

**Geneviève Jacquinot-Delaunay**  
Francia

# La violencia de las imágenes televisivas y su impacto en las conciencias

*Este trabajo realiza un breve recorrido por la historia de las ya numerosas investigaciones realizadas en el campo de la influencia que la violencia televisiva y cinematográfica han tenido sobre la imagen que del mundo crean los niños. La autora reflexiona sobre este polémico tema, concluyendo que es responsabilidad de toda la sociedad crear receptores más críticos y activos ante los medios.*

*This paper revises the history of research on the influence of television and cinema violence on the world image created by children. The author makes a reflection on this polemic topic, coming to the conclusion that the whole society is responsible for bringing up more creative and active receivers.*

## **DESCRIPTORES/KEY WORDS**

**Medios, televisión, cine, infancia, violencia, audiencia.**  
**Media, television, cinema, childhood, violence, audience.**

**Geneviève Jacquinot-Delaunay** es catedrática y responsable del Grupo de Investigación sobre el Aprendizaje, los Medios y la Educación (GRAME) de la Universidad París VIII de Francia (gjacq@noos.fr). Traducido del francés por Esther Gispert.

En 1966, en un número de la revista *Communications*<sup>1</sup> titulado «Radiotelevisión: reflexiones e investigaciones», el investigador André Glucksmann hacía referencia a las investigaciones sobre «los efectos de la violencia en el cine y la televisión» y retomaba la conclusión de un inventario de las investigaciones publicado por la UNESCO en 1993: «Todo lo que sabemos con absoluta certeza sobre el cine es que en realidad no sabemos gran cosa».

¿Qué sabemos hoy, tanto en lo que concierne al cine y sobre todo en lo que se refiere a la televisión, de esta cuestión que sacude las conciencias a modo de golpe de puñetazo? Tal vez no sabemos mucho más sobre estos famosos «efectos», pero en cambio,

sabemos bastante más sobre la forma cómo han trabajado los que, desde que el cine y la televisión existen, han intentado elaborar teorías y dispositivos metodológicos para aportar respuestas a las principales cuestiones que estos medios han planteado.

### 1. Un debate recurrente con una causa ya conocida

Los debates sobre la influencia del cine en la sociedad ya surgieron en el momento de su nacimiento. Las campañas en la prensa contra los «Nickelodeones»<sup>2</sup> tuvieron lugar en 1909 en los Estados Unidos y en 1912 en Francia. En 1916 Poulain instruyó el primer proceso «Contra el cine como escuela del vicio y del crimen y a favor del cine como escuela de educación moralizadora y vulgarizadora».

De forma parecida, los debates sobre la influencia de la violencia en la televisión también empezaron con su nacimiento y acompañaron su desarrollo. Actualmente, políticos, educadores y medios de comunicación de todos los países se unen periódicamente para reabrir el dossier sobre la influencia nefasta de las escenas de violencia en la televisión, especialmente en lo que concierne a su influencia en los comportamientos agresivos<sup>3</sup>. La misma preocupación se pone de manifiesto con los videojuegos o con Internet cuando la Red se pone al servicio de los rituales sociales de los grupos agresivos.

Paralelamente, una serie de dispositivos legislativos o reglamentarios (indicadores morales para la anti-violencia<sup>4</sup>), técnicos (dispositivo de antiviolencia) y pedagógicos (la educación en los medios de comunicación) han sido progresivamente utilizados con un éxito variable en función de quien ha llevado a cabo su evaluación.

Si bien la literatura científica sobre este tema es importante hay que precisar que es mayoritariamente norteamericana y, por consiguiente, su carácter es fundamentalmente cuantitativo y comportamental. Este tipo de investigación es poco conocida en Francia y cuando es divulgada resulta poco apreciada ya que los trabajos científicos que se realizan, tal como sucede en Europa en general, son más cualitativos y psicopsicológicos. Por otra parte, algunos<sup>5</sup> piensan que los Estados Unidos mantienen una relación cultural particular con la violencia y que ésta cumple la función social de mantener uno de los mitos fundadores de la sociedad americana.

Nuestro objetivo, en las líneas que siguen a continuación, no es el de hacer un simple balance de los resultados de las diferentes investigaciones en las que intervienen fisiólogos, psicólogos, médicos, sociólogos,

semiólogos, especialistas de la educación y de la comunicación... cada uno según su propio punto de vista. La causa ya es conocida: la situación en los primeros meses del año 2000 es la misma que en 1966. La correlación entre la violencia mostrada en los medios y las «conductas inmorales y criminales» (versión de los años sesenta) o «la delincuencia juvenil» (versión de los años noventa) no ha podido ser nunca probada científicamente. La verdadera violencia se sitúa mayoritariamente en el entorno social.

Por el contrario, la inquietud suscitada por este problema es general y se reproduce cada vez que una nueva tecnología irrumpe en la vida social. Se puede citar el ejemplo de los videojuegos sobre los cuales las mismas hipótesis y los mismos prejuicios se amontonan y alimentan los mismos «miedos». Sin embargo, una serie de cuestiones culturales, sociales, cognitivas e incluso estéticas, relacionadas con los videojuegos merecen ser estudiadas y los resultados, difundidos, para, de esta forma, acabar con el «miedo» que suscitan los videojuegos<sup>6</sup>.

Por lo tanto las cosas han cambiado... como la situación mediática: se ha intensificado la presencia del medio televisivo, se han diversificado los medios de comunicación, sobre todo, con la aparición de los videojuegos y de las nuevas redes de comunicación como Internet, que pueden como en otro tiempo el cine y la televisión, ponerse tanto al servicio de las causas más nobles como de las más mercantiles;

Por otra parte, las teorías relativas a los medios de comunicación han evolucionado, sobre todo, en lo que concierne al estudio de sus supuestos «efectos», más allá del tema unidireccional de la violencia. Esta evolución ha tenido una clara influencia en la forma de posicionarse del público, más allá de las investigaciones, en torno a los «efectos» de la violencia televisiva. Sobre este aspecto nos gustaría insistir, ya que, de forma progresiva, hemos pasado de una concepción centrada en los «efectos» a una concepción centrada en los «usos». El estudio de los efectos de los medios de comunicación y de los mecanismos de apropiación de los contenidos que vehiculan, se trate o no de la violencia, se ha enriquecido progresivamente. Sin entrar en un análisis detallado de las diferentes teorías<sup>7</sup> y de su influencia en la concepción de las relaciones que pueden existir entre los medios de comunicación y sus públicos, podemos subrayar varias evoluciones progresivas, incluso teniendo en cuenta que estas diferentes tendencias han podido o pueden llegar a coexistir en una misma época:

También ha sido significativo el paso de las teorías de los «efectos directos» (de la teoría de la «jeringa

hipodérmica» a la *agenda-setting* pasando por la teoría del impacto social de las tecnologías y la de la «incubación cultural») a las teorías de los efectos indirectos o «limitados»: limitados en función de las «gratificaciones» investigadas por la persona, en función de su red de relaciones interpersonales y de sus grupos de pertinencia, en función también de sus esperas, previsiones y de su percepción del grado de utilidad social de la información proporcionada por los medios de comunicación. En lugar de preguntarse qué es lo que los medios de comunicación hacen al público, los investigadores se han preguntado lo que los públicos hacen de los medios, en función de diferentes variables como el contexto económico y socio-cultural que, sin lugar a dudas, juega un papel muy importante en el caso de la violencia.

Por otra parte, hemos de considerar la sustitución de las investigaciones sobre los medios focalizadas en los fenómenos de persuasión, por las investigaciones más progresivamente abiertas a la toma de contacto de su dimensión cognitiva (Jacquinot, 1995a), en el sentido amplio del término, implicando las dimensiones informativas, sociales y afectivas. La televisión, en particular, es considerada como el medio decisivo en el cual tiene lugar la percepción y la organización cognitiva de la realidad exterior.

Finalmente, cabe indicar la sustitución de investigaciones focalizadas en la relación medio/público o público/medio por las investigaciones que han integrado la experiencia mediática –y sobre todo televisiva, aunque el mismo esquema se dibuja para las nuevas tecnologías–, especialmente en lo que respecta a las prácticas y usos familiares, culturales o sociales. Esta nueva perspectiva permite el estudio de las interacciones psicosociales (intereses personales), micro-sociales (observaciones etnográficas de prácticas localizadas) o macro-sociales (dimensión ideológica del discurso mediático).

Estas evoluciones obligan a situar el estudio de la violencia en los medios y en concreto en la televisión, en una perspectiva infinitamente más amplia de lo que la tradición de las investigaciones sobre los efectos de la violencia en el cine y en la televisión había hecho hasta el momento presente, e incluso, en el caso de las investigaciones cada vez más numerosas que se focalizan en una aproximación prioritariamente heurística en torno a los profundos mecanismos de «negociación

con las imágenes violentas» y hacia una especie de «psicoanálisis» de sus efectos, no podemos hacer abstracción del nuevo contexto teórico general que permite, en el momento actual, «repensar» las relaciones con los medios.

En la historia de la investigación sobre los «efectos» supuestos de los medios en los jóvenes, algunos trabajos ocasionales, en Francia, ya habían permitido poner en evidencia la importancia del posicionamiento teórico del investigador, en relación con la infancia y en relación con las imágenes y los medios de comunicación. Un ejemplo de esta orientación son los trabajos llevados a cabo por la psicóloga Liliane Lurçat, directora de investigación en el CNRS, quien, a través de entrevistas individuales con niños de 4 a 6 años, durante un período de casi 15 años, ha estudiado la actitud del niño frente a las apariencias televisivas (1984: 94) y ha puesto, junto con Lurçat (1981), el acento en la fascinación ejercida por la violencia televisiva (1989) en el niño. O bien, desde una perspectiva más psicosociológica, los célebres trabajos de Chombart de Lauwe, sobre la infancia y sus representaciones, con Bellan (1979). Amos realizaron una importante investigación sobre la interacción de los niños y de sus medios (libro, prensa y televisión), como estudio de ese sector específico de la psicología de la infancia que ella misma ha contribuido a iniciar. Interesándose por los «niños de la imagen» –en referencia, a la vez, a estos pequeños personajes que apa-

***La correlación entre la violencia mostrada en los medios y las «conductas inmorales y criminales» –versión de los años sesenta– o «la delincuencia juvenil» –versión de los años noventa– no ha podido ser nunca probada científicamente. La verdadera violencia se sitúa mayoritariamente en el entorno social.***

recen en los medios destinados a la infancia y a los niños que los miran– había observado cómo en los niños de 7/13 años se opera la transmisión social de las representaciones y de los valores por los medios, desde la producción de las representaciones que los adultos hacen del niño hasta su utilización y su interiorización por parte de los propios niños. En esta investigación, se había situado al lado del análisis de los mensajes y había puesto en evidencia cómo los

medios de comunicación destinados a los niños les ofrecen una representación del mundo sesgada en la que la vida real ha acabado siendo borrada. Se constata la inversión de las relaciones de poder, el niño dominando directamente al adulto, el carácter cada vez más *unisex* de los modelos de héroes, no porque exista igualdad de sexos sino más bien porque el modelo de referencia es el niño, del cual la niña no es más que una copia menor.

En cuanto a las interacciones entre los jóvenes y los héroes de los medios, que se establece mediante una relación dialéctica, podemos decir que son el testimonio, a la vez, de la existencia de una cultura común a la joven generación y también de una diferenciación, ligera según los medios sociales a los que pertenecen los niños, desde esta edad, pero fuerte según los sexos: los niños y niñas entrevistados tenían una representación más conformista y retrógrada del papel y de la posición social de los sexos de la que los medios de comunicación les ofrecen.

Esta investigación subrayaba la importancia adquirida por los grupos de semejantes, sobre todo, en la

cia, ya prefiguraba la necesaria interdisciplinariedad y pluralidad de aproximaciones perpetuamente proclamadas más tarde, pero raramente llevadas a cabo en los trabajos sobre las interacciones entre los niños y los medios de comunicación. Lo que otorga también, pero a partir de bases teóricas y metodológicas diferentes, la riqueza de la investigación llevada a cabo recientemente en Francia, durante tres años, bajo la responsabilidad del psiquiatra y psicoanalista Tisseron (2000). Esta investigación pone en cuestión, especialmente la certidumbre según la cual los niños de esferas sociales favorecidas tendrían una mayor aptitud para poder llegar a relatar sus experiencias con el mundo. ¿Los niños de medios culturales favorecidos y de medios desfavorecidos tendrían una relación diferente respecto a la elaboración individual (verbal) y a la elaboración colectiva (verbal y sensorio-motriz) de los efectos que sobre ellos producen las imágenes violentas?

De forma más global esta investigación intenta responder a dos cuestiones principales:

- ¿La recepción de las imágenes violentas induce formas de elaboración interiorizadas, socializadas, diferentes de las que son movilizadas en la recepción de imágenes neutras?
- ¿Los niños que poseen una buena capacidad para la elaboración psíquica y para la verbalización frente a una situación individual tienen un comportamiento diferente cuando se encuentran en una situación colectiva?; en caso afirmativo ¿de qué manera se manifiesta este comportamiento?

Incluso si esta investigación se focaliza en una aproximación prioritariamente heurística sobre los profundos mecanismos de «negociación con las imágenes violentas» y hacia un «psicoanálisis» de sus efectos, a fin de situar mejor la eventual influencia de las imágenes consideradas violentas sobre los jóvenes colegiales de 11 a 13 años, no puede hacerse abstracción del contexto histórico general que permite, en el momento actual, llegar a «pensar» las relaciones que los jóvenes mantienen con los medios de comunicación.

## 2. ¿Qué podemos esperar de la educación en los medios de comunicación?

En Francia, contrariamente a otros países, existen pocas asociaciones activas en defensa del joven teles-

### ***La educación en los medios de comunicación, cuya necesidad es cada vez más reconocida, todavía no forma parte, más que ocasionalmente de las obligaciones escolares y aunque llegue a desarrollarse, nunca reemplazará la necesaria responsabilidad de los organismos productores de mensajes mediáticos, sobre todo, con respecto al problema de la violencia.***

pre-adolescencia, cimentada por los modelos y las prácticas que no revelan únicamente el peso de la esfera familiar sino también la amplia fuerza de inspiración de los medios de comunicación. Ella también insistía, y como contrapunto, sobre la ausencia de futuro posible en el universo que les era presentado, en el que los héroes propuestos apenas ofrecían perspectivas de futuro si no era únicamente a través de proyectos ilusorios.

Tal y como evidenciamos, este estudio que no versa exclusivamente sobre la televisión sino que más bien se refiere al conjunto de los medios de comunicación concebidos «para», y consumidos «por», los hermanos menores de los jóvenes de 1968, integrado en una verdadera teoría psicosociológica de la infan-

pectador, comparado con el importante número de asociaciones representadas en el Consejo francés de las asociaciones para los derechos del niño. Podemos citar «Les pieds dans le PAF», «Association National de Téléspectateurs» y «Médias, Télévision et Téléspectateurs».

En cambio, y desde hace mucho tiempo, las relaciones de los jóvenes con los medios han sido y son el objeto de acciones educativas voluntarias<sup>7</sup>. Podemos definir sucintamente la «educación en los medios» como el conjunto de prácticas heterogéneas que contemplan los medios –sobre todo, la prensa y la televisión–, no como «medios» para aprender esta u otra disciplina o informarse sobre este u otro sujeto, sino como «objeto» de estudio: estudiar los medios, sus condiciones de producción y de recepción para comprender mejor cómo, para quién y por qué elaboran los mensajes que difunden, tomando como hipótesis implícita que el público joven «educado» de este modo llegará a ser un actor diferente en sus relaciones cotidianas con los medios.

Estas diferentes prácticas llevadas a cabo, insuficientemente analizadas (Jacquinot, 1995), plantean un cierto número de problemas a la vez teóricos (¿qué modelos de medios y de la educación presuponen?) y evaluativos (¿qué diferencias se constatan, entre los grupos sometidos o no a acciones de educación en los medios y qué objetivos persiguen a través de estas actividades?). Independientemente de la necesidad que existe de investigar acerca de la genealogía de este concepto vago pero, sin embargo unificador, que es el de la «educación en los medios», es útil dar a conocer las diferentes concepciones en vigor sobre estas prácticas: ¿Se debe tratar de aprender mediante la concepción práctica o el análisis, según la dicotomía recurrente en pedagogía? ¿Debemos insistir sobre la especificidad de cada uno de los «lenguajes» utilizados, lenguaje verbal, lenguaje de la imagen, lenguaje del sonido, tal y como ha sido la tendencia prioritariamente abierta por el análisis semiológico de los años 70 o bien debemos analizar el papel y el lugar de la televisión y de los medios en general en la construcción de una educación ciudadana, lo que seguramente resulta más afín a una tendencia actual? Hay que reconocer que lo más difícil es llevar a cabo una transferencia de las competencias críticas que han sido eventualmente adquiridas en la escuela, hacia la frecuentación cotidiana de los medios de comunicación. ¿Una vez finalizada la «clase de los medios» qué queda de esta sana operación de desmitificación, en relación a la preponderancia del universo mediático? Además, la educación en los medios de comunicación,

cuya necesidad es cada vez más reconocida, todavía no forma parte, más que ocasionalmente de las obligaciones escolares y aunque llegue a desarrollarse, nunca reemplazará la necesaria responsabilidad de los organismos productores de mensajes mediáticos, sobre todo, con respecto al problema de la violencia.

Acciones de gran envergadura, algunas de ellas internacionales, han sido emprendidas o sostenidas con la intención de sensibilizar al máximo número de responsables y de actores sociales de la importancia de llevar a cabo investigaciones dirigidas a este campo, como por ejemplo las que figuran en la Red «International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen» que recopila anualmente los trabajos de investigación sobre este tema aparecidos en el mundo<sup>9</sup>.

Sin negar la importancia de este problema, no deberíamos reducirlo al aspecto ético de la influencia de los medios. Otras investigaciones centradas en otros indicadores de influencia han sido emprendidas con el afán de alertar e informar a los adultos, padres y educadores.

El Centro Chino de Investigación sobre la Juventud ha puesto en funcionamiento desde 1993 un grupo de trabajo, que agrupa además de este centro la Oficina China de Periódicos Infantiles y el Instituto de Investigación de la Academia de las Ciencias Sociales China. Este grupo ha llevado a cabo una gran investigación sobre más de 3.000 jóvenes de 9 a 15 años, provenientes de 16 de unas 187 ciudades grandes y medianas del país (que cuenta con 469). En su estudio intentaron mostrar las correlaciones que podían existir entre el contenido de lo que leen o miran los jóvenes y su desarrollo moral, por lo que han organizado una decena de seminarios en diferentes ciudades, para presentar los resultados a los padres y a los educadores de las escuelas primarias y secundarias. La televisión, así como el conjunto de productos culturales, mediatizan las percepciones que los jóvenes tienen de la sociedad que les rodea, ya que les puede ofrecer diferentes modelos de héroes y de sociedad.

### 3. Al final, ¿quién es el responsable?

La educación de todos en los medios, cuya necesidad está siendo cada vez más reconocida, por muy desarrollada y eficaz que sea, no reemplazará nunca la necesaria responsabilidad de los organismos productores de mensajes mediáticos, del mismo modo que tampoco la educación de los padres puede ser reemplazada por la educación en la escuela. Querría evocar rápidamente el debate que se ha instaurado y que continúa desarrollándose en Francia desde agos-

to de 1998, en el que ha sido instituido, después de un año de concertación a iniciativa del CSA (Consejo Superior del Audiovisual) nuestro órgano de regulación, un nuevo indicativo para la clasificación de las emisiones (pictogramas apareciendo en la pantalla), indicativo adoptado, después, por el conjunto de las cadenas temáticas y que ha acabado haciendo escuela en diferentes países europeos. Se trata de «hacer una señal» a los niños y, sobre todo, a los padres, invitándoles a ejercer su autoridad con conocimiento de causa, y a debatir sobre lo que cada uno puede mirar o no. El CSA acaba de publicar un estudio que da testimonio del creciente éxito que la citada señal posee para el público.

Sin embargo, continúan alzándose voces que afirman que esta operación no hace más que regular los problemas que son de la responsabilidad y de la deontología de los propios difusores, sin tener en cuenta que es siempre en los medios menos favorecidos donde estas medidas son menos seguidas y resultan menos útiles: «es un engaño demagógico, sustituye el peso de la palabra, evacúa la verdadera violencia o la verdadera pornografía que se encuentra en la pobreza de las imágenes, en la miseria figurativa»<sup>9</sup>. Otros remarcan que esta medida posee al menos la ventaja de suscitar una reflexión en el interior de las cadenas: «Es un código de buena conducta que cada uno puede aplicar», dice un responsable de la televisión. Finalmente, las madres furiosas consideran esta medida «completamente absurda e ineficaz» y declaran «no he esperado el CSA para educar a mis hijos en materia de televisión!»<sup>11</sup>.

Lejos de mí está el deseo de eludir la responsabilidad de los programadores de las cadenas. La sociedad tiene, sin lugar a dudas, la televisión que se merece. Hay que insistir, para darlas a conocer, algunas afortunadas tentativas del servicio público, sobre todo la *Cinquième*, cadena del saber, de la formación y del empleo. Desde este punto de vista, y para terminar, quería resaltar porque es una iniciativa particularmente interesante que muchos extranjeros envidian, la serie de emisiones de la televisión pública, más precisamente de la *Cinquième*, canal educativo de la formación y del empleo: la serie *Arrêt sur images* programada dos veces por semana, los domingos entre las 12.30 y 13.30 horas, y en la que interviene el periodista Daniel Schneidermann. Como su título indica, el principio de esta emisión es el de volver sobre los acontecimientos de la semana, tal y como han sido «presentados» en las diferentes cadenas de la televisión francesa, incluso internacionales, delante de un pequeño grupo integrado generalmente por un periodis-

ta de la prensa escrita o audiovisual y una personalidad o un investigador.

Volver a ver y detenerse en las imágenes, los sonidos, los montajes, intentar explicar el porqué y el cómo de las diferencias, desvelar lo que esconden las cartas, lo que está fuera del campo visual y fuera de la pantalla, y convertir al telespectador incrédulo, incluso al más crítico, es el objetivo de esta emisión. Además, en cada emisión, se muestra una secuencia rodada en una «clase de educación en los medios» mientras se está trabajando sobre las imágenes de televisión. No está de más decir que nosotros no pensamos que este programa sea la solución a los problemas planteados, pero todo lo que puede conducir a un público cada vez más numeroso a comprender que una imagen, analógica o digital, es siempre una imagen construida por quien la hace y quien la interpreta, contribuye a enriquecer nuestras relaciones con las imágenes, y a hacer de nosotros mismos unos ciudadanos más exigentes respecto a nuestros medios de comunicación<sup>12</sup>.

#### Notas

<sup>1</sup> Revista de la *École Pratique des Hautes Études*, 1966, Centro de las Comunicaciones de Masas. París, Le Seuil, 7.

<sup>2</sup> La polémica sobre la violencia en la televisión continúa en los Estados Unidos: un estudio americano llevado a cabo durante tres años muestra que las escenas de violencia en la pequeña pantalla, en progresivo aumento durante las horas de gran audiencia, pueden tener una nefasta incidencia sobre los niños, aumentando sobre todo sus comportamientos agresivos. *Le Monde*, 23 de abril de 1998.

<sup>3</sup> Los indicativos morales americanos distinguen seis categorías específicas: para las emisiones desde los 2 a los 6 años; para los mayores de 7 a los que se admite un grado débil de violencia; para todos los públicos y los programas que no convienen a los niños debido a su carácter violento, sexual, a su lenguaje grosero o sugestivo; los que no convienen a los menores de 14 años y los menores de 17 años. En Francia, actualmente, solo Canal Plus utiliza 5 categorías de pictogramas diferentes según el nivel de violencia, pero los indicadores morales van a ser adoptados pronto por las otras cadenas.

<sup>4</sup> DUCLOS, D. (1994): *Le complexe du loup garou, la fascination de la violence dans la culture américaine*, París, La Découverte, citado por Thierry Vedel en «Medias et violence: une relation introuvable?», en *Les Cahiers de la Sécurité Intérieure: Médias et violence*. IHESI, 20, 2º trimestre.

<sup>5</sup> Éste será el tema del dossier preparado por G. Jacquinet en el tercer número (octubre del 2001) de la nueva revista *MédiaMorphoses*, editada por el Instituto Nacional del Audiovisual y el Centro Regional de Documentación Pedagógica de Versalles.

<sup>6</sup> Para la profundización ver el artículo de PROULX, S. (1995): «Les perspectives d'analyse des médias: des effets aux usages», en *Les Cahiers de la Sécurité Intérieure: Médias et violence* IHESI, 20, 2º trimestre.

<sup>7</sup> GONNET, J. (1997): *Education et médias*, París, PUF, Que sais-je? Jacques Gonnet es director del CLEMI, Centre de Liaison de l'Enseignement et des Moyens d'Information, dependiente del Ministerio de la Educación Nacional, que constituye una de las redes institucionales importantes en este campo. [www.clemi.org](http://www.clemi.org)

<sup>8</sup> Nordicom, Göteborg University ([nordicom@nordicom.gu.se](mailto:nordicom@nordicom.gu.se)).

<sup>9</sup> Marie José Mondzain, en *Le Monde*, 8-9-1998)

<sup>10</sup> Los ecos de este debate han sido reproducidos en la carta nº 84, de *l'Association, Médias, Télévision et Téspectateurs*, en septiembre de 1998.

<sup>11</sup> Ciertas partes de este texto han sido recuperadas de conferencias anteriores, principalmente la conferencia pronunciada en Tokio, el 23 de noviembre del 2000, a raíz del Simposium sobre la Educación en los medios organizado por el FCT.

## Referencias

TISSERON, S. (2000): *Enfants sous influence*, Les écrans ren-

dent: ils les jeunes violents? Paris, Armand Colin.

LURÇAT, L. (1981): *L'enfant seul avec Golderak*. Paris, Syros.

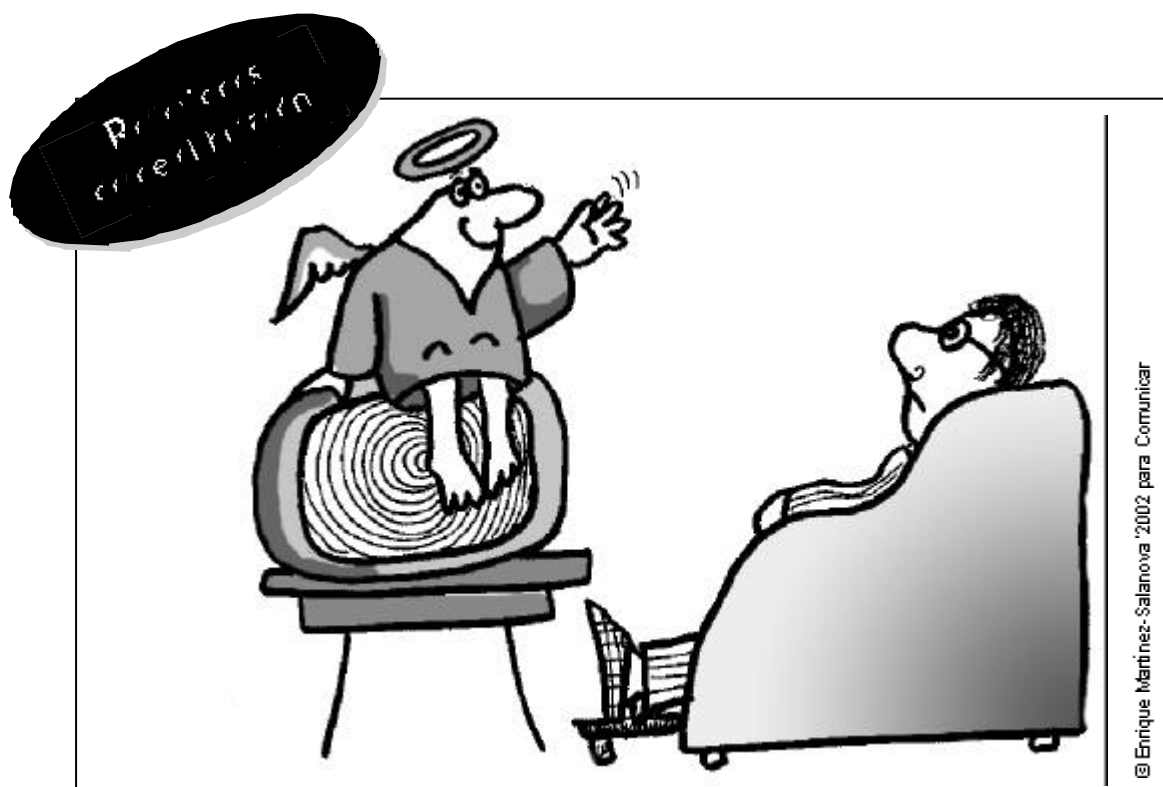
LURÇAT, L. (1984): *Le jeune enfant devant les apparences télévisuelles*. Paris, Desclée de Brouwer.

LURÇAT, L. (1989): *Violence à la télé: l'enfant fasciné*. Paris, Syros

CHOMBART DE LAUWE, M.J. y BELLAN, C. (1979): *Enfants de l'image*. Paris, Payot

JACQUINOT, G. (1995a): «De la nécessité de rénover l'éducation aux médias», en *Communication*, 16, 1; 19-36

JACQUINOT, G. (1995b): «Télévision, terminal cognitif», en *Réseaux*, 74; 11-30. Traducción en inglés en *Reseaux*, *The French Journal of Communication*, 4, 1; 189-208.



## Espacio para "homo butaconis"

