

SEXUALIDAD Y TELEVISIÓN INFANTIL: HUELLAS DE DOBLE VÍNCULO

M.Sc. Carolina Díaz Bravo

Centro de Desarrollo y Comunicación Cultural, Ministerio de Cultura.
caro@infomed.sld.cu

ANÁLISIS DEL LUGAR DE LA TELEVISIÓN EN LAS RUTINAS INFANTILES ACTUALES DE CUBA Y OTRAS LATITUDES DEL MUNDO. VALORA LAS POTENCIALES DE ESTE MEDIO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y SU ROL COMO FORMADOR. OBSERVA LOS MENSAJES QUE SOBRE SEXUALIDAD TRANSMITEN ESPACIOS TELEVISIVOS ESPECIALMENTE CREADOS PARA LA INFANCIA. APUNTA COMENTARIOS SOBRE LA RESONANCIA DE LOS MISMOS EN LA SUBJETIVIDAD INFANTIL. REFLEXIONA SOBRE LOS RETOS Y COMPROMISOS QUE SE DERIVAN DE ESTA REALIDAD, TANTO EN EL ÁMBITO FAMILIAR COMO PROFESIONAL.

La dinámica y la comunicación familiar han experimentado cambios en la vida contemporánea. Así apuntamos, entre otros, la redistribución de las tareas domésticas, cambios en las funciones de las figuras parentales (madre, padre, abuela, abuelo) y flexibilización de la disciplina en los horarios de las actividades rituales. De algunos tenemos plena conciencia; en otros apenas reparamos. Múltiples factores han incidido en este sentido: ingreso de la mujer al trabajo, transformación en el concepto de disciplina, variación en los roles de género e incorporación de la televisión a la dinámica familiar cotidiana.

El nuevo ritmo y estilo de vida suma la televisión como importante aliada. El mundo infantil no queda al margen de la repercusión por la inclusión de este medio de comunicación social en la dinámica familiar. Es así que llega la pequeña pantalla a sustituir, en múltiples ocasiones, el juego o intercambio de las/los infantes con sus principales figuras de apego (madres y padres) e incluso con sus pares.

Justifica el poder modelador de la industria televisiva hoy en día el gran número de horas que

pasan niñas y niños bajo la influencia de la televisión, ya sea frente a la programación especialmente ideada para ellos o a la dirigida a personas adultas a la que indebidamente acceden.

Algunas cifras ilustran la anterior afirmación. Estudios realizados en distintas latitudes del planeta revelan el tiempo dedicado a la televisión en comparación con otras actividades cotidianas, como puede ser la escuela. En España, por ejemplo, se calcula que son entre mil y mil quinientas horas de televisión las que ven niñas y niños en un año, por lo que se convierte en la segunda actividad después de dormir (Buceta Facorro, 1997). En Chile, se habla de más de dieciséis mil horas frente a la televisión, cuando pasan en la escuela trece mil (Grismado, 2002). Por su parte, niñas y niños de entre seis y once años en Argentina, Brasil, y Colombia reconocen que pasan un promedio de tres horas diarias frente a la pantalla (Meirelles, 2005). Se habla de un tiempo similar en Venezuela (dos o tres horas por día), que llega a extenderse a cuatro o cinco para algunos, cuando en preescolares llega a cincuenta y cuatro horas semanales, para un pro-

medio de siete u ocho horas diarias (Pérez León y otros, 2003). La niñez en México invierte al año, como promedio, aproximadamente dos mil horas frente a la televisión, mientras que asiste a la escuela sólo setecientas horas (Busto Romero, 2001). Y en los Estados Unidos oscila entre tres y cuatro horas por día, según artículo de la American Academy Child and Adolescent Psychiatry, tendencias estas que se confirman en estudios europeos (Ampuero Navarro, 2002).

En nuestro país, en resonancia con la tendencia existente en el resto del mundo, el ver televisión constituye la actividad extraescolar a la que más tiempo dedica la infancia. Supera a otras como el juego, la lectura, los paseos, el disfrute de la radio, el cine, el teatro y las artes plásticas (Licea, Cicero y Rodríguez, 2000). Son los infantes de entre seis y diez años de edad los televidentes más sistemáticos y estables (García de los Santos, 2000). Vale añadir que actualmente estos informes de consumo televisivo deben ser aun mayores, pues parte del horario escolar corresponde a teleclases.

MAGIA Y PODERES TELEVISIVOS

La relación afectiva que establecen las/los menores con los personajes de la programación, les conduce a legitimar el valor de lo que éstos dicen o representan. Al decir de Lolo Rico en su libro *TV fábrica de mentiras. La manipulación de nuestros hijos* (1992), todo lo que aparece en televisión adquiere un valor sobredimensionado, y en ocasiones sus mensajes toman mayor credibilidad para los pequeños y las pequeñas que elementos de la propia realidad de los cuales se sienten ajenos.

En las características del vínculo que se establece entre televidente e imagen, y en otras como el carácter concreto de sus signos, la riqueza informativa, el potencial afectivo, la polisemia y el poder de la música, se sustenta en el impacto educativo de este canal de información.

Sus especialistas dominan sus potencialidades y, de acuerdo con el género, el público y las intenciones que se proponen, elaboran los espectáculos. Nada descuidan los realizadores de programas para niños y niñas de lo que ya se conoce en cuanto a las características que debe tener un producto comunicativo: dinámica, colores, ritmos, en correspondencia con el desarrollo sociopsicológico del

público al cual se dirigen. Sin embargo, no siempre prestan atención a elementos claves del contenido que pueden tornarse decisivos en el desarrollo de estas personalidades. Sufren de este modo un gran número de producciones televisivas las consecuencias de una disposición a la sobrevaloración del espectáculo en detrimento del argumento.

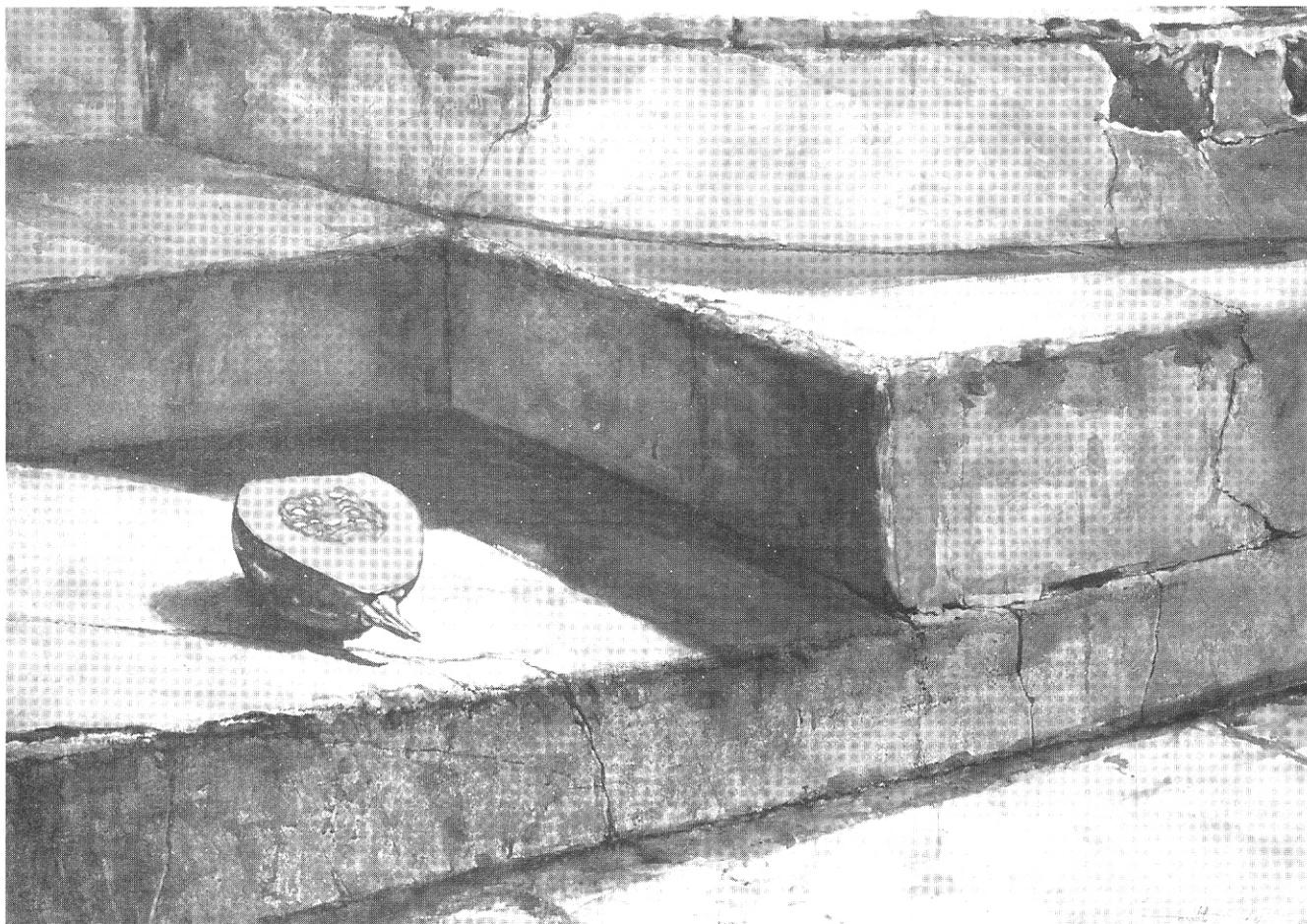
Esta tendencia a apreciar, por encima de los contenidos y otros aspectos formales, la calidad técnica y la espectacularidad audiovisual, es resalada por García Canclini (2000) como alerta en el momento de tomar decisiones sobre lo que debe presentarse en los medios de comunicación, para no caer en la trampa del criterio de las preferencias del público.

En la televisión y en otros medios, como libros de cuentos o revistas, es frecuente encontrar información que desafortunadamente obvian madres, padres y docentes, dentro de la cual ocupa un lugar considerable lo relacionado con la sexualidad. De este modo se deja en manos de los medios de comunicación social la transmisión de valores esenciales para el desarrollo humano. Este desplazamiento de funciones educativas que debieran ser asumidas por la familia, sustenta en alguna medida la crítica desmedida a la televisión, que la llega a colocar como responsable de malestares familiares y sociales.

Hay que reconocer que la pequeña pantalla ya sea de forma explícita o implícita, presenta modelos de ser hombre y mujer, de pareja y de familia; ofrece patrones de conducta relativos a la educación de hijos e hijas; y representa relaciones de amistad, entre otros tópicos. Por esto las/los profesionales dedicados a la educación sexual no deben ignorar la función que desempeña la misma en esta dirección.

Infelizmente, los productos comunicativos no siempre gozan de veracidad y adecuado tratamiento. Es frecuente encontrar en diálogos e imágenes la reproducción de estereotipos, prejuicios y mitos, así como propuestas que dan cabida a dobles interpretaciones. Unas y otras, lejos de enriquecer, empobrecen la concepción de la sexualidad (Díaz Bravo, 2003).

Empero, no sólo el inadecuado manejo de la información deja su huella; también la ausencia o déficit de determinados tópicos acarrea consecuencias,



pues, como señala Guillermo Orozco, la televisión no es inocua:

En las sociedades contemporáneas, la TV esta teniendo un papel real y diferenciado, pues aunque no es el medio poderoso que se creyó que era por mucho tiempo, tampoco es un medio inocuo ni neutral. No es neutral porque la TV es, a la vez que medio, una institución y como tal está necesariamente determinada en forma específica en las distintas sociedades. No es inocua porque como medio, tiene un potencial intrínseco que ejerce, por lo menos, una mediación en la audiencia, al estimular su percepción y sus hábitos cognitivos y lingüísticos de cierta manera y no de otra. [Orozco, 1996: 49.]

SEXUALIDAD EN LA PEQUEÑA PANTALLA. RESONANCIA EN LA SEXUALIDAD INFANTIL

El análisis de los mensajes que sobre sexualidad suelen transmitir los medios de comunica-

ción social, confirma lo planteado hasta aquí. Saltan a la vista, con mayor fuerza en las televisiones comerciales, imágenes corporales de mujer y varón ideales, siempre simpáticos, sonrientes y triunfadores; seres en los que se prestigian la competitividad, belleza, juventud, vigor, violencia y audacia; propuestas que privilegian las relaciones efímeras como fuente de felicidad.

Para leer al pato Donald (1975) de Ariel Dorfman y Armand Mattelart se convierte en un texto obligado para quienes nos acercamos a develar los mensajes explícitos e implícitos en materiales audiovisuales. En sus análisis denuncian cómo en sus dibujos más que en los diálogos, Disney ha creado «una aberración: un mundo sexual asexual». Según estos autores, la ausencia de madre y padre en los animados no es casual; es una manera de ocultar a la infancia la sexualidad, aun cuando contradictoriamente sí aparece.

Dorfman y Mattelart apuntan que estos personajes, como no han nacido, no pueden crecer. Las relaciones que se establecen son verticales

y autoritarias. Se privan del intercambio de la solidaridad humana y del desinterés. Las historias acentúan a la mujer en su «condición de objeto sexual inútil, buscado, y nunca poseído»; siempre desempeñan profesiones «femeninas» (enfermeras, secretarias, modistas,...); se encargan de las obligaciones domésticas, privadas de la participación en aventuras y hazañas; y como único poder se les concede la seducción bajo la forma de la coquetería.

Estudios como éstos llaman la atención hacia la televisión como proveedora de arquetipos y modelos del ser. En la actualidad predominan los mensajes que descansan en la imagen del cuerpo femenino, un cuerpo perfecto y juvenil. Las apelaciones a la juventud y la belleza como condición de éxito en la pantalla chica se tornan reflejo de lo que acontece en la sociedad. Así, dichas propuestas suelen ser articuladas con la existencia de niñas que desean ser mujer muy pronto y de mujeres que no quieren perder su figura de niña. Pueden tornarse en patrones de belleza que generan sentimientos de insatisfacción con el cuerpo y el incremento de trastornos de la alimentación en edades cada vez más tempranas.

Se trata de modelos del ser que incluyen la forma del cuerpo, el color del cabello, la forma de vestirse y hasta la raza. Estereotipos creados a partir de la presentación de los personajes televisivos que llegan a convertirse en ideales para infantes y jóvenes. De esta forma no resulta sorprendente que, al preguntarle a niños y jóvenes argentinos cómo se ven representados en la pantalla, respondan con mayor frecuencia: «altos, flacos, rubios, lindos», y agreguen: «Si no sos así, no existís» (Merlo Flores, 2000).

Se trata de representaciones de mujer y varón que se suman y articulan con otras influencias procedentes de los diversos canales socializadores para construir el sistema de relaciones que establecemos los seres humanos a partir de nuestra condición de seres sexuados. En su trabajo «Children, television and gender roles: Messages and impact» (1990), Signorielli apunta que, en su revisión de las investigaciones sobre imágenes televisivas relativas a los roles de género y su posible impacto, encontró una tendencia a subrepresentar a la mujer y a proyectar imágenes de mujer y varón estereotipadas y tradicionales.

En igual sintonía, un estudio realizado en Japón acerca de las características de conducta de género que se muestran en programas de televisión dirigidos a infantes, evaluó la conducta de ciento doce personajes femeninos y ciento sesenta y siete masculinos de treinta y cinco programas. Entre los atributos descriptivos identificados en las mujeres, se destacan la debilidad, la inexperiencia y la inmadurez, en contraste con los hombres, que son asociados al poder, la madurez y la confiabilidad (Rolandelli, 1991, citado por García Hernández, 1994).

Imágenes algo diferentes se observan al detenerse frente a la pantalla cubana con «El camino de los juglares». Apoyados en el uso de personajes tradicionales, en dicho programa se introducen ligeros cambios en el ser mujer y ser varón que pueden ser efectivos en la modificación de estereotipos sexistas, al tiempo que se transmite la idea de la riqueza de la subjetividad humana. Los personajes femeninos lucen entre sus virtudes la sabiduría y el valor, en tanto los masculinos se permiten el amor apasionado y el romanticismo (Díaz Bravo, 2000).

Este papel de la televisión como modeladora de los roles de género, es subrayado en investigaciones que apuntan a la existencia de diferentes percepciones de los roles de género en infantes en función de los programas televisivos a que son expuestos. Vicente García Hernández (1994) refiere que las indagaciones de Rosenwasser, Ligenfelter y Harrington en 1989 respaldan la anterior afirmación.

Estudios de recepción televisiva desarrollados en Perú con escolares, también hacen alusión a la ratificación por parte de programas televisivos de los roles tradicionales de mujer y varón. Niñas que reconocen a las mujeres como madres responsables del mundo doméstico, a las cuales se les suman otros roles y responsabilidades sociales. Varones salvadores de las mujeres, que ven en la pelea y la competencia algo natural, propio de los hombres, que siempre aparecen como fuertes y triunfadores. Roles estereotipados, perpetuados socialmente, comienzan a ser cuestionados en alguna medida por las niñas, al demostrar descontento por la pasividad femenina en la relación de pareja y, en menor escala, por los niños cuando expresan su preferencia por

personajes activos en el ámbito familiar (Alfaro y Macassi, 1995).

En la misma dirección podemos referir los apuntes de Olga Busto Romero (2001) al investigar sobre hábitos de consumo televisivo infantil. Según esta autora, los niños se identifican con modelos y actitudes que reflejan fuerza, fortaleza y violencia, en tanto las niñas se inclinan a los accesorios, vestuario y moda de los personajes de los dibujos animados: caricaturas en las que se aprecian imágenes de varón vinculadas a la agresión, el dominio, el poder y el autoritarismo, porque actividad y fuerza se asocian a la violencia y ésta al género masculino, al tiempo que se representa a las figuras femeninas tiernas, glamorosas, complacientes, pacientes y sumisas.

Estas reproducciones de estereotipos sexistas en los medios de comunicación se articulan perfectamente con la presentación en los mismos, durante años, de modelos de familias tradicionales, en las que la mujer funciona de la puerta hacia adentro y el hombre de la puerta hacia afuera. Afortunadamente en la actualidad dicho esquema experimenta cambios, y la figura femenina comienza a sentir aires de reivindicación.

Con la intención de acercarse a estos modelos de familias televisivas, Elda Bartolucci (1994) se adentra en el análisis de tres series de animados presentados en Argentina. Así reveló que «La familia Ingalls» presenta un modelo tradicional en el que la madre es la encargada del cuidado del hogar y los hijos, en tanto el padre responde por el sustento de la familia: una pareja con vínculo tiernamente filial y «desexualizado». En ella los roles están bien definidos: mujer romántica, tierna, sensible, dependiente, pacífica y dulce; hombre fuerte, independiente, inteligente y autoritario.

Al continuar con «Los Picapiedras» afirma que, si bien reproducen el modelo de mujer hacia adentro y hombre hacia afuera, comienzan a mostrar un cambio de la imagen masculina y la inversión de los roles tradicionales. Pedro se muestra ingenuo, poco inteligente y casi siempre las cosas le salen mal; ante esto Vilma, su esposa, aparece como salvadora y se convierte en la heroína de la serie.

Y al finalizar con «Los Simpsons», llama la atención hacia interesantes movimientos en la dinámica familiar. Por una parte, señala la inversión de los roles entre padres e hijos y la ausencia de lími-

tes claros que, según su opinión, repercuten en el proceso de identificación para el logro de una identidad sexual adulta. Por otra, destaca la presencia de la mujer como más inteligente que los hombres, con un culto a la eterna juventud y al cuerpo perfecto, reforzado por los medios. En esta familia, la esposa consuela en las desventuras, pero no llega a ser la heroína, pues funciona como contención del grupo familiar, pero es una actriz frustrada que se dedica al hogar con resignación. El padre de familia es mostrado entonces como frustrado laboralmente, incapaz de imponer autoridad a los hijos y frecuentemente con conductas ridículas.

Contradictorios modelos de mujer y varón que a través de los dibujos animados, conscientemente o no, son reproducidos una y otra vez. Tanto es así que similar análisis de material televisivo de este tipo, realizado en Perú, saca a la luz el manejo que del tema del género y de otros sentimientos sexuales se hacen. Sale a relucir en «El Dragón Ball Z» un «maestro Roshi», anciano sabio y consejero, experto en artes marciales, el cual, por el ejemplo que transmite, puede funcionar como padre que con picardía intenta mirarle el trasero a una atractiva mecánica (Quezada Chávez, 2002).

Se traen a la pantalla, con manejos inadecuados, posibles conflictos que se enfrentan cuando comienzan los acercamientos entre niñas y niños: la vergüenza ante el otro sexo y los celos entre pares. En la serie «Pokemón», según esta estudiosa, uno de sus protagonistas (Brock) continuamente declara estar enamorado, y la expresión de este sentimiento se convierte en motivo para ser ridiculizado por otra de sus compañeras, al tiempo que se dejan ver manifestaciones de celos por parte de los varones ante la posibilidad de que la amiga encuentre nuevos amigos. El amor de pareja se representa como algo bonito, pero que siempre genera problemas.

A este análisis sumaríamos, como acotaciones para la reflexión sobre el manejo de los temas asociados a la sexualidad, el hecho de que sea precisamente un personaje masculino el que siempre se enamora y que sean también los varones los que celen a las niñas. Y es que, socialmente, se vincula la masculinidad a la facilidad para enamorarse; se concibe al varón como el seductor, el audaz que va en busca de nuevas relaciones o experiencias

y establece un estilo posesivo de pareja que justifica los celos.

En esta serie, al presentarse el encuentro entre mujeres y varones como parte de un mismo grupo, se refuerza el estereotipo de que las relaciones entre ambos sexos están marcadas por la rivalidad y la ambivalencia afectiva.

Los ya referidos estereotipos sexistas se repiten en los personajes humanos de esta misma serie: a las niñas se les acentúa su preocupación por la belleza y el cuidado del vestuario, en tanto a los chicos se les enfatiza la despreocupación y la torpeza en los enamoramientos.

Intentos de cambio en la imagen de la figura femenina se acotan en la mirada a *Sailor Moon*, un dibujo animado de acción en el que predominan personajes femeninos representados como superhéroínas y supermujeres poseedoras de conocimientos, capacidades y gracia, pero que paradójicamente no pierden su torpeza de niñas. Como recurso para engrandecer la imagen femenina, según Quezada Chávez (2002), se asocia la fuerza, la juventud y la feminidad en su protagonista Sailor Moon. Se trata de una jovencita que muestra preferencias por diferentes dimensiones de la vida: doméstica, guerrera y amorosa. Aquí nuevamente se presenta el tema del enamoramiento y la atracción por chicos como algo natural e importante, asociado a sentimientos como la vergüenza, la duda y la ilusión.

Otros espacios dirigidos a la infancia no escapan de inadecuados manejos en lo referente a la sexualidad. Así se puede apuntar, en programas de participación, el empleo de canciones populares que están de moda, acompañadas de bailes con movimientos eróticos nada propios de la infancia; y la aparición de conductores que instan a los varones a ser graciosos, vivos, pícaros y tener éxito, e invitan a las niñas a mostrar su belleza, ser *sexys* y manejar su cuerpo para ser atractivas a otros (Alfaro, 2002).

PREOCUPACIONES Y RETOS DEL MUNDO ADULTO ANTE UNA TV SEXUADA

Resulta interesante apuntar que la presencia de tales modelos sexuales y su posible influencia no es lo que llama la atención al mundo adulto. Sus preocupaciones sobre los efectos de la televisión se centran en el tema del «sexo» y la violen-

cia en la pantalla, de ahí que, en investigaciones sobre recepción televisiva y estrategias de mediación realizadas con madres de familia, provoquen comentarios y polémica. Unas madres valoran positivamente que sus hijos e hijas estén más informados sobre temas sexuales que sus propios padres, en tanto otras no aprueban estas informaciones aunque reconocen que algo de eso ya se les enseña en la escuela (Renero, 1992).

El sexismo, el racismo, la reproducción de estereotipos empobrecedores de la sexualidad y la dimensión humana están presentes en diversos espacios de la programación televisiva en general, y en la especialmente creada para la infancia aun cuando no es frecuentemente percibida. Tales propuestas deben ser valoradas y enjuiciadas, en aras de ser eliminadas. Lejos de convertirse en fuente de estereotipos discriminatorios, la pantalla debería presentar alternativas y abrir sus puertas a la diversidad.

Los productos comunicativos que se transmiten por la televisión se tornan, en cierta medida, en proyecciones de sus creadores. No sólo reflejan determinadas intenciones, sino también son portadores de prejuicios, creencias, conocimientos y hasta ignorancia en ciertos temas. Sería realmente valioso que no se pierda de vista en el proceso de la creación el compromiso contraído, desde el rol profesional, con el público.

Después de una revisión de investigaciones referentes al contenido de programas infantiles, es posible expresar que son ricas y diversas las propuestas de la televisión en cuanto a modelos de transmisión de valores asociados al bienestar humano. Las mismas pueden entrar o no en contradicción con los modelos ofrecidos por la familia, la escuela y la sociedad en general. No obstante, lo hasta aquí señalado corrobora, de una u otra forma, la existencia de relación entre la televisión, como medio de comunicación social, y la educación de la sexualidad.

Los espacios televisivos transmiten importantes mensajes relativos a la sexualidad, factibles de dejar su huella en quien los mire. Pero, de igual modo, una educación de la sexualidad desde las edades más tempranas puede dar paso a una lectura más productiva de dichos mensajes.

Aun en nuestros días quedan grandes incógnitas por explorar en el posible vínculo entre la pantalla chica, como portadora de modelos simbólicos, y el

desarrollo de la sexualidad. No abundan en la ciencia de la comunicación social los estudios con tales propósitos, y son insuficientes las teorizaciones de la sexología en esta dirección. Sin embargo, no resulta descabellado afirmar que el desarrollo de este tema abre nuevos horizontes.

Cuba no escapa de esta realidad. Son escasas las investigaciones que entrelazan sexualidad infantil y televisión. No obstante, el diálogo y la reflexión entre asesores, productores, escritores y decisores de espacios televisivos dirigidos a este público y especialistas en sexología, ya es un hecho.

Bibliografía

- ALFARO, ROSA MARÍA (2002). «Niñ@s y adolescentes a la deriva». En R. M. Alfaro (comp.): *¿L@s niñ@s Te Ven y qué ven? Una televisión violenta que divierte y encanta*. Vehaduría Ciudadana de la Comunicación Social, Lima, pp. 13-50.
- ALFARO, ROSA MARÍA y SANDRO MACASSI (1995). *Seducidos por la tele. Huellas de la TV en padres y niños*. Calandria, Lima.
- AMPUERO NAVARRO, F. J. (2002). «Una televisión que atrae pero perturba. L@s niñ@s limeños frente a la programación televisiva». En R. M. Alfaro (comp.): *¿L@s niñ@s Te Ven y qué ven? Una televisión violenta que divierte y encanta*. Vehaduría Ciudadana de la Comunicación Social, Lima, pp. 103-122.
- BARTOLUCCI, ELDA (1994). «Influencia de los medios de comunicación masivos en la educación sexual». En *Memorias VII CLASES*. I parte. La Habana, pp. 44-50.
- BETTETINI y FUGAMALLI (1998). *Quel che resta dei media. Idee per un «etica della comunicazione»*. Franco Angeli, Milano.
- BUCETA FACORRO, L. (1997). «Medios, televisión y efectos». *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, no. 9. marzo.
- BUSTO ROMERO, OLGA (2001). «¿Hacen daño las caricaturas? Sí. Promueven la violencia». En <http://www.etcetera.com.mx> (consultado en 2006).
- DÍAZ BRAVO, CAROLINA (2000). «¿Qué ofrecemos al público infantil?». *Sexología y Sociedad*, La Habana, año 6, no. 16.
- (2003). «¿Por qué mirar la TV infantil? Si de sexualidad se trata». *Intersecciones 3*, Centro de Investigaciones de la Comunicación, México, septiembre-diciembre.
- DORFMAN, ARIEL y ARMAND MATTELART (1975). *Para leer al pato Donald*. Editorial Ciencias Sociales, La Habana.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR (2000). «Industrias culturales y globalización: procesos de desarrollo e integración en América Latina». Ponencia presentada en el Congreso «Cultura y desarrollo», 1999. En *Cultura y desarrollo*, Oficina Regional de Cultura para América Latina y el Caribe, UNESCO.
- GARCÍA DE LOS SANTOS FINALÉ, ALAIN (2000). «Bajo la Sombrilla Amarilla: propuesta de análisis para un texto audiovisual». Tesis de grado. Facultad de Psicología, Universidad de La Habana.
- GARCÍA HERNÁNDEZ, VICENTE (1994). «Aprendizaje social de la conducta de género». En *Antología de la sexualidad humana*. Tomo II. CONAPO, México, D.F.
- GRISMADO, J. C. (2002). «Los efectos de la TV en nuestros niños». En <http://galeon.hispavista.com> (consultado en 2003).
- LICEA, T., M. CICERO y M. RODRÍGUEZ (2000). «Comunicación y trabajo cultural con la niñez y la adolescencia. Noticia de la Televisión Cubana». En *Creadores y públicos del porvenir*. Ministerio de Cultura y Editora Abril, La Habana.
- MEIRELLES, ANA HELENA (2005). «Niños y consumo televisivo en América Latina». En <http://www.comunit.com> (consultado en agosto de 2005).
- MERLO FLORES, TATIANA (2000). «La acción socializadora de la TV en una época global». Ponencia presentada en II Encuentro Nacional de Docentes Universitarios Católicos, Buenos Aires.
- OROZCO, GUILLERMO (1996). *Televisión y audiencia, un enfoque cualitativo*. Ediciones de la Torre-Universidad Iberoamericana, Madrid.
- PÉREZ LEÓN, CARMEN LUCILA y otros (2003). «¿Por qué los niños ven TV? Determinación de los hábitos televisivos en niños de 6 a 8 años». En <http://www.intec.edu.do> (consultado en 2003).
- QUEZADA CHÁVEZ, ALICIA LAURA (2002). «Imágenes paradójicas entre virtualidad y seducción. Análisis de programas para niñ@s y adolescentes». En R. M. Alfaro (comp.): *¿L@s niñ@s Te Ven y qué ven? Una televisión violenta que divierte y encanta*. Vehaduría Ciudadana de la Comunicación Social, Lima, pp. 77-100.
- RENERO, MARTHA (1992). «La mediación familiar en la construcción de la audiencia. Prácticas de control materno en la recepción "tele-visiva" infantil». En *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*. Universidad Iberoamericana, México, pp. 33-54.
- RICO, LOLO (1992). *TV fábrica de mentiras. La manipulación de nuestros hijos*. Espasa Calpe, Madrid.
- SIGNORIELLI, N. (1990). «Children, television and gender roles; messages and impact». *Journal of Adolescent Health Care*, vol. II, pp. 50-58.

