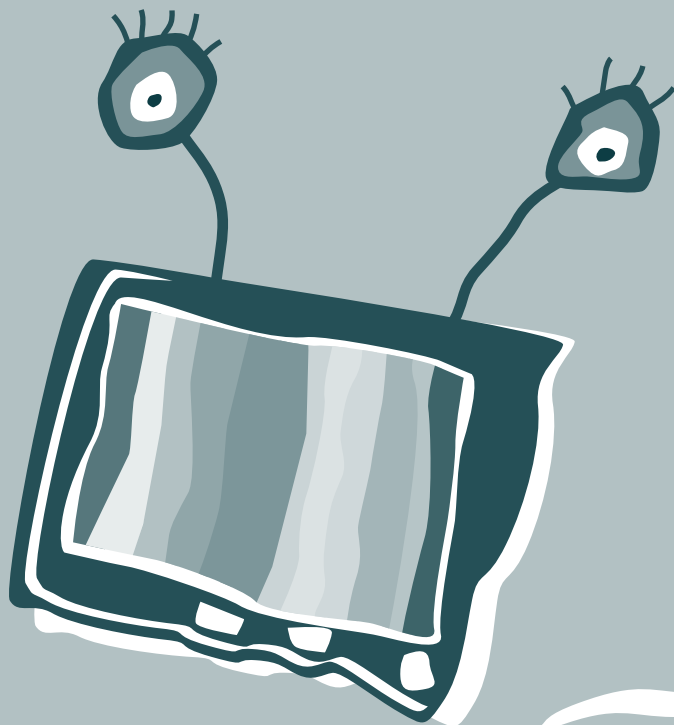


Investigación

# TV ¿Cómo te Quiero?

Lo que los niños sienten y piensan sobre la televisión  
en Argentina, Chile y Uruguay



unicef 

  
INSTITUTO  
INVESTIGACION EN MEDIOS  
ARGENTINA

## Convención Sobre Los Derechos Del Niño

### Opinión del Niño

El niño tiene derecho a expresar su opinión y a que ésta se tenga en cuenta en todos los asuntos que le afectan.

*art. 12*

### Libertad de Expresión

Todo niño tiene derecho a buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, siempre que ello no vaya en menoscabo del derecho de otros.

*art. 13*

### Acceso a una información adecuada

Los medios de comunicación social desempeñan un papel importante en la difusión de información destinada a los niños, que tenga como fin promover su bienestar moral, el conocimiento y la comprensión entre los pueblos, y que respete la cultura del niño. Es obligación del Estado tomar medidas de promoción a este respecto y proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar.

*art.17*

En este documento se presentan los principales resultados del estudio "TV ¿Cómo te quiero?" sobre las imágenes y representaciones de los niños y niñas en su relación con la televisión.

La investigación fue realizada en 2001, por el Instituto de Investigación en Medios de Argentina y auspiciado por la Oficina de Area de UNICEF para Argentina, Chile y Uruguay ([www.unicef.cl](http://www.unicef.cl)).



# Presentación

Uno de los objetivos centrales de la misión de UNICEF en el logro del cumplimiento de los derechos de los niños, es contribuir a que la sociedad tome en cuenta sus opiniones y por medio de éstas se reconozcan sus necesidades y demandas.

Actualmente uno de los contextos más cotidianos y familiares para los niños ver televisión, actividad a la que le dedican gran parte de su tiempo.

Entender la forma en qué se relacionan los niños con la televisión interesa desde hace años a los investigadores en comunicación. Sumándose a dichas interrogantes, UNICEF auspició un estudio comparativo internacional<sup>1</sup> en tres países de América Latina (Argentina, Chile y Uruguay) basado en la opinión inicial de más de seis mil niños (entre 7 y 13 años) con el objetivo de comprender qué piensan y qué sienten acerca de la televisión. Por primera vez un estudio de este tipo consideró la opinión de un número tan amplio de niños acerca de su relación con un medio de comunicación específico, pudiendo los niños expresarse libremente desde sus hogares. La información fue analizada por un equipo de investigadores de distintas especialidades (psicólogos, de ciencias de la educación, comunicación y sociólogos), lo cual enriquece los resultados obtenidos. La participación paralela de tres países latinoamericanos es una ventaja, sobre todo cuando la mayoría de estudios como éste proviene del hemisferio norte.

1. El estudio fue realizado el Instituto de Investigación en Medios de Argentina, dirigido por Tatiana Merlo Flores, como parte de la investigación internacional "Children's images of television for tomorrow: an international comparison", que comprende además de Argentina, Chile y Uruguay la participación de Italia, Canadá, Grecia, Sud Africa e India. El presente documento fue procesado para UNICEF por Rayén Condeza, docente del Instituto de Estudios Mediales de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

UNICEF espera que esta información pueda apoyar la futura producción de programas de televisión, además de servir a los padres interesados en conocer qué sienten y piensan los niños sobre la televisión.

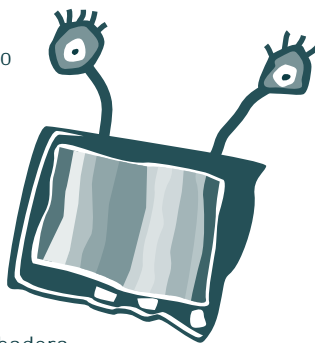


## Sobre el estudio

(metodología)

Con el fin de obtener la opinión de los niños y niñas (entre 7 y 13 años) se emitió en los tres países un mismo spot de televisión<sup>2</sup> que los invitaba a escribir (carta o mail) o dibujar frente a la pregunta: "¿TV, cómo te quiero?"<sup>3</sup>.

Para conocer cómo los niños le dan sentido a su relación con la televisión, el equipo investigador realizó un análisis de contenido de sus opiniones expresadas en cartas y dibujos. Dividieron las respuestas en TV cómo te quiero y TV cómo te querría en el futuro, de acuerdo a las siguientes dimensiones o macrocategorías<sup>4</sup>:



1. **Descripción general de la TV:** referencias positivas o negativas sobre la televisión (ej: eres entretenida, eres violenta). Aspectos descriptivos de la televisión como objeto (ej: tienes antenas, botones) y referencias a multitecnologías (ej: tienes conectada una videograbadora o el computador).
2. **Referencias específicas a tipos de programas:** positivas, negativas, neutras y referencias a programas específicos (ej: me gustan los Simpson o me gustan programas de animales, de niños, deportivos, noticiosos o publicidad).
3. **Familiarización con el medio y con la industria:** referencias positivas, negativas o neutras a los canales de TV. Referencias a la grilla programática, horas de emisión y duración de los programas. Conciencia y competencia de los niños sobre los medios.
4. **Representaciones:** referencias sociales de relación y referencias míticas (ej: te hablo, eres mi amiga y en lo mítico eres poderosa, eres una bruja mala).
5. **Referencias sociales y culturales:** referencias culturales y hereditarias positivas, negativas o neutras (ej: me gusta ver cosas de mi país, quiero aprender, ver gente como yo) y referencias al discurso social y al sentido común ( pienso que la tv puede ser educativa, la violencia en tv es mala para mí).

2. En Chile el spot fue emitido por TVN, Televisión Nacional de Chile.

3. Se recibieron 6221 cartas de las cuales se extrajo una muestra de 2744 y 464 dibujos.

4. La grilla de análisis internacional del estudio fue diseñada por el Departamento de Comunicaciones de la Universidad de Montréal. (Grupo GRJM). Los materiales escritos e icónicos se analizaron separadamente.



Con el fin de obtener la opinión de los niños y niñas (entre 7 y 13 años) se emitió en los tres países un mismo spot de televisión<sup>2</sup> que los invitaba a escribir (carta o mail) o dibujar frente a la pregunta: "¿TV, cómo te quiero?"<sup>3</sup>.

Para conocer cómo los niños le dan sentido a su relación con la televisión, el equipo investigador realizó un análisis de contenido de sus opiniones expresadas en cartas y dibujos. Dividieron las respuestas en TV cómo te quiero y TV cómo te querría en el futuro, de acuerdo

%	Argentina	Chile	Uruguay
Niños	27 %	26 %	29 %
Niñas	73 %	73 %	70 %

El promedio de edad considerado para los tres países es de 10 años. La mayor parte de cartas recibidas corresponde a niñas.

#### Relación tv cable-tv abierta según países

%Hogares TV	Argentina	Chile	Uruguay
Abierta	98 %	97 %	88 %
Cable	73 %	34 %	43 %

Esta relación puede ser útil para conocer desde qué tipo de oferta se expresaron los niños, pues en el caso de Chile, la tasa de penetración de cable es la más baja de los tres países. Se recuerda que por medio del cable los niños tienen acceso a canales exclusivamente destinados a su edad.

#### Distribución de Información según pregunta estudiada

	Argentina	Chile	Uruguay
Cómo ven la TV	25 %	18 %	27 %
Cómo quieren sea TV	40 %	47 %	46 %
Saludos y notas al lector	34 %	35 %	27 %

Los niños se muestran más interesados en hacer propuestas de cambio a la TV, expresadas en los sueños, fantasías y propuestas para transformarla. En los saludos y notas al lector expresan su necesidad de ser escuchados, de poder participar y que se les conteste. La mayor cantidad de referencias son propuestas de cambios.

piensan sobre la televisión  
en Argentina, Chile y Uruguay



### Cómo ven a la TV hoy: distribución porcentual por dimensiones

Cómo ven la TV hoy	Argentina	Chile	Uruguay
Descripción General	15 %	25 %	28 %
Referencia a Programas	30 %	27 %	23 %
Familiaridad con el medio	24 %	13 %	20 %
Representaciones	7 %	8 %	6 %
Repr. sociales y culturales	15 %	8 %	14 %
Influencia	9 %	14 %	9 %
Escenógrafas cotidianas	0 %	4 %	1 %

Frente a la pregunta "Cómo veo a la TV" destaca el énfasis a referencias a tipos de programas seguido de familiarización con el medio y la industria. Para los investigadores esto revela el conocimiento exhaustivo que los niños tienen de la TV, así como su condición de "expertos" acerca de la programación y del funcionamiento de la industria televisiva.

Un peso importante es el que emerge en las referencias sociales y culturales, que señalan la presencia de elementos culturales propios.

### Cómo me gustaría que fuera la TV: distribución porcentual por dimensiones

Dimensión Investigada	Argentina	Chile	Uruguay
Descripción General	23 %	19 %	24 %
Referencia a Programas	25 %	32 %	28 %
Familiarización con el medio y la industria	25 %	25 %	22 %
Representaciones	3 %	7 %	7 %
Repr. sociales y culturales	18 %	14 %	12 %
Influencia	5 %	2 %	7 %
Escenógrafas cotidianas	0 %	0 %	0 %

Las dimensiones con mayores porcentajes son descripción general y referencias a programas. Esto reafirmaría la percepción de que los niños son observadores atentos de las características y funcionamiento de la TV. En cuanto a la tercera dimensión con mayor porcentaje - referencias sociales y culturales - aparecen las demandas de los niños por una TV educativo - formativa. Los niños chilenos piden que se muestren regiones de su país, costumbres propias al tiempo que son los únicos en reclamar menos censura, que no corten los finales ni alteren los horarios de programación. Es probable que en esa demanda incida la baja penetración de la TV por cable. Común a todos los niños es el pedido de democratización al medio, en el entendido que la TV por sí misma podría incidir en llevar a todos los niños las mismas posibilidades de entretención y educación.



## Resultados por dimensiones investigadas

### • Descripción General de la TV a) Respuesta a pregunta : ¿TV, cómo eres?

Referencias	Argentina	Chile	Uruguay
Positivas	55 %	52 %	46 %
Negativas	39 %	40 %	44 %
Otras	7 %	8 %	10 %

En los tres países predomina un alto nivel de adhesión a la TV, lo que se expresa en más referencias positivas que negativas: Argentina 56%, Chile, 54%, Uruguay 46%.

Es interesante la postura de los niños uruguayos en la leve diferencia en la valoración con respecto a los demás países, lo que de acuerdo a los investigadores demuestra una mayor distancia y objetividad respecto de la TV que los niños de Chile y Argentina, entre los cuales el compromiso con el medio sería mayor y la capacidad crítica menor.

### b) Respuesta a pregunta: Cómo me gustaría que fuera la TV

Referencias a temas	Argentina	Chile	Uruguay
Paz, alegría, felicidad	24 %	27 %	37 %
Violencia, tristeza, guerra, etc.	60 %	41 %	54 %
Multitecnologías	9 %	11 %	0 %
Aspectos descriptivos del objeto	7 %	20 %	9 %
otros	0 %	1 %	0 %

Los porcentajes mayoritarios respecto a los deseos de los niños sobre la TV se concentran en temas referentes a “violencia, tristeza y guerra”, así como “paz, alegría y felicidad”. Los niños expresan su sensibilidad (tristeza, dolor, angustia) frente a los hechos de violencia reales que aparecen en televisión (noticias).



• **Descripción General de la TV**  
 a) **Respuesta a pregunta : ¿TV, cómo eres?**

En los tres países predomina un alto nivel de adhesión a la TV, lo que se expresa en más referencias positivas que negativas: Argentina 56%, Chile, 54%, Uruguay 46%.

Es interesante la postura de los niños uruguayos en la leve diferencia en la valoración con respecto a los demás países, lo que de acuerdo a los investigadores demuestra una mayor distancia y objetividad respecto de la TV que los niños de Chile y Argentina, entre los cuales el compromiso con el medio sería mayor y la capacidad crítica menor.

b) **Respuesta a pregunta: Cómo me gustaría que fuera la TV**

• **Referencias específicas a tipos de programas**  
 ¿Cómo les gustaría que fuera la TV ?

Tipos de programas	Argentina	Chile	Uruguay
Dibujos animados	33 %	35 %	24 %
Animales	8 %	7 %	0 %
Programas infantiles	12 %	12 %	17 %
Deportivos	2 %	2 %	7 %
Noticias	2 %	3 %	10 %
Publicidad	6 %	7 %	10 %
Otros	37 %	33 %	33 %

Común a los tres países es la expresión de deseo de cambio concentrado en los dibujos animados y programas infantiles. Llama la atención la significativa demanda de los niños a la categoría "otros tipos de programas", aspecto que invita a una posterior investigación. Se produce además una diferencia en relación a la preferencia de los niños uruguayos respecto de los dibujos animados comparado a la marcada preferencia de niños de Chile y Argentina, que superan el 30%.





### •Referencias específicas a tipos de programas

¿Cómo los gustaría que fuera la TV?

Familiarización con la TV	Argentina	Chile	Uruguay
Referencias a canales	6 %	11 %	13 %
Referencias a horarios y grillas de programación	69 %	55 %	75 %
Conciencia y competencia de los medios	24 %	34 %	13 %

Común a los tres países es la expresión de deseo de cambio concentrado en los dibujos animados y programas infantiles. Llama la atención la significativa demanda de los niños a la categoría "otros tipos de programas", aspecto que invita a una posterior investigación. Se produce además una diferencia en relación a la preferencia de los niños uruguayos respecto de los dibujos animados comparado a la marcada preferencia de niños de Chile y Argentina, que superan el 30%.

### •Familiarización con el medio y con la industria

Representaciones	Argentina	Chile	Uruguay
Sociales de relación	17 %	33 %	40 %
Referencias míticas	83 %	67 %	60 %

Sobre la base de estos indicadores, los investigadores señalan que los niños son "expertos" en televisión, principalmente en lo que concierne a la programación, las grillas, los géneros y las formas de producción.

Destaca cómo los niños desean cambios en los horarios y oferta programática para que se ajusten a sus necesidades y expectativas o propuestas de contenidos televisivos. Esto confirma la conciencia y competencia que los niños tienen de los medios. En esta dimensión también emerge la necesidad de participación de los niños en los medios, expresado en la petición

piensan sobre la televisión  
en Argentina, Chile y Uruguay



para lograr determinadas cosas y cambiar otras. Por medio de esa relación mítica los niños expresan subjetivamente sus demandas de cambio social y personal, que son equivalentes a las que demandarían al mundo adulto.

*"Televisión, estás en mi casa y ya eres de la familia y estoy convencida que nos puedes hacer felices." (Niña, 9 años)*

*"Me gustaría que fueras roja porque es mi color preferido pero igual te quiero como eres, quisiera jugar contigo a las bolitas y que pudieras dormir a mi lado." (Niño, 8 años)*

Este hallazgo no es exclusivo de los niños latinoamericanos, sino que también emergió en la información de los demás países que componen la muestra del estudio internacional. Este rasgo mítico y mágico del pensamiento infantil estaría explicando porqué los niños personifican a la televisión y le otorgan poderes para mejorar la realidad.

### **Personificación de la TV**

Los investigadores afirman que los niños establecen una relación personal, subjetiva, afectiva e íntima con la TV. Con esta "persona" ellos conversan, le hacen preguntas, le piden que los acompañe cuando están o se sienten solos. A través de este diálogo directo y activo con la TV la consideran como una amiga confidente. Le piden que se interese por sus problemas, por sus carencias afectivas y sociales así como por sus dificultades escolares. Es alguien que forma parte de sus vidas, que está presente en los sentimientos y hechos cotidianos.

Pero en esta conversación los niños también demandan a la televisión cambios concretos, que pueden agruparse en dos áreas: de cambio social y de apoyo personal, compañía. Reclaman al medio que contribuya a mejorar la sociedad y el mundo, que cumpla una función democrática y de igualdad para todos, independientemente de la condición social de origen, principalmente de los niños más pobres. En cuanto al apoyo personal, se presenta una manifiesta demanda para que la TV apoye su formación y educación, que los acompañe en sus momentos de soledad y que los escuche.



#### Algunos ejemplos:

- *"Tú que tienes tanta influencia social en el mundo convence a los adultos para que empleen su tiempo en crear trabajo y no en hacer materiales para la guerra." (Niño, 8 años)*
- *"Puedo soñar que un día al encenderte pueda ver un país donde todos tengamos agua y donde los niños puedan ir a la escuela y no tengan que trabajar." (Niña, 12 años)*

#### Ejemplos de apoyo personal:

- *"Invádeme con amor y sabiduría e iremos creciendo y formándonos mentalmente para lograr una sociedad mejor." (Niña, 13 años)*
- *"Nos puedes explicar cosas esenciales que nos van a ayudar a vivir mejor nuestro futuro." (Niño, 12 años)*

### •Referencias sociales y culturales

#### ¿Cómo me gustaría que fuera la TV ?

Representaciones	Argentina	Chile	Uruguay
Culturales y de herencia cultural	15 %	26 %	22 %
Discurso social y sentido común	85 %	74 %	78 %

Si bien los niños se expresan subjetivamente sobre la base de una relación mítica con el medio, la trama social y cultural de pertenencia afecta sus opiniones. Por ello los investigadores afirman que los tipos de relaciones que se dan entre los niños y su amiga la TV nos habla con claridad de las características familiares, sociales y culturales de los niños.

Una clara expresión del modo en que las referencias culturales del contexto latinoamericano al que pertenecen les influye, se manifiesta en la demanda de educación y de democratización solicitada a la TV.

En las referencias al discurso social y al sentido común se mezcla el peso moralizante y de opinión de los adultos que rodean a los niños con sus genuinas preocupaciones acerca del papel de la TV en la sociedad y en especial como agente



educativo. Para los investigadores, los altos porcentajes que figuran en el "discurso social y sentido común" sugiere la influencia de las estructuras adultas en el pensamiento infantil.

Los responsables del estudio consideran que la información correspondiente a "referencias" también merece una categorización posterior que permita discriminar de modo más preciso aquello que los niños imaginan y exigen como función de la TV.



## Análisis de los dibujos<sup>5</sup>

Respecto a los dibujos, los investigadores señalan que "es evidente que las observaciones y requerimientos acerca de la TV son más ricamente expresados por los niños mediante los textos escritos que a través de los dibujos".

Aún así, en la expresión gráfica sobre el total de dibujos la representación positiva general del medio tiene una importancia central: 96% Uruguay, 91% Chile, 88% Argentina.

Los niños representan a la TV personificándola, es decir con características humanas: 57% Argentina, 54% Chile, Uruguay 39%.

Los aspectos estéticos y prácticos del medio son más importantes para los niños argentinos (41%) que para los chilenos (26%) y uruguayos (30%).

En los dibujos también es posible apreciar el impacto que tuvo el spot motivador: el título o los elementos visuales aparecen en un 24% de los trabajos de niños argentinos, 23% en Chile, 17% en Uruguay.

Respecto a íconos o elementos típicos de programas, estos figuran en un 22% de los dibujos de Uruguay, 13% en Argentina y 9% en Chile.

5. Finalmente, se analizaron 187 dibujos argentinos, 254 chilenos y 23 uruguayos.



## Interpretación de resultados

El alto porcentaje de referencias positivas de los niños respecto a la TV reafirma la percepción de los investigadores sobre el fuerte contexto de vinculación hacia el medio, en el que se expresan las propuestas y demandas de cambio desde un plano más afectivo que racional.

Sobre la base de la imagen, representación y tipo de relación anteriormente descritos, los investigadores estiman poder asegurar que el "para qué" de la relación niño-televisión es afectivo compensatoria.

Los niños no se relacionarían con la televisión de forma únicamente racional sino de modo afectivo y compensatorio. Pero al mismo tiempo sus opiniones estarían afectadas por el contexto cultural y socioeconómico de pertenencia, lo que afectaría el tipo de demandas que hacen a la televisión. A veces el medio aparece reemplazando las necesidades de atención, escucha y compañía de los niños frente a la cantidad de tiempo que les dedican sus padres, pero también compensando la incomprensión del mundo adulto sobre el mundo de los niños. Por lo mismo, en sus demandas los niños expresan la necesidad de participar, ser protagonistas.

Lo que los niños sienten y




## Principales demandas de los niños hacia la televisión

Los tipos de demandas de los niños a la televisión muestran sus deseos, necesidades así como sus carencias, las que están directamente relacionadas con los contextos sociales, geográficos y culturales de pertenencia.

DEMANDAS	EJEMPLOS DE EXPRESION DE LA DEMANDA
Compañía	<i>"Te escribo como a una amiga ya que comparto muchos momentos contigo, a veces te conviertes en imprescindible, llenando vacíos que se producen en casa por la falta de una hermana que no tengo y una mamá que debo resignarme a su ausencia por la necesidad que tiene de salir a trabajar".</i>
Educación y formación	<i>"Quiero que nos enseñes mucho, que nos des la educación necesaria para el futuro, especialmente para aquellos niños que no tienen posibilidades".</i>
Pedido de democratización	<i>"Quiero que todos los niños, especialmente los más pobres, puedan ver todos los canales del mundo". "Todos los niños deberían tener derecho de entrar en la tele, no sólo los que tienen plata, nos tienen que dar la oportunidad".</i>
Sentido prosocial	<i>"Quiero que seas como un libro abierto que nos enseñe a soñar con un mundo mejor, que toda hoja tenga una moraleja y que nos sirva para el mañana".</i>
Participación	<i>"Ojalá que alguna vez en el futuro aunque yo no te pueda ver seas como un perrito que no necesites control remoto, que yo te diga ponte en el canal 13 y tú vas o que te diga recomiéndame algún programa y tú sintonizas el programa que yo quiero".</i>

piensan sobre la televisión  
en Argentina, Chile y Uruguay

## Consideraciones Finales



A nivel general se puede afirmar que gracias a este estudio se comprueba la profunda capacidad de análisis y creatividad que tienen los niños cuando se les da la oportunidad de opinar. Destaca su sentido de sensibilidad social, principalmente con sus pares, así como su visión proactiva de contribuir a mejorar el mundo. También muestra la realidad de muchos de los niños en cuanto a los niveles de soledad, falta de compañía, de escucha e incomprensión del mundo adulto. Junto con esta visión en la mayoría de las cartas los niños se muestran agradecidos que se les pida su opinión, piden encarecidamente que les hagan caso y les contesten.<sup>6</sup>

A través de un diálogo personal y horizontal con la TV, los niños claramente le atribuyen un rol que cumplir. No sólo las tradicionales funciones de información y entretenimiento son las predominantes, sino una función social de corte más imperativo para construir una sociedad mejor. También una función de compañía, de apoyo personal y educativo.

Un pedido específico que los niños hacen a la TV es que cumpla una función democratizadora. Los niños perciben a la tecnología como una posibilidad concreta de igualar a todos, al darles acceso a los mismos conocimientos y vincularlos con el mundo, sobre todo a los que tienen menos oportunidad.

De acuerdo a los investigadores, es posible afirmar que en Latinoamérica la mayor demanda de los niños se manifiesta en el ámbito de la educación.

6. El equipo investigador así lo ha hecho.