



Universidad de Chile
Facultad de Ciencias Sociales
Departamento de Sociología

TESIS DE GRADO:
“UN ESTUDIO SOBRE ESTILOS DE
MEDIACIÓN PARENTAL EN TELEVISIÓN”

Paulina Santos Cerda.
Profesor Guía: Rodrigo Uribe Bravo.
2007.

<u>I. INTRODUCCIÓN</u>	<u>4</u>
<u>II REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA.....</u>	<u>8</u>
II.1 SOCIALIZACIÓN, TELEVISIÓN Y NIÑOS.	8
II.2 EL PROBLEMA DE LA MEDIACIÓN PARENTAL	11
II.2.A LA MEDIACIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS	11
II.2.B TIPOS DE ESTUDIOS SOBRE MEDIACIÓN PARENTAL	12
II.2.C PRESENCIA Y FORMAS DE MEDIACIÓN PARENTAL	14
II.3 ESTUDIOS EN CHILE.....	16
II.3.A INVESTIGACIONES SOBRE MEDIACIÓN PARENTAL	17
II.3.B HALLAZGOS A PARTIR DEL ESTUDIO SOBRE EL USO DEL TIEMPO Y PEOPLE METER.....	18
<u>III. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS</u>	<u>23</u>
III.1. OBJETIVO GENERAL:	23
III.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	23
<u>IV. MARCO METODOLÓGICO</u>	<u>24</u>
IV.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	24
TIPO DE DISEÑO: CUANTITATIVO:.....	24
<u>V. CARACTERÍSTICAS GENERALES DE LA MUESTRA.....</u>	<u>28</u>
V.1. CARACTERÍSTICAS DE LOS PADRES	28
V.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS NIÑOS EN TÉRMINOS SOCIO DEMOGRÁFICOS Y DE EXPOSICIÓN A LA TV.....	30
<u>VI: FORMAS DE MEDIACIÓN.....</u>	<u>35</u>
VI.1. PREOCUPACIONES DE LOS PADRES.....	35
VI.2. FORMAS DE MEDIACIÓN.....	38
VI.3 FRECUENCIA DE USO DE LOS DISTINTOS ESTILOS DE MEDIACIÓN	40
<u>CAPÍTULO VII: FACTORES EXPLICATIVOS DE LOS DISTINTOS ESTILOS DE MEDIACIÓN</u>	<u>44</u>
<u>VIII. CONCLUSIONES</u>	<u>48</u>
<u>ANEXO N° 1: ENCUESTA PARA PADRES SOBRE LA FORMA EN QUE SE VE TELEVISIÓN</u>	<u>53</u>
<u>ANEXO N°2: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO.....</u>	<u>55</u>

ANEXO N°3: DIFERENCIA DE MEDIAS ENTRE LOS DISTINTOS TIPOS DE MEDIACIÓN. . 57

BIBLIOGRAFÍA 58

I. Introducción

La televisión es un medio de comunicación que posee la gran capacidad de influir ya sea negativa o positivamente en su audiencia. En primer lugar debido a la fuerza del lenguaje audiovisual, que puede impactar y generar reacciones inmediatas y de largo plazo en quienes están expuestos a ellas. En segundo lugar, los mensajes televisivos contienen un acervo determinado correspondiente a lo que el emisor quiere comunicar con un tinte de "realidad" o "verdad", en cuanto a esto, no es novedoso el dicho coloquial ya difundido "si no sale en televisión, no existe", razón por la cual las audiencias deben saber diferenciar entre realidad y lo que los medios presentan como realidad para entender cabalmente el mensaje. En tercer lugar está la masividad del lenguaje televisivo, que la pone como uno de los medios de comunicación más consumidos por los sujetos. Esta cuestión se da gracias a la facilidad de acceso a esta tecnología y al amplio alcance que le brindan tanto factores técnicos, como el contexto cultural, dado el sitio que posee la televisión en la vida moderna como una de las fuentes más recurrentes de información y entretenimiento al interior de los hogares. De hecho en Chile, según datos del Censo poblacional 2002, un 87.04% de los hogares del país poseen al menos un televisor a color. Por otro lado, estudios sobre el uso del tiempo señalan que un 82.4% de los habitantes de Santiago, declaran ver TV todos los días (CIMA, 2004) y según la encuesta del CNTV (2005) esta cifra alcanza el 79.1%.

Al tiempo que la televisión provee una forma de utilizar el tiempo libre, los programas que ahí se emiten no se limitan a hacer pasar un buen rato a los televidentes, sino que además entregan claves que permiten entender la estructura social y conformar actitudes respecto de sí mismos, frente a los demás y frente al mundo en general (Lieber y otros, 1976). En este sentido la televisión comparte el rol socializador, que es central en la etapa infantil, con agentes tan importantes como los padres, amigos y escuela. Esto significa que la TV posee una característica que le permite situar al niño en el mundo, es decir, es un elemento capaz de mostrar valores, creencias, actitudes y realidades que el niño internaliza, analiza y comenta con su entorno, lo que forma parte de su desarrollo y cotidianidad.

Para que este proceso de socialización sea llevado a cabo acorde con el contexto del menor, es preciso que la relación entre niños y televisión esté mediada por las relaciones que poseen sus guardadores (usualmente los padres) con la TV, y a su vez, la relación existente entre padres e hijos dentro del entorno familiar. Existen varios argumentos que sostienen esta afirmación, en primer lugar, los pequeños no están capacitados cabalmente para entender de un modo claro los mensajes que la TV emite. La razón fundamental de esto tiene que ver con su inmaduro desarrollo intelectual, lo que les podría impedir, entre otras cosas, distinguir entre realidad y ficción, y no saber decodificar los significados de la TV (Singer y Singer, 1981, Kunkel, 2002). A esto se suma que, a pesar que en los últimos años la industria televisiva ha ido segmentando sus contenidos y enfocando sus programas hacia públicos específicos tanto en la TV abierta (donde por ejemplo, en los últimos años se ha afianzado el horario matinal de los fines de semana como eminentemente infantil en todos los canales), como en el cable (con la creación de canales como Jetix, Cartoon Network, Etc TV, Discovery Kids, entre otros, que emiten programación infantil en todo horario) sin duda los niños están potencialmente expuestos a ver contenidos que no son apropiados para su edad ya sea por abordar temas delicados o tener imágenes no adecuadas para menores.

Ello no implica que no se reconozca que el aparato televisivo es una importante fuente de información y conexión con el mundo, además de su potencial educativo y su capacidad de transmitir valores y dar a conocer realidades que normalmente no están al alcance del televidente. De hecho, estudios demuestran que mirar programas que enfatizan la participación, la colaboración y la autodisciplina impulsan comportamientos pro sociales en los niños (Singer y Singer, 1981). Siguiendo la misma línea, Singer y Singer (1981) destacan que para niños que viven en un ambiente empobrecido, los programas de entretenimiento como “Plaza Sésamo” son una fuente de estímulos e instrucción.

En resumen, se puede decir que en el ámbito social la televisión puede ser vista a través de un continuo entre dos polos opuestos. Para graficar esta afirmación autores como Páez et al (2004) consideran que de acuerdo a la conocida dicotomía de

Humberto Eco se podría hablar de 2 categorías que agruparían las actitudes y opiniones de las personas sobre el papel socializador de la TV que van desde los apocalípticos hasta los integrados, con todos los matices que podemos encontrar en medio.: 1). Entre los *Apocalíptico* encontramos a quienes piensan en la televisión como uno de los principales males de nuestra época, una forma de degradación cultural con carácter unificador y alienante que, prácticamente sólo sigue las normas del consumo y las reglas dominantes. 2). Los *Integrados*, incluyen las opiniones y actitudes de los que consideran las posibilidades democratizadoras de la televisión en lo referente tanto al incremento de la probabilidad de acceso a la información y a la cultura, como a sus posibilidades como instrumento o medio de aprendizaje desde la libertad de opción (Páez et al., 2004).

En la práctica, estas actitudes se pueden traducir en prácticas de mediación parental que pueden ser, por ejemplo normas que restrinjan el horario en que los niños ven TV, prohibiciones de determinados programas de TV, conversar con sus hijos acerca de los contenidos de los programas que ven, ver televisión con ellos, e incluso, no ejercer ningún tipo de control en relación a que sus hijos vean TV (Valkenburg et al. 1999).

Dado este contexto, el objetivo de la presente investigación se refiere a estudiar cuáles son las estrategias de mediación que los padres utilizan para lograr que sus hijos hagan un uso adecuado de este medio, según sus propios parámetros y la conexión de este fenómeno con las mayores preocupaciones de los padres chilenos en torno a la relación que establecen sus hijos con la televisión. Este ejercicio implica adentrarse en los procesos que se llevan a cabo al interior del hogar, por medio de las opiniones de los padres, para comprender las interacciones que se establecen entre los integrantes de la familia en relación a un medio de comunicación tan importante en nuestra sociedad como la televisión.

La relevancia de este proyecto radica en el constante cambio en la realidad mediática del país, lo que hace atingente un análisis del comportamiento de las audiencias televisivas y cómo éstas reciben y procesan los contenidos de la televisión en la familia,

abordando el tema de las preocupaciones de los padres acerca de las relaciones que se establecen entre sus hijos y la televisión, y a su vez, las estrategias que esgrimen para controlar el visionado de sus hijos, con datos actualizados. Por otra parte, dentro del campo de las ciencias sociales no existen muchos estudios dedicados al tema en Chile, por lo tanto, la presente investigación se convertiría en un aporte en el ámbito de la generación de información y análisis de la realidad del consumo televisivo en las familias chilenas.

A continuación se presenta la revisión bibliográfica donde se pone en contexto el presente estudio, estableciendo cuál es el rol que cumplen los medios de comunicación en la sociedad moderna, específicamente, se indaga en el papel de la televisión como agente socializador en la vida de los individuos, sobretodo en la infancia. En consecuencia, se observa cómo se crean las estrategias de mediación parental como mecanismo de reproducción socio cultural al interior de las familias. Finalmente, se investiga acerca de los estudios previos realizados sobre mediación parental, y cuales son las estrategias de mediación que se han identificado a través de ellos. Luego, se establecen los objetivos generales y específicos de esta investigación, y cuales son las preguntas e hipótesis del estudio, para más adelante explicar la metodología con que éste se llevará a cabo. Finalmente se explican los resultados y conclusiones del estudio.

II Revisión Bibliográfica

II.1 Socialización, Televisión y Niños.

Debido a que el foco de análisis es la mediación parental de televisión, este estudio se aproxima al tema, en primer lugar entendiendo el rol que la televisión ocupa dentro del proceso de socialización, lo que es crucial para comprender la relación que se establece entre los niños y la televisión y por qué ésta puede requerir de la supervisión de los padres.

Específicamente, se entiende por socialización el proceso mediante el cual los individuos que pertenecen a una sociedad o cultura aprenden e interiorizan un repertorio de normas, valores y formas de percibir la realidad, que los dotan de las capacidades necesarias para desempeñarse satisfactoriamente en la interacción social; e incluso más allá de esta, puesto que las habilidades intelectuales y emocionales se adquieren a través de actividades interactivas (Light et al, 1991). Según el concepto que desarrolla Durkheim, se trata de considerar que, al someter a un individuo a un proceso de socialización, estamos convirtiendo un simple organismo biológico en un ser social, a través de las interacciones que éste realiza dentro de su contexto social.

Existen diversos agentes que impactan directamente en el desarrollo de los sujetos y su inserción en la sociedad, los que son llamados “agentes socializadores”, generalmente los más nombrados en la literatura son la familia y la escuela (en el ámbito educacional), los amigos, compañeros y la televisión (en el área de interacción social) (Luhmann, 1998).

En este sentido, se habla de la televisión como un agente que participa dentro del proceso de socialización secundaria. La socialización secundaria es la adquisición del conocimiento específico de roles arraigados en los diversos ámbitos de la vida social. Así como la socialización primaria está influenciada por la carga emocional del niño, esta secundaria puede prescindir de ella y proceder con la sola dosis de identificación

mutua que interviene en cualquier comunicación entre seres humanos (Berger y Luckman, 1968).

Además la televisión posee la particularidad de ser un agente participante dentro del proceso de socialización secundaria que interactúa dentro del hogar, lo que le permite un mayor poder de penetración, ya que está dentro del contexto inmediato del individuo.

Uno de los intentos de sistematizar el efecto socializador de los *medios de comunicación* –en concreto, de la televisión–, corresponde a la “teoría del cultivo” o “teoría de la cultivación”, desarrollada por el norteamericano George Gerbner (1979). Esta teoría atribuye al medio televisivo y, sobre todo, a los géneros de ficción, un papel fundamental en la construcción de representaciones mentales de la realidad en las sociedades contemporáneas. Según su visión, cuantas más horas se sumerge un individuo en el mundo de la televisión, mayor es la coincidencia entre la concepción que éste tiene de su entorno y la representación televisiva del mismo, de modo que su idea de lo que le rodea no se ajusta a lo que de hecho es, sino a lo que la televisión le muestra (Gerbner 1979.).

El modelo de cultivo de Gerbner puede sistematizarse en las siguientes etapas: a) Los espectadores de ficción televisiva observan en pantalla un mundo que difiere por completo del real, no sólo en lo que respecta a los acontecimientos reflejados, edulcorados o violentados según los casos, sino también a la representación de los roles sociales –entre otros, étnicos, sexuales y profesionales–, que resultan altamente estereotipados. B) Los grandes consumidores de televisión (*heavy viewers*), definidos como aquellos que se exponen a sus emisiones durante al menos cuatro horas al día, experimentan un “desplazamiento de realidad”, identificando lo que ven en la pequeña pantalla con lo que les rodea (Wolf, 1994).

Dichos consumidores absorben las representaciones sociales presentes en el universo de la ficción televisiva de modo masivo, sin discriminar aquellas que son válidas de las que no lo son (Gerbner 1979). Gerbner cree, además, que el consumo continuado y excluyente de la televisión favorece el desarrollo de actitudes violentas y antisociales en

el espectador, que puede acabar desarrollando una visión pesimista y paranoica del mundo, lo que él denomina “mean world syndrome” (Gerbner 1979).

Sin embargo, son muchas las limitaciones que se le han atribuido a la “teoría del cultivo”. Según sus detractores, Gerbner parte de la premisa de que no existen otras fuentes de conocimiento social para el individuo además de la televisión, lo cual no es cierto en la mayor parte de los casos. También se le critica no tener en cuenta las variables psicológicas y de la percepción de cada espectador, y el hecho de obviar el componente cualitativo de la exposición a los medios (Gómez, 2005).

Otra teoría que estudia el papel que juegan los medios de comunicación en el proceso de socialización es la de Bandura y “el aprendizaje social”. Esta mirada analiza el aprendizaje de las conductas de todo tipo a través de los medios y observa, por ejemplo, cómo aquellas que tienen un carácter agresivo aumentan la propensión a la agresividad en los individuos e incluso, conducen a que personalidades violentas de la ficción audiovisual puedan aparecer como modelos de referencia. Además, este autor señala que estos efectos se acentúan en etapas de ‘observación’ cognitiva social tan intensa como es la infancia y la juventud (Bandura, 1977). De esta forma, para Bandura los medios de comunicación no sólo producen efectos de riesgo, sino que, por el contrario, pueden contribuir a la difusión de ejemplos y modelos promotores de la modernización y del progreso en su calidad de agentes socializadores (Bandura, 1980).

Más allá de sus diferencias, las teorías en general coinciden en que la televisión aparece como un importante agente socializador de distintas generaciones, ya que resulta ser una fuente inagotable de mensajes, transmisora de informaciones, proveedora de entretenimiento, educación e información, además de poseer una evidente capacidad de conectar y mostrar las distintas realidades que existen en un mundo globalizado. Todo esto, asociado a la alta exposición de los individuos de los países en vías de desarrollo y desarrollados, en donde la televisión tiene una alta penetración y la cantidad de horas promedio que una persona está frente a ella son considerables (en Chile el promedio de minutos de consumo televisivo, dependiendo de la metodología de medición, se mueve entre los 2:19 según la encuesta del CNTV (2005) y las 3:10:38

horas diarias¹ (según datos del People meter²). A partir de aquello se puede comprender las amplias consecuencias que pueden resultar del simple hecho de ver televisión, especialmente, para los niños, dado que es su segunda actividad más frecuente luego de ir al colegio y entendiendo que ellos están en pleno proceso de formación y además poseen limitaciones en la comprensión de los contenidos de ésta.

II.2 El problema de la Mediación Parental

II.2.a La Mediación de Contenidos televisivos

Sin duda las condiciones en que los niños ven la televisión influyen en la interpretación de sus contenidos, en su significado. De hecho, en general, cualquier significado es el resultado de un proceso de interacción del individuo con su medio y con otros seres humanos (Lull, 1990; Jensen, 1991). Esto, sumado a la evidencia de que los niños no logran entender por sí solos cabalmente los contenidos de la TV (Bunstrom, 1994; Nathanson, 2001) demuestra la importancia de comprender cuáles son las condiciones en que los menores enfrentan los contenidos televisivos y cómo los padres asumen este tema; ya que los receptores se exponen a los mensajes televisivos a partir de las características de su biografía, el contexto sociocultural y sus propios gustos, intereses y necesidades. De esta manera el receptor interpreta las emisiones televisivas que no son otra cosa que versiones que efectúan los realizadores del medio televisivo de la realidad social que desean comunicar.

Entendiendo que los niños son vulnerables a los distintos estímulos y contenidos que la televisión entrega, los padres generalmente presentan preocupaciones respecto de los

¹ Datos correspondientes al año 2006, en el periodo Enero-Diciembre. Fuente: Time Ibope.

² People Meter corresponde a una muestra de hogares con televisor pertenecientes al Gran Santiago más las ciudades de Antofagasta, Valparaíso, Viña del Mar, Talcahuano, Concepción y Temuco, al que se excluyen el nivel socioeconómico E. Incluyendo a individuos a partir de los 4 años de edad. Por medio de ésta puede calcularse el rating u otras variables de consumo televisivo para universos más reducidos, como por ejemplo; individuos entre 4-12 años de edad a través de un programa computacional llamado Telereport, desarrollado por Markttest para el tratamiento de los datos de la audiencia de televisión (Markttest, 1999).

efectos que puede tener la TV en sus hijos (ej.CNTV, 1998). Frente a estas preocupaciones, pueden actuar utilizando normas no escritas en la familia, generando estrategias de mediación parental que tienen el objetivo de disminuir la influencia negativa que la TV potencialmente puede ejercer en sus hijos.

La mediación parental, en este caso funciona como un mecanismo a nivel micro social (dentro del hogar), que se encarga de seleccionar cuales son los contenidos adecuados para el niño según el criterio de los padres. Dependiendo de las actitudes positivas o negativas que posean los padres hacia la Televisión (Nathanson, 2001) éstos enseñan a seleccionar a sus hijos lo que “opinan”, (según valores y creencias basadas en las características propias de su cultura y experiencias personales) que sus hijos pueden ver. De otro modo los padres comentan y traspasan información y apreciaciones que les parecen necesarias para que los niños entiendan de forma “adecuada” lo que la televisión les muestra. Es decir, la toma de decisión parental actúa como filtro para influir de forma positiva en la relación entre los niños y la televisión.

En este sentido, la televisión contribuye de forma activa a la reproducción sociocultural, articulando la subjetividad de las audiencias dentro de las formas culturales y las maneras de actuación social consideradas adecuadas (Orozco, 1992). Esto se da inclusive en aquellos hogares en los que se desestiman todas las potencialidades de la televisión en los cuales, por lo tanto se intenta eliminar la existencia del televisor por otorgarle un efecto desequilibrador. En tal tarea de socialización la televisión es un foco de atención, ya que en efecto, esta crítica sólo aparece a partir del momento en que reconoce la gravitación de la televisión en la vida moderna (Santibáñez, 2003).

II.2.b Tipos de Estudios sobre Mediación Parental

Cuando se habla de mediación parental en televisión se hace referencia a las estrategias empleadas por los padres para influir en el visionado de sus hijos. Dada las potencialidades y riesgos que implica la televisión (que hemos abordado anteriormente) se le atribuye a la familia, a quienes están a cargo de los pequeños y en especial a la

figura de los padres, regular el consumo de los mensajes televisivos de sus hijos. Esto se da por medio de la adopción de estrategias como ver la televisión con los niños, comentar todo tipo de contenido violento con ellos y evitar su exposición excesiva a dichos elementos (Páez et al, 2004).

La literatura que aborda el concepto de mediación parental del contenido televisivo al que están expuestos los niños revela que los padres pueden actuar como moderadores o influenciadores sobre sus hijos (Nathanson, 1999). De todas formas, tanto en Chile como en Europa y EE.UU. no se conocen muchos estudios acerca de los estilos de mediación más frecuentemente usados por los padres y cuales son sus efectos específicos en la formación del niño a mediano o largo plazo.

Los estudios que se han realizado sobre mediación parental indican que existen principalmente 3 formas de analizar el tema (Valkenburg et al, 1999; Nathanson, 1999): La primera categoría de estudios de mediación busca de qué formas se podría ejercer la mediación parental, por lo tanto, se podrían considerar como un tipo de *estudios sobre quien es el precursor* (Abelman y Pettey, 1989; Van Lil, 1995). Estos estudios han encontrado que las madres son más propensas que los padres a restringir que sus hijos vean televisión (Bybee et. al, 1982) y son más propensas a evaluar la televisión para sus hijos (Mohr, 1979). También ha sido observado que los padres con mayores niveles de educación tienden con mayor frecuencia a limitar que sus hijos vean televisión (ver por ejemplo Brown et al, 1990) y a discutir el contenido de los programas con sus hijos (Gross y Walsh, 1980). Finalmente ha sido demostrado que los padres de niños más pequeños tienden a tener mayor mediación de la televisión que los padres de niños mayores (Valkenburg, et. al, 1999). Este tipo de estudios se basa metodológicamente en datos cuantitativos.

La segunda categoría de estudios de mediación ha examinado los *efectos* de la mediación televisiva. Los estudios sobre efectos han mostrado que cuando los padres ven televisión junto a sus hijos, comentando e interpretando los contenidos que están mirando, pueden mejorar el aprendizaje de los niños en programas educacionales (Ball

y Bogatz, 1970), modifica las actitudes de los niños hacia la violencia televisiva (Corder et al, 1978) hace que los niños se sientan más positivos frente a los roles sexuales no tradicionales (Corder et al, 1980), contraatacan los efectos indeseables de los comerciales de televisión (Prasad et al, 1978), calman a los niños que están expuestos a escenas de televisión que puedan causarles miedo (Cantor y Wilson, 1984) y estimulan el conocimiento de los niños sobre el arte y la cultura (Valkenburg et al, 1998). Con la excepción de Dorr et al (1989) y Austin (1993), metodológicamente, esta categoría de estudios sobre los *efectos* de la mediación implica sólo diseños experimentales.

La tercera categoría consiste en estudios que analizan la presencia de mediación de televisión en el hogar (Austin, 1993; Bybee, Robinson y Turow, 1982; Weaver y Barbour, 1992; Valkenburg, et. al, 1999). Este tipo de estudios investiga cuán frecuentemente los padres median el que sus hijos vean televisión, lo restringen, discuten los programas de TV con sus hijos o cuán frecuentemente ellos ven televisión juntos. Estos estudios, están basados principalmente en métodos cuantitativos y han mostrado que el estilo de mediación mas frecuentemente utilizado en países como Holanda y EEUU es el *Covisionado* (Valkenburg, 1999; Bybee et al, 1982; Van Lil, 1995).

II.2.c Presencia y Formas de Mediación Parental

Con el término formas de mediación parental, como mencionamos anteriormente, se hace referencia a los diversos tipos de estrategias de los padres o cuidadores para influir en la relación que mantienen sus hijos con la TV. Estas estrategias han sido investigadas e identificadas por estudios anteriores (Valkenburg, 1999, Nathanson, 2001), lo que permite entenderlas y clasificarlas por medio de acciones concretas.

Existen principalmente tres estilos ampliamente reconocidos de mediación parental, a saber: *Covisionado*, *Mediación Restrictiva* y *Mediación Instructiva*, al que se le agrega,

en algunos estudios, un cuarto tipo de mediación denominado mediación desenfocado (Valkenburg et al, 1999).

Un primer tipo de mediación es el *Covisionado*, es decir, cuando los adultos ven televisión con sus hijos, compartiendo el acto de estar reunidos en el mismo lugar, pero no necesariamente discutiendo acerca de lo que están viendo. El *Covisionado* es considerado una forma de mediación, porque se ha demostrado que tiene efectos positivos en los niños. Al respecto, los estudios indican que padres e hijos admiten sentirse más cercanos uno del otro luego de participar en el *Covisionado* (Bryce y Leicher, 1983), y que los niños aprenden más sobre relaciones humanas si provienen de una familia donde ven TV con sus padres, que los que ven TV solos (Dorr et al, 1989).

Otra forma de mediación es la *Mediación Restrictiva* que consiste en que los padres imponen reglas de comportamiento que impiden a los niños ver determinados tipos de programas o limitan las horas en que éstos ven televisión. Este comportamiento está relacionado, en general, con una actitud negativa hacia la televisión por parte de los padres (Nathanson, 2001).

La *Mediación Instructiva* se refiere al proceso en el cual los padres discuten ciertos aspectos de los programas con los niños, después o durante el programa. De esta forma, los padres tienen la oportunidad de explicarles a sus hijos su percepción de lo que ocurre en los programas de televisión, diferenciándolos de la realidad y entregando valoraciones éticas del comportamiento de las acciones de los personajes de la TV. (Valkenburg et al, 1999)

Estudios internacionales sugieren que el estilo de mediación más frecuentemente utilizado por los padres holandeses (Valkenburg, 1999) es el *Covisionado*, y que la *Mediación Instructiva* es más frecuentemente utilizada que la *Mediación Restrictiva*. Estos resultados son congruentes con estudios anteriores realizados en EEUU (Bybee et al, 1982) y en los países bajos (Van Lil, 1995). Del mismo modo, encontramos

estudios que plantean resultados opuestos, es decir, que la *medición restrictiva* es más frecuente que la *Mediación Instructiva* (Gross y Walsh, 1980, Mohr, 1979; Weaver & Barbour, 1992). A partir de esta inconsistencia, entendemos que ni en los países Europeos, ni en EEUU hay acuerdo en este tema ni existen resultados definitivos.

El estilo de mediación desenfocado, por su parte, ha sido descrito por los autores como un estilo que incluye una desestructurada y relajada aproximación de los padres hacia la televisión. Este estilo de mediación implica que los padres están de acuerdo con diversas afirmaciones, que no necesariamente están lógicamente relacionadas, por ejemplo: se asume que poseen una estrategia desenfocada aquellos padres que reconocen estar preocupados respecto de los contenidos violentos de la televisión y al mismo tiempo, dicen ver TV con sus hijos sólo por diversión (Valkenburg et al, 1999). Sin embargo la mediación desenfocada es un constructo que posee en general una baja validez interna y sus coeficientes tienen poca consistencia, por lo que es considerado en pocos estudios (Vanderburg et al, 1999).

II.3 Estudios en Chile

Interesa incluir en este estudio otras miradas que enriquecen el entendimiento del tema de la mediación parental por medio de instrumentos que afrontan el problema de forma directa y/o tangencial en nuestro país.

En primer lugar se incluyen en este capítulo estudios previos realizados en Chile sobre el tema de la mediación parental. La bibliografía al respecto es escasa, y consta de una investigación a modo de tesis (Ledermann, Valdebenito y Vergara, 1993), además de los datos manejados por el CNTV, entidad que lleva la delantera en cuanto a estudios sobre la televisión se refiere. Luego se incluye información primaria procesada especialmente para esta investigación a partir de los datos del Uso del tiempo³ y el

³El estudio sobre uso del Tiempo es realizado por primera vez en Chile en 1999 (Proyecto FONDECYT N° 1980857), a cargo de Carlos Catalán. Luego, en el 2004, se lleva a cabo el mismo estudio en conjunto con CIMA Group, cuyos objetivos son: (1) Conocer el uso cotidiano del tiempo por parte del consumidor, (2) Identificar el tiempo (cantidad y oportunidad) destinado a uso de medios masivos, (3) Identificar el tiempo (cantidad y oportunidad) destinado a uso

People Meter, instrumentos que poseen en general una alta confiabilidad en el ámbito de los estudios culturales y de comunicación y que serán utilizados en función de que sus datos sirvan para iluminar los posibles resultados de esta investigación.

II.3.a Investigaciones sobre Mediación Parental

Específicamente, existe un estudio realizado anteriormente en Chile que aborda el tema de la Mediación Parental en televisión y consiste en una tesis realizada para optar al grado de licenciado en comunicación social, en la Universidad Diego Portales llamado “*Mediación parental en el consumo televisivo de sus hijos*” (Ledermann, Valdebenito y Vergara, 1993). Esta investigación fue realizada por medio de una encuesta a padres y alumnos entre 6-12 años dentro del gran Santiago, contó con una muestra de 243 padres y 389 niños. Los resultados de este estudio notan que existe una tendencia al *Covisionado* (36.9%), observándose notables diferencias en los distintos estratos (GSE alto 20%, medio 37.2% y bajo 60.3%). Un 56.9% de la muestra dice que conversa sobre el programa con alguna frecuencia mientras ve TV (*Mediación Instructiva*), lo que es similar en los tres estratos. Esto implica que existe interacción familiar cuando están frente a la pantalla, mientras sólo un 5% de los encuestados dice que nunca conversa del programa mientras ve TV (Ledermann, Valdebenito y Vergara, 1993).

Otro estudio que aborda el tema es el CNTV, con “Estado del arte de la investigación sobre niños y televisión” (CNTV, 1999), el cual entrega información relevante acerca de estudios que abordan la mediación parental en Chile.

Existen datos del CNTV de 1996 que evidencian que “*la normativa parental varía según la edad de los niños y su estrato socio económico, siendo los niños de 8 años y los de estrato socio económico alto quienes sufren mayores restricciones*” (págs. 75-76). Otro estudio del Consejo realizado en 1999 que sondea a los propios niños muestra que éstos declaran que en sus hogares existe algún tipo de regulación en un 51.3% de los

de medios de comunicación personal y tecnologías afines, y finalmente (4) Identificar el tiempo (cantidad y oportunidad) destinado a compras, con énfasis en multitiendas y supermercados.

casos. Asimismo, señalan con mayor frecuencia que las reglas dicen relación a no ver televisión mientras se estudia y cuando se come. En cuanto a la regulación de contenidos o *Mediación Restrictiva*, a ellos se les prohíbe ver programas en un 47% de los casos.

En general, las miradas que se han realizado previamente en Chile en cuanto al tema de la Mediación parental tienen un carácter descriptivo y fueron ejecutadas en la década de los noventa, pero proporcionan un marco de referencia más cercano en cuanto a los resultados que podemos esperar en esta investigación. Sus resultados en general indican la presencia de mediación parental en los hogares chilenos es fuerte (bordeando en general, el 50%) ya sea por medio del *Covisionado*, la *Mediación Instructiva* o la *Restrictiva*.

II.3.b Hallazgos a partir del Estudio sobre el Uso del Tiempo y People Meter

El estudio sobre el uso del tiempo tiene por objetivo, entre otros, identificar el tiempo (cantidad y oportunidad) destinado a uso de medios masivos, medios de comunicación personal y tecnologías, compras, transporte, etc. (cualquier categoría de interés particular). Éste se realizó en el año 2004 mediante la entrega de un *cuadernillo de tiempo*, donde la persona seleccionada en el hogar registró sus actividades durante la semana, describiéndolas en intervalos de 15 minutos, en caso de ser mayor de 12 años, mientras para los menores de esa edad, los encargados de llenar el cuadernillo de actividades fueron los padres. La muestra constó de 2.156 individuos que fueron medidos en dos oportunidades (1 día de semana y un fin de semana), lo que entregó un total de 4.888 días medidos.

Gracias a esta metodología, el estudio sobre uso del tiempo (CIMA, 2004) permite saber cuales son las actividades principales de los niños de 6-12 años durante el día. Estos datos indican que una de las actividades más importantes de los niños durante la semana (lunes-viernes) junto con las que se pueden denominar “vitales” como comer o dormir, es ver televisión (ya sea por medio de la señal abierta o de pago), al igual que

estudiar y asistir a clases. De hecho, ver TV corresponde a la principal actividad en que los niños ocupan su **tiempo libre** durante la semana. En cuanto a las actividades más importantes que realizan los niños durante el fin de semana, sobresalen otras actividades que ellos realizan durante su tiempo libre, específicamente “Caminar, pasear” y “Reunirse con amigos o familiares” pero la Televisión sigue teniendo una presencia importante dentro de la rutina de los menores.

Al respecto, los datos del uso del tiempo arrojan que principalmente durante la semana (de lunes a viernes), el ver TV se realiza a partir de las 15:00 hrs., lo que coincide con el retorno de los niños desde el colegio. En ese minuto, el visionado de televisión aumenta progresivamente hasta lograr su máximo (alrededor del 60% de los menores) en torno a las 20:00-21:00 hrs., es decir, lo que corresponde al horario de las teleseries en televisión abierta. Durante el fin de semana, aumenta notoriamente el visionado de televisión en el horario matinal, entre las 10:00-13:00 hrs., y también se vislumbra un notable aumento entre las 20:00 y las 22:00 hrs., a pesar de no alcanzar el máximo de la semana, pero manteniendo un promedio mucho más sostenido durante el día.

Para complementar esta información, los datos del People Meter, señalan que durante el año 2006 los niños entre 4 y 12 años vieron un promedio diario de 3:10:48 de televisión. Los programas más vistos por los niños en este periodo coinciden con los horarios anteriormente citados como en los que los niños ven más TV. Pero los programas que ven con mayor frecuencia no corresponden del todo con programas hechos para niños de esa edad. En efecto, podemos dividir los programas más vistos por los niños de 4-12 años en dos grupos: en primer lugar 5 de los 10 programas más vistos se transmiten en el horario destinado a programación infantil en los canales de TV abierta, es decir, los fines de semana entre las 10:00 y 14:00 hrs., lo que implica un consumo individual de los niños, que no involucra necesariamente un visionado de los padres, ya que la participación adulta en tales programas es claramente menor (ver tabla N° 1). En segundo lugar, los cinco programas restantes son emitidos en horario para adultos, es decir, alrededor de las 22:00 hrs. Estos programas tienen una alta presencia de público adulto lo que podría significar la existencia de mediación parental

mediante estrategias de *Covisionado* o *Mediación Instructiva*, es decir que se ve TV en familia, permitiendo que se produzca la oportunidad de interacción y conversación en torno a la televisión entre padres e hijos.

Tabla N°1: “10 Programas más vistos por niños entre 4-12 años durante el año 2006”

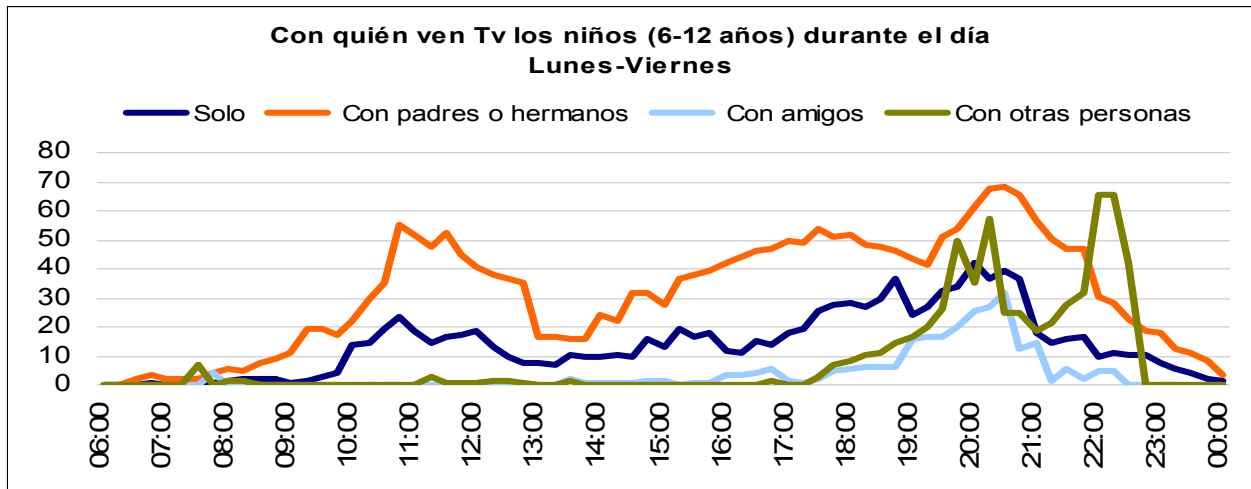
	Programa	Hora	Duración	Cadena	4-12 años Rat%	25-49 años Rat%
1	ZOOLO TV BKN Y REBELDE EN CHILE	11:44:00	0:42:00	Mega	16,3	3.7
2	ZOOLO TV BKN BAKAN LA LLEVA	11:44:30	0:31:45	Mega	13,5	3.6
3	FESTIVAL DE VIÑA DEL MAR	21:57:10	5:06:50	UCat	11,5	17.0
4	FLORIBELLA	20:17:21	0:42:16	TNac	10,7	7.0
5	CINE PLATINUM	21:59:45	2:34:15	Red	9,8	8.3
6	ZOOLO TV BKN BAKAN ESPECIAL	13:44:45	1:18:15	Mega	9,7	2.9
7	COMPLICES	20:18:13	0:41:31	TNac	9,6	10.1
8	WALLACE AND GROMITT	10:46:00	0:49:00	TNac	9,4	3.2
9	LOS SIMPSONS	18:57:14	0:57:08	UCat	9,1	3.5
10	ZOOLO TV BKN BAKAN	11:04:20	0:37:12	Mega	8,6	2.6

= Horario Infantil
 = Horario Prime (Adultos)

Entendiendo que los niños chilenos están ampliamente expuestos a los mensajes televisivos en horarios donde no necesariamente se muestran contenidos adecuados para menores, el estudio sobre el Uso del Tiempo permite saber con quién realizan esta actividad, es decir, si los mensajes televisivos son mediados por la presencia de algún familiar o adulto. Por medio de esta vía, es decir, de forma indirecta, se puede tener una idea acerca de lo que está pasando en Chile en relación a las estrategias utilizadas por los padres para ejercer la mediación como es el *Covisionado* o la *Mediación Instructiva*.

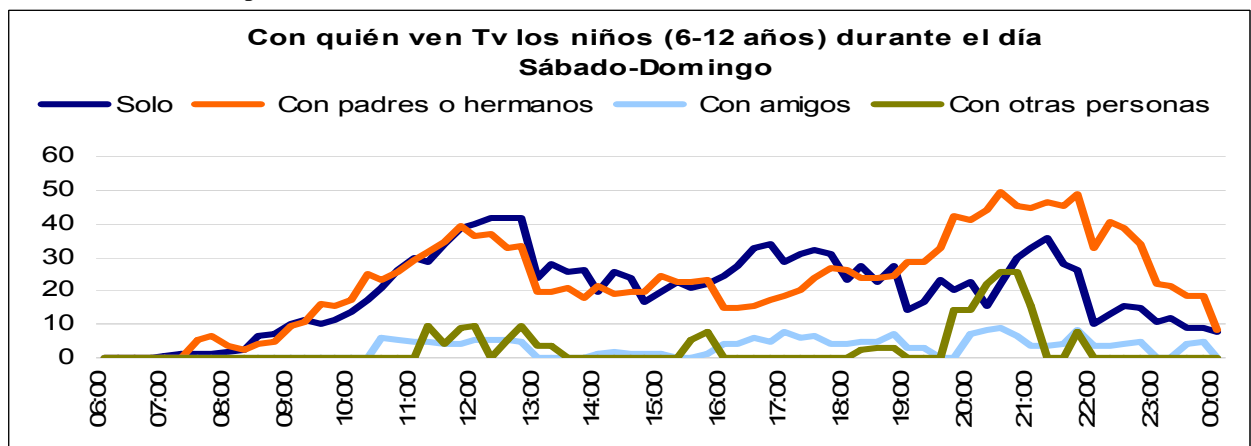
Al respecto, El gráfico N°1, indica que en general, la mayor parte de los niños ve TV en compañía de familiares u otras personas adultas, pero también existe una considerable cantidad de niños que ven TV solos o con amigos. A partir de esto, se puede colegir que en Chile, durante la semana (lunes a viernes) el *Covisionado* es una estrategia ampliamente utilizada por los padres y cuidadores de los niños, llegando a superar el 60% en el horario peak (entre las 20:00 y las 22:00 hrs.), lo que indica que el 60% de los niños que ven TV en ese horario están en compañía de algún familiar.

Gráfico N° 1: “Compañía de niños al ver TV durante la semana”



El gráfico N°2 indica cuál es la situación durante el fin de semana y ésta muestra notables diferencias, ya que el porcentaje de niños que ven TV solos aumenta considerablemente a lo largo de todo el día y durante la tarde (entre las 16:00 y las 18:00 hrs.) incluso supera a aquellos que están acompañados, lo que implica que la mediación parental por medio de estrategias como el *Covisionado* o la *Mediación Instructiva* se realiza con mucho más frecuencia durante la semana, dado que el fin de semana, los padres permiten en mayor medida que los niños vean TV solos, como muestra el gráfico N°2.

Gráfico N° 2: “Compañía de los niños al ver TV durante el fin de semana”



El presente marco teórico ha puesto en contexto cual es el lugar que ocupa la televisión en la sociedad, especialmente enfatizando en su rol socializador y el impacto que éste

puede tener en la infancia. Por otro lado abarca la relación que poseen los niños con la televisión y cuales son sus potencialidades, a partir de estudios que ven esta relación como positiva y otros que la caracterizan como conflictiva. En una segunda etapa se establecen los diversos estudios que se han realizado para investigar la mediación parental y cuales son las diversas estrategias que se han identificado hasta el momento. Y finalmente se entrega información bibliográfica y complementaria existente en nuestro país que permite iluminar con datos existentes la situación que se da en Chile en cuanto a la mediación parental en televisión.

III. Objetivo General y Específicos

A continuación se explican cuáles son los objetivos generales y específicos del presente estudio y cuál será la metodología a seguir.

III.1. Objetivo General:

El objetivo general del estudio consiste en identificar cuáles son las estrategias que utilizan los padres y/o guardadores chilenos para mediar el visionado de televisión de sus hijos.

Esto es pertinente debido a que en nuestro país no existen muchos datos al respecto, y los que ya hemos revisado anteriormente fueron realizados en la década anterior, por lo que este estudio constituye una fuente de datos actualizados (cuestión relevante dado que la realidad mediática está en constante cambio y movimiento) en nuestro país.

III.2. Objetivos Específicos:

Los objetivos específicos del presente estudio buscan:

- Identificar el porcentaje de hogares en que existe mediación parental y caracterizarlos.
- Determinar cual es el peso porcentual de cada uno de los estilos de mediación parental que se dan en Chile.
- Explicar cuál es la asociación entre los diversos estilos de mediación parental existente con variables de caracterización como el género de los padres, el nivel socio económico de la familia y la edad de los niños(as) en el uso de cada estilo de mediación.
- Determinar si existe asociación entre la preocupación de padres por los contenidos violentos, los contenidos que pueden inducir miedo a sus hijos o los contenidos sexuales de la televisión y el estilo de mediación utilizado.

IV. Marco Metodológico

IV.1. Diseño de Investigación

Para responder a los objetivos planteados anteriormente, se utilizó un diseño de investigación de tipo cuantitativo.

Tipo de Diseño: Cuantitativo:

Esta etapa de la investigación presenta un carácter principalmente exploratorio porque la muestra utilizada no presenta un carácter representativo, también es descriptivo, ya que a través de él es posible describir variables, y por último es asociativo, ya que permite relacionar diversas variables.

Además este tipo de metodología, permite establecer un tipo de relaciones a nivel agregado que podría generar una visión más general del fenómeno. Y a través de análisis estadísticos, determinar la fuerza de asociación o correlación entre tales variables (Hernández et al, 2003).

Así entendemos que para lograr los objetivos que se persiguen en el presente trabajo la metodología cuantitativa proporciona las herramientas indicadas, dentro del marco de describir cuales son las estrategias de mediación parental más utilizadas y establecer cuales son las relaciones de ésta variable, con factores socioeconómicos, culturales y de género.

Para llevar a cabo esta etapa del estudio, se utilizó como instrumento exploratorio una encuesta anónima y voluntaria proveniente de un estudio anterior hecho por Valkenburg et al (1999), en Holanda. Ésta fue adaptada de manera que concuerde con la cultura local. Previamente, se realizó un pre-test a un grupo de 10 padres de niños entre 6 y 12 años, pertenecientes a distintos segmentos de la muestra para comprobar la pertinencia y estructura del instrumento.

Muestra

La unidad de análisis de nuestro estudio son los padres de niños escolarizados que tengan entre 6 y 12 años de edad y por lo tanto, a ellos se les aplicará el instrumento.

El muestreo consta aproximadamente de 319 casos y se realizó en dos etapas. En primer lugar se realizó una elección deliberada, según factibilidad de los colegios de comunas de clase media de la región metropolitana que posean alumnos entre 6 y 12 años (correspondientes a los cursos 1° y 7° básico). Los colegios escogidos fueron el liceo Leonardo Murialdo de la comuna de Recoleta y el Liceo Horacio Aravena Andaur perteneciente a la corporación municipal de San Joaquín. Durante la segunda etapa se fue a los colegios en el mes de Noviembre, en los días en que se realizó la reunión de apoderados de los cursos básicos y se seleccionaron los cursos por medio de sorteos procurando una relativa dispersión en las edades de los niños (escogiendo cursos de distinto nivel en cada colegio). En la reunión de apoderados de los cursos escogidos se aplicó la encuesta a los padres.

Tabla N°2: “Distribución de la muestra”

	Variable	Frecuencia	Porcentaje
Colegio	Liceo Leonardo Murialdo	204	63,9
	Liceo Horacio Aravena	115	36,1
Edad niño	6-8 años	99	31
	9-10 años	101	31,7
	11-12 años	119	37,3
Base: 319 casos			

Instrumento

El instrumento (ver anexo N°1) consiste en una encuesta estructurada con preguntas cerradas basada en el estudio de Valkenburg et.al. (1999) y adaptada a la realidad nacional. Ésta consta de cuatro etapas en las cuales se investiga acerca de (1) las características generales de clasificación del encuestado, (2) los hábitos de consumo televisivo, (3) las actitudes que tienen los padres en torno al visionado de sus hijos, y (4) las preocupaciones de los padres respecto de la relación entre sus hijos y la TV. De

esta forma, se realiza una aproximación que abarca todos los tópicos del tema abordado, para que se logren los objetivos de la investigación formulados anteriormente

Procedimiento

El procedimiento de recolección de datos constó de dos etapas: la primera consistió en un pre-test para afinar los detalles del instrumento y verificar su pertinencia. Esta etapa fue realizada a una pequeña muestra de alrededor de 10 padres y apoderados de niños entre 6-12 años pertenecientes a diferentes estratos socio económicos.

La segunda etapa fue la aplicación de la encuesta ya verificada a alrededor de 350 personas, padres y apoderados por la vía de la auto-aplicación del instrumento, supervisado por un investigador que instruyó su correcto uso. El lugar de la recogida de datos fue la sala de clases donde se realizaron las reuniones de apoderados, de modo que los padres estuvieran congregados en un lugar común.

Análisis de Datos

El primer acercamiento que se realizó a la base de datos es de tipo descriptivo, es decir, se analizaron los resultados de las frecuencias, los porcentajes de cada variable (neto y acumulado), en general, esto permite conocer la distribución de la muestra según sus características principales.

Otro método utilizado para analizar los resultados de las encuestas fue el análisis factorial, este es el nombre genérico que se da a una clase de métodos estadísticos multivariantes cuyo propósito principal es sacar a la luz la estructura subyacente en una matriz de datos. Analiza la estructura de las interrelaciones entre un gran número de variables no exigiendo ninguna distinción entre variables dependientes e independientes (Figueras y Gargallo, 2006) y se aplicó con el fin de comprobar la pertinencia de las preguntas y su asociación según estilos de mediación

Un tercer método fue el de asociación de variables, que permitió establecer el nivel de relación entre los estilos de mediación utilizados y las preocupaciones que poseen los padres con respecto a la TV.

V. Características Generales de la Muestra

Un primer punto relevante para el análisis es aclarar cuales son las características generales de la muestra, ya que éstas otorgan el marco de referencia necesario para entender el contexto en el que se ubicarán las posteriores conclusiones del estudio. En un primer momento se revisan las características de los *padres encuestados*, para luego examinar los resultados en cuanto a las características socio demográficas y sobre consumo de televisión de los *niños*.

V.1. Características de los Padres

A continuación se exponen las características generales de los apoderados presentes en las reuniones de cursos entre primero y séptimo básico del Liceo Leonardo Murialdo de Recoleta y el Liceo Horacio Aravena Andaur perteneciente a la corporación municipal de San Joaquín. La encuesta fue realizada en Noviembre de 2006 y la muestra final consta de 319 casos cuyos rasgos son los siguientes (ver tabla N°3):

Respecto a la edad de los apoderados, la mayor parte de la muestra (84.6%) se encuentra entre los 30 y 49 años de edad. Lo que genera una muestra conformada principalmente por adultos medios.

En términos de la relación del apoderado con el niño por el cual asiste a reunión, la muestra se caracteriza en su mayoría por incluir a los padres de los niños, quienes constituyen un 91.8% del total de los encuestados.

Dentro de las reuniones de apoderados, como era esperable, se encuestó principalmente a apoderadas mujeres, las que conforman un 67.7% de la muestra, sin embargo, el grupo de apoderados hombres es significativo y llega al 32.3%.

En términos de nivel educacional, los apoderados poseen principalmente educación media completa (27.6%), o bien, técnica completa o universitaria incompleta (31.7%). Si

agrupamos estas categorías, para un entendimiento más global, obtenemos una muestra donde la mayor parte de los encuestados, es decir, un 47.3% de ellos posee una baja educación (desde la categoría sin estudios hasta media completa); un 38% declara tener estudios medios (desde técnica incompleta a técnica completa o universitaria incompleta) y sólo un 14.7% de la muestra posee alta educación (universitaria completa o más).

Tabla N°3: "Frecuencias Características generales de la muestra"

		Frecuencia	Porcentaje
Grupo etario apoderado	0-29	28	8,8
	30-39	144	45,1
	40-49	126	39,5
	50 o más	21	6,6
	Total	319	100,0
Relación	hijo	293	91,8
	sobrino	4	1,3
	hermano	7	2,2
	nieta	14	4,4
	otro	1	0,3
	Total	319	100,0
Género del apoderado	hombre	103	32,3
	mujer	216	67,7
Educación del apoderado	sin estudios	1	0,3
	básica incompleta	9	2,8
	básica completa	13	4,1
	media incompleta	40	12,5
	media completa	88	27,6
	técnica incompleta	20	6,3
	técnica completa o universitaria incompleta	101	31,7
	universitaria completa o mas	47	14,7
	Total	319	100
Trabajo	dentro de la casa	116	36,4
	fuera de la casa	203	63,6
	Total	319	100,0
Grupo socio económico	C3-D	115	36,1
	C2-C3	204	63,9
	Total	319	100,0
Base: 319 casos			

La mayor parte de los apoderados (63.9%) declara que su principal fuente de trabajo se encuentra fuera de su casa, aunque quienes trabajan dentro de la casa constituyen una grupo importante de ésta (36.4%).

La encuesta se realizó a apoderados de clase media en general, sin embargo ellos se pueden clasificar en grupos de clase media baja y clase media según el colegio de pertenencia del alumno. Este dato es consistente con la ubicación geográfica, la infraestructura y las características del colegio al que pertenecen. De esta forma la encuesta se compone según grupo socio económico en su mayoría por apoderados de clase media C2-C3 (63.9%), pero existe un grupo importante perteneciente al grupo C3-D, o clase media baja (36.1%).

V.2. Características de los niños en términos socio demográficos y de exposición a la TV

A continuación se observan las características socio demográficas de los niños, lo que se grafica en la tabla número 4. La edad de los niños fluctúa entre los 6 y los 12 años, los niños incluidos en la muestra se dividen en grupos equilibrados según edad, mientras que hay una leve diferencia por género, resultando ser más hombres que mujeres. Finalmente la mayor parte de los niños encuestados poseen televisor en su dormitorio (56.7%).

Tabla N°4: “Estadísticos descriptivos sobre características demográficas de los niños”

		Frecuencia	Porcentaje
Grupo Etareo Niño	6-8 años	99	31
	9-10 años	101	31.7
	11-12 años	119	37.3
Género Niño	Hombre	176	55.2
	Mujer	143	44.8
TV en el dormitorio	No	138	43.3
	Si	181	56.7
Base: 319 casos			

El instrumento incluye preguntas sobre consumo de televisión de los niños (ver tabla N°4), desde tenencia de aparatos televisivos hasta frecuencia de visionado del niño distinguiendo entre días de semana, sábado y domingo.

En promedio, el número de televisores por casa es de 2,7 aparatos en este estudio, cifra un poco mayor a la que indica el CNTV en su encuesta nacional del 2005, que asciende a 2,3 televisores por hogar.

Respecto de su ubicación dentro de la casa, 231 personas (72.4%) tienen la TV en el living-comedor, 43 (13.5%) en la cocina, datos que coinciden en general con los resultados del CNTV⁴, lo que quiere decir que un alto porcentaje de los encuestados ubican el televisor en *lugares comunes* dentro del hogar, lo que les permite eventualmente ejercer el visionado en familia. Por otro lado, respecto de la ubicación de la TV en lugares donde se puede dar más fácilmente un *consumo más personal o restringido*, 264 (82.8%) señalan tener la TV en el dormitorio principal, 181 (56.7%) en el dormitorio del niño por el que asistieron a la reunión, y 83 (26.0%) tienen la TV ubicada en otro sitio (no especificado) del hogar. Estos datos también concuerdan con estudios anteriores⁵.

Respecto de la magnitud del consumo televisivo infantil, se realizó un análisis de regresión entre el grupo socio económico de la familia y la cantidad de horas que los niños ven TV. Esta exploración arrojó un $R = -.305$ ($p < 0.01$), lo que significa que los niños de clase media baja ven en promedio más horas de TV que los niños de clase media como muestra la tabla N° 6. Esto evidencia que el consumo televisivo infantil no es uniforme en todos los sectores socio económicos.

Una hipótesis sobre este fenómeno nos la otorga el CNTV que indica que para los padres de estrato bajo la preocupación sobre consumo televisivo de sus hijos es menor, en la medida que la televisión representa una alternativa casi única y más segura de uso del tiempo libre de sus hijos, en contraste con los peligros de la calle⁶.

⁴ Consejo nacional de televisión /Adimark: Encuesta nacional de televisión 2005: Principales resultados. En este estudio 68,5% tiene la TV en el living comedor, y un 7,6% en la cocina.

⁵ CNTV y PUC, 1999: ya citado. Muestra que un 57% de los niños posee TV en su hogar y el 70.2% de los hogares posee TV en el dormitorio principal

⁶ 1998: Televisión y niños, percepciones de los padres. CNTV, Santiago, Chile. Pag. 7

Tabla N°5: “Estadísticos descriptivos de preguntas sobre consumo televisivo”

	N	Media	Mediana	Moda	Mínimo	Máximo
Cuantos televisores hay en su casa?	319,0	2,7	3,0	2,0	0,0	8,0
Cuantos días su hijo ve TV de lunes a viernes?	319,0	4,6	5,0	5,0	0,0	5,0
De lunes a viernes, cuantas horas de TV ve su hijo?	319,0	2,7	2,0	2,0	0,0	12,0
Cuantas horas de TV ve el sábado?	319,0	3,1	3,0	2,0	0,0	10,0
Cuantas horas de TV ve el domingo?	319,0	3,0	3,0	2,0	0,0	12,0
Horas TV	319,0	2,8	2,6	2,3	0,0	10,4
Base: 319 casos						

Tabla N°6: “Consumo televisivo infantil según grupo socio económico”

	Clase media baja	Clase media
	Media	Media
De lunes a viernes, cuantas horas de TV ve su hijo?	3,41	2,38
Cuantas horas de TV ve el sábado?	3,80	2,76
Cuantas horas de TV ve el domingo?	3,57	2,71
Horas TV	3,64	2,60
Base: 319 casos		

Respecto de la frecuencia general con que los niños ven TV durante los días de semana, la mayor parte de los apoderados (82.8%) declaran que su hijo ve televisión los 5 días (de lunes a viernes) con un promedio de 2.7 horas diarias. Mientras los fines de semana las horas de exposición a la TV aumentan, ya que el día sábado 283 apoderados (88.7%) declaran que sus hijos ven TV ese día, con un promedio de 3.1 horas diarias. El domingo, el panorama es parecido ya que 289 apoderados (90.6%) dicen que su hijo ve TV ese día con un promedio de 3 horas diarias.

En consecuencia, el promedio general de visionado de TV de los niños durante la semana es de 2,8 horas diarias según lo que sus padres declaran. Y el consumo de TV los fines de semana es un poco mayor en promedio que en los días de semana (de lunes a viernes).

Podemos ahondar en este dato por medio del People meter que entrega información no mediada por los padres y correspondiente a todos los estratos socio económicos, exceptuando el segmento E, que se realiza a través de un instrumento de tipo cuantitativo que implica una recogida de los datos a partir de la experiencia concreta del televidente, no mediado por opiniones o percepciones.

Los datos indican que en promedio el 2006 los niños entre 4 y 12 años vieron televisión 3:10:32 (a diferencia de nuestra investigación que arrojó un promedio de 2.8 horas, como se señaló anteriormente) al día, donde los meses con mayor visionado son Junio y Julio (3:38:08 y 3:50:19 respectivamente) y los meses donde los niños ven menos TV son Marzo y Noviembre (2:57:19 y 2:51:31 respectivamente), lo que implica un claro factor de estacionalidad que interfiere en la cantidad de horas que los niños están expuestos a la televisión⁷. La diferencia entre este resultado y la encuesta puede deberse a que efectivamente el People meter no está mediado por los padres y no hace referencia a una percepción, sino a una medición de tipo directa, es decir a factores netamente metodológicos, además de la consideración del mes en que se realizó la encuesta (Noviembre).

Esta centralidad de la televisión como actividad en la rutina diaria de las personas, se puede explicar en gran parte por la flexibilidad que tiene este medio, que permite hacer otras actividades de manera simultánea (Catalán, 2007). De hecho, el visionado de la TV puede realizarse como primera, segunda o tercera actividad. Por ejemplo, se puede estar conversando y viendo televisión o hablar por teléfono teniendo como trasfondo la pantalla. Sólo un porcentaje del visionado se transforma en actividad exclusiva.

En síntesis este capítulo expone tres puntos importantes de destacar: en primer lugar según las características de los apoderados, la muestra es dominada principalmente por adultos medios, que son padres de niños entre 6 y 12 años, en su mayoría mujeres con educación baja, que trabajan fuera del hogar y pertenecen a la clase media o grupo C2-C3. En segundo lugar, los niños de la muestra poseen entre 6 y 12 años distribuyéndose uniformemente en grupos de edad y sexo. Finalmente al interior de los hogares es muy frecuente que el televisor se encuentre en lugares comunes que propician el consumo en familia, mientras que los hábitos de consumo televisivo de los niños varían según su nivel socio económico, resultando notoriamente visible que los

⁷ Fuente: Time Ibope. Datos analizados por la investigadora.

niños de clase media baja ven en promedio más horas de TV al día que los niños de clase media.

VI: Formas de Mediación

Previo a analizar las distintas formas de mediación observadas en el estudio, un punto adicional importante de mencionar se refiere a cuales son las preocupaciones de los padres respecto de los posibles factores de riesgo que implica la TV para sus hijos. Luego se indaga sobre las preguntas utilizadas para conformar cada estilo de mediación, para saber cuales son las conductas más y menos frecuentemente utilizadas por los padres respecto del tema de la relación entre sus hijos y la TV. En un tercer punto se investiga cual es el estilo de mediación más frecuentemente utilizado por los padres de la muestra y se comparan estos datos con resultados de estudios anteriores.

VI.1. Preocupaciones de los padres

Por medio del instrumento se sondearon las preocupaciones de los padres respecto de los efectos negativos asociados a la televisión. Esto se realizó a través de una serie de preguntas que incluyen inquietudes por la *violencia, el sexo, el miedo, o el aumento de peso* que puede causar la TV en los pequeños, las que se responden en función del grado de preocupación de los padres respecto de estos temas, midiéndolo a través de una escala de preocupación anteriormente utilizada por el estudio holandés de Valkenburg (1999) que divide las respuestas en 4 categorías: Muy preocupado (4) moderadamente preocupado (3), Un poco preocupado (2), y No estoy preocupado (1).

En general, como muestra la tabla N° 8, los resultados tienden a aglutinarse en respuestas que denotan mayor preocupación (más cercanos a 4) y consecuentemente las frecuencias se concentran en la categoría *Muy preocupado* en todas las preguntas.

Como indica el índice de correlación, las variables que hacen alusión a un mismo tema están altamente correlacionadas ($p < 0.01$), por lo tanto, se puede hablar con propiedad de indicadores que apuntan a la *preocupación sobre (1) aumento de peso, (2) miedo, (3) sexo y (4) violencia causados por la TV a sus hijos.*

Las medias más bajas se encuentran en las preguntas relacionadas a los ítems sobre *preocupación por el aumento de peso* o sedentarismo de su hijo frente al televisor (2.99 y 3.18) y sobre *preocupación acerca de que la TV puede asustar o causarle pesadillas* a su hijo (ambos con promedio 3.04) lo que denota una menor preocupación de los padres respecto de estos temas.

Por otro lado, los ítems con mayores promedios, lo que evidencia mayor preocupación en general, son aquellos sobre *preocupación por temas sexuales* (3.25 y 3.21) y *preocupación por la violencia* (ambas con 3.30).

El Test de diferencias de medias indica que no existen diferencias significativas al interior de los grupos, lo que confirma la consistencia de los indicadores sobre las diferentes preocupaciones de los padres.

El test de diferencia de medias además comprueba que existen diferencias significativas ($p < 0.01$) entre los ítems de *Preocupación sobre la violencia y miedo* ($t_{(.26)} = 5.7$), lo que comprueba que las preocupaciones de los padres sobre las posibles influencias negativas de la TV en sus hijos más frecuentes son las referidas a la *violencia que la TV puede causar*, mientras las que se dan menos frecuentemente son las que implican *miedo* hacia sus contenidos.

Por otro lado, la variable *preocupación por la violencia* está levemente relacionada con la educación de los padres ($R = .111$; $p \leq 0.05$), lo que implica que la preocupación de los padres sobre los contenidos violentos de la TV es levemente más frecuente en los padres que poseen un nivel de educación más alto.

Estos resultados son consistentes y se pueden complementar con un estudio cualitativo realizado anteriormente en Chile por el CNTV⁸, el que indica que en el contexto de los contenidos programáticos, la principal preocupación la concita la violencia. Y a nivel

⁸CNTV; 1998: op. Cit. Pág. 9

más específico el estudio infiere que esto se percibe afectando conductas y formas de expresión, pero también la relación valórica y normativa. En cuanto a las conductas, la preocupación más mencionada en el estudio cualitativo del CNTV al igual que en la presente investigación (ver tabla N° 7) es la imitación de conductas violentas y los comportamientos sociales agresivos, tanto verbales como físicos. También preocupan los efectos normativo/ valóricos de la violencia, principalmente la aceptación o legitimidad de la violencia en tanto recurso individual o social para solucionar conflictos o lograr ciertos fines. Ambas preocupaciones son las más citadas en igual magnitud por los padres en el presente estudio como se explicó más arriba. También preocupa el posible efecto de insensibilidad de los niños ante estos contenidos.

El segundo contenido televisivo indicado por los padres como preocupante se refiere al contenido erótico que puede tener la TV (3.21 y 3.25), lo que también coincide con el estudio antes citado perteneciente al CNTV⁹, el que complementa esta información indicando que algunos de los programas de contenido erótico, sexo explícito y sobre exposición del cuerpo que se dan en TV no son cuestionados en sí mismos, pero se considera que sus guiones son para personas con criterio formado y por lo tanto inconvenientes para niños y adolescentes. Otros programas son criticados por tener una orientación reprochable en materia de moral sexual, considerada inadecuada sobretodo para adolescentes. Mientras que nuestro estudio indaga sobre todo en las consecuencias que puedan tener este tipo de programas en el desarrollo prematuro de la sexualidad en el niño.

El estudio del CNTV brinda una aproximación cualitativa de este tipo de preocupación, donde los padres respecto de los contenidos en general critican principalmente la emisión de este tipo de programas en horario para todo espectador. Los programas más mencionados son las películas, particularmente las transmitidas en las señales de cable y la publicidad con connotación erótico sexual de los canales abiertos. Finalmente, aparece una cierta preocupación entre algunos apoderados respecto de

⁹ CNTV; 1998: op. Cit. Pág. 11-12

indicios de contenido erótico en programación infantil, en particular en los dibujos animados, lo cual genera gran rechazo.

Tabla N° 8: “Estadísticos descriptivos de preguntas sobre preocupaciones de los padres”

	A usted le preocupa que los programas de TV puedan.....	Media	Desv. Standar	% Muy Preocupado	Diferencia de medias intra grupos	Índice de Correlación	Medias por Grupos
Aumento de peso	Influir en el aumento de peso de su hijo?	2,99	1,19	50,5%	.19	.675	3,08
	Fomentar en su hijo un comportamiento sedentario?	3,18	1,09	55,8%			
Miedo	Asustar a su hijo?	3,04	1,08	46,1%	0	.733	3.04
	Causarle pesadillas a su hijo?	3,04	1,12	49,2%			
Sexo	Mostrar a sus hijos prematuramente temas sexuales?	3,21	1,06	56,4%	0.04	.745	3.22
	Animar a su hijo prematuramente a iniciarse sexualmente?	3,25	1,05	58,3%			
Violencia	Estimular a su hijo a imitar la violencia?	3,30	1,05	63,0%	0	.636	3.3
	Animar a su hijo a pensar que la violencia es una forma aceptable de resolver problemas?	3,30	1,06	63,3%			

Base: 319 casos

VI.2. Formas de Mediación

En el estudio se realizaron preguntas para sondear las formas de mediación utilizadas por los padres respecto de la relación de sus hijos con la TV. El comportamiento de éstas se da de tal modo, que los promedios de las respuestas en general es cercano a 4, es decir, que los apoderados realizan las actividades que se les pregunta frecuentemente.

Un análisis factorial efectuado a este grupo de preguntas arrojó resultados concluyentes respecto de la existencia de 3 claras estrategias de mediación, a saber: *Mediación Instructiva*, *Mediación Restrictiva* y *Covisionado* (Ver Anexo N°1). Estas estrategias resultan ser exactamente las mismas descritas por Valkernburg (1999), lo cual le da validez al instrumento.

Un análisis de las frecuencias de medias a cada uno de los ítems (ver tabla N°5) indica que en general, el mayor nivel de acuerdo se observa en la variable “se ríe con sus hijos sobre las cosas que ustedes ven en TV” (*Covisionado*), lo que revela en algún

grado la importancia que tiene la televisión como elemento utilizado para compartir experiencias entre padres e hijos dentro de las familias. La menor frecuencia se da en la pregunta “*determina por adelantado los programas que sus hijos pueden ver*” (*Mediación Restrictiva*), lo que implica un bajo nivel de premeditación de los padres, respecto de las reglas que imponen a sus hijos en función de los contenidos televisivos.

En un análisis inter grupos, se observa que dentro de la *Mediación Instructiva* el mayor grado de frecuencia declarada se obtiene al preguntar “*Les ayuda a distinguir las cosas realmente importantes que ven (sus hijos) en televisión*” cuestión que está en concordancia con la hipótesis que indica que la televisión es una significativa fuente de socialización para los niños (ver marco teórico, Pág. 8-10), ya que los padres con frecuencia utilizan el visionado de este aparato para transmitirles a sus hijos puntos de vistas, valores o visiones, ya sea de forma directa o indirecta. Mientras que la pregunta que obtuvo la menor frecuencia en esta escala fue “*Les explica las motivaciones de los personajes de televisión*” lo que implica de por sí que los padres estén al tanto de los contenidos que ven sus hijos en TV, mediante un visionado atento, lo que involucra una mayor dificultad.

Dentro de la *Mediación Restrictiva* la pregunta con mayor grado de frecuencia declarada resulta ser “*Les dice a sus hijos que apaguen el televisor cuando esta viendo un programa inadecuado*”, lo que indica el alto nivel de reacción de los padres cuando creen que sus hijos están ante contenidos inadecuados para su edad. Esto también nos indica que eminentemente lo que prima en las reacciones de los padres son las que no requieren planificación previa y más que una actitud de diálogo o entendimiento se da en mayor grado una respuesta conductual que implica un ejercicio de autoridad. Mientras que la pregunta con menor frecuencia en la *Mediación Restrictiva* coincide con la menor frecuencia en general: “*determina por adelantado los programas que sus hijos pueden ver*”, como analizamos más arriba.

En cuanto al *Covisionado*, la mayor frecuencia declarada (que es también la mayor frecuencia general) se observa en la variable “*se ríe con sus hijos sobre las cosas que*

ustedes ven en TV". Mientras que la menor frecuencia dentro del *Covisionado* se da en la pregunta "Miran juntos la TV sólo por diversión". Lo que se puede asociar a la hipótesis de que la pregunta aparentemente estaría mostrando la existencia de otras motivaciones que medien el *Covisionado* entre padres e hijos, por ejemplo que miran juntos por aburrimiento, para pasar el tiempo, o para guiar su visionado, etc.

Tabla N°8: "Estadísticos descriptivos de preguntas sobre formas de mediación"

	Cuan seguido usted	Media	Mediana	Moda	Desv. Standar
<i>Mediación Instructiva</i>	Les explica porqué algunas cosas que hacen los actores son malas?	3,48	4,00	4,00	0,82
	Les ayuda a distinguir las cosas realmente importantes que ven en televisión	3,59	4,00	4,00	0,69
	Trata de ayudar a su hijo a entender lo que ella ve en televisión?	3,54	4,00	4,00	0,69
	Les explica las motivaciones de los personajes de televisión?	3,20	3,00	4,00	0,85
	Le explica porqué algunas cosas que hacen los actores son buenas?	3,35	3,00	4,00	0,77
<i>Mediación Restrictiva</i>	Determina horas específicas para que su hijo vea televisión?	3,18	4,00	4,00	1,01
	Prohíbe a su hijo ver ciertos programas de TV?	3,50	4,00	4,00	0,82
	Les dice a sus hijos que apaguen el televisor cuando esta viendo un programa inadecuado?	3,68	4,00	4,00	0,73
	Determina por adelantado los programas que sus hijos pueden ver?	2,95	3,00	4,00	1,05
	Restringe la cantidad de horas en que su hija ve TV?	3,27	4,00	4,00	0,95
<i>Covisionado</i>	Miran juntos la TV sólo por diversión?	3,26	3,00	3,00	0,76
	Ve TV junto a su hijo porque existe un interés común en el programa?	3,40	4,00	4,00	0,75
	Ven sus programas favoritos juntos?	3,42	4,00	4,00	0,78
	Ve TV junto a su hijo porque a ambos les gusta un programa?	3,52	4,00	4,00	0,66
	Se ríe con su hijo sobre las cosas que ustedes ven en TV?	3,72	4,00	4,00	0,55

Base: 319 casos

VI.3 Frecuencia de Uso de los Distintos Estilos de Mediación

Para investigar las variaciones en la frecuencia con la que los apoderados utilizan cada estilo de mediación, se realizó un análisis multivariante de varianza con los estilos de mediación (*Mediación Instructiva*, *Restrictiva* y *Covisionado*) separadamente como factores y como variables independientes se utilizó, en un primer momento las variables de caracterización como grupo socio económico, género del apoderado, nivel educacional de los padres, lugar donde el apoderado trabaja, edad del apoderado, género del niño, edad del niño e incluimos la variable horas que el niño ve TV. Las

diferencias de los distintos estilos de mediación según estas características se presentan en la tabla número 9.

Los datos indican que existen dos tipos de mediación que son más usados: a saber, el *Covisionado* (donde padres e hijos miran juntos televisión) y la *Mediación Instructiva* (aquella donde los padres les explican a sus hijos sobre los contenidos que ven en la TV). Sin embargo hay una leve superioridad del *Covisionado*, pero como muestra el test de diferencias de medias (anexo N°2, tabla N°1) las únicas diferencias significativas se dan entre la *Mediación Instructiva* frente a la *Restringida* y entre el *Covisionado* y la *Restringida*, lo que quiere decir que no existen diferencias significativas entre la *Mediación Instructiva* y el *Covisionado*, por lo tanto no podemos decir con seguridad cual de ellas es la más utilizada, sin embargo, podemos decir que la estrategia de mediación menos frecuente es la *Mediación Restringida*. Este resultado es consistente con estudios internacionales anteriores (Bybee et al, 1982; Van Lil, 1995).

En general los resultados de este estudio también concuerdan con los de estudios nacionales anteriores (Ledermann, Valdebenito y Vergara, 1993) y con los del estudio holandés de Valkenburg (1999) ya que en ambos la estrategia de mediación con la media más alta¹⁰ es el *Covisionado* (3.34 y 3.46 en Holanda y Chile respectivamente, donde los datos son comparables); en segundo lugar la estrategia de *Mediación Instructiva* es utilizada con una media de 3.04 en el estudio Holandés y de 3.43 en Chile. Finalmente la estrategia menos utilizada es la *Mediación Restringida* en ambos estudios, con una media de 2.57 e Holanda y 3.32 en Chile. Se obtiene entonces, que en Chile todas las estrategias de mediación se dan en forma más frecuente que en Holanda ya que, como podemos observar las medias son mayores en todos los casos.

¹⁰ Solo que en nuestro estudio no existen diferencias significativas entre el *Covisionado* y la *Mediación Instructiva* como se explicó anteriormente.

Tabla Nº 9: Diferencia de medias entre los distintos grupos respecto de los estilos de mediación.

		<i>Mediación Instructiva</i>	<i>Mediación Restrictiva</i>	<i>Covisionado</i>
Media General		3.43	3.32	3.46
Grupo socio-económico	C3-D	3,50	3,39	3,61
	C2-C3	3,39	3,28	3,38
Género apoderado	Hombre	3,31	3,18	3,35
	Mujer	3,49	3,38	3,52
Trabajo	Dentro de la casa	3,52	3,36	3,54
	Fuera de la casa	3,38	3,29	3,42
Género del Niño	Hombre	3,42	3,29	3,47
	Mujer	3,45	3,35	3,46
TV en dormitorio niño	No	3,43	3,29	3,47
	Si	3,43	3,33	3,46
Edad apoderado	0-29	3,75	3,37	3,66
	30-39	3,44	3,41	3,47
	40-49	3,37	3,17	3,41
	50 o más	3,31	3,48	3,50
Edad Niño	6-8	3,47	3,40	3,50
	9-10	3,42	3,33	3,46
	10-12	3,41	3,24	3,43
Educación Apoderado	Baja	3,38	3,40	3,52
	Media	3,49	3,29	3,46
	Alta	3,42	3,31	3,43
Base: 319 casos				

A partir de lo anterior se pueden extraer principalmente tres grandes puntos. En primer lugar la mayor preocupación de los padres respecto de los posibles efectos nocivos de la TV guardan relación con la *violencia*, ya sea por miedo a que los niños la imiten o bien que en la TV encuentren una fuente de legitimación de la violencia como medio para lograr ciertos fines. En segundo lugar se encuentra la preocupación por contenidos eróticos o sexuales en TV, seguida por la preocupación por el aumento de peso que la TV pueda causar en sus hijos, mientras la preocupación menos frecuente en los padres encuestados fue la preocupación por el miedo que pueden causar en sus hijos los contenidos televisivos.

Un segundo punto hace referencia al comportamiento de los padres, donde el análisis arrojó que la actitud más frecuente es “*se ríe con sus hijos de lo que ven en TV*” (*Covisionado*), mientras que la menos frecuente es “*determina por adelantado los programas que su hijo puede ver*” (*Mediación Restrictiva*), lo que implica que a los padres en general, les cuesta imponer reglas a sus hijos que impliquen un mayor conocimiento sobre la oferta de los diversos canales.

En tercer lugar, en este capítulo se indaga sobre la frecuencia con que se ejercen los diferentes tipos de mediación. Concluyendo que el *Covisionado* y la *Mediación Instructiva* son los estilos utilizados más frecuentemente por los padres encuestados, probablemente ya que ellos tienen fuerte consciencia del potencial positivo que puede tener la televisión como medio de comunicación para la vida y la formación de los niños, cuestión que ha sido abordada en estudios anteriores¹¹ y por ello ejercen de forma más común aquellos estilos que no implican restricciones. Por otro lado, el estilo menos utilizado es la *Mediación Restrictiva*. Al respecto, estudios anteriores destacan que los padres se perciben a sí mismos con un rol importante respecto al consumo televisivo de sus hijos, planteándose la tarea de orientarlos en ese aspecto, por otro lado, se evidencia también (como se comprueba a través de nuestro estudio por medio del hallazgo de que la *Mediación Restrictiva* es la menos utilizada por los padres chilenos) que muchas veces este rol no se traduce en una práctica efectiva, dada la dificultad de implementar una normativa cotidiana y eficaz con los hijos.

¹¹ CNTV:1998, op cit. Pag. 14

Capítulo VII: Factores Explicativos de los distintos estilos de Mediación

Una vez establecido cuales son los estilos de mediación más frecuentemente utilizados en Chile, un segundo tema a abordar sería cuáles son los factores que influyen en el ejercicio de estas formas de mediación parental, o dicho en otras palabras quienes ejercen de forma más frecuente cada tipo de mediación. Esto nos permite trascender el nivel descriptivo del presente estudio, para así corroborar o rechazar algunas hipótesis señaladas a partir de investigaciones anteriores preferentemente (ver Págs. 12-16).

Para identificar cuales son los factores que afectan el uso de los diferentes estilos de mediación, empleamos análisis jerárquico de regresión múltiple, utilizando en un primer bloque las variables sociodemográficas. En un segundo bloque, incluimos las preocupaciones de los padres respecto de los efectos nocivos que puede causar la TV en sus hijos (*miedo, violencia, contenidos sexuales y sobrepeso*).

El análisis de regresión múltiple realizado para saber cuales son las variables, ya sean demográficas (primer bloque) o de preocupación hacia los efectos nocivos de la TV (segundo bloque), reflejan que las variables sociodemográficas explican un 9% de la varianza de la *Mediación Instructiva* $F=3.79$; $R= .303$ ($p<0.05$), un 10% de la varianza de la *Mediación Restrictiva* $F=3.18$; $R= .280$ ($p<0.05$) y 6% de la varianza del *Covisionado* $F=3.30$; $R= .285$ ($p<0.05$), es decir, que las variables sociodemográficas en general, tienen una influencia discreta en el ejercicio de un estilo de mediación determinado y su variación se relaciona más estrechamente a las variaciones de la mediación restrictiva (10%). En cuanto a las variables de preocupación, el nivel de explicación que tienen aumenta significativamente, ya que explican un 13% de la varianza de la *Mediación Instructiva* $F=4.23$; $R= .368$ ($p<0.05$) un 14% de la varianza de la *Mediación Restrictiva* $F=3.31$; $R= .331$ ($p<0.05$) y 8% de la varianza del *Covisionado* $F=3.30$; $R= .285$ ($p<0.05$), es decir, en general los diversos tipos de mediación están más relacionados con las variables de preocupación que con las variables sociodemográficas, sobretodo en el caso de la mediación restrictiva, donde las variaciones de las variables de preocupación explican un 14% de las variaciones este

tipo de mediación. La tabla N°10 presenta los pesos de los Beta finales para las variables independientes.

Tabla N° 10: Resultados del análisis de regresión múltiple: coeficientes B y significación.

	<i>Mediación Instructiva</i>		<i>Mediación Restrictiva</i>		<i>Covisionado</i>	
	Beta	Sig.	Beta	Sig.	Beta	Sig.
Grupo edad apoderado	-0,15	0,01*	-0,05	0,42	-0,06	0,34
Género apoderado	0,10	0,09	0,12	0,06	0,09	0,15
Educ. apoderado	0,11	0,14	-0,01	0,89	0,09	0,21
Lugar trabajo	-0,08	0,20	0,03	0,67	-0,03	0,60
Grupo socio económico	-0,16	0,03*	-0,14	0,06	-0,28	0,00*
<hr/>						
Grupo edad niño	-0,01	0,80	-0,09	0,11	-0,03	0,58
Género niño	0,04	0,43	0,04	0,43	-0,01	0,86
<hr/>						
Horas TV	-0,19	0,00*	-0,24	0,00*	-0,12	0,04*
<hr/>						
Preocupación TV- violencia	0,24	0,00*	0,13	0,10	0,19	0,02*
Preocupación TV induce miedo	0,02	0,78	-0,03	0,74	0,06	0,48
Preocupación sobre peso	-0,07	0,36	0,09	0,25	-0,15	0,05*
Base: 319 casos						

* Los resultados significativos ($p < 0.05$) se representan con un asterisco.

El análisis de regresión múltiple arroja interesantes resultados, como por ejemplo que existen dos variables que influyen en la existencia de todas las estrategias de mediación: estas son el grupo socio económico y el promedio de horas que el niño ve TV al día. Debido a que el signo de los coeficientes es negativo, se observa que en el grupo de clase media baja (C3-D), los padres tienen mayor tendencia a ejercer las diferentes estrategias de mediación, especialmente el *Covisionado*, ya que éste arroja el coeficiente de mayor magnitud. De la misma forma, a medida que los niños tienen menos horas de exposición a la TV aumenta la probabilidad de que los padres utilicen los distintos estilos de mediación, especialmente la *Mediación Restrictiva*, cuyo coeficiente obtiene la mayor magnitud (ver tabla N° 10).

A continuación se analizan las variables que si tienen algún grado de influencia en cada estilo de mediación.

La tabla N°10 nos indica que las variables que afectan la *Mediación Instructiva* son 4: de ellas, la relación más fuerte se da con la preocupación por la violencia, lo que indica que a medida que los padres tienen mayor preocupación por la violencia, poseen una mayor tendencia a utilizar la *Mediación Instructiva*. Por el contrario, a medida que los

niños ven menos horas de TV, la edad de apoderado disminuye y las horas de visionado de TV de los niños es menor, los apoderados tienden a ejercer la *Mediación Instructiva*.

Respecto a la *Mediación Restrictiva*, tenemos que las madres tienden a ejercerla en mayor medida, estableciendo conductas orientadas a regular el consumo de ciertos programas cuyos contenidos se consideran inconvenientes para los menores, al igual que los apoderados de clase media baja, a pesar de que la significación de ambas variables (género del apoderado y grupo socio económico) está en 0.06, se considera muy cercana a 0.05, por lo tanto, se incluye entre las variables relacionadas. Mientras la variable más influyente en la *Mediación Restrictiva* son las horas de exposición de TV en los niños, en una relación negativa como explicamos más arriba.

Finalmente, existen cuatro variables que influyen en el *Covisionado*: a medida que los niños tienen menor cantidad de horas viendo TV y si los padres tienen menor preocupación por el sobre peso, tienden a ejercer en mayor medida el *Covisionado*. La variable que más influye es el grupo socio económico, ya que los padres de clase baja tienen mayor probabilidad de ejercer el *Covisionado*. Por otra parte, los resultados indican que a medida que los padres están más preocupados por la violencia en TV, también aumenta la probabilidad de ejercer el *Covisionado*.

Por otro lado, las variables que no influyen en ninguna estrategia de mediación (a pesar de lo esperado) son educación del apoderado, lugar de trabajo, grupo etareo del niño, género del niño, preocupación por temas sexuales en TV y preocupación por miedo. Es interesante no encontrar diferencias significativas en la variable edad del niño porque lo esperable sería que ésta marque el paso de un tipo de mediación a otro, ya que se ha encontrado información previa (CNTV, 1998) que indica que los padres chilenos tienden a hacer distinciones en cuanto a los efectos negativos de ciertos contenidos televisivos de acuerdo al rango de edad de los menores. La preocupación por los efectos en el plano de la conducta se centraría principalmente en los pre-escolares y niños de primer ciclo básico (es decir, a medida que son más pequeños). Por otro lado, también hay

estudios que indican que los padres con mayores niveles de educación tienden con mayor frecuencia a limitar que sus hijos vean televisión, es decir *Mediación Restrictiva* (ver por ejemplo Brown et al, 1990) y a discutir el contenido de los programas con sus hijos o *Mediación Instructiva* (Gross y Walsh, 1980).

En síntesis, este capítulo ha abordado cuales son las variables que influyen en el ejercicio de cada estilo de mediación. En este sentido, aquellas que influyen en todos los estilos son el grupo socio económico y el promedio de horas de TV del menor. Es interesante descubrir que todos los estilos de mediación son más frecuentemente ejercidos en la medida que el nivel socio económico disminuye, ya que por medio de otros estudios se ha indagado que en cuanto a la entretención, los padres consideran que la televisión cumple una función importante en la diversión de los niños. Esta función es más valorada entre los padres de bajos ingresos, en la medida que perciben menores alternativas reales en el uso del tiempo libre de los menores. Esto puede estar asociado a que en los padres de menores recursos, se dan en mayor medida todas las formas de mediación, especialmente el *Covisionado*. Por otro lado, anteriormente se evidenció que tanto horas de TV como grupo socio económico están interrelacionados, así que no se puede relacionar directamente la variable horas de TV y cada estilo de mediación (ya que podemos estar frente a una relación espuria).

VIII. Conclusiones

La investigación presentada ha examinado las actitudes de los padres y apoderados de Chile sobre la relación de sus hijos con la televisión y cómo éstas se materializan en formas de mediación parental. Para esto se entrevistó a 319 apoderados de niños entre 6 y 12 años, de clase media y clase media baja. Con los datos obtenidos se realizó un análisis total de la muestra, comparaciones dentro de Chile y respecto de estudios extranjeros comparables.

Dentro de los resultados obtenidos en el total de la muestra se destacan 4 grandes temas. En primer lugar está la importancia de ver televisión como actividad en la vida de los menores, en segundo lugar se abordaron las preocupaciones de los padres respecto de los contenidos televisivos que pueden influir negativamente en sus hijos, luego los hallazgos encontrados respecto de los estilos de mediación parental utilizados en Chile. Finalmente se indaga en los factores que están más relacionados con los diversos tipos de mediación.

En primer lugar se ratifica la alta penetración de la TV como medio central en la vida cotidiana de los niños, quienes le dedican alrededor de 2.8 horas de consumo diario. Tomando en cuenta que existen diferencias según grupo socioeconómico. Esta centralidad de la TV en la rutina de los menores (y en general, de la familia) puede explicarse por el hecho de que es posible ver TV y al mismo tiempo realizar otras actividades, en otras palabras, ver TV, como actividad, presenta una alta flexibilidad. Por otro lado, el visionado de TV exige reducidas barreras de cultura y demanda bajos niveles de atención y energía, lo que permite que su uso en todos los sectores de la sociedad y grupos etéreos se masifique. Otra característica importante del consumo de televisión, es su capacidad de actuar como eje ordenador del tiempo al interior del hogar, ya que impacta directamente en la estructura general de horarios familiares e individuales. Su consumo influye en la reordenación de otros tiempos al interior de la familia, como el dedicado a los estudios o a descansar. Algunos autores incluso indican que *“la televisión es el nuevo reloj contemporáneo, ya que estructura y rutiniza la*

realidad cotidiana del tiempo” (Catalán, 2007). Este fenómeno también se ve reflejado en el visionado de los niños en cuanto sus actividades como estudiar o reunirse con amigos, por ejemplo, que se ven estructuradas en función de las rutinas familiares.

Respecto del segundo tema analizado, se entiende que las preocupaciones de los padres se basan en el conocimiento ya sea formal o intuitivo de que la TV es un agente de socialización que al interactuar dentro del hogar posee un gran poder de influencia en los menores (ver Marco Teórico), es por esto que se hace relevante el conocimiento acerca de que la preocupación más frecuente de los padres encuestados respecto de la TV en sus hijos tiene que ver con los contenidos *violentos* de ésta. En segundo lugar está la preocupación por los *contenidos eróticos de la TV*, luego preocupan *los efectos de la TV en el aumento de peso* de sus hijos y finalmente, la preocupación menos frecuente es hacia el *miedo* que pueden causar los contenidos de la televisión en los niños. En general, estos resultados concuerdan con estudios anteriores realizados por el CNTV en Chile (CNTV, 1998) y revelan además la alta frecuencia con que aparecen todos los tipos de preocupaciones, lo que significa que los padres chilenos están alerta en cuanto a la importancia que tienen los contenidos de la TV para el desarrollo de sus hijos, sobretodo tomando en cuenta que el visionado es una actividad que los niños (y la familia en general) realizan a diario, y que incluso marca pautas de estructuras de uso del tiempo dentro de la rutina de los integrantes de la familia.

En tercer lugar, están los resultados encontrados sobre mediación parental. Ésta se torna relevante en tanto funciona como mecanismo a nivel del hogar que se encarga de seleccionar cuales son los contenidos adecuados y en qué forma el niño puede enfrentar estos contenido según el criterio de los padres. A partir de ello, el estudio arroja que los estilos de mediación más frecuentemente utilizados en Chile son el *Covisionado* (que implica que los padres ven TV junto a sus hijos) y la Mediación Instructiva (en donde los padres les explican y guían a sus hijos sobre los contenidos que ven en TV). Este resultado es bastante favorable dado que los estudios sobre efectos de los estilos de mediación han mostrado que cuando los padres ejercen el *Covisionado* o la *Mediación Instructiva* pueden influir positivamente en el desarrollo del

menor, ya sea mejorando el aprendizaje de los niños en programas educativos (Ball y Bogatz, 1970), modificando las actitudes de los niños hacia la violencia televisiva (Corder et al, 1978) haciendo que los niños se sientan más positivos frente a los roles sexuales no tradicionales (Corder et al, 1980), contraatacando los efectos indeseables de los comerciales de televisión (Prasad et al, 1978), calmando a los niños que están expuestos a escenas de televisión que puedan causarles miedo (Cantor y Wilson, 1984) y estimulando el conocimiento de los niños sobre el arte y la cultura (Valkenburg et al, 1998).

Mientras que la mediación restrictiva, usualmente está relacionada con una actitud negativa hacia la televisión por parte de los padres (Nathanson, 2001) es la que se ejerce con menor frecuencia. Hecho atribuido posiblemente a la dificultad que presenta para los padres la imposición de normas a los hijos respecto del visionado de televisión, ya que esto requiere de información y manejo de los contenidos programáticos de cada canal, además de un control directo sobre los horarios y programas que su hijo ve.

Por último, es importante destacar que todos los estilos de mediación se dan de forma más frecuente en los grupos de nivel socio económico más bajo de la muestra, especialmente el *Covisionado*. Esto se da a pesar de no existir diferencias significativas en las preocupaciones de los padres sobre posibles efectos negativos de la TV entre los grupos socio económicos. Sin embargo, como se ha demostrado en estudios anteriores y es corroborado también en nuestro estudio, el número de horas que los niños están expuestos al televisor es mayor a medida que los recursos económicos disminuyen, dado que los padres consideran que es más seguro que estén en casa viendo TV a que se expongan a los peligros de la calle (CNTV, 1998), y al mismo tiempo no existen muchas alternativas de recreación dado el escueto presupuesto que tienen las personas de ese segmento destinado a ese ítem en comparación con otros segmentos de la población. En este sentido, es coherente descubrir que justamente son los padres de menores recursos los que ponen mayor atención al visionado de televisión de sus hijos, ya sea a través de la *Mediación Restrictiva* (donde además se destacan las

madres como quienes más la ejercen), la *Mediación Instructiva* (también ejercido en mayor medida por los padres y madres más jóvenes) y el *Covisionado*.

Para entender cual es la magnitud de este estudio, debemos tener en claro cuales son sus limitaciones. En primer lugar, las características de la muestra no permiten generalizar los resultados a toda la población de padres dado que no se incluye a todos los grupos socio económicos y la muestra no es representativa de la región Metropolitana, ya que sólo se realizó en dos colegios ubicados en dos comunas distintas de ésta. Por otro lado, los datos están acotados a las preguntas específicas que se realizaron por medio del instrumento de manera de obtener los informes de forma cuantitativa, cuestión que dificulta comprender las razones por las cuales los padres ejercen uno u otro tipo de mediación y la verdadera naturaleza de sus preocupaciones.

Tomando en cuenta estas limitaciones, a partir de los resultados obtenidos por medio del presente estudio aparecen desafíos posibles de abordar en nuevas investigaciones, asumiendo que ésta no abarca del todo la complejidad del tema para entender el fenómeno de la mediación parental en Chile. Los desafíos que se alcanzaron a vislumbrar por medio de la realización de este estudio son los siguientes:

- Comparación de estos resultados con un estudio que incluya los grupos socioeconómicos más extremos.
- Comparación de estos resultados declarativos con un estudio de tipo más cualitativo y observaciones que permitan corroborar las hipótesis esbozadas.
- Un estudio que permita generalizar sus conclusiones a los padres/niños de todo Chile, o bien, de la Región Metropolitana.
- Finalmente se proyecta el desafío de tomar este tipo de estudios sobre mediación parental en televisión como base para explorar el comportamiento de la familia (específicamente la dinámica entre padres e hijos) frente a otros medios que influyen en los pequeños y que actualmente están en pleno proceso de masificación, tales como Internet, o los videojuegos.

De esta forma, se abarcará el tema de modo que nos permita obtener un conocimiento acabado respecto de cómo actúan los padres chilenos en términos de mediación parental en televisión.

ANEXO Nº 1: ENCUESTA PARA PADRES SOBRE LA FORMA EN QUE SE VE TELEVISIÓN

PREGUNTAS DE CLASIFICACION				
Nombre de pila (SIN APELLIDO) _____				
Primero le voy a hacer algunas breves preguntas para saber quien responde la encuesta y luego vamos a pasar al tema de las Costumbres al ver televisión.				
Sexo	1() Hombre	2() Mujer		
¿En qué año nació usted?	19	____		
¿Usted trabaja principalmente?:	1() Dentro de la casa	2() Fuera de la casa		
Sexo del niño por el cual asiste a reunión:	1() Hombre	2() Mujer		
Edad del niño por el cual asiste a reunión:	____	años		
Relación con el niño por el cual asiste a reunión:	1() Hijo	2() Sobrino	3() Hermano	4() Nieto 5() Otro
¿Quién es la persona que aporta el principal ingreso en el hogar? _____				
Educación del que aporta el principal ingreso:				
(1) Sin estudios				
(2) Básica incompleta				
(3) Básica completa				
(4) Media incompleta				
(5) Media completa				
(6) Técnica incompleta				
(7) Técnica completa o Universitaria incompleta				
(8) Universitaria completa o más				
En su hogar usted tiene:				
(1) Ducha				
(2) TV Color				
(3) Refrigerador				
(4) Lavadora				
(5) Calefónt				
(6) Microondas				
(7) Automóvil (auto, camioneta, etc.)				
(8) TV Cable o Satelital				
(9) Computador				
(10) Internet				
¿Cuál es su nivel educacional? :				
(1) Sin estudios				
(2) Básica incompleta				
(3) Básica completa				
(4) Media incompleta				
(5) Media completa				
(6) Técnica incompleta				
(7) Técnica completa o Universitaria incompleta				
(8) Universitaria completa o más				
¿Cuántos televisores hay en su casa? _____				

A continuación responda las siguientes frases eligiendo solo UNA alternativa (Frecuentemente/ a veces/ rara vez/ nunca)?.

¿Cuan seguido usted...		Frecuente mente	A veces	Rara Vez	Nunca
1	Trata de ayudar a su hijo(a) a entender lo que el (ella) ve en televisión?				
2	Les explica porqué algunas cosas que hacen los actores son buenas?				
3	Les explica porqué algunas cosas que hacen los actores son malas?				
4	Les explica las motivaciones de los personajes de televisión?				
5	Les explica que cosas en televisión realmente importan?				
6	Les dice a sus hijos que apaguen el televisor cuando el (ella) está viendo un programa inadecuado?				
7	Determina horas específicas para que su hijo(a) vea televisión?				
8	Prohíbe a su hijo(a) ver ciertos programas?				
9	Restringe la cantidad de horas en que su hija (o) ve televisión?				
10	Especifica por adelantado los programas que sus hijos pueden ver?				
11	Ve televisión junto a su hijo(a) porque a ambos les gusta un programa?				
12	Ve televisión junto a su hijo(a) porque existe un interés común en el programa?				
13	Miran juntos la televisión sólo por diversión?				
14	Ustedes ven sus programas favoritos juntos?				
15	Se ríe con su hijo(a) sobre las cosas que ustedes ven en televisión?				

Podría responder las siguientes preguntas:

16	Cuantos días su hijo (a) ve televisión de lunes a viernes? _____ días
17	En los días de las semana en que su hijo (a) ve televisión, usualmente, cuanto tiempo al día el (ella) ve TV? _____ horas Su hijo(a) ve Televisión el día sábado? (a) No (b) Sí ¿aproximadamente cuantas horas? _____ hrs
18	Su hijo(a) ve Televisión el día domingo? (a) No (b) Sí ¿aproximadamente cuantas horas? _____ hrs
19	En los días del fin de semana que su hijo(a) ve TV, cuánto tiempo al día el (ella) ve televisión? _____ horas

Usted está preocupado acerca de que los programas que usted considera inapropiados para sus hijos podrían		No estoy preocupad a (o)	Un poco preocupad a (o)	Moderad amente preocupa da(o)	Muy preocupada(o)
20	Animar a sus hijos a pensar que la violencia es una forma aceptable de resolver problemas				
21	Estimular a sus hijos a imitar la violencia				
22	Asustar a su hijo(a)				
23	Causarle pesadillas				
24	Mostrar prematuramente a sus hijos temas sexuales				
25	Animar a su hijo(a) prematuramente a iniciarse sexualmente				
26	Influir en el aumento de peso de su hijo				
27	Fomentar en su hijo un comportamiento sedentario				

Anexo N°2: Validación del Instrumento

En concordancia con el estudio de Valkeburg (1999) se realizaron mediante el cuestionario 15 preguntas que buscan indagar acerca de las estrategias de mediación utilizadas por los apoderados en Chile. Para confirmar la estructura dimensional del los ítems de mediación incluidos en el instrumento recurrimos a la técnica de análisis factorial, que aborda el problema de cómo analizar la estructura de las interrelaciones (correlaciones) entre un gran número de variables con la definición de una serie de dimensiones comunes conocidas como factores (Hair et al 2004). En este caso, el análisis es confirmatorio, dado que buscamos corroborar las distintas formas de mediación reveladas en el estudio anterior para validar el instrumento. En una segunda etapa, se buscará validar los indicadores de cada conjunto o grupo de variables previamente confirmadas mediante el análisis factorial por medio del estadístico de fiabilidad alfa de Cronbach¹².

Este análisis arrojó resultados idénticos al estudio preliminar de Valkernburg (1999) ya que emergen tres factores (ver tabla N°5), los que podemos identificar con tres tipos de mediación: la *Mediación Instructiva*, el *Covisionado* y la *Mediación Restrictiva*. El análisis indica que los tres factores explican el 55.47% de la varianza (muy cerca de los resultados del análisis holandés cuyos factores explican el 55.6% de la varianza. Específicamente la *Mediación Instructiva* explica un 18.7%, el *Covisionado* explica un 17.48% de la varianza y la *Mediación Restrictiva* explica un 17.26% de la varianza.

Para evaluar la consistencia interna de estos factores aplicamos alfa de Cronbach, que para la *Mediación Instructiva* es 0.784 (5 ítems), para el *Covisionado* 0.759 (5 ítems) y para la *Mediación Restrictiva* 0.756 (5 ítems). Todos los valores de alfa de Cronbach son aceptables, dado que a partir de 0.6 se considera fiable el resultado para el conjunto de variables que conforman los tres factores. Esto implica que los indicadores sobre *Mediación Instructiva*, *Restrictiva* y *Covisionado* están bien estructurados

¹² Medida de fiabilidad habitualmente utilizada respecto a un conjunto de dos o más indicadores de un constructo. Los valores van desde 0 a 1.

internamente y son consistentes ya que los ítems que los constituyen contribuyen a la solidez del factor.

Respecto de las relaciones que puede haber entre estos factores, los análisis de correlación bivariada indican que entre la *Mediación Instructiva* y la *Restringida* la relación es de $r = 0.395$ ($p < 0.001$); la relación más fuerte se da entre la *Mediación Instructiva* y el *Covisionado* y es de $r = 0.483$ ($p < 0.001$) lo que tiene sentido dado que los padres explican e instruyen sobre los contenidos de la televisión a sus hijos generalmente mientras ven TV juntos o a partir del conocimiento de los contenidos que sus hijos ven en TV; y la relación más débil se da entre el *Covisionado* y la *Mediación Restringida* $r = 0.333$ ($p < 0.001$).

Tabla N° 5: Resultados del análisis factorial; Matriz de componentes rotados.

	Componentes		
	<i>Mediación Instructiva</i> (18.71)	<i>Covisionado</i> (17.48)	<i>Mediación Restringida</i> (17.26)
Cuan seguido usted trata de ayudar a su hijo a entender lo que ella ve en televisión?	0,68*	0,13	0,08
Cuan seguido usted le explica porqué algunas cosas que hacen los actores son buenas?	0,79*	0,22	0,09
Cuan seguido les explica porqué algunas cosas que hacen los actores son malas?	0,67*	0,15	0,24
Cuan seguido usted les explica las motivaciones de los personajes de televisión?	0,74*	0,22	0,08
Cuan seguido usted les ayuda a distinguir las cosas realmente importantes que ven en televisión	0,61*	0,13	0,14
Cuan seguido les dice a sus hijos que apaguen el televisor cuando esta viendo un programa inadecuado?	0,03	0,18	0,64*
Cuan seguido usted determina horas específicas para que su hijo vea televisión?	0,08	0,01	0,75*
Cuan seguido usted prohíbe a su hijo ver ciertos programas de TV?	0,08	0,15	0,74*
Cuan seguido usted restringe la cantidad de horas en que su hija ve TV?	0,26	-0,04	0,80*
Cuan seguido usted determina por adelantado los programas que sus hijos pueden ver?	0,27	0,27	0,51*
Cuan seguido usted ve TV junto a su hijo porque a ambos les gusta un programa?	0,11	0,78*	0,20
Cuan seguido usted ve TV junto a su hijo porque existe un interés común en el programa?	0,26	0,63*	0,16
Cuan seguido ustedes miran juntos la TV sólo por diversión?	0,03	0,62*	0,03
Cuan seguido ustedes ven sus programas favoritos juntos?	0,27	0,74*	0,07
Cuan seguido usted se ríe con su hijo sobre las cosas que ustedes ven en TV?	0,25	0,64*	0,07
Base: 319 casos			

Método de extracción: Análisis de componentes principales. Método de rotación: Varimax con Kaiser Normalización.

Rotación converge en 5 iterations.

*Los asteriscos representan las variables que más aportan a cada factor.

Anexo N°3: Diferencia de medias entre los distintos tipos de mediación.

Tabla N°1: Contraste de medias para muestras relacionadas

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Mediación Instructiva - Mediación Restrictiva	,11411	,67388	,03773	,03988	,18834	3,024	318	,003
Pair 2	Mediación Instructiva - Covisionado	-,03197	,54263	,03038	-,09175	,02780	-1,052	318	,293
Pair 3	Mediación Restrictiva - Covisionado	-,14608	,68007	,03808	-,22100	-,07117	-3,837	318	,000

Las únicas diferencias de medias significativas se dan entre la *Mediación Instructiva* frente a la *Restrictiva* y entre el *Covisionado* y la *Restrictiva*. Por su parte se observa que en el segundo par de variables (M. Instructiva-Covisionado) el p-valor en la columna Sig. (bilateral) es mayor que 0.05, por lo tanto, se acepta la igualdad de medias entre la *Mediación Instructiva* y el *Covisionado*. Esto quiere decir que no podemos indicar con seguridad cual de ellas se da en forma más frecuente, sin embargo, podemos señalar que la estrategia de mediación menos frecuente es la *Mediación Restrictiva*.

Bibliografía

ABELMAN, R & PETEY, G. 1989. Chile attributes as determinants of parental television viewing mediation. *Journal of family Issues*. 10. pp. 251-266.

BANDURA A. 1977. Teoría del Aprendizaje Social. New Jersey: Englewood Cliffs,

BANDURA A. 1980. Aprendizaje Social y Desarrollo de la Personalidad. 5ª edición. Madrid: Editorial Alianza,

BERGER, P, LUCKMANN, T. (1976). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

BUNSTROM, E. (1994). *Children television & advertising*. Oslo: Konsumentverket.

BYBEE, C ROBINSON, D & TURROW, J. 1982. Determinants of parental guidance of children television viewing for a special subgroup: mass media scholars. *Journal of Broadcasting*. 26. pp. 296-710.

CATALÁN BERTONI, CARLOS (2007). *Consumo televisivo y uso del tiempo*: <http://www.scribd.com/doc/16449/Carlos-Catalan>

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN. (1997). *Informe de consumo infantil*. Santiago: CNTV.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN Y PUC. (1999). *La televisión y los niños en Chile: percepciones desde la audiencia infantil*. Santiago: CNTV.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (1999). *Estado del arte de la investigación sobre niños y televisión*. Santiago: CNTV.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN. (2002). *Encuesta general sobre medios*. . Santiago: CNTV.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN. (2005). *Encuesta general sobre medios*. . Santiago: CNTV.

GERBNER, G. et al. (1979). The demonstration of power: Violence profile. *Journal of Communication*. 10, pp. 177-196.

GÓMEZ CALDERÓN, 2005. *Disfunciones de la Socialización a través de los Medios de Comunicación*. Revista Razon y Palabra, 44. Versión digital: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n44/bgomez.html>

HERNÁNDEZ SAMPIERI Roberto, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio 2003.: Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.

- DURKHEIM E. 1976. Educación como socialización. Salamanca: Sígueme.
- KUNKEL, A. (2002). Parental and peer contributions to the emotional support skills of the child: From whom do children learn to express support? *Journal of Family Communication*, Vol.2 . 2, pp. 81-97.
- LEDERMANN A, VALDEBENITO D, VERGARA V: 1993. *Mediación parental en el consumo televisivo de sus hijos*. Tesis para optar al grado de licenciado en comunicación social. Santiago de Chile: Universidad Diego Portales.
- MARKTEST (1999): *Manual de usuario Telereport para windows version 3*. Santiago; Timelbope.
- NATHANSON, A I (1997). *The relationship between parental mediation and children`s pro social motivations*. Paper presented at the International Communication Association, Montreal, May, 1997.
- PÁEZ D, FERNANDEZ I, UBILLOS S, ZUBIETA E. 2004. *Psicología social, cultura y educación*. España: Pearson
- ROBERTSON, T. (1979). *Parental mediation of television advertising effects*. Vol 29 (1), pp. 12-26.
- SANTIBAÑEZ C. (2003) *Mirando televisión*. Santiago: Bravo y Allende Editores.
- SINGER J Y SINGER D, 1981. *Television, imagination, and aggression. A study of preschoolers*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- VALKENBURG, P. KRCMAR, M. PEETERS, A. MARSEILLE, N: *A scale to assess Three Styles of television mediation*. *Journal of Broadcasting & electronic media*. 66, pp. 61-74.
- VAN DER VOORT, T.H.A, NIKEEN, P, & VAN LIL, J. E (1992). *Determinants of parental guidance of children`s television viewing: a Dutch replication study*. *Journal of Broadcasting & electronic media*. 36, pp. 61-74.
- VAN LIL, J. E. (1995). *Parental influences on children`s television experience*. Leiden University, The Netherlands.
- WARD, S (1974) *Consumer Socialisation*. *Journal of consumer research*. 1, September, pags. 1-13.
- WEAVER, B, & BARBOUR, N. (1992). *Mediation of children`s televiewing*. *Families in society*, Vol 73, pp. 242-246.
- WEINTRAUB E. 1993. *Exploring the effecs of active parental mediation of televisión content*. *Journal of broadcasting & electronic media*.37. 147-158.

WOLF, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona, España: Paidós.