



La TV en el Punto de Mirar

Toñi Álvarez Zafrá
 Juan Antonio Cruz Zurera
 Tiburcio González Zafrá
 Carmen Millán Montenegro
 Carmeli Palma López
 Ana Cristina Pedraza Nadales
Complementos de Formación en Psicopedagogía



El tema que ha ocupado esta investigación ha sido el del papel que está jugando en el tiempo libre de nuestros niños/as y adolescentes el consumo de TV como espacio de socialización y de difusión de valores que tradicionalmente ocupaba la escuela. Hemos trabajado con un colegio de zona rural y, a través de distintas encuestas, hemos preguntado a madres y alumnado de diferentes niveles educativos cuál es el consumo que hacen del medio y cómo los padres-madres administran ese consumo. Una cosa nos ha quedado meridianamente clara después de deshojar las encuestas: la TV ocupa un lugar central y preferente en la sala, la cocina o el dormitorio, es decir, domina los espacios más "socializadores" del hogar. Además, la forma como se usa el tiempo libre está indisolublemente asociada al consumo televisivo. Ahí está siempre presente la televisión, acompañando durante largas horas a niños, amas de casa, adolescentes o adultos. ¿Es, quizás, el signo de nuestro tiempo?

I. PENSANDO EN VOZ ALTA

"A poco que nos descuidemos acabaremos odiando a los explotados y amando a los explotadores".

Al finalizar el siglo XX la TV se ha convertido en el medio de comunicación social de mayor influencia y relevancia, desplazando al cine, a la radio y a la prensa escrita. Su incidencia abarca los espacios privados y públicos, las áreas culturales, políticas, económicas, educativas y, en general, todos los aspectos del convivir social.

La TV se introduce en el seno familiar. El aparato receptor ocupa un lugar central. El lugar que antes ocupaba la chimenea, como punto familiar de encuentro y conversación, ha sido reemplazado por la TV. En el campo, en la ciudad, en los barrios obreros o residenciales, ahí está siempre presente la TV, acompañando de forma omnipresente.

La TV va desplazando también a la escuela como espacio de socialización y de difusión de valores y la política no se concibe actualmente al margen de la televisión. La lucha sin disimulos por su control es prueba indiscutible de que en ella y a través de ella se juega el dominio político, social y cultural.

Y esto es así porque la televisión, más aún que cualquier medio de comunicación, crea realidad, confiere "un estatuto de realidad a las cosas": lo que publican los medios existe, lo que no es registrado, es como si nunca hubiera existido. Los medios en general, y la TV en particular, van definiendo los temas en torno a los cuales la gente organiza su discusión. Si bien no son omnipotentes, tienen la posibilidad de llegar a un público amplio, facilitando la construcción de una determinada imagen del mundo.

Hablamos de lo social, de lo político..., pero ¿qué hay en el fondo de la televisión?, ¿cuáles son loscimientos en los que se sustenta? Creemos con Román Gubern (1998) que en el fondo está el peso del "di-



nero". No debemos olvidar que la televisión nace y vive de la publicidad y este hecho que actualmente nadie discute hace que en gran medida las programaciones estén determinadas por los intereses empresariales. Hay ejemplos curiosos, tal como recoge Gubern, de cómo las agencias de publicidad han condicionado no sólo el carácter de la programación sino, incluso, los guiones. Nos encontramos en ese aspecto datos chocantes y reveladores que ya marcaban el funcionamiento del medio desde los comienzos. En la década de los cincuenta, por ejemplo, una agencia que tenía de cliente a un fabricante de patatas fritas ofrecía cheques de cien dólares a los guionistas que incluyeran en sus obras a un personaje comiendo dichos tubérculos. En una serie patrocinada por los cigarrillos Camel, se imponía a los guionistas que sólo podían fumar los personajes positivos de la obra, no los negativos. Los cigarrillos debían fumarse en momentos de relajamiento, no para calmar los nervios. Los actores no podían toser. No debían aparecer ni médicos, ni letreros de prohibido fumar. En definitiva: con una propaganda subliminal, no sólo se buscaba asegurar el consumo sino el estilo de vida.

La información

Según González Requena (1998), uno de los géneros de la programación televisiva es el *informativo*. Sostiene que el exceso de informaciones fragmentadas impiden al sujeto establecer una relación con ellas en otros términos que no sean las del consumo espectacular. En este sentido, señala, el noticiero siempre termina con una nota positiva, como en el espectáculo "final feliz". De hecho los noticieros se construyen con una buena dosis de "espectacularización": ofrecen informaciones breves, llamativas, descontextualizadas y anecdóticas. Pero ello también responde a determinados intereses y a las exigencias de la política o de la publicidad. En ningún momento está desligado de la ideología y de las concepciones de quienes manejan las programaciones.

La selección de noticias es un claro ejemplo de lo que comentamos. Todos estaremos de acuerdo en la enorme cantidad de noticias que se generan en cualquier lugar del globo. El productor decide cuáles debe difundir y qué debe desechar. Podríamos pensar que esto debería producir una enorme variedad y divergencia informativa, pero curiosamente sucede lo contrario. Los criterios de selección, sean cuales sean, parece que generan demasiadas coincidencias: en el plano nacional casi siempre se entrevistan a los mismos líderes de opinión, y en el plano internacional casi todos los canales transmiten las mismas imágenes de la CNN o CBS. En este caso, los centros mundiales de decisión finalmente determinan las noticias e imágenes que el mundo debe ver.

No hay información objetiva. Está claramente mediatizada por la interpretación de quien la produce. Román Gubern (1998) va más allá al señalar que ni siquiera la información en directo es equiparable a la recepción directa del acontecimiento, ni está exenta de manipulación distorsionadora. Así, el uso de las distintas cámaras, el enfoque de determinadas imágenes en ciertos momentos, los cambios de objetivos y encuadres, el comentario y otros factores, construyen de modo intencional la representación pública de tal acontecimiento, se construye la realidad por medio de la información.

Concentración y dispersión

Otro fenómeno característico de la estructura de los medios actuales de comunicación social es la *sobreinformación*. Tenemos un exceso de información, lo que no significa que estemos bien informados o que se potencie nuestra capacidad de asimilar los inmensos flujos de información que se encuentran circulando en la iconosfera contemporánea. Esto produce más bien un efecto paralizante, desmovilizador. Mucha gente considera que su obligación ciudadana es estar bien informado y por ello deja de actuar y participar en el marco del ejercicio y la ampliación de sus derechos democráticos.

Lo ideológico

Se entiende por todo lo que venimos comentando que el discurso televisivo no es un discurso casual ni neutro. Es un discurso cargado ideológicamente. A través de la programación televisiva se transmiten códigos, símbolos, formas de vida y de ver el mundo, patrones de consumo, salud, belleza y alimentación. Podríamos decir que gran parte del discurso televisivo está empapado por un *pensamiento consumista global*. Si bien el consumo no está al alcance de todos-as ni está homogeneizado, genera expectativas en todas las capas sociales, fomentando proyectos posibles de vida a los cuales se debe aspirar para alcanzar la felicidad; felicidad asociada con el tener y no con el ser.

Por tanto, pretender que el discurso televisivo no tiene ideología esconde un pensamiento claramente ideologizado. Éste pensamiento permite apuntalar al sistema neocapitalista, el cual es presentado como un sistema único eterno e incuestionable, del cual no hay posibilidad de salir. Estas concepciones dejan poco campo para propuestas alternativas, tanto para la construcción de una auténtica democracia para las mayorías, como para afirmar el derecho a la información, a la divergencia y, al fin y al cabo, a la diversidad humana.



El reto más bien es apropiarse de este medio y transformarlo de raíz, desde dentro y desde fuera, pensando la TV desde el interés social, la diversidad y el acceso igualitario para **tod@s**. Pero si no podemos apoderarnos del medio, tendremos que aprender a convivir con él aprendiendo a dominarlo y no a que nos domine. Éste es uno de los retos que tiene actualmente la educación.

Justificación de la investigación

“Conocer la realidad no sólo para interpretar-la sino para transformarla”

Las reflexiones anteriores, junto con la preocupación que compartíamos con un grupo de madres organizadas en el APMA de un centro de la provincia de Sevilla, han sido los elementos desencadenantes de nuestra investigación. Las madres opinaban que la TV es una ventana precozmente abierta en el espacio familiar, pero una ventana que no sirve para mirar la vida a través de ella, sino para introducir irremisiblemente lo que ella quiere en casa. Estas madres mostraban, por otro lado, inquietud sobre su papel en este tema, cómo y con qué criterios actuar ante el consumo que sus hijos-as hacen de la TV. Todo esto nos hizo tomar la decisión de investigar en torno al uso y consumo que nuestro alumnado hace de este medio para tener un conocimiento lo más cercano a la realidad de cómo los padres/madres realizan una función a nuestro entender importante: su *administración y dosificación*. La información que obtengamos será importante para nosotros con vistas a nuestra intervención educativa el próximo curso.

II.- METODOLOGÍA

Objetivo de la investigación

El objetivo que nos planteamos, desde el punto de vista descriptivo, es:

Recabar y analizar información sobre el consumo que nuestros alumn@s hacen de la TV.

Este objetivo tendrá dos aspectos:

- *¿Qué caracteriza a la programación TV que ven los alumn@s?*
- *¿Cómo actúa la familia sobre la TV que se ve?*

Nos planteamos, por otra parte, las siguientes hipótesis:

- *¿Existen diferencias significativas entre el*

alumnado de ESO y sus padres/madres en su opinión sobre el consumo televisivo?

- *¿Varía el “control” que se ejerce sobre el consumo de la TV en función de la edad de los hij@s en E. Infantil y en E.S.O.?*

La muestra de estudio

La población se corresponde con los alumn@s y padres / madres de la etapa de E. Infantil y del primer ciclo de la ESO del C.E.I.P. de un pueblo de Sevilla. No pretendemos que nuestros resultados sean generalizables más allá.

La elección de la muestra para el alumnado se procuró que se correspondiese con un muestreo probabilístico aleatorio. En cuanto a la muestra de los padres/madres fue circunstancial ya que se aplicó la encuesta a quienes voluntariamente decidieron acudir. La muestra de la que obtuvimos finalmente la información fue la siguiente:

Grupo de E. Infantil = 20

Padres / madres del grupo de E. Infantil = 17

Grupo de Primer Ciclo de E.S.O. = 43

Padres / madres del grupo de E.S.O. = 17

Tipo de Diseño

El diseño utilizado en nuestra investigación se caracteriza por ser:

- *Un Estudio de campo* → Pretendemos descubrir datos.
- *Diseño de encuesta* → Ésta es la técnica de recogida de información fundamental.
- *Orientación evolutiva*, siguiendo un diseño transversal → Se va a aplicar a dos ciclos con diferentes edades en el mismo momento.

Con posterioridad a esta investigación, y complementando a la misma, una vez que realizásemos la futura Escuela de Padres/Madres donde se “formaría” televisivamente tanto a alumn@s como a padres / madres, plantearíamos una nueva investigación pero con una clara intención *evaluativa*.

Técnicas de recogida de datos

Especificamos una serie de cuestiones sobre la aplicación de los mismos:



- **Cuándo** → Aquí debemos diferenciar entre:

- Alumn@s 1er. Ciclo de ESO: Sesiones de tutoría.
- Alumn@s Ed. Infantil: Sesiones de grupo en clase (asamblea).
- Padres / madres: En el tiempo de atención a padres / madres.

- **Dónde** → En el propio centro.

- **Frecuencia** → Se aplicarán una sola vez, pero con la necesidad de volver a contrastar resultados en un futuro próximo.

- **Quiénes** → Estos instrumentos serán aplicados por los propios maestr@s-tutor@s de los alumn@s.

- **Instrumentos** → Los instrumentos de recogida de datos, dadas las características del diseño, serán dos tipos de encuesta y la grabación en vídeo de una asamblea de clase donde se trató el tema.

En líneas generales, elaboramos una encuesta "madre" que se reestructuró para adecuarse a cada una de las muestras. Se obtuvieron:

- 43 encuestas realizadas por alumn@s del primer ciclo de ESO.
- 17 encuestas realizadas por los padres / madres de dichos alumn@s.
- 1 grabación de la asamblea de clase del grupo de ED. Infantil.
- 17 encuestas realizadas por los padres / madres de dichos alumn@s.

En el caso del alumnado de Ed. Infantil, la encuesta se transformó en una serie de orientaciones e indicaciones a tener en cuenta por la maestra de estos alumn@s cuando realizase la asamblea de clase (lo que guarda similitud con una entrevista semiestructurada de grupo).

III.- RESULTADOS Y ANÁLISIS

Hemos llevado a cabo un análisis, en parte cuantitativo y en otra cualitativo, de las respuestas del alumnado y de los padres/madres, prioritariamente a través de las encuestas realizadas. Dicho análisis nos va a permitir comparar las respuestas de los alumn@s

del 1er ciclo de la ESO con las de sus padres / madres, y también nos interesará saber la diferencia en las respuestas de las padres / madres de Infantil con las de Secundaria, con la intención de ver si existe una sensibilidad distinta en cómo abordar el tema.

a.- Análisis comparativo alumn@s 1er ciclo ESO – padres / madres

Este apartado es la base fundamental de nuestra investigación y sobre los resultados obtenidos de este análisis se fundamentarán, en teoría y en la práctica, la elaboración de nuestras futuras líneas de acción. Analizamos a continuación los resultados más significativos:

- Con respecto a qué dedican los jóvenes su tiempo libre, los resultados son muy parecidos entre padres/madres y alumn@s. Ambos grupos coinciden en considerar, y en el mismo orden, que las actividades principales en el Tiempo Libre son:

1º. Actividades de carácter académico (incluidas las extraescolares).

2º. Ver la TV.

3º. Los Juegos.

Estas actividades se destacan del resto, reflejándose más aún en las respuestas de los padres / madres (**Tabla 1**).

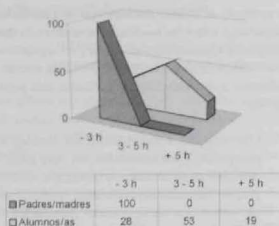
Tabla 1	% alumnado	% padres / madres
¿A qué se dedica más en su Tiempo Libre?		
Ver la TV	24	53
Actividades Académicas	26	56
Actividades deportivas	10	21
Juegos	18	40
Actividades domésticas	9	20
Otras actividades de ocio	13	29

- En cuanto al tiempo que dedican a ver la TV, si se observan diferencias entre padres / madres y alumn@s (**Figura 1**). Si para los primeros sus hijos ven 3 o menos horas la TV,



para los segundos se amplía la franja horaria: confiesan verla entre 3 y 5 horas e, incluso, un porcentaje importante dice que pasa más de 5 horas ante el televisor (ha habido alguna respuesta que señalaba que veía la TV entre 9 y 10 horas).

Fig. 1 - Horas con la TV

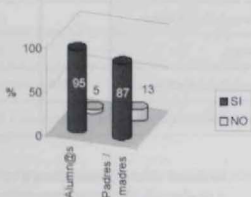


- En cuanto al tipo de programas que ven, existen bastante similitud entre las respuestas, pero destaca la aparición de las series de TV juveniles en las respuestas por los alumn@s, que no aparece en la de los padres/madres.

- Tod@s coinciden en que se produce un incremento del número de horas que se ve TV cuando se encuentran de vacaciones y/o en los fines de semana.

- Hablando del control que ejercen los padres/madres sobre el consumo televisivo, hay bastante similitud, aunque para los alumn@s el control ejercido por sus padres/madres es mayor (Figura 2). Algunos alumn@s indican que son ellos mismos los que ejercen un autocontrol televisivo.

Fig. 2 Control TV



No obstante, sí existe alguna diferencia en las opiniones sobre la forma de ejercer el control (Tabla 2).

Tabla 2 Tipo de control (%)	Alumnado		Padres / madres	
	SI	NO	SI	NO
- Horario	37	63	78	22
- Programas	81	19	87	13

Este control, de forma más general, tiene diversas manifestaciones. Todas ellas se pueden agrupar en los sistemas de control que aparecen en la Tabla 3, en la que se incluye el número de orden establecido de la elección de cada grupo.

Se observa cómo los alumn@s establecen un mayor número de sistemas de control que los propios padres/madres. Éste nos parece un dato muy significativo. Las madres / padres se centran principalmente en el cambio de canal / apagar la TV y en reñir y/o mandar a la cama. Sólo unos pocos señalan la posibilidad de explicarles si el programa es adecuado o no. Es obvio que éste deberá ser uno de nuestros objetivos de cambio.

Tabla 3 Sistemas de control	Alumnado	Padres / madres
- Cambiar de canal y/o apagar la TV	1º	2º
- Reñir y/o mandar a la cama	2º	1º
- Cambiar la TV por otra actividad	3º	
- Controlar el tiempo que se ve la TV	4º	
- Decir o explicar la adecuación del programa	5º	3º
- Por iniciativa propia	6º	

- Como es lógico, la mayoría sostiene que ven la TV en compañía, aunque ya comienzan a aparecer algunos aspectos característicos de la edad de nuestros alumn@s (ver la TV solos y la aparición de los amig@s como compañía).

- Pero ¿cuáles son los programas con peor opi-



nión por parte de nuestros encuestados? Como cabría esperar son aquellos que contienen escenas de violencia o sexo. Aquí la actuación es contundente: cambiar de emisión o apagar la TV. Sólo unos pocos explican o indican que "no se debe mirar".

- Y la TV ¿se puede utilizar como medio formativo, o es deformativa? Para los alumnos la TV tiene un carácter formativo medio / alto, y en cambio para los padres / madres la TV no suele formar.

b.- Análisis comparativo padres / madres 1er ciclo ESO – padres / madres E. Infantil

Antes de comenzar, y con el fin de facilitar el acceso a los datos, señalamos que cuando hablemos de "madres ESO" nos referimos en realidad a los padres / madres de los alumnos del primer ciclo de ESO del centro en cuestión; algo similar ocurrirá cuando nombremos a las "madres EI", lo cual reflejará a los padres / madres de los alumnos del aula de Ed. Infantil con quienes se realizó la investigación. Valoramos a continuación los resultados más significativos obtenidos:

- Con respecto a qué dedican su tiempo libre, para las madres EI sólo existen los juegos, la TV y las actividades académicas (tareas escolares, ¡curioso!). Comparamos a continuación los resultados obtenidos con los de las madres ESO (Tabla 4).

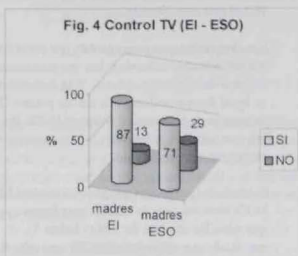
¿A qué se dedica más en su Tiempo Libre?	% madres ESO	% madres EI
Ver la TV	25	32
Actividades Académicas	39	22
Actividades deportivas	3	2
Juegos	19	42
Actividades domésticas	6	0
Otras actividades de ocio	8	2

- En cuanto al tiempo que dedican a ver la TV, podemos inferir al menos que las madres EI deben "observar" más y mejor a sus hijos que las madres ESO, ya que se reconoce que existe un porcentaje notable de niños que ven la TV entre 3 y 5 horas (Figura 3).

- En cuanto al tipo de programas que ven, el primer puesto sigue estando ocupado por los dibujos animados, quedando las películas y las series de TV relegadas a un 4º y 5º puesto respectivamente (lo cual cabía esperar). Se mantiene el primer lugar para el periodo "después de la escuela" como la franja horaria habitual en la que se ve más la TV.

- Se coincide en que se produce un incremento del número de horas de consumo televisivo cuando se encuentran de vacaciones y/o en los fines de semana.

- El control que ejercen las madres de EI sobre el consumo televisivo es similar al ejercido por las madres ESO, aunque destaca que el porcentaje de madres EI que no lo hacen es superior (Figura 4).



Existe diferencia en las opiniones sobre la forma de ejercer el control (Tabla 5). Un estimable porcentaje de madres EI no controlan excesivamente el horario en que ven la TV sus hijos. Esto puede deberse a que "a determinas horas" sus hijos ya están en la cama, aunque habrá que tenerlo en cuenta.

Tipo de control (%)	Alumnado		Padres / madres	
	SI	NO	SI	NO
- Horario	78	22	71	29
- Programas	87	13	65	35

Este control, se ejerce de una forma similar por cada grupo de madres, aunque no aparece la opción de reñir y/o mandar a la cama dentro del grupo de madres EI (Tabla 6).



Sistemas de control	Madres EI	Madres ESO
- Cambiar de canal y/o apagar la TV	1ª	2ª
- Refirir y/o mandar a la cama		1ª
- Decir o explicar la adecuación del programa	2ª	2ª

- Normalmente se ve la TV en compañía, con un porcentaje superior de hij@s de madres EI que la ven sol@s (un 24% frente a un 6% de alumn@s del 1er ciclo de la ESO que la ven sol@s) ¿Será que las madres EI están acostumbradas a "enchufar" el video con la película de dibujos y dejar al niñ@ viéndola? Habrá que considerarlo.

- Los programas con peor opinión por parte de los encuestados coinciden: los que contienen escenas de violencia o sexo. Y la actuación es igual de contundente por ambas partes: O se cambia de programa o se apaga la TV. Habrá que comprobar también esto y tenerlo en cuenta en nuestro trabajo.

- Es también interesante que para las madres EI la TV tiene un carácter mucho más formativo que para las madres de ESO (Tabla 7), comentando que aprenden con ella, que educa, aunque lamentan que exista tanta violencia y la falta de un mayor número de programas infantiles.

TV: forma o deforma	% madres EI		% madres ESO		
	SI	NO	SI	NO	A VECES
TV como instrumento educativo	71	29	6	56	38

c.- Y como curiosidad, ¿qué dicen los "enan@s"?

Como mera curiosidad, en un principio, reflejamos a continuación los puntos más importantes de la transcripción realizada de la cinta de audio que se grabó en la asamblea de clase del aula de Educación Infantil al que corresponde nuestro grupo de madres EI.

- Los más pequeños dedican la mayor parte de su tiempo libre a jugar y a ¡comprar chucherías! ¿Qué hay de los programas de salud bucodental?

- Ven la TV "muchas horas", principalmente dibujos animados y películas (algunos incluso indican que ven documentales).

- La franja horaria se sitúa antes y después del colegio, y durante las vacaciones y los fines de semana ven más la TV.

- Y sus papás/mamás, ¿los controlan? Pues sí; y lo hacen mandándolos a la cama o a su cuarto, o apagando la tele ¡(que contradicción con la opinión de las madres EI!).

- Y como esperábamos, la mayoría la ven en compañía, pero algun@s ya comentan que la ven sol@s.

IV.- VALORACIÓN Y CONCLUSIONES

Antes de valorar los resultados obtenidos y establecer conclusiones finales, debemos tener en cuenta algunas condiciones implícitas en la investigación:

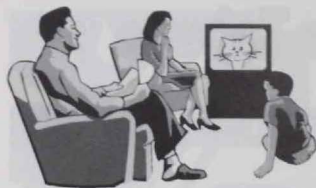
- No se ha ejercido control sobre las posibles variables intervinientes en nuestra investigación (sexo, nivel social...).

- El nivel de participación del alumnado ha sido alto, pero no así el de los padres / madres. Esta falta de participación puede determinar que los datos obtenidos no sean representativos del colectivo de padres y madres del centro.

- Las encuestas, aun al haberse adaptado según las características de los grupos, han mantenido unos criterios de valoración comunes para las respuestas.

Una vez aclarados estos términos, podemos establecer una serie de conclusiones finales:

- En cuanto al tiempo y uso que hacen los alumnos-as de Secundaria de la TV, podríamos interpretar por los datos reflejados en las encuestas que la franja horaria de uso promedio aproximado es de unas 5 horas diarias de TV. El número de horas se incrementa los fines de semana y cuando se encuentran en periodos vacacionales.



- También observamos que hay un control relativo por parte de los padres, sobre todo, en lo que hace referencia a programaciones con contenido violento y sexo.
- Existe una franca contradicción entre el control que dicen ejercer las madres / padres del consumo televisivo y lo que declaran sus hijos e hijas.
- Con respecto a los niñ@s de Infantil, parece que el promedio de horas en que ven la TV está entre 3 y 5 horas y parece que existe un control mayor de las madres con respecto al tiempo y a los programas que ven sus hijos-as. Los dibujos animados parecen ser lo que más consume el alumnado de este tramo educativo frente a series juveniles por las que se decantan los de Secundaria.
- La mayoría de nuestro alumnado ve la TV en compañía, siendo ésta principalmente un miembro de la propia familia.

Podemos concluir, después de los datos obtenidos, que existe la necesidad de llevar a cabo para los próximos cursos un **Plan de Acción Tutorial** dirigido a las familias con el objeto de implicarlas, en la medi-

da de lo posible, en labores de apoyo en el aprendizaje y orientación de sus hij@s. Esto puede llevarse a cabo fomentando grupos de debate, charlas etc., que abrirán un espacio colectivo de reflexión en torno a las siguientes cuestiones, entre otras:

- Cantidad de tiempo ante el televisor.
- Hora de ir a dormir.
- Relación entre TV y rendimiento escolar.
- Estrategias alternativas de control educativo frente a la privación de la TV como castigo.
- La TV comodín para resolver muchos problemas.
- La TV como lugar de encuentro entre padres e hijos.
- La TV como degradación del gusto.
- Etc.

Sabemos que la TV puede ser tanto formativa como "deformativa". Es por ello que debemos "educar para la TV", dotando a las familias, a nuestros alumn@s, de la capacidad necesaria para establecer una serie de alternativas para cuando la "caja tonta" emita sólo eso, tonterías.

Referencias bibliográficas.

- Cerveta, J. (1977). *Otra escuela: Cine / Radio / Televisión* / Prensa. Ed. SM.
- González Requena, J. (1998). *El discurso televisivo: espectáculo de la modernidad*.
- Gubern, R. (1998). *La mirada opulenta: Explotación de la Iconosfera contemporánea*.

