

Violència, sexe i televisió: la mirada adolescent

Magdalena Albero Andrés

1. Introducció

L'objecte d'aquest article es presentar els resultats d'una investigació que tenia com a objectiu fonamental valorar l'impacte que la violència i el sexe que apareix a la televisió pot tenir per als joves, en un moment de creixement i de recerca d'identitat com és la adolescència.

El treball sorgeix de la necessitat de donar resposta a una sèrie de preocupacions generals que pares i mares i educadors i educadores manifesten respecte a comportaments dels adolescents com ara l'apatia, la violència i la precocitat en la manifestació de conductes adultes (el consum de l'alcohol, les drogues i les relacions sexuals). La televisió, se l'acusa sovint d'haver provocat aquesta situació. Tanmateix, la majoria de les dades de què es disposen són de caire quantitatiu i només fan referència a què mira l'audiència a la televisió i quant temps hi dedica. Tenim, doncs, informació sobre què fa l'audiència, però no sabem quan, com o per què ho fa. Sobretot desconeixem quin valor atorga a allò que veu en la televisió a l'hora d'interpretar el món i de quina manera els referents televisius es barregen amb d'altres provinents de la família, el grup d'iguals, l'entorn socioeconòmic i les peculiaritats individuals per donar lloc a aquesta interpretació. En el cas de l'audiència adolescent, ens trobem a més a més amb la pràctica absència d'investigacions orientades a estudiar el seu comportament televisiu, però amb moltes afirmacions respecte al mal que el consum d'aquest mitjà ja li ha fet al llarg de la seva vida i que dificulta l'actuació d'altres institucions, com ara l'escola.

Magdalena Albero Andrés

Professora titular de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona

2. Objectius i base teòrica

Conèixer com els i les joves interpreten, avaluen i responen als continguts televisius relacionats amb la violència i el sexe. Es vol investigar com utilitzen aquests referents –que són només una part del context en què viuen amb altres referents– a l'hora de donar sentit a les seves experiències i a les seves relacions amb els altres, conèixer la forma amb què els i les adolescents donen sentit als programes que més els atrauen. Per això, es tracta primer d'identificar quins són els elements fonamentals que hi ha darrere les seves preferències televisives. Es vol també conèixer les expectatives que tenen els i les joves respecte a la programació televisiva. És a dir, quin tipus de programa els agradaria veure i per què, i de quina forma aquests programes podrien contribuir a les seves necessitats d'informació i entreteniment.

Aquesta recerca pretén entendre fins a quin grau l'adolescent és un interpretador actiu dels missatges que sobre la violència i el sexe li arriben a través de la televisió, i d'on vénen els referents que utilitza per fer aquesta interpretació.

L'estudi pren com a punt de partida aproximacions teòriques d'origen cognitivista que intenten estudiar les persones i la seva interpretació del món. Dintre d'aquesta línia es troben tant la perspectiva de l'interaccionisme simbòlic com la teoria dels usos i interpretacions. També pren com a referent el treball fet per alguns científics socials com ara Edgar Morin i la seva teoria de la complexitat, amb la qual intenta aproximar-se a l'estudi dels processos socials. Aquesta darrera perspectiva aporta la possibilitat d'estudiar els fets humans a partir de prendre en consideració fenòmens tan importants com el context en què es produeixen i també tot allò que passa no únicament per la juxtaposició ordenada de les parts, sinó per una

interacció no simple entre elles i d'altres elements fonamentals de l'entorn.

3. Metodologia i mostra

La recerca es basa en un estudi qualitatiu. La quantitat d'elements que hi havia sobre la taula –adolescents, televisió, família, grup d'iguals, violència, sexe, preferències televisives– i les múltiples relacions que s'estableixen entre ells comportava no només dificultats d'anàlisi sinó també la necessitat d'utilitzar uns instruments de recollida de dades que permetessin tenir una visió al més acurada possible de la realitat que es pretenia estudiar. Per aquest motiu, es va plantejar la utilització d'unes tècniques de recerca que facilitessin l'aproximació a la realitat que viuen els i les adolescents seleccionats per a aquest estudi. És per això que se'ls hi va demanar que participessin en activitats que van des de les més individuals a les que es fan conjuntament amb el grup d'iguals, ja que s'assumeix que tant una situació com l'altra són aspectes fonamentals per entendre el comportament i les actituds. Es buscava també que els resultats de cada fase de la recerca servissin de punt de partida per a la fase següent, i així successivament.

La recerca va constar de quatre fases: una enquesta, la redacció de diaris personals, entrevistes i grups de discussió. El caràcter exploratori d'aquest estudi i el seu enfocament qualitatiu requerien treballar amb una mostra reduïda. No es pretenia observar de forma detallada les diferències degudes a la classe social, l'edat i el gènere de la mostra. En canvi, sí que es volia treballar amb els i les joves observant les característiques que tenen en comú com a grup d'edat que comparteix motivacions similars, necessitats comunicatives i experiència prèvia amb la televisió. Es van buscar adolescents que visquessin en un entorn urbà i que formessin un grup mixt tant pel que fa al gènere com a la classe social. Per tal d'assegurar la representació de joves de procedències socioculturals diferents, es va optar per treballar amb dues escoles privades (una de les quals, religiosa) i dues escoles públiques.

La mostra és de 97 adolescents de 2n i 4t d'ESO (de 12 a 16 anys) de les escoles IES Pere Calders (Cerdanyola del Vallès), IES Milà i Fontanals (barri del Raval, Barcelona), IES Can Puig (Sant Pere de Ribes), Escola Súnion i Col·legi

Pare Manyanet (barri de les Corts, Barcelona).

La major part de la mostra, la formen joves de famílies catalanes, amb l'excepció dels alumnes de l'IES Milà i Fontanals, que en la seva totalitat són de famílies immigrades.

4. Resultats de la investigació

Al llarg de cada una de les fases de la recerca, es veu que els adolescents tenen unes preferències televisives clares i que, contràriament al que en un principi podia esperar-se, la televisió no actua, en general, com a model a partir del qual valoren la violència o s'identifiquen pel que fa a la seva conducta i les seves expectatives respecte al sexe. En canvi, la família i l'entorn social, juntament amb les característiques pròpies de l'adolescència, sí que semblen ser al darrere del procés de les seves reaccions envers la violència i els seus sentiments respecte a la sexualitat. Els resultats de l'estudi suggereixen també uns criteris per orientar l'educació en mitjans de comunicació adreçada als joves i una sèrie de recomanacions per al Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Les preferències televisives

La majoria dels adolescents d'aquest estudi veuen la televisió per divertir-se, per passar una estona quan no tenen res més a fer. L'estudi identifica que mirar la televisió no és una activitat d'oci prioritària. Així, les activitats preferides dels enquestats són estar o sortir amb els amics, jugar amb l'ordinador o la consola de joc, connectar-se a internet i mirar la televisió.

Els horaris en què miren la televisió coincideixen amb els horaris dels àpats familiars i la sobretaula. Els programes que apunten com a preferits són també aquests que s'emeten en horari de màxima audiència i que, en general, estan pensats per a un consum familiar.

Les raons que hi ha al darrere de les preferències televisives dels i les joves d'aquest estudi mostren un consum televisiu relacionat amb l'oci i el temps lliure i, per aquest motiu, orientat envers un tipus de programes que afavoreixen l'entreteniment.

Els programes preferits pels i les adolescents a són els de ficció, més concretament, telesèries de creació nacional en què apareixen personatges adolescents com a protago-

nistes de les situacions de cada capítol. Aquest seria el cas de sèries com *Un paso adelante*, *Los Serrano* i *Aquí no hay quien viva*. La ficció amb bones dosis de suspens i/o humor també sembla guiar les preferències quant a programes estrangers, com ara la sèrie nord-americana d'investigació criminal *CSI* i la ja veterana producció nord-americana de dibuixos animats *Los Simpson*. El programa d'humor *Una altra cosa*, tot i no ser de ficció, és també un dels valorats.

Per darrere dels programes esmentats se situen sèries com *El cor de la ciutat*, *Pasapalabra*, *Embrujadas*, *Shin Chan* i *Cuéntame cómo pasó*, *El Diario de Patricia*, *Friends* i *Hospital General*. Un detall curiós és la relativament elevada menció del programa *Pasapalabra* entre el col·lectiu d'alumnes de procedència estrangera, que argumenten la seva predilecció en el sentit que el programa els ajuda a aprendre noves paraules i nous conceptes en castellà.

L'humor, l'aventura, el suspens, i les relacions amoroses apareixen com els punts fonamentals de l'atractiu dels programes que els i les adolescents han escollit com a preferits. Admeten també que entre els seus hàbits televisius hi ha els telenotícies, en primer lloc perquè el veuen els pares i, després, per informar-se.

Per altra banda, diuen que no els agraden els programes infantils, i es mostren altament crítics amb els programes de teleporqueria. Segons les seves afirmacions, la raó fonamental per la qual veuen o han vist programes de teleporqueria és la de passar una estona quan no tenen res millor a fer.

Els i les joves se senten representats quan apareix un personatge de la seva edat. Els atrau perquè els permet identificar-se d'alguna manera amb els personatges. Tanmateix, aquesta identificació no vol dir necessàriament la imitació de la conducta del personatge, sinó més aviat la comprensió dels seus problemes i de les raons de les seves accions. Sembla ser que el possible grau d'identificació amb els personatges i les situacions serveix per despertar i mantenir l'interès d'una sèrie de ficció determinada.

Una troballa important d'aquest estudi és que voldrien veure a la televisió programes adreçats a ells i elles i que no necessàriament fossin de ficció. Voldrien també que a la televisió es parlés d'aspectes de la realitat que els envolta i que no hi surten habitualment com les drogues, la sexualitat, la pobresa o els problemes greus que poden

viure les famílies. És com si demanessin a la televisió una espècie d'ajut per explicar coses del seu entorn que els confonen i, en alguns casos, els angoixen. Volen programes que parlin d'ells i d'elles i de les seves inquietuds, amb to realista i oberts a la seva participació. Es mostren totalment en contra de la utilització d'un to paternalista, i voldrien que aquests programes fossin entretinguts i informatius alhora. Estan en total desacord amb els programes educatius tradicionals.

Pel que fa als programes de ficció que segueixen habitualment, es mostren molt crítics amb aquells que ja han esgotat la seva fórmula o amb els que representen una realitat alterada. En general, demostren conèixer bé els mecanismes que utilitzen les sèries televisives per allargar els capítols, i també n'identifiquen els tòpics, abundants a les telesèries, però que consideren necessaris per tal que aquestes siguin acceptades per l'audiència.

Els i les participants d'aquest estudi es mostren bastant conscients dels valors positius (lluïta entre el bé i el mal, foment de l'amistat, respecte al medi natural, i solidaritat) que apareixen als programes. Igualment, en parlar de programes que no agraden, fan esment dels valors negatius que comporten, concretament, dels continguts violents, els estereotips de gènere i l'ús d'un llenguatge groller. En canvi, no fan gaire esment dels elements estètics: decorats, roba dels presentadors i presentadores, etc.

El fet que utilitzin la televisió bàsicament com a entreteniment i que prefereixin majoritàriament els programes de ficció no vol dir necessàriament que estiguin satisfets amb la programació televisiva actual. Molts es mostren molt crítics amb els programes que es veuen actualment, especialment amb els de teleporqueria. En demanar-los què els agradaria veure a la televisió, sorprèn agradablement trobar-se amb el fet que tots i totes tenen alguna cosa a dir-hi. Això no obstant, les propostes de programes se situen bàsicament en dos àmbits: programes de ficció amb els trets bàsics d'humor, aventura i suspens presents en tota narració i programes informatius però entretinguts adreçats als seus interessos.

La violència i la televisió

Tot i que, en general, els i les adolescents afirmen que hi ha molta violència a la televisió, la percepció que en tenen presenta molts matisos. El principal és la distinció que fan

entre la violència als programes de ficció i la que tingui alguna relació amb la realitat. De les dades recollides es desprèn que a l'adolescent li agraden els programes televisius o les pel·lícules en què hi ha violència només quan té un altre atractiu: l'humor, la fantasia o un bon guió que explica –i no necessàriament justifica– el perquè de la violència que apareix. En canvi, no se senten a gust davant de continguts violents, encara que siguin de ficció, que són massa pròxims a referents que ells han pogut tenir en la vida real.

Els programes informatius (els telenotícies i alguns documentals) són esmentats com els programes de televisió amb més violència, i amb un tipus de violència que els afecta més. Consideren que la violència real que hi ha a la societat és molt pitjor que la que pugui sortir representada als programes de ficció. Accepten veure els telenotícies com quelcom necessari per estar informats, però al mateix temps es queixen per haver de veure'ls, i són conscients del fet que la violència és notícia.

Un altre aspecte que reflecteix l'estudi és que els i les joves, a pesar d'haver vist tants actes violents de ficció a la televisió i als jocs d'ordinador, no presenten símptomes d'insensibilització davant de la violència. Es podria dir, fins i tot, que la televisió sembla actuar com a vehicle de conscienciació de la violència a la vida real. Així, gràcies als informatius, tots i totes coneixen que hi ha guerres, terrorisme i violència contra les dones, els tres aspectes que surten amb més freqüència quan se'ls pregunta què canviarien del món. La televisió és per a alguns d'ells i d'elles un vehicle per conèixer les injustícies del món, ser conscients de la necessitat de ser solidaris i al mateix temps sentir-se afortunats per poder viure en un entorn relativament tranquil i acomodat. Aquest, però, no és el cas d'alguns dels i les adolescents de la mostra que viuen la violència en el seu entorn quotidià i que els afecta molt més profundament que qualsevol acte violent vist a la televisió.

Segons l'estudi, la violència que veuen a la televisió no és presa en cap cas com a model de conducta per part dels i les joves. Tampoc no la viuen com una forma de resolució de conflictes ni l'entenen com una cosa natural. Cap dels i les adolescents considera que els pugui afectar la violència televisiva. Estan molt lluny de justificar la violència i també d'insensibilitzar-se envers aquests tipus de continguts.

El sexe i la televisió

De les opinions dels i les adolescents es desprèn que saben distingir entre sexe i relacions amoroses. En general, els nois es manifesten contraris a l'ús del sexe a la televisió com una forma de vendre, mentre que les noies denuncien la relació que s'estableix entre sexe i masclisme, com ara la que es dona en els anuncis de cotxes, de detergents o de colònies. Tots i totes coincideixen a rebutjar totalment els continguts de sexe no buscat que apareixen a internet.

Per altra banda, la majoria dels nois i noies d'aquest estudi afirmen haver après sobre sexe a la televisió, però no la consideren una font d'informació important sobre aquest tema. Es queixen que hi ha molt de sexe a la televisió però que gairebé mai no es tracta en el sentit d'informar o d'ajudar a respondre les seves preguntes. Això sembla explicar l'interès que mostren pels programes de ràdio (*En tu casa o en la mía*) i de televisió (*Me lo dices o me lo cuentas*) presentats per la sexòloga Lorena Berdún. L'acceptació d'aquests programes i les opinions que manifesten els i les adolescents podrien interpretar-se com una indicació del fet que voldrien trobar a la televisió programes on es parlés de sexe, però que no portessin l'etiqueta d'educatiu. Acceptarien programes que fossin entretinguts i informatius i que incorporessin debats en què ells i elles poguessin participar.

A l'hora de buscar informacions sobre sexe, els i les adolescents d'ara es troben en situacions molt semblants a les viscudes per altres generacions. Així, els amics i les amigues continuen essent el referent més important, i als pares o mares no els tenen confiança per parlar d'aquest tema. Només hi acudirien si hi hagués algun problema greu. Perceben el sexe com una part important de la seva vida privada i del seu procés d'independència dels pares i les mares.

Dels resultats d'aquest estudi es desprèn també que la televisió no sembla ser el vehicle informatiu més important per aprendre sobre sexe, i que la família orienta, en part, la interpretació dels continguts sexuals que hi apareixen.

Finalment, podríem dir que s'intueix una col·laboració possible i altament positiva entre els mitjans de comunicació i l'escola. La televisió, i també la ràdio, donaria, en l'àmbit de la sexualitat, les bases d'un debat que es podria desenvolupar a l'escola. Tanmateix, perquè iniciatives d'aquest estil poguessin tenir èxit caldria formar el professorat i orientar-lo cap a una forma de treballar

aquests temes amb els i les adolescents que estigués exempta del paternalisme i dirigisme amb què sovint l'escola intenta indicar als i les alumnes la forma amb què han d'interpretar els continguts televisius.

L'educació en mitjans de comunicació

El coneixement que mostren els i les adolescents sobre el funcionament de la televisió, fruit de la seva experiència com a espectadors i espectadores i de les pautes per interpretar els continguts televisius que han rebut del seu entorn, no vol dir que no sigui necessari plantejar-se una educació en mitjans de comunicació adreçada a aquest grup d'edat.

Aquest programa hauria de tenir tres eixos fonamentals:

- a) La utilització dels continguts televisius com una possible eina generadora de debats que es poden desenvolupar a l'aula.
- b) L'estímul per part de l'escola o institut per animar els i les joves a crear els seus propis continguts de mitjans de comunicació al llarg del seu pas pel centre educatiu: revistes, programes de ràdio, pàgines web, exposicions de fotografia, propostes de nous programes de televisió, guions per a telesèries.
- c) L'adaptació del treball en educació en mitjans que es fa a l'aula a l'heterogeneïtat de l'alumnat i, molt especialment, a l'alt percentatge d'alumnes d'origen estranger que s'hi troben.

Ara bé, perquè aquests objectius fossin realment viables caldria treballar paral·lelament els següents aspectes:

- Una formació del professorat en què s'incidís en la necessitat de deixar als i les alumnes expressar les seves interpretacions sobre els continguts televisius sense tractar d'imposar la interpretació dels adults.
- La creació d'estímul externs a l'escola per fer que els i les alumnes s'interessin en la producció de mitjans. Per exemple, la convocatòria de premis escolars.
- La creació d'un espai curricular que permetés donar a l'escola les hores lectives necessàries per poder desenvolupar l'educació en mitjans.
- Potenciar la col·laboració necessària amb els mitjans de comunicació públics i locals i amb algunes editorials per tal de fer que alguns dels millors productes, o propostes de productes, que cada curs acadèmic generin els i les adolescents puguin arribar a convertir-se en programes i publicacions reals.

Les seves propostes servirien per donar algunes bases per a una programació televisiva i radiofònica i també per a la creació de noves publicacions periòdiques adreçades a aquest grup d'edat. Els i les adolescents d'aquest estudi diuen que voldrien programes adreçats a ells i elles i en què hi poguessin participar.

L'activitat del CAC

Segons l'autora de l'estudi, les opinions dels i les joves recollides reforcen, per exemple, la necessitat de la batalla endegada contra la programació de teleporqueria. Si bé no sembla que el que surt en aquests programes tingui cap rellevància per als i les adolescents com a model de conducta, sí que és cert que les hores que ocupa la teleporqueria podrien utilitzar-se per a programes en què es mostrés un respecte bàsic per les persones i un ús adequat de la llengua. Tots i totes, nens i nenes, joves i persones adultes mereixen un entreteniment de més qualitat, i cal que els organismes reguladors provoquin amb la seva actuació la necessitat que les cadenes televisives comencin a pensar en altres formes d'omplir les hores de programació.

El CAC ha de continuar vetllant perquè a les telesèries d'èxit es tingui cura del llenguatge, ja que l'atracció que pot tenir un programa de ficció no rau en el fet que es facin servir un tipus de paraules o unes altres, sinó en la història que narra. Així, el suposat populisme que alguns guionistes intenten donar als seus productes amb la utilització d'un llenguatge massa pròxim a la grolleria hauria de ser un dels aspectes a corregir a l'hora de preparar nous programes de ficció.

El CAC també ha de continuar observant els continguts de violència que apareixen a la televisió. Els i les adolescents són clars respecte als criteris que fan servir per valorar la violència. No els importa quan està embolcallada de fantasia, quan té com a objectiu la crítica social en clau d'humor i quan es representa en forma de dibuix animat. En canvi, els afecta la violència que relata situacions que poden passar a la vida real o que han passat i són molt conscients del patiment de la víctima, no només el físic, sinó també l'emocional.

Els seus comentaris apunten cap a un altre tipus de continguts violents que sovint han estat causa de polèmica: la violència que els joves observen cada dia als informatius. Vist això, potser seria convenient promoure la necessitat

d'un informatiu adreçat als i les joves on se'ls ajudés a passar de la informació a la conscienciació, i d'aquesta a una possible participació social.

Els resultats d'aquest estudi incideixen també en la necessitat de mantenir i fins i tot ampliar la vigilància de la publicitat a la televisió. Les respostes fan evident la importància d'una regulació dels anuncis que utilitzin el cos de la dona com argument de venda, i també dels anuncis sexistes, encara molt abundants, on, per exemple, la dona encara se sorprèn quan l'home decideix rentar els plats.

Les opinions dels adolescents ens aporten també la possibilitat d'una altra funció que podria assumir el CAC: la de promoure els anuncis institucionals. Contràriament al que en un principi podria esperar-se, els i les adolescents reaccionen molt bé davant d'aquest tipus d'anuncis, sempre que s'adrecin a un problema o una preocupació que estiguin relacionats amb ells. Anuncis institucionals que utilitzin més l'humor que la provocació, la prevenció i no la prohibició i que, sobretot, adoptin la mirada del jovent podrien tenir un lloc important a la televisió.

Segons Albero, el CAC podria demanar també als diferents canals de televisió l'avançament dels seus horaris. Les famílies han adoptat com a rutina anar a dormir quan acaba la pel·lícula o la telesèrie de cada nit i això és ja difícil de canviar. Tanmateix, si tots els canals de televisió avancessin els seus horaris de màxima audiència es podria aconseguir que les famílies se n'anessin al llit més d'hora, amb la consegüent millora que dormir suficientment provocaria tant pel que fa al benestar individual com per al rendiment escolar i laboral de la societat.

A l'últim, els resultats d'aquesta recerca mostren també la importància d'accions per part del CAC adreçades a buscar possibles solucions al problema que presenten, per una banda, el perill d'addicció als videojocs i, per l'altra, el sexe que apareix a internet i que l'usuari o usuària no ha buscat. D'aquestes dades es desprèn que el CAC ha de continuar fent la seva tasca d'informar les famílies sobre la necessitat de controlar l'exposició dels seus fills als mitjans de comunicació i, més concretament, de limitar el nombre d'hores que passen amb els videojocs. D'altra banda, s'ha de continuar insistint en la necessitat que els videojocs que es comercialitzin indiquin clarament el perill d'addicció com una informació bàsica de cara a les persones usuàries.

Bibliografia

ALBERO ANDRÉS, M. "The Internet and Adolescents: The Present and Future of the Information Society". A: GOLDSTEIN, J.; BUCKINGHAM, D.; BROUGÈRE, G. (ed.). *Toys, Games and Media*. Londres [Regne Unit]: Lawrence Erlbaum Associates, 2004.

ALBERO ANDRÉS, M. "Las buenas historias: una forma de lucha contra la violencia televisiva". A: *II Congreso Internacional Comunicación y Realidad*. Barcelona: Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universitat Ramon Lull, 2003.

ALBERO ANDRÉS, M. "Televisión y contextos sociales en la infancia: Hábitos televisivos y juego infantil". A: *Comunicar*. Huelva: Grupo Comunicar, 1996, n. 6, pàg.129-139.

ALBERO ANDRÉS, M. "Telenovelas, intelectuales y público". A: *Claves de razón práctica*. Madrid: Progreso, 1995, núm. 55, pàg. 68-74.

ALBERO ANDRÉS, M. "Televisión y socialización. Apuntes críticos desde una ecología socio-cognitiva". A: *Telos*. Madrid: Fundación Telefónica, 1994, núm. 38, pàg. 14-17.

Anuario de audiencia de televisión. Barcelona: SGAE, 2003.

ARAN, S.; BARATA, F.; BUSQUET, J.; MEDINA, S.; MORON, S. *Els usos televisius i la recepció de la violència a la televisió per part dels infants*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2003.

BANDURA, A.; WALTERS, R. *Social Learning and personality development*. Nova York [EUA]: Holt, Rinehart & Winston, 1963.

BARKER, M.; PETLEY, J. (eds). *III. Efects. The Media/Violence Debate*. Londres [Regne Unit]: Routledge, 1997.

BASTARDAS BOADA, A. "Lingüística general: elementos para un paradigma integrador desde la perspectiva de la complejidad". A: *Linred. Lingüística en la red* [en línia]. 2003.

- BECK, U. *Risk Society. Towards a New Modernity*. Londres [Regne Unit]: Sage, 1992.
- BENNETT, T. "Texts, Readers, Reading Formations". A: *Bulletin of the Midwest Modern Language Association*. Iowa [EUA], MMLA: 1983, núm. 16 (1) pàg. 3-17.
- BERDÚN, L. *En tu casa o en la mía. Todo lo que los jóvenes quieren saber para un sexo sin duda*. Madrid: Santillana, 2000.
- BOUMAN, M. *The turtle and the peacock*. Gouda, [Holanda]: Entertainment and Education, 2002.
- BOURDIEU, P.; PASSERON, J.C. *Reproduction in Education, Society and Culture*. Beverly Hills [Califòrnia, EUA]: Sage, 1997.
- BOURDIEU, P. *La distinción. Criterio y bases sociales para el gusto*. Madrid: Taurus, 1988.
- BUCKINGHAM, D.; BRAGG, S. *Young People, Sex and the Media. The Facts of Life*. Londres [Regne Unit]: Palgrave MacMillan, 2004.
- BUCKINGHAM, D. *After the Death of Childhood. Growing Up in the Age of Electronic Media*. Londres [Regne Unit]: Polity Press and Blackwell Publishers Ltd, 2000.
- BUCKINGHAM, D. (ed.) *Reading Audiences: Young People and the Media*. Manchester [Regne Unit]: Manchester University Press, 1993.
- BUCKINGHAM, D. (ed.) *Reading Audiences: Young People and the Media*. Manchester [Regne Unit]: Manchester University, 1993.
- CAMPS, V. "La violència a la televisió: Què hem de fer?". A: *Quaderns del CAC*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2003, núm. 17.
- CASAL, J.; GARCIA, M.; MERINO, R.; QUESADA, M. *Enquesta als joves de Catalunya, 2002*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Secretaria General de Joventut, 2003.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. *La televisión y los niños: Hábitos y comportamientos*. Madrid: CIS, 2003, estudi núm. 2.391 (maig 200).
- CLEMENTE, M.; VIDAL, M.A. *Violencia y televisión*. Madrid: Noesis, 1996.
- COMSTOCK [et al.]. *Television and Human Behaviour*. Nova York [EUA]: Columbia University Press, 1998.
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya. *Llibre Blanc: l'educació en l'entorn audiovisual*. Barcelona: CAC, 2003.
- DROTNER, K. "Global Media Through Youthful Eyes". A: LIVINGSTONE, S. *Children and their Changing Media Environment*. Londres [Regne Unit]: Lawrence Erlbaum Associate, 2001.
- Enquesta de Consum i Pràctiques Culturals de Catalunya*. Barcelona: Departament de Cultura i Institut d'Estadística de Catalunya, 2001.
- Estudio General de Medios. *Anuario SGAE*. Barcelona: SGAE, 2003.
- EVE, R. A. [et al.] (ed.) *Chaos, Complexity and Sociology*. Londres [Regne Unit]: SAGE, 1997.
- FRITH, S. "Youth/Music/Television". A: FRITH, S.; GOODWIN, A.; GROSSBERG, L. (ed.) *The Music Video Reader*. Londres [Regne Unit]: Routledge, 1993.
- GARCIA GALERA, M. C. *Televisión, violencia e infancia. El impacto de los medios*. Barcelona: Gedisa, 2000.
- GAUNTLETT, D. *Media, Gender and Identity: An Introduction*. Londres [Regne Unit]: Routledge, 2002.
- GAUNTLETT, D. *Moving Images: Understanding Television's Influences and Effects*. Luton [Regne Unit]: John Libbey, 1995.
- GAUNTLETT, D. *Video Critical: Children, the Environment and Media Power*. Luton [Regne Unit]: John Libbey, 1997.

- GELL-MANN, M. *El Quark y el jaguar. Aventuras en lo simple y lo complejo*. Barcelona: Tusquets, 1996.
- GERBNER, G. "Violence in television drama: Trends and Symbolic Functions". A: Comstock, G. A.; Rubinstein, E. A. (ed.) *Television and Social Behaviour*. Washington DC [EUA]: US Government Printing Office, 1972.
- GREENBERG, B.; BRADLEY, S.; BROWN, J.; BUERKEL-ROTHFUUS, N. (ed.) *Media Sex and the Adolescent*. Cresskill [New Jersey, EUA]: Hampton Press, 1993.
- GUNTER, B. *Dimensions of television violence*. Aldershot [Regne Unit]: Gower, 1985.
- GUNTER, B.; HARRISON, J. *Violence on Television. An Analysis of amount, nature, location and origin of violence in British programmes*. Londres [Regne Unit]: Routledge, 1998.
- HALLORAN, J. "The social effects of Television". A: *The effects of Television* Londres [Regne Unit]: Panther, 1970.
- HANLEY, P. *Sense and Sensibilities: public opinions in the BFC guidelines*. Londres [Regne Unit]: British Board of Film Classification, 2000.
- HODGE, B.; TRIPP, D. *Children and Television*. Cambridge [Regne Unit]: Polity Press and Blackwell, 1986.
- HOWARD, S. (ed.) *Wired Up: Young People and the Electronic Media*. Londres [Regne Unit]: University College London Press, 1998.
- JOHNSON, J.G. [et al.] "Television Viewing and Aggressive Behaviour During Adolescence and Adulthood". A: *Science*. Washington [EUA]: The American Association for the Advancement of Science, 2003, vol. 295.
- Joventut 2002 (Enquesta). Vegeu CASAL, GARCIA [et al.]: 2003.
- KINDER, M. (ed.) *Kid's Media Culture*. Londres [Regne Unit]: Durham and London, Duke University Press, 1999.
- LEVINE, J. *Harmful to minors: the perils of protecting children from sex*. Minneapolis [EUA]: University of Minnesota Press, 2000.
- LIEBERT, R. [et al.] *The Early Window. Effects of Television on Children and the Youth*. Nova York [EUA]: Pergamon Press, 1973.
- LIVINGSTONE, S. *Children and Their Changing Media Environment*. Londres [Regne Unit]: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
- LIVINGSTONE, S.; BOWIL, M. *Young People and New Media*. Londres [Regne Unit]: Sage, 2002.
- LOPEZ, C. (dir.) *La representació de la violència a la televisió*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2000.
- LULL, J. *Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences*. Londres [Regne Unit]: Routledge, 1990.
- MEAD, G.H. *Mind, Self and Society*. Chicago [Illinois, EUA]: University of Chicago Press, 1934.
- MITCHELL, C.; REID-WALSH, J. *The cultural spaces of childhood*. Londres [Regne Unit]: Routledge, 2002.
- MOORE, S.; I ROSENTHAL, D. *Sexuality in Adolescence*. Londres [Regne Unit]: Routledge, 1993.
- MORIN, E. *La méthode. 2. La vie de la vie*. París [França]: Seuil, 1980.
- MORIN, E. *La méthode. 4. Les idées. Leur habitat, leur vie, leur moeurs, leur organisation*. París [França]: Seuil, 1991.
- MORIN, E. *Introduction a la pensée complexe*. París [França]: ESF, 1992.
- MORIN, E. *La tête bien faite. Repenser la réforme, reformer la pensée*. París [França]: Seuil, 1999.

- MORIN, E. *L'identité humaine*. París [França]: Seuil, 2000.
- MORLEY, D. *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Londres [Regne Unit]: Comedia, 1986.
- MORLEY, D. *Television Audiences and Cultural Studies*. Nova York [EUA]: Routledge, 1992.
- MURRAY, J.P. [et al.] (ed.) *Television and Social Behaviour*. Washington [EUA]: US Government Printing Office, 1992.
- OROZCO, G. "Cultura y television: de las comunidades de referencia a la producción de sentido en el proceso de recepción". A: GARCIA CANDINI, N. *El consumo cultural en México*. Mèxic: CNCA, 1993.
- OSBORNE, T.; ROSE, N. "Do the Social Sciences Create Phenomena?: the example of public opinion research" A: *British Journal of Sociology*. Londres [Regne Unit]: London School of Economics and Political Science, 1999, núm. 3, volum 50, pàg. 367-396.
- RALPH, S.; LAUGHAM, J.; LESS, T. *Youth and Global Media*. Londres [Regne Unit]: University of Luton Press, 1992.
- SILVERSTONE, R. *Consuming Technologies: Media and information in domestic spaces*. Londres [Regne Unit]/Nova York [EUA]: Routledge, 1992.
- SILVERSTONE, R. *Television and Everyday Life*. Londres [Regne Unit]: Routledge, 1994.
- RALPH, S.; LAUGHAM, B.; LESS, T. *Youth and the Global Media*. Luton [Regne Unit]: University of Luton Press, 1999.
- RICHARDS, C. *Teen Spirits: Music and Identity in Media Education*. Londres i Bristol. [Regne Unit]: UCL Press, 1998.
- STRASSBURGUER, V.; WILSON, B. *Children, Adolescents and the Media*. Londres [Regne Unit]: Sage, 2002.
- SEFTON-GREEN (ed.) *Digital Diversions: Youth Culture in the Age of Multimedia*. Londres [Regne Unit]: University College, 1998.
- SILVERSTONE, R. *Television and Everyday Life*. Londres [Regne Unit]/Nova York [EUA]: Routledge, 1994.
- TAPSCOTT, D. *Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation*. Nova York [EUA]: McGraw-Hill, 1998.
- THOMPSON, J.B. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.
- WAGENSBERG, J. *Ideas sobre la complejidad del mundo*. Barcelona: Tusquets, 1985.
- WALDROP, M. M. *Complexity*, Londres [Regne Unit]: Penguin, 1992.
- WILLIS, P. *Learning to Labour. How working class kids get working class jobs*. Aldershot [Regne Unit]: Gower, 1977. [Edició espanyola: *Aprendiendo a trabajar. Cómo los jóvenes de la clase obrera consiguen trabajos de clase obrera*. Torrejón de Ardoz: Akal, 1986]