



# Las estrategias de mediación parental televisiva que usan los padres chilenos

## Television Parental Mediation Strategies Used by Chilean Parents

**Rodrigo Uribe**, Facultad de Economía y Negocios, Universidad de Chile. Santiago, Chile. (ruribe@fen.uchile.cl)

**Paulina Santos**, Gerencia de Análisis y Estudios, Televisión Nacional de Chile. Santiago, Chile. (psantos@tvn.cl)

Recibido: 22 / 10 / 2008 / Aceptado: 17 / 11 / 2008

**Resumen** | La presente investigación examina las formas de mediación parental que reportan usar 319 padres y apoderados de niños entre 6 y 12 años residentes en Chile. Los resultados muestran, en primer lugar, que las formas de mediación detectadas en este país corresponden a aquellas observadas anteriormente por estudios realizados en países desarrollados. En segundo lugar, la presente investigación reporta que la Mediación Instructiva (padres que comentan activamente los contenidos de TV a sus hijos) y el Covisionado (ver TV junto a los menores) son aquellas formas de mediación más usadas, por sobre la Mediación Restrictiva (limitar espacios para ver TV). Adicionalmente, los hallazgos permiten observar que el mayor uso de estas estrategias de mediación se asocia significativamente con la variable socioeconómica y con la cantidad de horas que los niños ven TV.

**Palabras claves:** mediación parental, televisión, psicología infantil.

**Abstract** | This research examines the forms of parental mediation reported by 319 parents and guardians of 6–12 year-old children residents in Chile. The results show, first, that the forms of mediation detected in this country correspond to those observed in previous studies conducted in developed countries. Secondly, this research reports that Instructive Mediation (parents who actively comment on the contents of TV with their children) and Co-watching (with young children) were used more often than Restrictive Mediation (limiting spaces for TV watching). Additionally, the findings show that the greater use of these mediation strategies are significantly associated with the socioeconomic variable and with the number of hours that children watch TV.

**Keywords:** parental mediation, television, child psychology.

En la actualidad existe consenso entre los diversos autores respecto que la TV es capaz de influir de modo relevante en su audiencia (McQuail, 2000). Esto se basa principalmente en la capacidad de este medio de comunicación para generar reacciones, tanto inmediatas como de largo plazo, en quienes están expuestos a él. Respecto de los efectos de corto plazo, es importante mencionar los trabajos de autores como Zillmann, Lang o Reeves en los EEUU, o de Gunter en el Reino Unido, quienes producen y sistematizan una amplia evidencia acerca de cómo los estímulos audiovisuales son capaces de activar cognitivamente y emocionalmente a los espectadores (Zillmann & Vorderer, 2000; Bryant & Zillmann, 1999; Lang, 2000; Reeves & Nass, 2002; Gunter, 1987; Gunter & McAleer, 1990; Charlton, Gunter, & Hannan, 2002).

Del mismo modo, otros autores han destacado la trascendencia de los contenidos televisivos en un horizonte de más largo aliento, principalmente como actores que participan en el proceso de significación del mundo en el que se vive. En esta línea, hipótesis como la agenda setting en su primer y segundo nivel, así como la teoría del cultivo (por mencionar aquellas de más frecuentemente citadas en la literatura) han entregado pruebas de peso acerca que la TV puede llegar a convertirse en un factor relevante a la hora de entender lo que las audiencias piensan y sienten acerca de la realidad (Weaver, McCombs y Shaw, 2004; Romer, Jamieson y Aday, 2003; Gerbner y Gross, 1976).

Así, y más allá de que se atribuya un efecto de la TV sobre sus audiencias que sea más fuerte o más moderado, más de corto o largo plazo, resulta ampliamente aceptada la capacidad de este medio de influir en su audiencia (ver Comstock, 1989; Comstock & Scharrer, 1999).

Adicionalmente, no se puede dejar de señalar que el peso que posee la TV se relaciona también con su alta penetración y uso en los hogares. Información disponible señala que existen aparatos de TV en casi un 99% de los hogares en países de Europa y América (World Bank, 2008). Del mismo modo datos de consumo muestran, por ejemplo en Chile, que aproximadamente un 80% de las personas señalan ver TV todos los días (CNTV, 2005; DESUC-CNTV, 1996). En ese sentido, y más allá de la creciente importancia que han adquirido las tec-

nologías digitales en los últimos años, la TV aún permanece como el medio comunicación más relevante en términos de influencia social masiva, al menos en el mundo occidental (Graber, 2001).

Una de las formas en que la influencia de la TV puede ser observada claramente es a través de su rol socializador, el cual aparece con especial fuerza en la infancia, compartiendo su rol con otros agentes tan importantes como los padres, amigos y escuela. Esto significa que la TV permite situar a una persona, y particularmente al niño, en el mundo, mostrándole valores, creencias, actitudes y realidades que son internalizadas y hechas parte de su cotidianidad (Singer & Singer, 1981; Kunkel, 2002).

En las últimas tres décadas un número importante de estudios ha examinado cómo la *acción parental* sobre los contenidos televisivos puede moldear significativamente la influencia que éstos pueden ejercer sobre los menores. Se ha reportado que normar la exposición televisiva, acompañar a los menores mientras ven TV o explicar y discutir su sentido puede hacer variar de modo relevante las opiniones, reacciones emocionales y hasta conductas que los menores desarrollan en asociación con aquellos que han observado en TV (Valkenburg et al., 1999).

Resulta llamativo que, a pesar de la relevancia que ha adquirido el análisis de la mediación parental de contenidos televisivos en el mundo, exista escasa evidencia latinoamericana sobre esta problemática. Esto además se da en un escenario donde los estudios locales han mostrado recurrentemente la preocupación de los padres por la alta presencia de contenidos inadecuados para los menores en TV, principalmente aquellos de corte sexual y violento (CNTV, 2008). En este contexto, la presente investigación busca entregar luces que colaboren a un debate más informado sobre el tema de niños, TV y rol parental. En particular este estudio busca examinar cuáles son las estrategias de mediación que los padres señalan utilizar para lograr que sus hijos hagan un uso adecuado de este medio y cómo estas varían según las características sociodemográficas de las familias, de exposición televisiva de los niños y de preocupación de los padres acerca de los contenidos exhibidos en la pantalla.

## REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

### La mediación de contenidos televisivos

La *mediación parental televisiva* se refiere a un mecanismo a nivel micro social (dentro del hogar), que se encarga -por acción u omisión- 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; éstos activa o pasivamente ayudan a seleccionar a sus hijos lo que ven y qué “opinar” sobre aquello (Nathanson, 2001). De esta forma, cuando se habla de mediación parental en televisión se hace referencia a las estrategias empleadas por los padres para influir en el visionado de los menores y moderar la influencia que los contenidos de este medio tengan sobre aquello (Páez et al., 2004).

Siguiendo a Valkenburg y asociados (1999), los estudios que se han realizado sobre mediación parental pueden ser agrupados en términos de tres perspectivas de análisis. La primera categoría de estudios ha buscado establecer *quién* ejerce la mediación parental al interior del hogar (Abelman & Pettey, 1989). Estos análisis han encontrado que las madres son más propensas que los padres a restringir que sus hijos vean televisión (Bybee Robinson & Turow, 1982). También se ha observado que los padres y madres 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 ellos (Gross & Walsh, 1980). Finalmente ha sido reportado que los padres de niños más pequeños tienden a ejercer más frecuentemente una mediación activa de la televisión que los padres de niños mayores (Valkenburg, et al., 1999).

La segunda categoría de estudios de mediación ha examinado los efectos de la mediación parental televisiva. A través de diseños experimentales, la mayoría de estos estudios han mostrado que, cuando los padres ven televisión junto a sus hijos, comentando e interpretando los contenidos que están mirando, pueden producir una significativa influencia positiva. Al respecto se destaca el mejorar el aprendizaje de los niños en programas educacionales (Ball & Bogatz, 1973), modificar las actitudes de los niños hacia la violencia televisiva (Corder-Bolz, 1980), disminuir los efectos de los comercia-

les de televisión (Prasad, Rao & Sheikh, 1978), calmar a los niños que están expuestos a escenas que puedan causarles miedo (Cantor & Wilson, 1984) y estimular el conocimiento de los niños sobre el arte y la cultura (Valkenburg et al., 1998).

Finalmente, el tercer grupo de estudios ha analizado la presencia y formas de mediación parental de televisión en el hogar (Bybee, Robinson & Turow, 1982; Weaver & Barbour, 1992; Valkenburg, et. al, 1999). Este tipo de análisis se ha ocupado de establecer cuán frecuentemente los padres restringen, discuten o ven TV junto con sus hijos (Valkenburg et al., 1999).

### Presencia y Formas de Mediación Parental

La literatura ha coincidido en destacar tres estilos de mediación parental, a saber: *Covisionado*, *Mediación Restrictiva* y *Mediación Instructiva*, al que se le agrega, en algunos estudios, un cuarto tipo de mediación denominada *Mediación Desenfocada*. Este tipo de estrategia ha mostrado recurrentemente muy baja validez tanto de constructo como en la medición que se hace de este fenómeno. Respecto del primero de los problemas, diversos autores lo han definido de modo diverso: ya sea como inconsistencia (por ejemplo, en que se señala que existe discusión pero muy alto consumo televisivo o covisionado, pero sin ninguna orientación) o como ausencia de normas (ver Van der Voort, Nikken y Van Lil, 1992; Dorr, Kovaric & Doubleday, 1989; Valkenburg et al., 1999). Similarmente, Valkenburg y colegas (1999) observan que las preguntas aplicadas a los padres tienden a conformar factores que definen los tres primeros estilos mediacionales, lo cual muestra que, de existir la mediación desenfocada, esta tendría un bajo poder explicativo al menos en cuanto a lo declarado por los padres.

La estrategia de Covisionado se observa cuando los adultos ven televisión junto a sus hijos, compartiendo el acto de estar reunidos en el mismo lugar, pero no discutiendo acerca de aquello que están viendo. El Covisionado es considerado una forma de mediación porque se ha demostrado que modera los efectos de los contenidos televisivos 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 & Leicher, 1983) y que los niños que provienen de una fa-

milia donde ven TV con sus padres aprenden más sobre relaciones humanas que aquellos de familias en que se ve TV en solitario (Dorr, Kovaric & Doubleday, 1989).

La Mediación Restrictiva consiste en que los padres actúan sobre el visionado a través de imponer reglas de comportamiento que impiden a los niños ver determinados tipos de programas o limitan las horas en que éstos ven televisión. Este comportamiento ha sido asociado, en general, con una actitud negativa hacia la televisión por parte de los padres (Nathanson, 2001).

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

Estudios en países desarrollados sugieren mayoritariamente que el estilo de mediación más frecuentemente utilizado por los padres es el Covisionado, y que la Mediación Instructiva es más frecuentemente utilizada que la Mediación Restrictiva (Valkenburg et al., 1999). Por su parte, otros estudios previos desarrollados en los EE.UU. plantean que, si bien el Covisionado puede ser en algunos casos más usual, la Mediación Restrictiva sería más frecuente que la Instructiva (Gross & Walsh, 1980; Mohr, 1979; Weaver & Barbour, 1992). Estas discrepancias pueden ser explicadas principalmente por el efecto de deseabilidad social que existe en este tema. De hecho algunos autores han observado previamente que los padres tienden a diferir acerca de las estrategias de manejo televisivo que reportan sus propios hijos (Buckingham, 1994; Gunter & McAleer, 1990).

La literatura previa ha destacado que el uso de estrategias mediacionales (así como la preferencia por una u otra de ellas) tiene relación de modo importante con las creencias parentales sobre los efectos de la TV. En términos generales aquellos padres con actitudes más negativas hacia la TV propenden en mayor medida a mediar los contenidos (Gunter & McAleer, 1990). En esa misma línea, otros estudios han observado que aquellos padres preocupados de los efectos cognitivos tienden en mayor medida a una estrategia instructiva, mientras que

aquellos que poseen una aprensión de tipo conductual tienden a reaccionar más frecuentemente realizando estrategias restrictivas (Abelman & Petey, 1989).

#### EL PRESENTE ESTUDIO

A través de este estudio se buscó identificar cuáles son las estrategias que señalan utilizar los padres y/o apoderados chilenos para mediar el visionado de televisión de sus hijos. La investigación fue guiada por dos áreas de exploración derivadas de los estudios anteriores:

- Cuáles estrategias de mediación parental están presentes entre los padres chilenos y cuán preponderantes son.

- Cuál es la asociación entre los diversos estilos de mediación parental existentes y las variables de caracterización socio demográfica (género de los padres, el nivel socio económico de la familia y la edad de los niños), así como las de exposición televisiva de los niños (horas que ven TV) y sus preocupaciones por los contenidos.

Para responder estas preguntas se realizó un estudio cuantitativo descriptivo-exploratorio usando como instrumento una encuesta anónima y voluntaria de 15 aseveraciones proveniente de un estudio anterior hecho por Valkenburg y asociados (1999) en Holanda (ver Anexo 1). Dicha encuesta fue traducida al español y luego pretestada con un grupo de 10 padres de niños entre 6 y 12 años, pertenecientes a distintos segmentos de la muestra para comprobar la pertinencia, comprensión y estructura del instrumento. La encuesta consta de cuatro partes 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.

La muestra estuvo compuesta por 319 casos de padres y apoderados de alumnos entre 6 y 12 años (correspondientes a los cursos 1º y 7º de educación primaria). Dichos colegios pertenecían a sectores de NSE medio-bajo (colegio municipal gratuito ubicado en una zona de escasos recursos) y media alta (particular pagado de una comuna de clase media) de la ciudad de Santiago (ver en anexo 2 para la caracterización de la muestra).

**Tabla N°1: Distribución de la muestra**

Variable		Frecuencia	Porcentaje
NSE	Medio-Alto	204	63,9
	Medio-Bajo	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.

**Tabla N°2: Estadísticos descriptivos de preguntas sobre formas de mediación**

	¿Cuan seguido usted ...	Media	Mediana	Moda	Desv. Standar
<b>Mediación Instructiva (18.71)*</b>	Les explica por qué 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 él 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 por qué algunas cosas que hacen los actores son buenas?	3,35	3,00	4,00	0,77
<b>Mediación Restrictiva (17.48)*</b>	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 hijo ve TV?	3,27	4,00	4,00	0,95
<b>Covisionado (17.26)*</b>	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.

(\* ) Varianza explicada por cada factor.

## RESULTADOS

### Formas de Mediación

Se realizó un análisis factorial al grupo de preguntas incluidas en el cuestionario, el cual permitió agrupar las 15 frases en tres factores que corresponden exactamente a las estrategias de mediación descritas anteriormente por Valkenburg y asociados, lo cual le da validez al instrumento empleado en el presente estudio (ver Anexo III). Dichas formas de mediación son: Mediación Instructiva, Mediación Restrictiva y Covisionado, las cuales en conjunto explican sobre el 50% de la varianza en la muestra (ver Tabla 2).

Un análisis de las frecuencias de medias a cada uno de los ítems 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. El menor grado de acuerdo se da en la pregunta «determina por adelantado los programas que sus hijos pueden ver» (Mediación Restrictiva), lo que muestra un bajo nivel de predeterminación de los padres respecto de las reglas que imponen a sus hijos en función de los contenidos televisivos.

### Frecuencia de uso

Para investigar las variaciones en la frecuencia con la que los padres y apoderados entrevistados 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 las variables de caracterización socio-demográfica como variables independientes. Los datos indican que existen dos tipos de mediación que son más usados: el Covisionado y la Mediación Instructiva, no existiendo diferencias significativas entre ambas en el test de diferencia de medias. Sí existen diferencias entre estas dos y la Mediación Restrictiva ( $p < 0,001$ ), lo que muestra que es la menos usada. Este resultado es consistente con estudios internacionales anteriores (Bybee, Robinson & Turow, 1982).

### Variables explicativas

Para examinar qué podía estar explicando las diversas estrategias de mediación parental, se realizó un análisis de regresión múltiple. Esta prueba mostró que existen dos variables que influyen en la existencia de todas las estrategias de mediación: el grupo socioeconómico 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, aquellas familias en que los niños ven menos horas TV están asociadas con mayor uso de estilos de mediación, especialmente Mediación Restrictiva, cuyo coeficiente obtiene la mayor magnitud (Tabla 3).

Adicionalmente, el análisis de los coeficientes Beta permite señalar que las variables que afectan la Mediación Instructiva son cuatro: grupo de edad del apoderado (apoderados más jóvenes ejercen mayor mediación instructiva), el grupo socioeconómico (medio-bajo más asociado al uso de esta mediación), el consumo televisivo (menor consumo relacionado con mayor mediación) y la preocupación por la violencia presentada por la TV (mayor inquietud asociada con mayor mediación), siendo esta última variable la de mayor peso.

Respecto a la Mediación Restrictiva, se observa que las madres tienden a ejercerla en mayor medida, al igual que los apoderados de clase media-baja. Este tipo de mediación también aparece significativamente asociada a aquellos niños con menor consumo televisivo. Es interesante destacar, además, que la Mediación Restrictiva no parece relacionada con ninguna preocupación de los padres.

En lo que se refiere al Covisionado, existen cuatro variables que resultan significativas. Las dos primeras son las ya mencionadas GSE (la de mayor peso en este caso) y horas de visionado. Adicionalmente, esta estrategia de mediación está asociada especialmente a padres más preocupados por la violencia que ven los niños en TV y por el sobrepeso de éstos.

Finalmente, las variables que no influyen en ningun-

**Tabla N° 3: Resultados del análisis de regresión múltiple: coeficientes B y significación.**

	Mediación Instructiva		Mediación Restrictiva		Covisionado	
	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	0,05*	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*	-0,13	0,05*	-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.

na estrategia de mediación son la educación del apoderado, el lugar de trabajo, el grupo etario del niño, su género y la preocupación por temas sexuales en TV y por el miedo que pueden provocar los contenidos televisivos.

### CONCLUSIONES

El presente estudio ha buscado analizar la presencia de los diversos estilos de mediación parental (y sus características asociadas) en una muestra de padres y apoderados de niños residentes en Chile. Dentro de los resultados obtenidos se destacan fuertemente tres grandes aspectos. El primero de ellos se refiere a que los estilos de mediación parental reportados por los padres entrevistados son los mismos señalados por los estudios previos en el tema llevados a cabo en países desarrollados: Mediación Restrictiva, Instructiva y Covisionado. En efecto, las preguntas del cuestionario aplicado se agruparon en factores que representan exactamente estas estrategias (Nathanson, 2001; Valkenburg et al., 1999).

En segundo lugar, los datos muestran que los estilos de mediación parental que los padres entrevistados

señalan como más frecuentemente utilizados 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. No obstante, este hallazgo también debe mirarse en la perspectiva que este estudio es de estrategias declaradas de mediación y no necesariamente de conducta efectiva.

En tercer término, es importante destacar que todos los estilos de mediación se asocian con las variables GSE y cantidad de TV vista por los niños. En concreto, se detectó un mayor uso de estrategias mediacionales activas en los grupos de nivel socioeconómico más bajos de la muestra y en aquellos niños menos expuestos a la TV. Respecto del primer punto, es importante tener en cuenta que –como se ha demostrado en estudios anteriores– el número de horas que los niños están expuestos al televisor es mayor a medida que los recursos económicos disminuyen (CNTV, 2007). En este senti-

do, es coherente descubrir que justamente son los padres de menores recursos los que señalan poner 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 ejercida en mayor medida por los padres y madres más jóvenes) y el Covisionado. Acá también es importante mencionar que probablemente la significancia de la variable socioeconómica en todas las estrategias por sobre otras variables se puede deber a que se trata de una variable compuesta por varios elementos como ingreso, educación, etc., uno de los cuales pueden estar influyendo en un estilo mediacional y otro en otra estrategia. De esta forma, futuros estudios deberían desagregar esta variable para establecer una medición más fina del efecto socioeconómico en la forma que tienen los padres de mediar los contenidos televisivos.

La asociación entre mayor uso de estrategias mediacionales y menor consumo televisivo debe ser tomada cuidadosamente. Muy probablemente son dos variables que pueden apuntar a un mismo fenómeno: estilos de consumo medial familiar. Resulta posible plantear que se trate de dos manifestaciones simultáneas en familias que poseen mayor distancia con la TV y que no sólo ven menos, sino que, también cuando lo hacen, son más activamente mediadores de los contenidos allí expuestos.

Finalmente, es interesante mencionar dos datos más puntuales pero relevantes. Por una parte, son las mujeres las que usan más frecuentemente la mediación restrictiva, lo que es coherente con los hallazgos previos en padres de menores de 5 años, donde se muestra no sólo que es ésta la persona con quien más están en el día, sino además quien decide en la mayor parte de los casos qué ver en TV (CNTV, 2007). Adicionalmente, las preocupaciones de los padres respecto de contenidos específicos de la TV mostraron resulta-

dos en ciertos casos y no un patrón general. Se destaca que la preocupación por la violencia estuvo asociada a la estrategia instructiva y covisionado, pero no a la restricción. Por su parte, la preocupación por el efecto en el peso sólo se asoció al covisionado. Más que generar una interpretación clara, este patrón curvilíneo abre interrogantes acerca del efecto diferencial de diversas preocupaciones asociadas a distintos estilos mediacionales.

Más allá de lo sugerente de los datos acá presentados, es importante contextualizarlos en términos de 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 es de conveniencia. 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, aparecen desafíos posibles de abordar en nuevas investigaciones que permitan continuar profundizando en el fenómeno de la mediación parental en Chile. Los desafíos que se alcanzaron a vislumbrar por medio de la realización de este estudio son, por una parte, comparar estos resultados con un estudio que incluya los grupos socioeconómicos más extremos. Y, por otra, comparar los resultados declarativos con un estudio de tipo más cualitativo con observaciones que permitan corroborar las hipótesis esbozadas.

Todo esto sugiere la relevancia de llevar a cabo un estudio que permita generalizar sus conclusiones a los padres/niños de todo Chile o, al menos, de la Región Metropolitana.



**ANEXO 1**  
**Cuestionario**

**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) Calefont
- (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)?.**

	¿Cuán seguido usted...	Frecuentemente	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 por qué algunas cosas que hacen los actores son buenas?				
3	Les explica por qué 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 la semana en que su hijo (a) ve televisión, usualmente, cuanto tiempo al día el (ella) ve TV? _____ horas
18	Su hijo(a) ve televisión el día sábado? (a) No (b) Sí ¿aproximadamente cuantas horas? _____ hrs 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 preocupada (o)	Un poco preocupada (o)	Moderadamente preocupada(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 II

### Características generales de la muestra

		Frecuencia	Porcentaje
<b>Grupo etario apoderado</b>	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
<b>Relación</b>	hijo	293	91,8
	sobrino	4	1,3
	hermano	7	2,2
	nieto	14	4,4
	otro	1	0,3
	Total	319	100,0
<b>Género del apoderado</b>	hombre	103	32,3
	mujer	216	67,7
<b>Educación del apoderado</b>	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
<b>Trabajo</b>	dentro de la casa	116	36,4
	fuera de la casa	203	63,6
	Total	319	100,0
<b>Grupo socio económico</b>	C3-D	115	36,1
	C1-C2	204	63,9
	Total	319	100,0

Base: 319 casos

### ANEXO III

#### Resultados del análisis factorial; Matriz de componentes rotados

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

## REFERENCIAS

- Abelman, R & Petey, G. (1989). Child attributes as determinants of parental television viewing mediation. *Journal of Family Issues*, 10, pp. 251-266.
- Ball, S., & Bogatz, G. A. (1973). *Reading with Television: An Evaluation of the Electric Company*. Princeton, NJ: Educational Testing Service.
- Brown, J. D., Childers, K. W., Bauman, K. E. & Koch, G. G. (1990). The influence of new media and family structure on young adolescents' television and radio use. *Communication Research*, 17, 65-82.
- Bryant, J. & Zillmann, D. (Eds.) (1991). *Responding to the Screen: Reception and Reaction Processes*. Hillsdale NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bryce, J. W. & Leichter, H.J. (1983). The family and television: Forms of Mediation. *Journal of Family Issues*, 4, pp. 309-328
- Buckingham, D. (1993). *Children Talking Television*, London: The Falmer Press.
- Bunstrom, E. (1994). *Children Television & Advertising*. Oslo: Konsument Verket.
- 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.
- Cantor, J. & Wilson, B.J (1984). Modifying fear responses to mass media in preschool and elementary school children. *Journal of Broadcasting*, 28, pp. 431-443.
- Charlton, T., Gunter, B., & Hannan, A. (2002). *Broadcast Television Effects in a Remote Community*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- CNTV (2005). Encuesta Nacional de Television. Santiago: CNTV.
- CNTV (2007). Informe 0-5: Pre-escolares/ Toons. Santiago: CNTV. <http://www.cntv.cl/medios/Publicaciones/TOONSChilenos0-5.pdf> (accesado el 27/10/2008).
- CNTV (2008). Sexta Encuesta Nacional de Televisión. Santiago: CNTV.
- Comstock, G. (1989). *The Evolution of American Television*. Newbury Park: Sage.
- Comstock, G. & Scharrer, E. (1999). *Television: What's on, Who's Watching, and What it Means*. San Diego, CA: Academic Press.
- Corder-Bolz, C. R. (1980). Mediation: The role of significant others. *Journal of Communication*, 30, pp. 106-118.
- DESUC-CNTV (1996). Estudio de Hábitos y Uso de Televisión. Documento de Trabajo. Santiago: CNTV.
- Dorr, A., Kovaric, P., & Doubleday, C. (1989). Parent-child coviewing of television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 33, pp. 33-51.
- Gerbner, G. & Gross, I. (1976). Living with television: the violence profile. *Journal of Communication*, 26, pp. 173-199.
- Graber, D. (2001). *Processing Politics: Learning from Television in the Internet Age*. Chicago: University of Chicago Press.
- Gross, L. S., & Walsh, R. P. (1980). Factors affecting parental control over children's television viewing: A pilot study. *Journal of Broadcasting*, 24, pp. 411-419.
- Gunter, B. (1987). *Poor Reception: Misunderstanding and Forgetting Broadcast News*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gunter, B. & McAleer, J.L. (1990). *Children and Television: The One Eyed Monster?* Londres: Routledge
- Lang, A. (2000). The limited capacity model of mediated message processing. *Journal of Communication*, 50, pp. 46-70.
- McQuail, D. (2000). *Mass Communication Theory* (4ª Edición). Londres: Sage.
- Mohr, P.J. (1979) Parental Guidance of Children's Viewing of Evening Television Programs. *Journal of Broadcasting*, 23, pp. 213-28
- Nathanson, A. I. (2001). Parent and child perspectives on the presence and meaning of parental television mediation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45, pp. 201-220.
- Páez, D., Fernández, I., Ubillos, S. & Zubieta, E. (2004). *Psicología Social, Cultura y Educación*. Madrid: Pearson

- Prasad, V. K., Rao, T. R., & Sheikh, A. A. (19978). Mother vs. commercial. *Journal of Communication*, 28, pp. 91-96.
- Reeves B. & Nass C. (1996). *The media Equation: How People Treat Computers, Television and New Media like Real People and Places*. New York: Cambridge University Press.
- Robertson, T. (1979). Parental mediation of television advertising effects. *Journal of Communication*. 29, pp. 12-26.
- Romer, D., Jamieson, K. H., & Aday, S. (2003). Television news and the cultivation of fear of crime. *Journal of Communication*, 53, pp. 88-104.
- Singer, D.G & Singer, J.L. (2001) Preliminary Comments from the Editors. En D. G. Singer & J. L. Singer (Eds.), *Handbook of Children and the Media* (pp. 1-6). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Singer, J. & Singer, D. (1981). *Television, Imagination, and Aggression. A study of Preschoolers*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Valkenburg, P.M., Krcmar, M. & de Roos, D. (1998). The impact of a cultural children's program and adult mediation on children's knowledge of and attitudes towards opera. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 42, pp. 315-327.
- Valkenburg, P., Krcmar, M., Peeters, A. & Marseille, N. (1999). A scale to assess three styles of television mediation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 66, pp. 61-74.
- Van der Voort, T., 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.
- Weaver, D. H., McCombs, M., & Shaw, D. L. (2004). Agenda-setting research: Issues, attributes, and influences. En L. L. Kaid (Ed.), *Handbook of Political Communication Research* (pp. 257-282). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Weaver, B. & Barbour, N. (1992). Mediation of children's televiewing. *Families in Society*. 73, 242-246.
- Weintraub, E. (1993). Exploring the effects of active parental mediation of television content. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. 37, pp. 147-158.
- World Bank (2008) World Development Indicators Database. [http://www.nationmaster.com/graph/med\\_hou\\_wit\\_tel-media-households-with-television#source](http://www.nationmaster.com/graph/med_hou_wit_tel-media-households-with-television#source) (accesado el 21/10/2008)
- Zillmann, D. & Vorderer, P. (Eds.) (2000). *Media Entertainment: The Psychology of its Appeal*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

