

# Los niños, la televisión y las emociones

## SÍNTESIS DE UNA SELECCIÓN DE HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN

Heike vom Orde

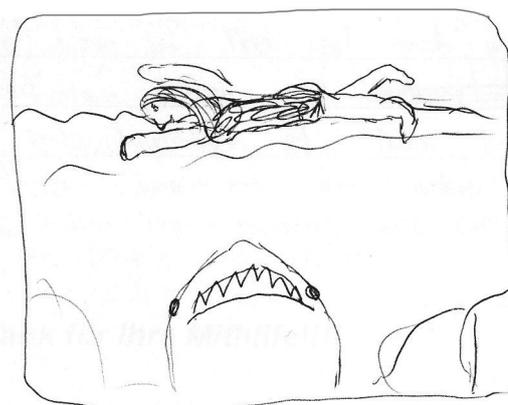
**Este artículo nos da una visión general de estudios internacionales sobre el tema de los niños, la televisión y las emociones y sintetiza sus hallazgos relacionados con cuestiones centrales de la investigación.**

La televisión ofrece a los niños una amplia variedad de oportunidades y posibilidades para observar y experimentar las emociones. Al ver televisión los jóvenes experimentan, entusiasmo, placer, miedo, y estremecimientos o simplemente aburrimiento. Ellos construyen conexiones emocionales con los personajes y tienden a preferir los que los tocan emocionalmente (ver Götz, 2011, pág. 29). Los programas que los niños encuentran divertidos pueden apoyar procesos de aprendizaje mientras que el contenido de los medios que no son apropiados para su edad pueden infundir en ellos temores a largo plazo. A pesar de que las emociones juegan un papel importante en la televisión, los estudios que existen sobre la investigación en los medios juveniles se focalizan en las siguientes cuestiones: ¿Qué contenido televisivo provoca emociones en los jóvenes? ¿Qué reacciones emocionales tienen ellos cuando están mirando la televisión? ¿Cómo los afectan estas emociones provocadas, en el corto y largo plazo? ¿Cuándo comienzan los niños a comprender el contenido mediático emocional? ¿Cómo interpretan las reacciones emocionales presentadas? ¿Tiene el contenido mediático emocional una enseñanza para los niños? El más amp-

lio estudio hasta ahora sobre estos temas relacionados con los efectos del contenido televisivo violento en la conducta agresiva ha sido analizado en otro texto (ver vom Orde, en este mismo número) La investigación existente no solo cubre un espectro limitado de cuestiones sino también un número limitado de emociones. La mayoría de los estudios internacionales se concentran en las así llamadas emociones "negativas", como el miedo. Solo una pequeña cantidad de estudios se ha preguntado qué contenido mediático toca emocionalmente a los niños o jóvenes (Buckingham & Allerton, 1996, pág. 12, ver Götz en esta edición). Además, la investigación existente también se centra mayormente en programas de ficción. Los análisis relacionados con el contenido no ficcional cubren predominantemente las reacciones de miedo de los niños ante las noticias.<sup>1</sup>

Götz, Maya (2011). *What makes them so special? The utility value of children's favourite heroes and heroines.* *Televizlon*, 24(E), 27-32.

Buckingham, David & Allerton, Mark (1996). *Fear, right and distress. A review of research on children's "negative" emotional responses to television.* London: Broadcasting Standards Council. (Broadcasting Standards Council Research Working Paper 12).



III. 1: Los estudiantes recuerdan experiencias televisivas que los asustaron en su niñez: una escena de "Jaws"

### EMOCIONES "NEGATIVAS": MIEDOS INDUCIDOS POR LOS MEDIOS

A pesar de que el miedo puede ser visto como una emoción primordial o como un mecanismo evolutivo de supervivencia, en la investigación sobre medios juveniles a menudo se lo interpreta como una emoción "negativa". Valkenburg y Buijzen nombran a 3 caminos principales para los miedos inducidos por los medios: la experiencia directa con peligros en los medios, el aprendizaje por la observación de los personajes mediáticos y la transferencia de información negativa (Valkenburg & Buijzen, 2008, pág. 339). Los estudios de recepción sobre contenido mediático de ficción, tales como películas de horror y misterio muestran que el miedo puede también se experimentado como disfrute (estético) por los niños mayores (ver Hoffner & Levine, 2007).

Tipo de noticia	Frecuencia
Terrorismo	34
Asesinatos y matanzas	30
9/11 attacks	29
Secuestros	28
Desastres naturales (no incendios)	19
Guerras	11
Ataques a escuelas	10
Incendios	9
Ataque a Columbine	9

III. 2: Hechos de las noticias que son recordados como causantes de miedo durante la niñez (n= 328)

Los estudios existentes muestran que los diferentes contenidos mediáticos pueden provocar miedo en un niño dependiendo de su edad o etapa de desarrollo (ver Valkenburg & Buijzen, 2008 pág. 342-344, ver III, 1). Los preescolares reaccionan de manera mucho más sensible ante el contenido visual que ante el auditivo; por esta razón se ven particularmente asustados por el contenido escalofriante y chocante como la caracterización de monstruos, alienígenas o villanos deformes.

El contenido mediático de fantasía es particularmente perturbador para los niños porque solo en el transcurso de su desarrollo cognitivo y de la socialización mediática ellos aprenden a diferenciar entre la realidad y la imaginación y a categorizar a los personajes particulares como típicos de este género. Los niños de la escuela elemental todavía no son capaces de hacerlo. (ver Messenger Davies, 2008. pág. 128).

Una vez que alcanzan un nivel de desarrollo cognitivo en el que el pensamiento abstracto es posible, entonces habitualmente experimentan miedos a otras amenazas como la guerra o las catástrofes naturales.

La investigadora norteamericana Joanne Cantor ha realizado numerosos estudios sobre las reacciones de miedo de los niños ante los medios (para leer el resumen, ver Cantor, 2003).

Sin embargo, hasta ahora, solo unos

pocos estudios han investigado los efectos a largo plazo de las experiencias mediáticas perturbadoras de la niñez. (ver Harrison & Cantor, 1999, Riddle, 2012). El miedo que los niños experimentan al mirar un contenido mediático audiovisual a veces los obsesiona todavía en la edad adulta y en casos dramáticos puede llevar a pesadillas e insomnio.

En un estudio de Riddle, se pidió a 328 estudiantes de una universidad norteamericana que citaran el contenido de noticieros televisivos que los llevaron a recordar reacciones de miedo entre los 2 y los 10 años de edad. La mitad de los adultos entrevistados todavía podían recordar ese contenido (ver III.2, Riddle, 2012, pág. 746) y un 7,3 % declaró que todavía se atemorizaba al recordar esas experiencias.

En los últimos 20 años la investigación sobre el miedo y los medios ha estudiado habitualmente las reacciones emocionales de niños ante el contenido de noticias focalizadas en los hechos (para leer el resumen ver Riddle et al, 2012, pág. 280-281). Estos análisis muestran que los factores decisivos que influyen a estas reacciones incluyen no solo a la edad de los niños y nivel de desarrollo cognitivo sino también la cantidad de noticias recibidas. Cuanto más confrontados con las noticias sobre un hecho en particular que los asustó, más intensamente experimentaron el miedo. Los pocos estudios existentes sobre las reacciones de miedo ante la noticias que no hablan de crisis, (ver Götz et al, 2012) encontraron que los niños a menudo mencionan a los desastres naturales cuando hablan de sus propias respuestas temerosas. La manera en que los niños procesan e interpretan los hechos de los noticieros que miran, está influenciada no solo por su estado de desarrollo cognitivo sino también por su género (ver Walma von der Molen & Bushman, 2008).

Un factor importante que disminuye el miedo de los niños al contenido mediático es la mediación de los adultos ante las respuestas del miedo infantil.

Hay pocos estudios que examinan las diferentes maneras en que los padres hablan a sus hijos sobre los informativos perturbadores de la televisión. Martins y Wilson (2011) encontraron que los padres emplean diferentes estrategias de mediación y que la conducta comunicativa "parental" parece reflejar los mensajes conflictivos que se transmiten en los medios" (ibid., pág. 144). Los resultados del informe De Cock 2012 y las detalladas entrevistas con niños de 11 y 12 años indican que "Hablar a nuestros hijos no conduce automáticamente a una situación en que el niño informe no estar asustado o menos intimidado por las imágenes mostradas en los informativos de noticias. La mediación activa no es una solución simple y mágica del miedo y la tristeza provocada por las noticias sino un concepto muy complejo y diverso" (ibid, 2012, pág. 498)

Valkenburg, Patti M. & Buijzen, Moniek (2008). *Fear responses to media entertainment*. In Sandra Calvert & Barbara Wilson (Eds), *The handbook of children, media, and development* (pp. 334-352). Malden: Blackwell.

Hoffner, Cynthia A. & Levine, Kenneth J. (2007). *Enjoyment of mediated fright and violence. A meta-analysis*. In Raymond W. (Ed.), *Mass media effects research* (pp. 215-244). Mahwah: Erlbaum.

Messenger Davies, Maire (2008). *Reality and fantasy in media: Can children tell the difference and how do we know?* In Kirsten Drotner et al. (Eds), *The International Handbook of Children, Media And Culture* (pp. 121-136). Los Angeles: Sage.

Cantor, Joanne (2003). *Media and fear in children and adolescents*. In Douglas A. Gentile (Ed.), *Media violence and children* (pp. 185-203). Westport: Praeger.

Harrison, Kristen & Cantor, Joanne (1999). *Tales from the screen. Enduring fright reactions to scary media*. *Media Psychology*, 1(2), 97-116.

Riddle, Karyn (2012). *Young adult's autobiographical memories of frightening news stories seen during childhood*. *Communication Research*, 39(6), 738-756.

Riddle, Karyn, Cantor, Joanne, Byrne, Sahara & Moyer-Guse, Emily (2012). "People killing people on the news." *Young children's descriptions of frightening television news content*. *Communication Quarterly*, 60(2), 278- 294.

Götz, Maya, Holler, Andrea, Nastasia, Diana & Nastasia, Sorin (2012). "I want to know how high the wave really was." *Children worldwide and their perceptions of the catastrophes in Japan in March 2011*. *TelevIZion*, 25(E), 49-53.

Walma van der Molen, Juliette H. & Bushman, Brad J. (2008). *Children's direct fright and worry reactions to violence in fiction and news television programs*. *The Journal of Pediatrics*, 153(3), 420-424.

Martins, Nicole & Wilson, Barbara J. (2011). Parental communication about kidnapping stories in the US news. *Journal of Children and Media*, 5(2), 132-146.

De Cock, Rozane (2012). Mediating Flemish children's reactions of fear and sadness to television news and its limitations. Survey and in-depth interview results. *Journal of Children and Media*, 6(4), 485-501.

### EMOCIONES "POSITIVAS": HUMOR Y EMPATÍA

La comprensión y experiencia del humor por parte de los niños ha sido habitualmente examinada desde la perspectiva de la teoría de la ironía. Ésta asume que el humor se basa en ideas o imágenes incompatibles, como centro de la broma. Para una experiencia "disfrutable" de humor este absurdo debe ser advertido y comprendido: esto comienza con una premisa realística que luego es seguida por el centro de la broma que resulta ser una vuelta inesperada. Esta investigación dice que la comprensión del humor en los niños está fundamentalmente limitada por su desarrollo cognitivo. De acuerdo con esto, se asume que los niños no pueden evaluar la ironía antes de los 7 u 8 años de edad, es decir, cuando comienzan a ser capaces de pensar operativamente. Sin embargo, la ironía visual (ej. en el humor payasesco) puede ser también comprendida por los niños de 4 o 5 años.

Los niños generalmente no interpretan correctamente la sátira, la ironía y otras formas más abstractas de humor hasta que llegan a sus primeros años de adolescencia. (ver Schorr, 2009, pág.69). Dolf Zillmann, que ha analizado el humor desde una visión de la psicología motivacional y emocional, estudió la manera en que la exageración humorística y las sutilezas, así como la ironía, afectan a la habilidad infantil de comprender y recordar la información nueva recibida de los shows de la televisión educativa.

Su investigación descubrió que hasta que los espectadores no tienen 14 años



III. 3: Experiencias televisivas divertidas en los dibujos de los niños: una escena de Bob Esponja.

de edad el humor puede tener un efecto contraproducente en los programas educativos: los niños y jóvenes estudiados habitualmente recordaban la información de manera distorsionada o equivocada. Si bien el utilizar el humor en general tiene un efecto positivo en el proceso educativo, según Miron, Bryant y Zillmann (2001) hay 3 variables decisivas cuando se utiliza el humor en la televisión educativa. En primer lugar el humor debería ser apropiado a la edad. Segundo, el efecto positivo depende de la intensidad del entusiasmo emocional provocado por el humor, ya que esto afecta la habilidad personal para focalizar la atención y por lo tanto afecta también el aprender exitosamente. En tercer lugar, depende de la complejidad del contenido educativo. La investigación de Maya Götz sobre

el humor, en parte internacionalmente comparativo, se focaliza en lo que los niños encuentran divertido en la televisión (ver III.3). En su estudio sobre los programas de comedia en la televisión alemana, Götz encontró que no todas las escenas destinadas a ser graciosas eran realmente vistas como tales por los niños entrevistados.

Este fue especialmente el caso cuando la estructura de la historieta no se relaciona con el marco de referencia de estos niños o no se ajusta a su sentido del humor.

Si bien los espectadores más jóvenes aprecian particularmente las bufonadas, las tonterías y la acción, los mayores y preadolescentes se divierten con los antihéroes o con las comedias basadas en referencias intertextuales. Götz también encontró que había di-

Schorr, Angela (2009). *Emotions- und motivationspsychologische Grundlagen als Basis der Jugendmedienforschung. Das Forschungsprogramm von Dolf Zillmann*. In Angela Schorr (Ed.), *Jugendmedienforschung* (pp. 63-89). Wiesbaden: VS Verl. für Sozialwissenschaften.

Miron, Dorina, Bryant, Jennings & Zillmann, Dolf (2001). *Creating vigilance for better learning from television*. In Dorothy Singer & Jerome Singer (Eds), *Handbook of children and media* (pp. 153-181). Thousand Oaks: Sage.

Götz, Maya (2006). *What's funny in children's comedy? Children judging comedy shows of German Public Broadcasters*. *TeleviZlon*, 19 (E), 62-66.

Valkenburg, Patti M. & Janssen, Sabine C. (1999). *What do children value in entertainment programs? A cross-cultural investigation*. *Journal of Communication*, 49(2), 3-21.

Lawlor, Margaret-Anne (2009). *Advertising connoisseurs: children's active engagement with and enjoyment of television*. *Irish Marketing Review*, 20(1), 23-34.

Feshbach, Norma Deitch & Feshbach, Seymour (1997). *Children's empathy and the media. Realizing the potential of television*. In Sam Kirschner et al. (Eds), *Perspectives on psychology and the media* (pp. 3-27).

Wilson, Barbara (2008). *Media and children's aggression, fear, and altruism*. *The Future of Children*, 18(1), 87-118.

ferencias de género en la experiencia del contenido humorístico: mientras que las niñas preferían el contenido humorístico relacionado con el romance, los varones preferían las escenas de acción divertidas (ver Götz, 2006, pág. 65). El goce de los niños del contenido humorístico y sus preferencias por el contenido televisivo que es divertido, también han sido investigados y confirmados en algunos estudios sobre la publicidad televisiva y los programas de entretenimiento. (ver Valkenburg & Janssen, 1999, Lawlor, 2009).

Hasta ahora uno de los pocos sentimientos "positivos" investigados en detalle, en lo referido a los niños/jóvenes y la televisión, es la empatía. Según Feshbach, que ha realizado numerosos estudios sobre este tópico (ver resumen en Feshbach & Feshbach, 1997), la empatía es una emoción que es compartida por el observador y el observado, es decir, un sentimiento en común entre un sujeto y un objeto durante una interacción. Los análisis han demostrado que a medida que los niños crecen, su habilidad para sentir empatía también aumenta y con ello también su percepción y reacción

empática ante el contenido mediático.

Los niños más pequeños todavía carecen de las habilidades de asumir un papel, necesarias para sentir empatía por otra persona.. Otro factor más para desarrollar emociones empáticas mientras se mira televisión es cómo los niños y jóvenes juzgan al protagonista. Si los niños o jóvenes juzgan a un protagonista de manera positiva o descubren similitudes entre la experiencia del mismo y su propia experiencia, entonces su nivel de emoción y su empatía son más altos.wissenschaften.

## COMPREENSIÓN, RECORDAR E INTERPRETAR LAS EMOCIONES PRESENTADAS EN LOS MEDIOS

Los hallazgos de la investigación muestran que el recuerdo a largo plazo de las emociones presentadas en los medios es muy débil en los niños preescolares (ver Martins, 2011, pág. 203). Sin embargo, al menos inmediatamente después de ver la televisión hasta los niños más pequeños pueden reconocer, nombrar y recordar las emociones presentadas. Esto es especialmente cierto para las emociones básicas como el miedo, el enojo o la alegría; sin embargo, los niños más pequeños habitualmente no comprenden o interpretan correctamente los sentimientos más complejos como el arrepentimiento, la sorpresa, el entusiasmo o la desilusión. Algunos autores atribuyen la falta de capacidad de los preescolares para retener recuerdos a largo plazo, del contenido televisivo emocional, en parte, a su incapacidad para comprender el significado de esas emociones en el contexto de la estructura del argumento (Ve Hayes & Casey, 1992).

La investigación experimental también pudo mostrar que los niños pueden comprender e interpretar mejor las emociones presentadas si estos sentimientos están representados por actores en lugar de muñecos. Esto se

atribuye al hecho de que los protagonistas humanos tienen más capacidad para la expresión facial y física lo que ayuda a los niños a encontrar mejor el sentido de las emociones (ver Beentjes, Boe & Heijink, 1997). Debido al nivel de su desarrollo cognitivo, los niños más pequeños pueden también verse distraídos del argumento central si los subargumentos de la historia están integrados a él, como sucede en las sit.coms; esto puede dificultar la habilidad de los niños para comprender e interpretar el contenido emocional (negativo) del argumento central. (Weiss & Wilson, 1998). Otro estudio pudo probar que ver repetidamente un contenido audiovisual puede apoyar la comprensión de los preescolares de las emociones presentadas (Mares, 2006).

Si los niños pueden aprender la conducta prosocial del contenido emocional televisivo y hasta qué grado esto afecta su desarrollo emocional, ha sido discutido de diferentes maneras en la investigación (ver Wilson, 2008; Feshbach & Feshbach, 1997). Una razón para esto puede ser que "la conducta prosocial" se define de diferentes maneras. Mares y Woodard (2005) la definieron en su meta análisis como la reducción de la agresión, acciones altruistas, interacciones positivas (como el juego amistoso o la resolución pacífica de conflictos)) y la reducción de estereotipos como las medidas de subordinación. Los autores encontraron que tanto en escenarios experimentales como en el hogar, los niños que miraban contenido prosocial se comportaban significativamente más positivamente o mantenían una actitud más positiva que los otros. "Estas son noticias sorprendentes y deberían servir como antídoto para los que consideran que la televisión no es más que algo perjudicial.

Los resultados de este meta análisis sugieren el potencial real de la televisión y otros medios para ayudar a los niños a sentir y comportarse más afablemente hacia los otros" (ibid., pág. 316)

Heike vom Orde, M.A: (IZI, Múnich).

Martins, Nicole (2013). *Media and emotional development*. In Dafna Lemish (Ed.), *The Routledge international handbook of children, adolescents and media* (pp. 201-208). London: Routledge.

Hayes, Donald S. & Casey, Dina M. (1992). *Young children and television. The retention of emotional reactions*. *Child Development*, 63(6), 1423-1436.

Beentjes, Hans, Boe, Denise de & Heijink, Herna (1997). *Young children's understanding of emotions portrayed by puppets and actors in »Sesamstraat«*. *Communications*, 22(4), 383-393.

Weiss, Audrey J. & Wilson, Barbara J. (1998). *Children's cognitive and emotional responses to the portrayal of negative emotions in family-formatted situation comedies*. *Human Communication Research*, 24(4), 584-609.

Mares, Marie-Louise (2006). *Repetition increases children's comprehension of television content - up to a point*. *Communication Monographs*, 73(2), 216-241.

Feshbach, Norma Deitch & Feshbach, Seymour (1997). *Children's empathy and the media. Realizing the potential of television*. In Sam Kirschner et al. (Eds), *Perspectives on psychology and the media* (pp. 3-27). Washington: American Psychological Assoc.

Wilson, Barbara (2008). *Media and children's aggression, fear, and altruism*. *The Future of Children*, 18(1), 87-118.

Mares, Marie-Louise & Woodard, Emory (2005). *Positive effects of television on children's social interactions. A meta-analysis*. *Media Psychology*, 7(3), 301-322

### NOTA

<sup>1</sup> Una extensa bibliografía de importantes estudios sobre estas investigaciones individuales puede encontrarse online: [www.izi.de/english/publication/televizion/27\\_2014\\_E/27\\_2014\\_E.htm](http://www.izi.de/english/publication/televizion/27_2014_E/27_2014_E.htm)

**Traducción**  
María Elena Rey

