



# Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red

## Cátedra UNESCO de comunicación



### IV. MEDIOS, TIC E INDUSTRIAS CULTURALES

# Lo que los niños ven: percepción en los niños de la primera infancia (3-6 años) sobre contenidos televisivos

*Edgar Calderón Sanín*

Magíster. Docente investigador del programa de Comunicación Social, de la Facultad de Ciencias Sociales. Miembro del grupo de investigación GIBPSICOS, de la Universidad Católica de Oriente.  
[comsocial.coor@uco.edu.co](mailto:comsocial.coor@uco.edu.co)

*Mónica Acosta Amaya*

Magíster. Docente investigadora del programa Psicología, de la Facultad de Ciencias Sociales. Miembro del grupo de investigación GIBPSICOS, de la Universidad Católica de Oriente.  
[macosta@uco.edu.co](mailto:macosta@uco.edu.co)

## Resumen

Este trabajo está basado en la investigación “Los niños menores de tres años y la televisión, perspectivas de investigación y debate (1999-2010)”, de Adriana Rodríguez Sánchez. Los hallazgos encontrados en un nuevo contexto abordan problemáticas derivadas del consumo de televisión. En primer lugar, hay una saturación de imágenes y sonidos a los que están expuestos los niños menores de tres años en el hogar cuando los padres ven televisión mientras los cuidan y los alimentan; esto genera en los niños un vínculo

con la pantalla y las imágenes. En segundo término, la televisión ocupa un lugar destacado respecto a otros medios de comunicación en la vida de los niños. Finalmente, existe un incremento en el tiempo de consumo televisivo durante estas edades. En consecuencia, hay mucho por hacer y desarrollar en términos de análisis de contenidos, apropiación e incidencia de los medios de comunicación sobre la primera infancia.

**Palabras clave:** *primera infancia, contenidos televisivos, percepciones, educación.*

## Introducción

La primera infancia es definida como la etapa de la vida del ser humano que transcurre entre los 0 y los 6 años de edad, incluye el proceso de gestación. Desde esta etapa, sin importar edad, género, raza, estrato social, el niño es concebido como ser social y sujeto de derechos, activo y en proceso de desarrollo.

En esta perspectiva del desarrollo, el niño asume una posición activa que privilegia la inclusión y la participación:

(...) no es un agente pasivo sobre el cual recaen acciones, sino que es un sujeto que interactúa con sus capacidades..., se consolidan y construyen otras nuevas. Al reconocer al niño como sujeto en desarrollo, como sujeto biológico y sociocultural, debe aceptarse la incidencia de factores como el aporte nutricional y la salud como fundamentos biológicos, y los contextos de socialización (familia, instituciones, comunidad) como fundamentos sociales y culturales esenciales para su desarrollo. (Guzmán, 2011, p.77).

Estos primeros años de vida del niño son fundamentales para el desarrollo pleno e integral, en aspectos tales como lo biológico, psicológico, cultural y social. Lo que se invierte en términos de acompañamiento afectivo, alimentación saludable, educación con calidad, adecuada socialización, será fruto de múltiples beneficios para el futuro no solo de la persona, sino también de las comunidades.

No obstante, los niños están continuamente expuestos a situaciones de riesgo, como violencia física, psicológica, abuso sexual, contextos sociales inadecuados y marginales que afectan considerablemente su desarrollo integral y, si no se intervienen adecuadamente, serán más complejas de tratar o transformar en un futuro. Es importante resaltar que los cinco primeros años de vida son fundamentales para el desarrollo cognitivo, emocional y físico de los infantes. (Myers, 2000; Alarcón, 2013).

Siendo significativa la primera infancia, como etapa del desarrollo, se requiere un conocimiento amplio de las percepciones que tienen los niños de diferentes fenómenos sociales. Es bien sabido que los medios de comunicación, en especial la televisión, no solo son agentes de información, sino también de socialización que se enmarcan en las dinámicas sociales, a las cuales no es ajena la infancia. Por lo tanto se requieren de herramientas contextualizadas, basadas en las necesidades propias de los niños, que superen la visión adultocéntrica y los incluya como agentes activos en su propio desarrollo.

Por lo tanto, la televisión como medio de comunicación masiva, es además de una herramienta de entretenimiento, un instrumento poderoso de formación (bien sea de una forma positiva o negativa) e información a todos los niveles sociales. Sin embargo, uno de los usos más frecuentes dado a este medio, es el de mantener a los niños distraídos o “entretenidos”, mientras los adultos hacen sus quehaceres. La televisión presenta un alto grado de penetración en la población urbana y rural; esto le da un alcance superior a cualquier otro medio de comunicación, por su fácil consecución y la cobertura del espectro electromagnético.

Desde el año 2007, el DANE calcula para Colombia los indicadores básicos de tenencia y uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en hogares y por individuos. De acuerdo con las cifras presentadas, en Colombia para 2011, 89,8% del total nacional de hogares colombianos poseía televisor a color; 95,0% en las cabeceras y 71,9% en el resto. (DANE 2011)

Según algunas estadísticas (Portafolio, 2012), Colombia es el país con más hogares con TV pagada en América Latina. La televisión abierta ha perdido adeptos, más allá de sus noticieros, que son los programas estrella, la demás programación como la cultural, la deportiva, la dedicada a los niños ha sufrido un desplazamiento hacia la televisión por cable. Siendo además importante resaltar que,

esta tecnología, se caracteriza por ser digital, por facilitar la interactividad, genera una nueva tipología de usuario que, lejos de formar parte de una audiencia pasiva o limitada en sus posibilidades a una mera elección, se convierte en auténtico protagonista de la llamada sociedad de la información (Bringué, Sádaba, y Tolsá, 2011. p, 26).

En este sentido, según el estudio basado en la encuesta Generaciones Interactivas en Iberoamérica, en Colombia, el 66% de los niños entre 6 y 10 años encuestados, dice contar en su hogar con más de dos televisores, un 46% de ellos cuentan con la televisión en sus habitaciones, lo que es un alto acceso a esta tecnología. La alta influencia que tiene la televisión en los hogares y especialmente para los niños es significativa en cuanto a su proceso de formación, “la televisión es la pantalla más antigua de todas, lo cual explica que está ampliamente extendida en los hogares iberoamericanos, y todavía se la pueda calificar como el “medio rey” por excelencia, al menos si se habla en términos de posesión. (Bringué, et.al, 2011, p. 437).

Aparte de la persona que decide el programa a ver en familia, resultará muy relevante preguntarse acerca de posibles programas prohibidos para el menor (*niño o niña*) dentro del ámbito familiar. Los padres pueden considerar que algunos contenidos son inapropiados para los hijos y no permitirles verlos o, por el contrario, mostrar una actitud más flexible y confiada, libre de restricciones (...) Colombia es uno de los países en que menos de la mitad 43% de los padres prohíbe algún tipo de programa a los hijos. (Bringué, et.al, 2011, p. 476).

En Colombia, particularmente los niños de estas edades, presentan más restricción a la hora de ver películas y reality shows con un 44% y 29% respectivamente, mientras que los tipos de contenidos con menor restricción son para esta población las noticias, deportes, documentales, programas de chismes, novelas y dibujos animados (Bringué, et.al, 2011).

Si bien se pueden identificar algunas estrategias familiares para regular el acceso que tiene la infancia a los diferentes programas televisivos, aún se vislumbran situaciones que requieren de mayor profundidad, análisis para grupos poblacionales de menor edad con influencia de los noticieros cargados de contenidos violentos (sobre todo en el contexto nacional Colombiana), al igual que las novelas relacionadas con narcotráfico o la violencia vivida en el Estado colombiano.

Lo anterior da cuenta de la necesidad de transformar los métodos de interacción y formación de la infancia, sobre todo si se tiene en cuenta que este es un concepto socio-histórico, que transforma las dinámicas sociales; transformaciones tan particulares en las que las líneas que dividen los niños de los adultos parecieran difuminarse, como lo expresa Cortés (2011), refiriéndose a la expresión que lanzan muchos docentes al darse cuenta que algunos niños “se conducen por la vida de una manera algo extraña y a veces asustadora. ¡Ellos ya tienen mucho mundo!”. Según el autor existen dos perspectivas teóricas desde las cuales se puede entender esta transformación, en las que el uso de la televisión por parte de la

infancia juega un papel fundamental. “Neil Postman, desde la sociología, ubica a la televisión como causa de lo que él llama la desaparición de la infancia, y segundo, Sigmund Freud, desde el psicoanálisis, y más específicamente desde su noción de tabú, permite hablar sobre los posibles riesgos que corre la cultura cuando, de manera irresponsable, proclama su eliminación” (Cortés, 2011, p. 68).

Postman, plantea como la tecnología transforma la sociedad, específicamente cuando

... la televisión muestra indiscriminadamente cualquier tipo de información, haciendo que las diferencias entre niños y adultos se borren; todos, indistintamente de su edad, acceden a la información que la televisión ofrece (...) dicha accesibilidad se facilita (...) por tres razones: la televisión no requiere mayor instrucción para ser entendida, no trae información compleja y no segrega a la audiencia. Entonces, el autor concluye, *(sin secretos no puede haber tal cosa como la Infancia)*” (Cortés, 2011, p. 71)

Situaciones como las planteadas anteriormente, dan cuenta de la influencia que la televisión tiene en la infancia, con mayor impacto en los primeros años de vida cuando el niño es más permeable a los procesos de aprendizaje y hacen necesario el desarrollo de propuestas investigativas, que permitan construir herramientas significativas para la atención integral, en términos de prevención de las situaciones de riesgo, promoción de los factores protectores e intervención en situaciones ya generadas, que sean atractivas para los niños, pues la mayoría de los contenidos están dirigidos a los adultos y se requiere conocer a profundidad la perspectiva de la población infantil para poder llegar a ellos.

Esta investigación apuntó precisamente a conocer las percepciones de los niños en la primera infancia acerca de la televisión y sus contenidos; con el fin de identificar estos permean a los niños y que tipo de influencia ejercen en los infantes, lo que permitirá diseñar estrategias acordes a sus necesidades e intereses, al mismo tiempo llegar a los padres o cuidadores con mensajes, programas, estrategias de prevención y promoción, que generen niveles de desarrollo integral en los niños.

## Metodología

El diseño metodológico fue mixto. Este tipo de investigación permite combinar diferentes herramientas de muestreo sobre la información requerida. La selección de la muestra para la investigación se escogió de forma aleatoria lo que permite aplicar instrumentos de una manera sectorizada, es decir, no solo se recoge la información proporcionada por los niños en diferentes talleres, sino también se recogió la información suministrada por la Institución Educativa y padres.

La perspectiva cuantitativa presenta un alcance descriptivo, a partir de un diseño no experimental, ya que las variables y/o categorías trabajadas en el estudio no presentan una manipulación deliberada; desde la perspectiva de observar a los participantes y las situaciones en el contexto existente en las instituciones a las cuales pertenecen los niños, sin sacarlos de su ambiente natural. Desde esta perspectiva, se identificó características inherentes a los niños en primera infancia con respecto al uso de la televisión, al igual que sus niveles de apropiación de contenidos de programas preferidos y como estos tienen algún grado de influencia en sus comportamientos cotidianos. (Briones, 1996)

El diseño de la investigación es de tipo transversal, los datos que se recogen son a partir de diferentes instrumentos, recopilados en momentos específicos y de manera univocal, lo que da como resultado una triangulación de la información, que al cruzarla con la obtenida de las Instituciones Educativas y los padres, se dan algunas recomendaciones acerca de las percepciones que los niños tienen acerca de la televisión y varios programas.

Desde el enfoque cualitativo, se procuró comprender y hacer visible algunas de las características de los participantes, a partir de un diseño fenomenológico se enfocó en las experiencias individuales, intentando interpretar y reconocer sus percepciones sobre este medio de información. (Sandoval, 1996)

Para la recolección de la información se diseñaron 3 instrumentos que permitieron identificar el uso que hacen los niños de la televisión. Un instrumento dirigido a familias, otro dirigido a docentes y un último dirigido a niños. Los cuestionarios fueron evaluados inicialmente por expertos y sometidos a prueba piloto para verificar su comprensibilidad por parte de los participantes.

La muestra estuvo conformada por 210 niños entre los 3 y 6 años y sus familias, pertenecientes a instituciones educativas (preescolares) y Centros de Desarrollo Infantil (CDI). Dentro de los componentes éticos, se cuenta con el consentimiento informado por parte de los representantes legales y autorización del ICBF (Seccional Oriente antioqueño) y de los rectores de los respectivos centros educativos.

Para la recolección de la información se realizó, la socialización del proyecto a los rectores y docentes de las Instituciones Educativas del municipio, luego se invitó a familias y cuidadores a un espacio denominado “Café para padres” en el que se plantearon preguntas acerca de las dudas, preocupaciones, inquietudes de las familias con respecto a la forma como los niños hacen uso de la televisión y su influencia en su desarrollo. Se diligenció el consentimiento informado y se diligenció el cuestionario de caracterización del uso de la televisión en los niños, en la versión Familias.

Para la aplicación de los cuestionarios con la población infantil, se contó con el apoyo del equipo investigador, conformado por tres auxiliares de investigación (estudiantes de psicología y comunicación social), los investigadores y estudiantes del quinto semestre de psicología de la Universidad Católica de Oriente, previamente capacitados en el cuestionario.

Cada integrante del equipo acompaña a uno o dos niños, en el diligenciamiento del cuestionario, el cual privilegia el uso del color y el dibujo.

## Hallazgos preliminares

Con respecto a la influencia de la televisión en la vida familiar y el uso que los niños hacen de ella, se identifica que todos los hogares encuestados cuentan con este dispositivo; el 50% de ellos posee un televisor y el 50% restante posee más de dos televisores, ubicados generalmente en las habitaciones.

A la hora de ver televisión, la mayoría de los niños manifiestan estar acompañados; un 26.7% por sus padres y un 43.4% por toda la familia u otras personas; mientras que un 26.7% indican que lo hacen de manera solitaria.

A comparar el acompañamiento que los niños tiene al momento de ver televisión, en relación a la tipología familiar, se identifica que en las familias nucleares la población infantil cuenta con acompañamiento; se encuentra que un 81.25% de los niños provenientes de este tipo de familias ven televisión la mayor parte del tiempo en compañía de padres u otros miembros de la familia, frente a un 18% que lo hace de manera solitaria. Los niños provenientes de las familias monoparentales y familias extensas, lo hacen solos. Lo anterior permite identificar que la composición familiar es un factor protector frente a la influencia que los contenidos televisivos puedan generar en el desarrollo de los niños.

En relación a los canales, programas y personajes favoritos de televisión para los niños, se identifica mayor prevalencia e interés por los canales y programas infantiles, sin embargo aunque en menor porcentaje aparecen algunos programas como novelas.

En cuanto a los hallazgos del uso que los niños hacen de la televisión, desde la perspectiva de ellos mismos, arrojan elementos interesantes que requieren de análisis y profundización, tales como la revisión minuciosa de los contenidos de los programas favoritos y de las características de los personajes y sus posibles efectos en los comportamientos de los niños, pues se identifica inicialmente mayor interés en los niños por los programas con contenidos violentos y agresivos, que impliquen combates y luchas, mientras que en las niñas, la preferencia está por los programas que abordan elementos como el cuidado, la protección y el afecto.

Con respecto a la percepción que tienen las familias del uso que los niños hacen de la televisión, se identifican ciertas similitudes en relación a las respuestas dadas por los niños frente al uso de la televisión, específicamente en los canales y programas favoritos, siendo Discovery Kids, Princesita Sofía y Pepa la Cerdita los más nombrados respectivamente. Mientras que en lo concerniente a la cantidad del tiempo que la televisión es usada por los niños, como medio de entretenimiento, la percepción es diferente, siendo así, los niños refieren un alto uso de este medio durante el día, los padres hablan de pocas horas de uso. La mayoría de los niños manifiesta sentirse mejor junado al aire libre que viendo televisión y se siente más acompañados por los adultos cuando salen a al parque o de paseo. En relación a la forma como los niños usan el medio, un 58.33% de las familias refieren que estos lo hacen de manera independiente mientras que el 41.67% considera que los niños requieren ayuda para su uso, lo que da cuenta cómo los niños pueden acceder con cierta facilidad a diferentes tipos de contenidos televisivos.

## Conclusiones y recomendaciones

Podríamos inferir que el medio televisivo en su complejidad exige al infante el desarrollo de nuevas capacidades, vinculadas a una serie de procesos mentales en conjunto, que potencializarán de manera paulatina el proceso de adaptación social. Aquí conviene volver explícito el tema de la comunicación que se da como desarrollo de la comprensión social, dada inicialmente por el lenguaje, en el infante se inicia por medio de los referentes sociales y la comprensión que este comienza a hacer por medio de los sentidos y de las emociones desarrollando, complejidad frente a aquellos aspectos comunicacionales que le permitirán mejor comprensión de su mundo a medida de que crece; un ejemplo de ello es como aprende el niño a reconocer las expresiones emocionales de su madre, al igual que su voz.

Allí también empieza a jugar un papel importante el tema de las representaciones sociales y la interacción con el medio que lo circunda, destacándose los contenidos que invitan al niño a partir del juego a generar símbolos o crear valores como la cooperación, el trabajo en equipo, los roles familiares y la amistad, preparándolos para una vida social activa. Este proceso le permitirá al niño desarrollar nuevos mecanismos de adaptación.

A medida que el niño socializa, hace un mejor reconocimiento de las diferentes dinámicas, comprender la diferencia de sí mismo con el otro, incorporando a su vida cotidiana la necesidad de nuevas competencias donde el lenguaje fluctúa hacia lo semántico a medida que la representación de los objetos se va integrando por sus experiencias.

Es así como después de un año evidenciamos este desarrollo de nuevos mecanismos en el cambio de la percepción que hacen los niños de siete años observamos un cambio en el interés hacia los programas de televisión elegidos por contenidos con una intencionalidad expansiva de productos audiovisuales ligadas al mercado en un tiempo determinado, elección que se hace por moda, El campo visual de estos programas empieza a ser relativamente llamativo en cuanto a colores, formas y personajes, su mensaje es orientado

a una realidad cotidiana, sin embargo socioculturalmente descontextualizada. Se observan cambios en la percepción de los niños de 7 años en cuanto a los contenidos de los programas favoritos a los elegidos en la edad de 4 a 6 años, esto se evidencia en el uso del lenguaje, facilitando al niño la comprensión de otros fenómenos.

En grados de complejidad el niño a partir del reconocimiento de su mundo empieza a reconocerse así mismo pero todo parte de una interacción comunicativa temprana ¿cómo es entonces la capacidad del niño de entender el contenido de la televisión? En el contexto investigativo se percibe que más allá del contenido educativo de la televisión, hay una intencionalidad mercantilista.

## Referencias

- Alarcón, C. L. (2013). *Estrategia de atención integral a la primera infancia. Fundamentos políticos, técnicos y de gestión*. Bogotá: Ministerio de la Protección Social.
- Bringué, X., Sádaba, C., y Tolsá, J. (2011). *La generación interactiva en Iberoamérica 2010 Niños y adolescentes ante las pantallas*. Madrid: Foro Generaciones interactivas.
- Briones, G. (1996). *Epistemología de las ciencias sociales*. Bogotá: ICFES; ASCUN.
- Cortés, M. (2011). La desaparición de la infancia. Dos perspectivas teóricas. *Revista Educación y Pedagogía*, 23(60), 67-76.
- DANE. (2011). Indicadores Básicos de Tecnologías de Información y Comunicación – TIC para Colombia año 2011. Recuperado de [https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol\\_tic\\_2011.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/tic/bol_tic_2011.pdf)
- Guzmán, C. E. (2011). Del revés al derecho: los derechos de la infancia y la adolescencia desde la perspectiva de las políticas públicas. En *Temas actuales en derecho y ciencia política* (pp. 52-91). Barranquilla: Universidad del Norte.
- Myers, R. (1993). *Los doce que sobreviven : fortalecimiento de los programas de desarrollo para la primera infancia en el Tercer Mundo*. Washington D. C., Santafé de Bogotá: Organización Panamericana de la Salud; Unicef Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia Oficina Regional para América Latina y el Caribe.
- Myers, R. (2000). Atención y desarrollo de la primera infancia en Latinoamérica y El Caribe: Una revisión de los diez últimos años y una mirada hacia el futuro. *Revista Iberoamericana de educación*, 22, 17-39.
- Portafolio*. (2012). Colombia, el país con más hogares con TV pagada en América Latina. Bogotá.
- Sandoval Casilimas, C. A. (1996). *Investigación cualitativa*. Santafé de Bogotá: Icfes.-