas<sup>5</sup> mantienen el grueso del horario de tarde para la programación infantil.
- Salvo ciertas excepciones, las producciones propias de las cadenas suelen ser programas contenedor, programas enlatados y de producción extranjera, mayoritariamente estadounidense.
- La programación destinada a los niños supone sólo el 10,3 por ciento del tiempo total de emisión de las cadenas generalistas.

Señalamos alguno de los resultados de este análisis, que, por desgracia, y a pesar de su lejanía en el tiempo, sigue imperando en nuestra actual programación infantil salvo alguna que otra honrosa excepción<sup>6</sup>.

Así pues, la triste realidad es que ni la preocupación estatal y legal ni los proyectos de compromiso, valoración o estrategia programática, ni incluso las alternativas propuestas por estudiosos del tema<sup>7</sup> parecen mejorar el imaginario televisivo que ven nuestros niños y jóvenes. Una inmensa mayoría de programas infantiles que se emiten en televisión, sin discriminación de cadenas y franjas horarias, son aburridos, obsoletos y repetitivos, o contraproducentes no sólo para los niños sino para cualquier ser racional que se precie, y, precisamente muchos de ellos se encuentran en el horario de sobremesa o de tarde, hora destinada a la merienda y cena de nuestros benjamines; del mismo modo, otras emisiones deleznable son nocturnas, y aquí se comprueba que también los ojos infantiles están pendientes de la pantalla. Se mire por donde se mire, parece ser que el problema es el de la pescadilla que se muerde la cola, aunque si algo podemos sacar en claro es que, si existen culpables o responsables de esta situación, nunca serán los menores.

Los tutores tampoco asumen el papel mediador de los programas televisivos que ven sus hijos, ya que no rechazan contenidos ni seleccionan o graban espacios que pueden ser interesantes para ellos, sólo se contentan en ser copartícipes de aquello que se emite a través de la pantalla televisiva. Aquí es donde padres y educadores deben asumir un papel importante, ya que, deben ayudar a sus hijos a comprender lo que supone la experiencia de ser telespectador y a interpretar en profundidad el sentido de los contenidos programáticos y publicitarios que penetran indiscriminadamente en sus hogares. "Los padres tienen que hacer bricolaje con la televisión, hacerse su propia programación seleccionada y pautada según los niños, contextos y necesidades: no sólo la educación sino que el entretenimiento de nuestros hijos son demasiado importantes como para dejarlo en manos de los dueños de las cadenas dominantes de televisión" (Vidal Fernández, 2004).

El mismo Maurizio Carlotti, consejero delegado de Antena 3, en unas declaraciones al diario ABC<sup>8</sup>, señaló que dos tercios de los niños que ven programas de telebasura lo hacen porque esos temas también les interesa a sus padres: "Podemos sobreproteger a los niños pero si los padres no creen que esto sea un problema, será problema de educar a los padres y no a los niños".

Estamos en cierta manera de acuerdo con estas palabras, al considerar que los padres deben preocuparse no sólo de controlar el tiempo que sus hijos dedican en ver la televisión sino que también deben convertirse en referentes para ellos como los principales responsables de su aprendizaje dentro de sus hogares.

Es preciso recordar que tanto el niño, de una edad comprendida entre los cuatro a los doce años, como el adolescente, de doce a dieciséis, son auténticos consumidores primarios de cualquier "ven-

---

5. Se refieren a La 2, TVG y TV Canaria.

6. Como Canal Sur, al que felicitamos desde aquí por dar prioridad a la programación infantil en su horario matinal de 8:00 a las 12:30, a través de sus espacios "La Banda" y "Vivan los niños".

7. Señalamos como interesante el reciente libro de Marta Lazo (2005). Asimismo, las ideas que la profesora Miel Vega recoge en su investigación titulada "¡Cuéntamelo tú!" sobre la propuesta de una programación infantil basada en la calidad.

8. ABC, (26.11.04), 52.

ta" atractiva. La televisión, signo de identificación personal y colectiva, se instala en sus áreas emocionales e influye en sus intereses, motivaciones y, en definitiva, en su formación integral.

Los menores son sujetos muy influenciados en determinados conocimientos y actitudes que pueden inducirles a graves problemas de comportamiento posterior. Distintos estudios han demostrado que gran parte de las conductas agresivas son aprendidas a través de la observación y retenidas durante largos espacios de tiempo.

## 2. La triste realidad televisiva

La televisión sigue organizando espacios y horarios, motivando inquietudes y sincronizando actitudes. Ver la televisión es la segunda actividad a la que dedican más tiempo los jóvenes, después del sueño y muy parecida a su jornada escolar. Y, en el caso de los más pequeños, estudios nos indican que la curva de consumo televisivo se caracteriza por tener su máximo pico en la franja nocturna<sup>9</sup>. Hecho que demuestra que en los menores esta actividad se refuerza en un doble uso, "en soledad" durante el tiempo de la programación infantil, reducido a horario matinal, y "en compañía" durante la noche y sobremesa, en programaciones destinadas a los adultos.

Todos los informes e investigaciones consultadas coinciden en afirmar que el consumo ilimitado de la televisión inevitablemente deja poco tiempo para el estudio o incluso para el descanso nocturno lo que redundará en un posterior agotamiento en el menor, con la pérdida de concentración y pasividad (Becerra, 2005).

De este modo, el niño se ve cada vez más expuesto no sólo a programas del corazón, *reality shows* o telenovelas ("Rebelde", "Rebelde way", "Betty la fea", "Yo soy Bea" o "El Zorro") sino a los que, considerados como Informativos o noticiarios televisivos, no dejan de ser, en la actualidad, un muestrario de desgracias, asesinatos y desastres naturales o familiares. Un cúmulo de actos violentos y de secuencias testimoniales de entramadas vidas en directo, que ocupan el espacio vital infantil, y que, lejos de contemplarse como una representación de hechos sociales, conscientemente elegidos por la expectación que desencadenan, pudieran confundirse con la única realidad existente, sobre todo cuando la madurez de la personalidad del individuo no ha llegado a su grado óptimo de desarrollo.

Protagonistas infantiles y juveniles envueltos en disparatadas series españolas han irrumpido en la pantalla televisiva con escenas no siempre aconsejables y tramas no del todo recomendados para los pequeños tanto por su surrealismo como por la banda nocturna en la que se produce su emisión. Comedias de situación de carácter familiar más que infantil como "Ana y los siete", "Los Serrano", "Aquí no hay quien viva", "SMS", "Siete Vidas", "Aída", o "Los hombres de Paco" por poner algunos ejemplos. A los que se pueden incorporar los programas concurso y competiciones exaltadas como "Operación Triunfo", "Gran Hermano", "Gran hermano VIP", "Mira quien baila", "Gran Prix", "La isla de los famosos", "Lluvia de estrellas" o el reciente concurso, de gran éxito entre las niñas,

---

9. Según el Libro Blanco realizado por el Consell de l' Audiovisual de Catalunya: "los niños de entre 4 y 12 años pasan unas 990 horas al año delante de la televisión, frente a las 960 horas que están en la escuela". En la "Educación en el entorno audiovisual." <http://www.audiovisualcat.net/publicaciones/lbcast.html>

Por su parte, la CEACCU, Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios, en su informe publicado sobre los "Hábitos de Consumo de Televisión y Nuevas Tecnologías de la Infancia y la Juventud", asegura que el consumo diario de los niños viendo la televisión una media de 218 minutos diarios, unas 3 horas 40 minutos, en relación a los 300 minutos que representa la media de una jornada escolar que si se contrasta con la jornada escolar de 300 minutos. El estudio revela asimismo que 800.000 menores de catorce años ven la televisión después de las diez de la noche, y el 10% de los menores de seis años está delante del televisor después de las 21:00 horas.

<http://www.ceaccu.org/docspdf/sondeohabitosconsumofnuewtecnologias.pdf>

"Casting supermodelo 2007".

De este modo, los niños pasan, por medio de la imitación, a formar parte de una programación adulta de contenidos casi siempre contradictorios y confusos, que no siempre les fascinan<sup>10</sup> pero sirven para deformar su mente. Con la influencia televisiva se comprueba que "los jóvenes son más manipulables por los líderes, piensan menos, se convierten en máquinas de repetición de la publicidad, en consumistas y cómodos" (Consumer, 2004: 3).

Siguiendo nuestra propia observación, advertimos que existen diferentes estereotipos en relación al sexo del menor. Así, mientras que los niños se acercan a deportistas de moda, y a personajes corpulentos y fornidos que utilizan sus poderes físicos para alcanzar la meta fijada, las niñas, en ciertas edades de su adolescencia, juegan a ser las protagonistas de la telenovela de actualidad, así como a imitar a las cantantes preferidas, con especial furor en la primera edición del programa "Operación Triunfo", y desde ahora también a desfilan como modelos o ensayar los últimos bailes de moda o de discoteca.

Todos los expertos de medios de comunicación (Méndez y Monescillo, 2003, 21-30) parecen coincidir en la idea de que la televisión influye poderosamente en el proceso de socialización de los pequeños, lo que determina sus gustos, normas, conductas y pautas de comportamiento, capaces de cautivarles, convencerles, entretenerles, culturizarles, informarles pero también manipularles. Este precedente debe ser comprendido por los padres e intervenido por parte de los distintos mediadores educativos, cuya labor es encauzar a los menores hacia una actitud crítica y un uso racional del entorno social comunicativo en el que conviven fuera de los límites de la escuela.

En la práctica habitual, psicólogos infantiles y maestros advierten que los niños, durante el recreo o las horas de clase, tienen la necesidad de comentar el programa televisivo que han visto en la víspera lo que les permite debatir o formar parte de unas señas de identidad propias del grupo al que pertenecen. Si no actuaran así, correrían el peligro de permanecer aislados lo que alerta a los padres y, muchas veces les obliga a ser más permisivos con ciertas programaciones nocturnas.

Asimismo, la observación constante de desastres naturales, muertes y crímenes, tan común y frecuente en nuestros actuales informativos televisivos provoca también en los más pequeños problemas de ansiedad, de angustia y de miedo<sup>11</sup>.

Diversos estudios e investigaciones sobre los efectos de la televisión afirman reiteradamente que cuanto más violencia vea el niño en la televisión menos sensibilidad emocional siente frente a la violencia, además de adaptar comportamientos violentos como respuesta a cualquier situación conflictiva<sup>12</sup>. Así, el estímulo de violencia se traducirá en un modelo justificado para la obtención de aquello que se desea, a través de un comportamiento agresivo (Espinosa, 2002:1).

De igual forma, algunos estudios han señalado la importancia del tratamiento de estos contenidos violentos y su puesta en escena. La observación de imágenes de violencia, dolor, horror o sufrimiento

---

10. A este respecto, recomendamos el interesante libro citado de Marta Lazo (2005), en donde esta autora señala los resultados de una investigación de campo realizada a niños, de entre 7 a 12 años, en la Comunidad de Madrid en respuesta a la pregunta sobre los aspectos que cambiarían de la televisión. En este estudio son los propios niños los que critican los espacios de telebasura (que califican de "aburridos" o de "cosas malas") y violentos, en los que incluyen los Telediarios, al mismo tiempo que reclaman una programación propia, más contenidos "educativos" y "documentales".

11. Artículo que se encuentra en la red como "Los niños y la violencia en televisión", en la revista American Academy of Child and Adolescent Psychiatry. Informe n° 43.

<http://www.aacap.org/publications/apntsFam/violence.htm>

12. "Violencia en la televisión y sus efectos emocionales en los niños",

[http://www.guiainfantil.com/educacion/violencia\\_tele.htm](http://www.guiainfantil.com/educacion/violencia_tele.htm)

descargados de forma continuada, por medio de movimientos de cámara y de ritmos determinados de montaje provocan un desproporcionado impacto en el espectador, que puede llegar hasta el punto de tomar por real algo ficticio (Cabero y Romero).

Es preciso señalar que la televisión tiene un efecto multiplicador de la realidad que describe. ““Cuando un programa televisivo cuenta con detalle y de manera fuertemente gráfica un comportamiento desviado, no refleja simplemente la violencia que hay en la sociedad: la multiplica y la introduce en los hogares de millones de personas. Así se inicia, pues, un círculo vicioso que va de la violencia real a su representación y, de ésta, a nueva violencia real.” (Bettetini, G., 2003:1).

### **3. La esperada programación infantil**

Mientras que los años ochenta trajeron a los niños de la generación “baby boom” una extensa y copiosa programación infantil, en cuanto a sus géneros (programas de entretenimiento, informativos, musicales y películas propias además de los dibujos y series de animación), y distribuida en todas las franjas horarias de mañana, mediodía, tarde y fines de semana, en sólo dos cadenas de televisión (Cebrián Herreros, 2003), los niños de los noventa no tuvieron la misma suerte. Lo que podría parecer una paradoja se convirtió en realidad ya que la aparición de canales privados y la medición de fuerzas con la televisión pública sólo derivó en un paulatino abandono de la programación infantil en todas las parrillas generalistas<sup>13</sup>, además de una denigrable muestra de este género a través de contenedores importados (la mayoría de procedencia asiática) de muy baja calidad tanto técnica como de valores y contenidos.

En los últimos años, y con mayor ímpetu en 2003, la televisión estatal, sobre todo a través de su segundo canal, ha dado rienda suelta a creadores de espacios para niños como “Los Lunnis” que intentan reponer el desaguado de una programación infantil, más cerca del heroísmo y comedias de situación que de los programas educativos de calidad y reconocimiento público<sup>14</sup>. Siguiendo el ejemplo de “Los Lunnis”, La Cuatro acaba de lanzar<sup>15</sup> la serie titulada “Los Algos”, muñecos de guante (“muppets”), habitantes del planeta Algoria, que, en horario de 09:55 a 11:30, de lunes a domingo, pretenden entretener a los audiencia infantil de 3 a 12 años, mediante el humor, la aventura, la música y la fantasía (esperemos que consigan éxito por su iniciativa y apuesta diferente).

En relación a la otra oferta televisiva de series animadas, decir que siguen existiendo productos cuestionables en cuanto a la exposición de valores y contravalores que son prefijados (actos violentos, competitividad, ridiculización de la cultura y educación, sexismo, etc.). Este podría ser el caso, entre otros, de “Shin Chan”, “Doraemon”, “Pokémon” o “Walter”.

A este respecto, Cebrián Herreros (2003) nos alerta sobre el inadecuado modelo cultural y valores predominantes que estamos dando a nuestros hijos, ante el exceso de dibujos animados procedentes del exterior, sobre todo de Japón y Estados Unidos, y la falta de producción española.

Salvamos de la quema los productos recogidos de la BBC, series de animación teatral dirigidas a los más pequeñines como los “Teletubbies” o los “Tweenies” y un buen ejemplo de dibujos franceses, representado por el pequeño “Caillou”.

---

13. Desde los noventa, la oferta de programación infantil disminuye dos horas cada año.

14. Recordamos espacios como la versión española de “Barrio Sésamo”, “Un globo, dos globos, tres globos” o la “Bola de Cristal”.

15. Desde el sábado 14 de julio de 2007.

Otras animaciones, consideradas de adultos, como "Los Simpson" o "Padre de familia", forman parte de un imaginario moral de gran calidad técnica, que representa una temática difícil de comprender por el niño por su sarcasmo y crítica cultural y social, a veces cercana a lo grotesco.

Por otra parte, en la línea de la estética americana más estereotipada, con fines fuertemente comerciales, se siguen manteniendo los productos animados de Disney. Asimismo, reaparecen, en distintos momentos y canales, series americanas antiguas, más propias de padres (e incluso de abuelos, véase "Bonanza" o "La casa de la pradera") que de hijos, como "El coche fantástico", "Las tortugas Ninja", "Príncipe de Bel Air", "Bola de Dragón" o "Heidi".

En este contexto, la Escuela no debe alejarse de esta realidad imperante de los medios de comunicación y, sobre todo de los más influyentes en estos momentos, como es el caso de la televisión y a la que le sigue muy de cerca, Internet. Creemos que maestros y profesores- en consenso con los progenitores- deben ser los encargados de "enseñar a ver televisión".

Se hace preciso, de forma urgente, ayudar a las nuevas generaciones a interpretar los símbolos que les rodean, la búsqueda de la cultura, el reflejo de la imagen, los objetivos publicitarios, para llegar a conocer los entresijos del lenguaje audiovisual que tiene mucho que decir: "bueno o malo, según se mire".

## **Bibliografía**

"Carlotti dice que los niños ven la telebasura instigados por los padres" [en línea]. ABC, Sección Comunicación (26.11.04), p.52.

<http://www.abc.es/abc/pg041126/prensa/noticias/Comunicacion/Comunicacion/200411>

"Los niños y la violencia en Televisión". American Academy Of Child And Adolescent Psychiatry, informe n° 43

<http://www.aacap.org/publications/apntsFam/violence.htm>.

BECERRA NAVARRO, B. (2005): "La pasividad como principal consecuencia de la influencia de la televisión en el público infantil", Glosas didácticas, n° 13.

BETTETINI, G. (2003): "La televisión, ¿espejo o cristal de aumento?" [En línea]. Revista Humanitas, n° 8

<http://humanitas.cl/biblioteca/articulos/d0190>

CABERO ALMENARA, J. Y ROMERO TENA, R.: "Violencia, juventud y medios de comunicación".

<http://tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/violencia.html>

CASTELLS, M. (1994): "Flujos, redes e identidades: una teoría crítica de la sociedad informacional", VV. AA. Nuevas perspectivas críticas en educación, Barcelona, Paidós Educador.

CEBRIÁN HERREROS, M. (2003): "Contenidos infantiles en televisión: Nueva técnica analítica global", ZER, Revista de Estudios de Comunicación, n° 15.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, Libro Blanco, "La Educación en el Entorno Audiovisual", Quaderns del CAC, número extraordinario.

<http://www.audiovisualcat.net/publicaciones/lbcast.html>

ESPINOSA, J. (2002) "Los efectos de la Televisión en los Niños", Telespectadors Associats de Catalunya.  
<http://taconline.net/articulosde fondo/efectos.htm>

FERRÉS, J. (1995). *Televisión y educación*, Barcelona, Paidós.

GARCÍA MATILLA, A. (2002): "Una Televisión para la Educación en el siglo XXI. Mucho más que un servicio público esencial", Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia [Libro interactivo]. Madrid, Master de Televisión Educativa de la UCM y Corporación Multimedia.

MARIET, F. (1993): "Déjenlos ver la TV". Ministerio de Sanidad y Consumo, Sondeo sobre los hábitos de consumo de televisión y de Nuevas Tecnologías de la infancia y la juventud, Barcelona, Urano. Disponible en la web de la Confederación Española de amas de Casa, consumidores y usuarios <http://www.ceaccu.org/docspdf/sondeohabitosconsumotfnnewtecnologias.pdf>.

MARTA LÁZARO, CARMEN (2005). *La televisión en la mirada de los niños*, Madrid, Fragua.

MÉNDEZ, J. M. y MONESCILLO, M. (2003): "Orientar para educar en el consumo de los mensajes mediáticos", Comunicar, nº 20, pp. 21-30.

NÚÑEZ LADEVÈZE, L Y PÉREZ ORNIA, J.R. (2003) "Inadecuada relación entre oferta y demanda", Telos, Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad, nº 54, segunda época. Fundación Telefónica. Pp.103-113

SANZ-CRUZADO, Laura (2007). "¿Qué fue del horario infantil?", Humanizar, Marzo-Abril 2007, p. 1.  
[http://humanizar.es/formación/revista/2007/mar\\_abr/reportaje\\_001.html](http://humanizar.es/formación/revista/2007/mar_abr/reportaje_001.html)

VEGA MARTÍN-LUNAS, A. (2002). "El aprendizaje observacional y la televisión", RIVERA, M. J.; WALTER, A. y GARCÍA MATILLA, A. (Dir. y Coord.). Educación para la Comunicación, Televisión y Multimedia. Madrid, Master de Televisión Educativa de la UCM y Corporación Multimedia.

VIDAL FERNÁNDEZ, F. (2004): "¿Televisión para niños?", Arbil, nº 104. <http://www.arbil.org/104tv04.htm>