
**LAS NUEVAS PANTALLAS Y LA FAMILIA:
TELEVISIÓN, VIDEOJUEGOS,
MÓVILES E INTERNET.
Guía para padres y educadores**

Dra. M^a Rosa Pinto Lobo

Catedrática de Teoría de la Comunicación
Facultad de Comunicación
Universidad Pontificia de Salamanca

I. Prólogo: la televisión se apaga. Otras pantallas se desconectan

II. La televisión en la familia. Aumentan las pantallas

III. Guía para ver la televisión en familia y compartir nuevos medios

IV. Conclusión

V. Epílogo: La televisión se enciende, las otras pantallas se conectan

VI. Bibliografía

I. Prólogo: La televisión se apaga. Otras pantallas se desconectan.

Las palabras que preceden a esta guía sólo le llevarán unos minutos de lectura. Antes de continuar, le sugiero que no siga leyendo y realice el siguiente ejercicio: deje de ver la televisión los próximos siete días a partir de este momento y lea después esta guía.

Si usted y su familia no ven la televisión no pierda el tiempo con esto consejos porque no son para usted y los suyos. Si, por el contrario, la televisión se encuentra habitando en su casa, en un lugar preferente, esta guía puede serle de utilidad.

¿Ha sido usted capaz de realizar el ejercicio propuesto? ¿Ha sido usted capaz de abandonar sus hábitos televisivos durante una semana, quizá seis días, tan sólo cuatro... dos? ¿No ha podido prescindir de la televisión un solo día? ¿Lo ha logrado algún miembro de su familia? ¿Ha retado a sus amigos y conocidos?

Piense detenidamente en sus respuestas. Tanto si ha llevado a cabo el experimento como si optó por dejar que la televisión siguiera encendida, los datos y propuestas que, a continuación, le ofrezco pueden ayudarle a ver el riesgo que la televisión encierra para su familia pero también, y lo más importante, la gran riqueza que este medio de comunicación encierra.

Repita el ejercicio anterior con otras pantallas. Quizá a usted como padre, madre o educador le resulte esta prueba más fácil que el ejercicio anterior. No me aventuro si le aseguro que a los niños y a los jóvenes les costará mucho más prescindir del móvil, la videoconsola o Internet. Pruebe a que opten entre el primer y el segundo ejercicio. Un buen número de niños y jóvenes relegará antes la televisión que las nuevas pantallas que, no sólo tienen en casa, sino que les acompañan allí donde se encuentran.

Antes de seguir leyendo conteste a las siguientes preguntas: ¿es usted un espectador inclinado o reclinado?, ¿es su hijo o su alumno un espectador inclinado o reclinado? Esas pantallas pequeñas, ligeras, nómadas y personales nos definen como espectadores y los más pequeños se inclinan por ellas. A continuación encontrará las claves que nos definen como receptores en el siglo XXI.

II. La televisión en familia. Aumentan las pantallas

Comencemos definiendo la televisión para después insertar ésta en la institución familiar. Con esta palabra compuesta de “tele” y “visión” nos referimos a la transmisión de la imagen a distancia y empleando para esto un aparato receptor al que llamamos televisor. Cuando este aparato se instala con un grupo de personas emparentadas entre sí que viven juntas entonces es cuando comienza nuestra historia de desagradables experiencias y ricos encuentros.

Le daré algunos datos obtenidos a partir de muchas historias de la televisión en familia. Si usted no pudo realizar el ejercicio no se preocupe pero tenga en cuenta las siguientes cifras. Usted es uno de los españoles que, como media, durante el año 2006 ha estado 217 minutos diarios frente al televisor, cifra idéntica al año anterior. Es decir, ha dedicado 54 días del año a ver imágenes a distancia a través. Entienda esta última afirmación con cierta ironía.

Durante el año 2006 se ha consolidado a la baja la audiencia de televisión entre el público más joven. Los niños entre cuatro y doce años vieron la televisión una media diaria de ciento cuarenta minutos. En los últimos ocho años los más pequeños han reducido su consumo en unos veinte minutos. ¿Por qué? Muchas son las respuestas a esta cuestión. Podemos apuntar algunas. Por ejemplo, no es un público tenido en cuenta por las cadenas de televisión, sobre todo por las televisiones generalistas. Los profesionales de la comunicación reconocen que es un público difícil porque cada vez ven menos la televisión, se interesan más por Internet y los videojuegos y reclaman formatos más trasgresores. Por eso podemos afirmar que en el 2006 se ha fijado ya una pauta que incorpora el uso de otras pantallas. Nuestros niños ya no sólo ven la “tele”, ven Internet, ven videoconsolas, ven móviles. Van sustituyendo “la pantalla” por “las pantallas”. Cerca del 80% de los niños y adolescentes entre once y dieciséis años son jugadores habituales tanto de videoconsolas, como de ordenadores y móviles. Estamos hablando de más de cuatro millones y medio de niños mirando y actuando con estas pantallas. Y lejos de abandonarlas, su uso se incrementará porque los padres ya han crecido con los videojuegos y son el próximo público al que se dirigen estas compañías. Cerca de mil millones de euros han generado en productos audiovisuales en España el pasado año.

Aquellos niños que, en estos momentos, ya viven en un entorno digital, según resultados de un estudio de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra de 2005, éstos prefieren los videojuegos, el móvil e Internet a la televisión. Así el 38% optaba por Internet frente al 32% por la televisión si tuviera que elegir, el 47% por los videojuegos frente al 34% por la televisión y, por último, antes se quedaría con el móvil el 40% de los escolares entrevistados, mientras el 37% se decantaría por la televisión. Estos porcentajes nos señalan una tendencia que debe recordarnos que los contenidos audiovisuales no sólo están en el siglo XXI en el aparato de televisión. El reto, por lo tanto, es aún mayor. Estos contenidos los hallan en la Red. En diciembre de 2006, un centenar de niños entre nueve y once años compitió en el “Desafío ADSL” de la empresa Telefónica. El objetivo era difundir las bondades educativas de Internet como herramienta de adquisición de información. Estos chicos reconocen que usan la Red para algunos trabajos de clase, para descargarse música y entrar en sus series favoritas como *Rebelde Way*. No fueron capaces, sin embargo, de resolver algunas preguntas del concurso porque no leen o leen mal los enunciados.

Este ejemplo y el anterior estudio podemos completarlos con el *Informe Internet 2006: Digital Life*, publicado por la Unión Internacional de Telecomunicaciones de la ONU. En él se afirma que dos mil millones de personas en el mundo poseen teléfono móvil y que las tecnologías digi-

tales de uso personal se desarrollan a una velocidad exponencial. En relación con los menores de dieciocho años, el *Informe Internet* subraya que éstos dedican a los medios digitales una media de catorce horas semanales mientras que para la televisión reservan doce horas, a la radio seis , y a los periódicos, revistas y cine, sólo dos horas. Algunos ya llaman a estas pantallas las pantallas depredadores. Abran ustedes el interrogante.

Pero no sólo es importante el tiempo dedicado a contenidos audiovisuales sino también cuándo se produce éste. Los niños no se mantienen en las franjas horarias declaradas “de especial protección al menor” en el **Código de Autorregulación** suscrito entre el Gobierno y las televisiones estatales en 2004. A nuestros niños no les preocupa si no les ofrecemos programas infantiles. En el estudio *La infancia en cifras*, presentado el 2006 por la Universidad Juan Carlos I de Madrid, se indica que más de dos millones de menores están frente al televisor después de las doce de la noche. En estos momentos la población infantil es de casi ocho millones.

La tendencia a la baja en el consumo de televisión por parte de los niños y jóvenes no significa que debamos disminuir nuestra atención y responsabilidad. Otras cuestiones también nos obligan a estar alertas, por ejemplo los hábitos de visionado están cambiando. Cada vez vemos menos la televisión en familia. *El anuario de la televisión*, publicado por el Gabinete de la Comunicación Audiovisual (GECA) dirigido por José Ramón Pérez Ornia, destaca que la televisión pierde paulatinamente su componente familiar y se está convirtiendo en una oferta de consumo individual. En el grupo de los jóvenes de 12 a 24 años esta tendencia aparece más acusada, precisamente es el segmento de audiencia menos fiel a una cadena determinada y más propenso a zapear. La televisión está dejando de ser un medio familiar por la conjunción de distintos factores: más televisores en cada hogar –casi el 50% de los niños de ESO disponen de una televisión en su habitación– crecimiento de hogares unipersonales y la aparición de nuevos medios como Internet.

Dado el tiempo dedicado a los medios de comunicación, éstos pueden ser un riesgo y una riqueza. Riqueza y riesgo audiovisuales que compiten con instituciones socializadoras como la familia y la escuela.

Los datos presentados dibujan un panorama que exige la responsabilidad de padres y educadores ante la televisión en familia pero también las nuevas pantallas.

Los dos agentes socializadores más importantes a lo largo de la historia han sido la familia en primer lugar y la escuela en segundo lugar. Por socialización entendemos un proceso por el que el individuo se hace miembro funcional de una comunidad, asimilando la cultura que le es propia. La socialización se caracteriza por la continuidad, la comunicación e imitación de valores, normas y actitudes que definen al grupo y la obtención de premios o castigo otorgados por el grupo social al que pertenece. A estos agentes se han añadido, en las últimas décadas, los medios de comunicación social y, especialmente, la televisión. En estos momentos el protagonismo en el proceso de socialización está repartido y hay un asedio a quienes han ejercido la socialización en otros tiempos. Siguiendo la explicación de Pérez Tornero, podríamos resumir la situación

en la que nos encontramos en la actual Sociedad de la Información y del Conocimiento en los siguientes puntos:

- Familia y escuela ya no son las depositarias privilegiadas del saber, o al menos del saber socialmente relevante.
- Familia y escuela no son el único ámbito de transmisión de la educación.
- Familia y escuela no están enseñando la nueva alfabetización en la Sociedad de la Información.
- Padres y profesores, por este contexto, están dejando de ser considerados los únicos que poseían las habilidades y sabidurías para difundir al resto de los miembros del grupo.
- La escuela ya no dispone de los únicos instrumentos para la producción y sistematización del saber.
- Familia y escuela comparten con los medios de comunicación el ser fuente de la racionalidad que explica el orden social.
- Familia y escuela están siendo acosadas y están perdiendo el poder que les había conferido el sistema social tradicional.

Si estamos de acuerdo con la situación descrita, la escuela y la familia tienen que acoger a los medios, convivir, coexistir y coevolucionar con ellos para, evitando sus riesgos, convertir éstos en una riqueza para la socialización de sus miembros. Además la familia tiene que ser consciente de la gran ventaja que tiene frente a los medios de comunicación social. Esta ofrece una socialización personalizada, conforme a las características de cada uno de sus miembros y únicas para ellos. Por el contrario en la socialización mediática se uniforman hábitos y conductas desde la no personalización.

Tenemos que recordar, como subraya Benedicto XVI en el Mensaje para la 41ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, que “educar a los niños para que hagan un buen uso de los medios es responsabilidad de los padres, de la Iglesia y de la escuela. El papel de los padres es de vital importancia. Éstos tienen el derecho y el deber de asegurar un uso prudente de los medios educando la conciencia de sus hijos, para que sean capaces de expresar juicios serenos y objetivos que después les guíen en la elección o rechazo de los programas propuestos (cf. Juan Pablo II, Exhortación apostólica “Familiaris consortio”, 76) Para llevar a cabo eso, los padres deberían contar con el estímulo y ayuda de las escuelas y parroquias, asegurando así que este aspecto de la paternidad, difícil pero gratificante, sea apoyado por toda la comunidad”.

La familia es crucial para entender las interacciones que los telespectadores, como audiencia activa y contextualizada, establecen con la televisión y, en estos momentos, con los medios digitales. Podemos distinguir tres tipos de mediación familiar hacia la influencia de la televisión.

1. **Mediación restrictiva.** Los padres establecen normas y controlan la televisión en términos de tiempo y programas.
2. **Mediación evaluativa.** Los padres discuten y critican los programas con los niños.

3. **Mediación desfocalizada.** Los padres realizan una evaluación muy generalizada, se comparte el visionado de la televisión pero sin realizar ningún comentario de los programas que se están viendo.

Señala José Ignacio Aguaded, en su obra *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*, que analizar los procesos de mediación de la televisión por la familia es estudiar cómo los aprendizajes que se pueden obtener a través de este medio son influidos por la familia hasta tal punto que la comunicación familiar es un recurso básico para reforzar o evitar aprendizajes. Esta afirmación nos sirve también para las nuevas pantallas que acompañan a la televisión en nuestros hogares.

Hoy nadie duda que los medios de comunicación social desempeñan un papel relevante en el proceso de socialización de niños y jóvenes. La socialización que ejercen los medios podemos decir, sin embargo, que es –en comparación con la familia y la escuela– no intencional de forma manifiesta y asistemática. Podríamos decir que aparentemente enseña sin darse cuenta y no ejerce control sobre lo que está enseñando. Los espectadores aprenden desde la observación y los modelos y conducta que exhibe son imitados. La controversia surge respecto a qué y cuánto se aprende sobre creencias, valores y actitudes con la televisión. Este medio en concreto interviene en el proceso de socialización de tres formas diferentes e interrelacionadas según nos indica la profesora M^a del Carmen García Galera. Por un lado el medio televisivo presenta conductas que pueden imitarse, proporciona imágenes que pueden provocar ciertas acciones y es el medio por el que, a muy temprana edad, los sujetos se familiarizan con los valores de la sociedad de ocio y consumo.

Llegados a este punto podemos diferenciar los dos tipos de aprendizajes relacionados con la exposición a los medios en el contexto de la familia. El primero de estos aprendizajes hace referencia a la adquisición del conocimiento social a través de los medios de comunicación. El segundo aprendizaje se refiere al uso de la televisión, videoconsolas, móviles e Internet. Para este último aprendizaje le propongo la guía de las páginas siguientes.

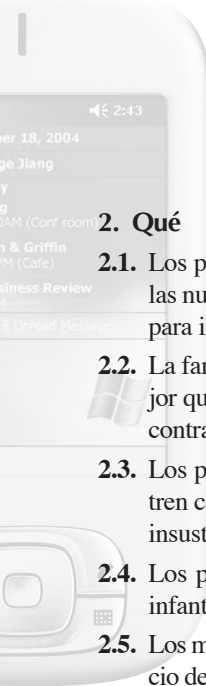
III. Guía para ver la televisión en familia y compartir otras pantallas.

“La Iglesia misma –nos dice el Papa Benedicto XVI en su *Mensaje sobre Los niños y los medios de comunicación social: un reto para la educación*– a la luz del mensaje de salvación que se le ha confiado, es también maestra en humanidad y aprovecha la oportunidad para ofrecer ayuda a los padres, educadores, comunicadores y jóvenes”. Atendiendo estas palabras y como ayuda les propongo una guía para ver la televisión en familia y prestar atención a otras tecnologías que ya están en nuestras casas.

Para la elaboración de esta guía he tenido en cuenta las famosas “5 W” o preguntas que todo periodista tiene que responder para escribir un buen *lead* informativo. Por lo tanto, las siguientes propuestas se agrupan en quién tiene que ver la televisión, hacer un uso responsable del móvil, Internet y los videojuegos y ejercer de participante activo en el visionado de los mensajes, qué contenidos debemos considerar o filtrar, cuándo conviene encender el aparato de televisión y conectar las otras pantallas, dónde tenemos que ver los programas de televisión y los contenidos que nos ofrecen los medios digitales y por qué compartimos nuestro tiempo con los medios de comunicación.

1. Quién

- 1.1. Los padres tienen que preocuparse de los programas de televisión que se ven en su hogar y de los contenidos que llegan también por otros medios. Echarle la culpa al aparato de televisión, a Internet, los videojuegos o el móvil es la respuesta más fácil y cómoda.
- 1.2. Los padres deben acompañar a los niños en el visionado de los programas de televisión y de aquellos videojuegos y páginas web que ocupan el tiempo de los más pequeños. Esto facilitará a los progenitores el conocimiento de los efectos que determinados programas tienen en sus hijos.
- 1.3. Los padres han de informarse del contenido de los programas audiovisuales con anterioridad al visionado de éstos. También tienen que preocuparse de la clasificación PEGI de los videojuegos. PEGI es un código que funciona en toda Europa e indica las edades a las que va dirigido el videojuego y si contiene mensajes violentos, sexuales, de miedo, discriminatorios, vocabulario soez o invitación al consumo de drogas.
- 1.4. La familia debe estructurar su tiempo de ocio con diferentes actividades alternativas a la televisión, videojuegos, ordenador, etc.
- 1.5. Los padres han de ser críticos con aquellos programas infantiles que no respeten los valores y derechos de los niños. Esta crítica tiene que extenderse a las páginas web y los videojuegos.
- 1.6. Las familias tienen que organizarse y/o formar parte de las asociaciones de tele-espectadores para defender su derecho a un medio de comunicación digno, defensor de los derechos humanos y valores constructores de una sociedad responsable y siempre de la vida humana.
- 1.7. Los padres tienen que resaltar y apoyar aquellos programas que, con dignidad y profesionalidad, favorecen lo mejor del ser humano desde una ética y una responsabilidad que tiene como objetivo atender y responder a las auténticas necesidades de la sociedad.



2. Qué

- 2.1. Los padres tienen que enseñar a ver programas en los diferentes soportes y nunca a ver las nuevas tecnologías como portadores de verdades indiscutibles. Este es el primer paso para iniciar a los más pequeños en la selección de contenidos.
- 2.2. La familia ha de orientar a los niños hacia la conducta ejemplar de personajes reales mejor que héroes inexistentes o imaginarios. De estos últimos habrá que extraer lo mejor y contrastarlo con ejemplos de la vida cotidiana.
- 2.3. Los progenitores tienen que presentar a los más jóvenes aquellos programas que muestren contenidos relacionados con el ocio, la cultura, la naturaleza, etc., evitando aquellos insustanciales o superficiales.
- 2.4. Los padres han de saber que, en muchas ocasiones, los llamados programas o juegos infantiles y dibujos animados no son tan infantiles.
- 2.5. Los más jóvenes no pueden ver bajo su capricho, aunque sea acompañados, cualquier espacio de la parrilla de televisión, cualquier videojuego o navegar sin control por Internet.
- 2.6. Los padres tienen que transmitir en primer lugar los valores morales en la familia y, posteriormente, ésta contrastar y comprobar estos valores en los contenidos mediáticos.
- 2.7. La familia debe compartir con sus miembros la cultura de la imagen, pero ésta debe ampliarse a otros ámbitos: cine, fotografía, exposiciones, etc.
- 2.8. Los padres tienen que considerar también los anuncios publicitarios como un contenido muy importante de la televisión y que ejerce una poderosa influencia hipnótica en los niños más pequeños. Sirva como ejemplo la relación Navidad y consumo de juguetes donde los spots publicitarios son protagonista del mundo infantil.
- 2.9. La familia tiene que dedicar su tiempo a contenidos de calidad y evitar aquellos que sólo sirven para perder éste. La televisión es un medio de entretenimiento pero no tiene que ser éste de pésima calidad, lo mismo que los videojuegos, Internet o las nuevas posibilidades de la telefonía móvil.
- 2.10. Los padres han de tratar de equilibrar los contenidos que seleccionen para ver en compañía de los niños y jóvenes.
- 2.11. Los niños tienen que seguir, con la ayuda de sus progenitores, una “dieta audiovisual equilibrada” según recomienda el Observatorio Europeo de la Televisión Infantil.

3. Cómo

- 3.1. La televisión tiene encenderse cuándo se desea ver algún programa en concreto. No debemos tener ésta en funcionamiento continuo y como fondo permanente de nuestras casas. De igual modo, podemos desconectarnos de Internet y del móvil porque la vida continúa y el mundo sigue.

- 3.2.** La mejor forma de ver la televisión es alejar el mando a distancia. El “zapping” continuo construye un discurso incoherente y discontinuo que constata nuestra falta de criterio.
- 3.3.** La televisión es un medio, los videojuegos un entretenimiento y, por tanto, no podemos convertir a éstos en una niñera que distraiga a los hijos porque negamos la esencia del aparato de televisión y la videoconsola y la función que tiene que ejercer la familia en el hogar.
- 3.4.** La televisión puede convertirse en proveedor de contenidos para constituir una videoteca familiar con los mejores programas e Internet en un magnífico medio para documentarse.
- 3.5.** La televisión tiene que apagarse cuando el programa seleccionado ha finalizado. No hay que esperar a lo próximo que pueda interesarnos.
- 3.6.** No podemos utilizar las pantallas como un valor en sí mismo que sirvan para premiar o castigar las acciones de los niños. Estas prácticas las convierten en falsas protagonistas del proceso educativo.

4. Dónde

- 4.1.** La familia tiene que disponer de un espacio común donde compartir el visionado, los comentarios, las críticas y valores que lleven a cabo los distintos miembros de la casa de los medios disponibles.
- 4.2.** Los padres tienen que evitar que los niños dispongan de su propio aparato de televisión en su habitación. Esto facilita que los más pequeños vean cualquier programa sin compañía y conviertan su espacio de trabajo escolar y descanso en recinto abierto a todo tipo de estímulos. El ordenador conectado a Internet y el móvil requieren una limitación de uso aunque se encuentren en su habitación.

5. Cuándo

- 5.1.** La familia tiene que establecer unos horarios para ver programas de televisión, chatear, mandar mensajes por el móvil, navegar por Internet, que no repercutan en la vida personal ni familiar.
- 5.2.** Los padres han de limitar el tiempo de visionado de espacios de televisión y el uso de otras pantallas. Este nunca debe exceder de dos horas y es recomendable no más de una hora diaria cualquiera que sea el medio.
- 5.3.** Los progenitores deben planificar también sus propios tiempos para no desatender las obligaciones familiares.
- 5.4.** La familia tiene que convertir sus reuniones, por ejemplo durante las comidas, en momentos exclusivos de diálogo entre sus miembros y siempre sin contar con la presencia encendida de la televisión.

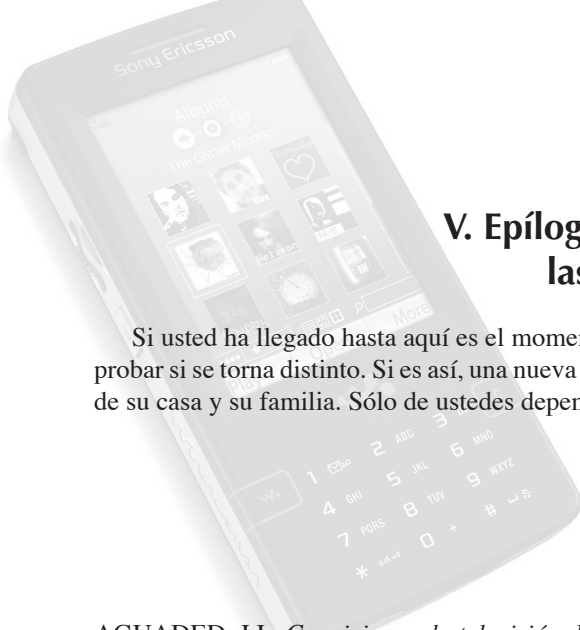
- 5.5.** Los padres han de comprender que mirar la televisión es más un hábito que un gusto y como tal hábito puede cambiarse por otro en el ámbito familiar. Conviene prestar atención a los nuevos hábitos que se están adquiriendo con las nuevas tecnologías.
- 5.6.** La familia puede ponerse delante de la televisión o navegar por Internet cuando las tareas principales de la jornada han llegado a su fin.
- 5.7.** Los padres no tienen que permitir que los niños hagan sus tareas escolares con la televisión encendida y continuas interrupciones del móvil o avisos de encuentros en el ciberespacio.

6. Por Qué

- 6.1.** La familia tiene que considerar la riqueza de contenidos que ofrecen los medios de comunicación. Nos permite conocer otros países, otras culturas, nos informa, nos muestra las hazañas deportivas, nos descubre las maravillas de la naturaleza, las manifestaciones artísticas, etc.
- 6.2.** Los padres no pueden ocultar o prohibir los medios tradicionales y los nuevos medios ya presentes en nuestras vidas por los posibles peligros o riesgos que encierran.
- 6.3.** En la Sociedad de la Información y el Conocimiento, la familia tiene que enseñar a cada uno de sus miembros un nuevo lenguaje para que contraste los valores transmitidos en la familia con los que muestran los medios.
- 6.4.** La familia ha de entender que como medios de comunicación éstos no son ni buenos ni malos, el calificativo que adquieran estará en función del uso que cada uno de nosotros hagamos de ellos.

IV. Conclusión

Los medios de comunicación social están en nuestras vidas. Es responsabilidad nuestra que lo que ellos nos ofrecen diariamente se convierta en un riesgo o en una inmensa riqueza. El peor de los contenidos mostrados por estos medios puede ser una buena experiencia si la familia lo comparte y extrae el mensaje correcto desde sus creencias y valores. El mejor de los contenidos, sin embargo, puede perder su gran valor si en el ámbito familiar no se dedica un tiempo a pensar, evaluar, hacer preguntas y a resaltar todo lo bueno que se puede compartir del medio de comunicación. Riesgo, riqueza y responsabilidad de la familia porque a la televisión ahora le acompañan otras pantallas. Todas se han quedado a vivir en nuestra casa e incluso permanecen con nosotros allí donde nos encontremos.



V. Epílogo: La televisión se enciende, las otras pantallas se conectan

Si usted ha llegado hasta aquí es el momento de volver al prólogo, releer éste y comprobar si se torna distinto. Si es así, una nueva historia se habrá iniciado entre las pantallas de su casa y su familia. Sólo de ustedes depende ponerle cada día el mejor de los finales.

VI. Bibliografía

- AGUADED, J.I., *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*, Barcelona, Paidós, 1999.
- FERRÉS, J., *Televisión y educación*, Barcelona, Paidós, 1994. — *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, Barcelona, Paidós, 1996.
- GARCÍA GALERA, M.C., *Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios*, Barcelona, Gedisa, 2000.
- GARCÍA MATILLA, E., *Una televisión para la educación*, Barcelona, Gedisa, 2003
- GONZÁLEZ RAMÍREZ, J.F., *Televisión y juegos electrónicos ¿amigos o enemigos?* Madrid, Eos, 1999
- IGLESIAS, F., *Una semana sin televisión*, Madrid, Fragua, 1994.
- MARIET, E., *Déjenlos ver la televisión*. Barcelona, Urano, 1993.
- MOIA, L., *Hijos y televisión. Cuando la tele se enciende*, Madrid, San Pablo, 2003.
- MUÑOZ, J. J. y PEDRERO, L. M., *Efectos negativos de la televisión entre la población infantil*. Salamanca, Universidad Pontificia de Salamanca y Caja de Salamanca y Soria, 1994.
- PÉREZ TORNERO, J.M., *Comunicación y educación en la sociedad de la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica*, Barcelona, Paidós, 2000.
- PINTO LOBO, M.R., *Los medios de comunicación en nuestras vidas. Responsabilidad, televisión y familia*. Boletín MCS “La familia y los medios de comunicación”, nº 212-214, Año 2004. Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social (CEMCS).
- VILCHES, L., *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona, Paidós, 1993.