

Autores (p.o. de firma): TUR VIÑES, V.; RAMOS SOLER, I.

Título: Contenidos audiovisuales dirigidos a la infancia. Entretenimiento percibido, preferencias programa/cadena y hábitos de visionado en niños de 4 a 12 años.

Tipo de participación: COMUNICACIÓN

EN: IV CONGRESO DE METODOLOGÍA DE ENCUESTAS.

Programa científico y resúmenes de contribuciones del IV

Congreso de Metodología de Encuestas.

Editorial: Universidad Pública de Navarra

Fecha: 2006

ISBN: 84-9769-155-5

Lugar de publicación: Pamplona

**CONTENIDOS AUDIOVISUALES TELEVISIVOS DIRIGIDOS A
LA INFANCIA.
ENTRETENIMIENTO PERCIBIDO, PREFERENCIAS
PROGRAMA/CADENA Y HÁBITOS DE VISIONADO EN NIÑOS
DE 4 A 12 AÑOS**

**Tur Viñes, Victoria
Ramos Soler, Irene**

Universidad de Alicante

Victoria.Tur@ua.es

Irene.Ramos@ua.es

Tipo de contribución: Comunicación

Línea temática en la que se inscribe la contribución: Cuestionario

Resumen:

El trabajo que se reflejará en la comunicación, se desarrolla dentro del ámbito de un proyecto de investigación I+D+d (MEC-Feder SEJ2004-01830/CPOL) más amplio, que tiene por objeto el estudio los indicadores de calidad de los contenidos audiovisuales televisivos dirigidos a la infancia. Partimos del siguiente supuesto: un contenido de calidad audiovisual debe, entre otros factores, ser entretenido, suscitar interés en el público destinatario del mismo. Este aspecto es especialmente importante para el público infantil y en el medio estudiado -la televisión-, ya que el niño español medio destina aproximadamente 2 horas y 30 minutos (Taylor Nielsen Sofres, 2004) diarias de su tiempo de ocio y entretenimiento, al visionado de televisión. Este aspecto también es contemplado en el planteamiento que realiza la ABA (Australian Broadcasting Authority) en su propuesta de estandarización de los contenidos audiovisuales infantiles (The CTS: Children's Television Standards) desde 1979.

Con el objetivo prioritario de medir este aspecto, conseguimos incorporar la valoración del público final, el niño, a la medida global de la calidad del contenido audiovisual. Para ello, confeccionamos un cuestionario con 90 preguntas que hemos

administrado a una muestra (n) de 379 niños ($N=27.306$; $s=95\%$; $p=0,5$; $q=0,5$; $E=0,05$) aleatoria, proporcional por tipo de colegio (público o concertado) y distritos (10) en el municipio de Alicante. Asimismo, seleccionamos a los niños al azar, dentro de cada colegio, teniendo en cuenta la proporcionalidad entre sexos y entre cursos. Se contempló la franja de edad de 4 a 12 años, en el período enero-febrero de 2006.

El entretenimiento suscitado por los programas, se requirió con recuerdo espontáneo y sugerido, éste último apoyado en frames de las series infantiles. El cuestionario se completó con un estudio de las preferencias de actividades de ocio y de las cadenas (no ya programas) que emiten programación infantil.

Se optó por dos formas de administración: la autocumplimentación, en el caso de los niños con autonomía suficiente (6-12 años, Primaria) y la cumplimentación asistida, con los niños que se estaban iniciando en la adquisición de su competencia lectoescritora (4-5 años). Expondremos la elaboración del cuestionario, la adaptación de las escalas, la construcción de ítems y el tipo de análisis de resultados realizado.

Texto completo:

1. Introducción:

Motiva nuestra investigación, la preocupación por dar respuesta a la pregunta: ¿Cómo debe ser un contenido audiovisual de calidad, dirigido a la infancia? Alejándonos de críticas estériles y con afán propositivo, hemos explorado qué parámetros componían el concepto de calidad audiovisual, en el marco de un proyecto de investigación interuniversitario y multidisciplinar, coordinado desde la Universidad de Alicante. El primer paso fue conocer los estudios precedentes en el ámbito nacional e internacional que tuvieran la perspectiva del receptor.

Caben muchas otras perspectivas, sobre un tema tan complejo. Además de la que focaliza su objeto de estudio en el receptor (Ishikawa, 1991; Gunter and Wober, 1992) y la perspectiva del emisor (Ellis, J., 1990; Durand, J. et al., 1992; De Moragas, M. y Prado, E., 2000; Pujadas, E., 2002; Terribas M., 2002; Larrégoa, G., 2002,), identificamos otras perspectivas válidas como las de la Estética, la Sociología, la Pedagogía o la Psicología.

La mayoría de los estudios referenciados hasta aquí, se aproximan al estudio del concepto de calidad pero no desarrollan la perspectiva específica del receptor infante que es donde deseamos situarnos. En este sentido, las líneas de investigación internacional más relevantes concentradas en la calidad de los contenidos dirigidos a la infancia son:

- The CTSⁱ (Children's Television Standards) de la ABA (Australian Broadcasting Authority) de 1979. La ACTF (Australian Children's Television Foundation) viene estudiando este tema desde 1982.
- The Annenberg Public Policy Centerⁱⁱ (APPC) en Pensylvania (EEUU), desde 1995.
- La CNTVⁱⁱⁱ (Consejo Nacional de Televisión) en Chile, desde 1997.

A la vista de lo complejo del fenómeno y desde el intento de unificar criterios que sean igualmente válidos para investigar conjuntamente lo programático y lo publicitario -dos contenidos que se presentan conjuntamente al niño, en el mismo

momento espacio-temporal-, pretendemos desarrollar un sistema de medida de la calidad que contiene 6 dimensiones:

- El estudio de la oferta programática y publicitaria dirigida a niños.
- El estudio del consumo televisivo que realiza el niño de programación infantil y de programación generalista.
- El estudio de las características técnicas audiovisuales de los contenidos programáticos y publicitarios.
- El análisis del contenido del mensaje programático y publicitario.
- El estudio del grado de cumplimiento de la regulación existente relacionada con la protección de la infancia en TV.
- El grado de entretenimiento suscitado en el público objetivo.

Es sobre esta última dimensión sobre la que desarrollamos la actual comunicación. No obstante, antes de abordar este aspecto, consideramos necesario acotar el concepto de calidad audiovisual del que partimos.

2. Calidad de los contenidos audiovisuales dirigidos a la infancia.

Se ha considerado que un contenido de calidad que se dirija a la infancia debe tener las siguientes características:

- **Audiovisualmente:** debe utilizar los diferentes recursos técnicos existentes para construir un contenido de buena calidad a nivel de imagen, sonido y edición final. El nivel de producción debe ser alto, en concreto, si se utiliza dibujo animado o técnicas de animación digital, los movimientos de los personajes deberán ser continuados y realistas (variedad en los gestos faciales, movimientos corporales y decorados de fondo); si se utiliza imagen real, deberá haber diversos espacios donde transcurra la acción, cantidad de escenas rodadas en emplazamientos reales y numerosos detalles en los decorados, además de recurrir a diversos movimientos de cámara –travellings y panorámicas-, encuadres, variedad de planos, iluminación diferenciada según escenas y uso de efectos especiales, que incrementen la expresividad de lo que se pretende transmitir. El guión debe ser divertido además de formativo, de forma equilibrada. Dicho guión deberá presentar coherencia interna –concatenación causal lógica y explícita- en su argumentación, sea en el formato narrativo o discursivo (Programas contenedores), dejando espacio a la impredecibilidad o sorpresa. El argumento debe ser original o innovador en algún aspecto, en comparación con el resto de contenidos con los que concurre temporalmente. Los contenidos del guión deberán estar adaptados a la capacidad comprensiva del target tanto en su complejidad argumental como en el tratamiento de los contenidos reales, complicados o novedosos.
- **Respecto al mensaje que transmiten:** deberá identificarse una enseñanza –moralaja- que sea útil para la vida del niño; invitar a la interactividad en algún grado; carecer de violencia –agresión ostensible- física, psicológica, verbal o de género; contener conductas prosociales -cooperación y ayuda a los demás, expresión transparente de sentimientos, responsabilidad, honestidad y respeto-; nivel medio/alto o alto del lenguaje que se utilice –construcciones gramaticales

correctas y amplio vocabulario, evitación de coletillas y expresiones malsonantes o insultos-; existencia de jergas específicas de la infancia y de los grupos que la componen y, por último, inexistencia de contenidos sexuales rechazables o inapropiados para las edades que comprenden la infancia.

- **Legalmente:** Los contenidos programáticos no pueden incluir escenas o mensajes que puedan perjudicar el desarrollo físico, moral, mental del menor o fomentar el odio, desprecio o discriminación. Los contenidos publicitarios, además, no deben contener peticiones directas de compra o invitación a la petición a los padres, ni explotar la confianza de los niños, induciendo a error en las características, seguridad, aptitud o capacidad necesarias para el manejo del producto o servicio.
- Desde el punto de vista del **entretenimiento**, los contenidos tienen que ser percibidos divertidos por el público infantil ya que se trata de uno de los recursos que más se utilizan en su tiempo de ocio o entretenimiento.

En cuanto a la programación en general, debe presentar contenidos realizados con diferentes técnicas de forma que el niño pueda asistir a diferentes formas de expresión audiovisual y que ninguna de ellas tenga un uso hegemónico. Este hecho ayudará a desarrollar su capacidad de decodificación audiovisual. Los formatos de dichos contenidos también deberán ser variados al igual que las temáticas que se aborden. Los contenidos deben respetar, en su diseño, idea original, filmación y ubicación en la parrilla, la diversidad que contiene el público infantil, agrupando o indicando los contenidos que se dirigen, al menos a estos tres grupos de edad: Preescolar (Hasta 6 años), Primaria (7-9) y Secundaria (10-12). Igualmente deberá haber equilibrio en duración y número de contenidos que se dirigen a cada sexo por separado y de contenidos mixtos.

Como se puede observar la definición de la calidad en lo audiovisual no es un concepto sencillo y, como reseñábamos al comienzo, se configura de forma multifactorial. Su estudio necesita de planteamientos que simplifiquen su complejidad, para favorecer la extracción de conclusiones útiles.

3. Recorrido metodológico.

Para conocer el grado de entretenimiento que los contenidos audiovisuales suscitaban en el público infantil (4-12 años), decidimos realizar un cuestionario. Incluimos también ciertas preguntas que nos proveyeran de información sobre los hábitos de visionado y sobre las preferencias programa/cadena y actividades de ocio.

El cuestionario, en su última versión, contó con 90 preguntas. Fue administrado a una muestra (n) de 685 niños ($N=27.306$; $s=95\%$; $p=0,5$; $q=0,5$; $E=0,05$) aleatoria, proporcional por tipo de colegio (14) (públicos 62% y concertado 38%) y distritos (10) en el municipio de Alicante. El universo lo componían los niños de 3 a 12 años escolarizados, del municipio urbano de Alicante (Públicos y Concertados).

Ficha técnica del estudio.

Universo	27.306 niños de ambos sexos de 3 a 12 años escolarizados, del municipio urbano de Alicante.
Muestra	685 niños de 3 a 12 años de ambos sexos escolarizados, del municipio urbano de Alicante
Técnica.	Cuestionario estructurado.
Procedimiento de muestreo.	Muestreo estratificado con afijación proporcional por tipo de colegio (14) (públicos 62% y concertados 38%) y distritos (10) en el municipio de Alicante.

Error de muestreo.	Error del $\pm 0.05\%$, ($p=q=50$).
Nivel de confianza.	95.5% .
Fecha trabajo de campo.	Enero-Febrero de 2006

Para su administración, tuvimos en cuenta las normas ESOMAR (1999) para entrevistar a menores. En concreto, las recomendaciones sobre:

- Obtención de permiso previo a la dirección del centro escolar. En primera instancia, recurrimos a la Consellería de Educación de la Comunidad Valenciana, de la que dependen los colegios. Les explicamos el proyecto y el modelo de cuestionario. Nuestra intención era obtener una carta de aprobación que facilitara nuestro contacto con los colegios. Tras varios meses de contactos, se reconoció que el objetivo del proyecto y, en concreto del cuestionario, podían ser calificados de “interés general”, pero la Dirección de Educación, se abstuvo de realizar un escrito donde se recomendara al colegio su involucración porque no querían coaccionar la decisión de la dirección de cada colegio. A partir de ese momento, nos pusimos en contacto con los colegios. La respuesta fue laboriosa pero fructífera; sólo 2 de los 19 colegios que componían la muestra, se negaron a colaborar, aduciendo problemas de agenda o exceso de trabajo. Solventamos este problema entrevistando a más niños de los previstos, en el resto de los colegios.

- Exhaustiva explicación de objetivos. Primero, enviamos una carta a la dirección del colegio, exponiéndole los objetivos de la investigación y un modelo de cuestionario. En una segunda fase, por teléfono, contactamos con la Dirección de los colegios o con la persona a la que nos derivó dicha dirección (Jefes de Estudio y, en un solo caso, el Psicólogo escolar). En algunos casos fue necesaria una entrevista previa a la administración del cuestionario. En esta segunda fase, resolvimos las dudas que pudieran haber surgido y concretamos fechas, horas, número de niños, aulas (edades) y procedimiento a seguir. El día de la administración, volvíamos a explicar el objetivo del cuestionario a los tutores y los propios niños.

- Entrevista en entorno habitual y presencia de tutor/profesor del niño. En este sentido, el día concertado, acudimos a cada colegio y aplicamos el cuestionario en los espacios que nos indicaron los tutores. Dichos espacios eran familiares para los niños. Invitamos a los tutores a quedarse con nosotros pero, debemos decir, que en la mayoría de los casos, aprovechaban para realizar otras tareas ya que los niños estaban con nosotras (5 encuestadoras) y no reclamaban su atención. Aún así, siempre hubo una presentación por parte de los tutores o la dirección en el primer contacto con los niños.













La investigación se realizó durante los meses de enero y febrero de 2006. Seleccionamos a los niños al azar, dentro de cada colegio, teniendo en cuenta la proporcionalidad entre sexos y entre cursos.

4. El cuestionario.

Realizamos un pretest con 25 niños que nos ayudó a perfilar el modo de administración y el diseño de las preguntas. Abarcábamos un rango de edad demasiado extenso. Los niños menores no eran capaces de cumplimentar por sí solos el cuestionario. Por ello decidimos que optaríamos por el cuestionario asistido para los niños de 3 a 5 años (38%) y por el cuestionario autocumplimentado para los niños de 6 a 12 años (78%). El pretest también nos indicó las variaciones que teníamos que realizar en las preguntas y en las escalas para mejorar su decodificación y evitar ambigüedades.

En la primera versión del cuestionario, teníamos previsto preguntar a cada niño por 10 series de programación diferentes. Esto resultó ser inviable porque la atención del niño disminuía a partir de los 20/30 minutos y además, a veces confundían la serie con la anterior. Optamos por preguntar 3 series favoritas (recuerdo espontáneo) y una serie infantil (recuerdo sugerido, a través de un frame a color de la serie donde aparecían los personajes protagonistas).

A continuación mostramos el primer diseño:

PROGRAMA Nº	(1) ¿HAS VISTO ESTE PROGRAMA? (Señala con cruz la respuesta)			
	SI 	NO 		
	(2) ¿HAS APRENDIDO ALGO CON ESTE PROGRAMA?			
	SI 	 NO SÉ	 NO	
	2.1. ¿QUÉ HAS APRENDIDO?			
	3. ¿TE PARECE QUE SE LE HACE DAÑO A ALGUIEN EN ESE PROGRAMA?			
	SI 	 NO SÉ	 NO	
	3.1. SI SE LE HACE DAÑO A ALGUIEN ¿QUÉ SE LE HACE?			
	(4) ¿TE DIVIERTES CON ESTE PROGRAMA?			
	 MUCHO	 POCO	 ME ABURRE	 ME ABURRE MUCHO
(6) ¿Qué recuerdas de este programa?				

Más tarde optamos por el siguiente diseño que nos permitía reducir el tiempo con cada niño sin perder de vista el preguntar sobre todas las series infantiles que habíamos registrado a partir de la pregunta 4. Este formato facilitó las comparaciones entre los programas sugeridos y los programas que recordaban espontáneamente sugeridas:

1. ¿Ves la tele? sí no

2. ¿Cuáles son tus programas favoritos? ¿Cuánto te gusta cada programa?

Encuestador N°

(Pon una cruz en el número)

1º		
2º		
3º		

3. Del primer programa favorito:

		sí	no	¿QUE? ¿POR QUE?
3.1.	¿Recuerdas algo? ¿Has aprendido algo? ¿Qué te ha enseñado?			
3.2.	¿Se le hace daño a alguien? ¿Se le hace pupa?			
3.3.	¿Te divierte? ¿Te ríes?			

4. Mira la imagen que te damos:

		sí	no																										
4.1.	¿Has visto ese programa?			¿QUE? ¿POR QUE? (escribe)																									
4.2.	¿Recuerdas algo? ¿Has aprendido algo? ¿Qué te ha enseñado?																												
4.3.	¿Se le hace daño a alguien? ¿Se le hace pupa?																												
4.4.	¿Te divierte? ¿Te ríes?																												
4.5.	¿Te gusta este programa?			¿Cuánto te gusta? (Pon una cruz en el número) <table style="display: inline-table; vertical-align: middle;"> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td style="text-align: center;">5</td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td style="text-align: center;">4</td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td style="text-align: center;">3</td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td style="text-align: center;">2</td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td style="text-align: center;">1</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table> ME ENCANTA MUCHO NI FÚ NI FÁ UN POCO NADA					5				4				3				2				1				
				5																									
			4																										
		3																											
	2																												
1																													

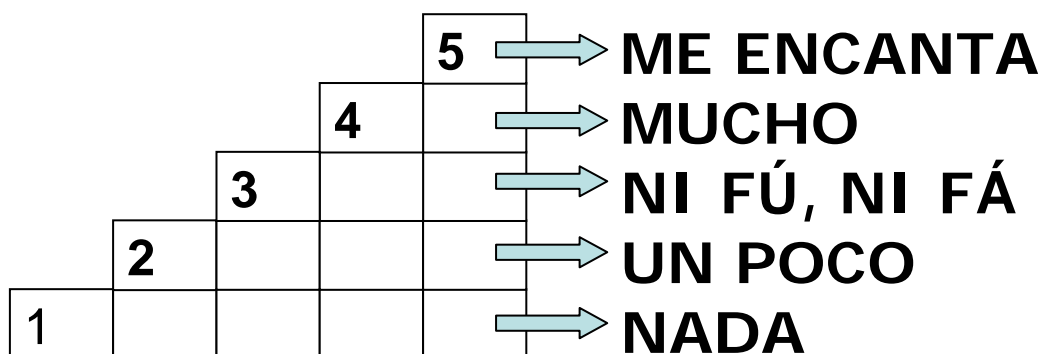
5. ¿Cuántas teles tenéis en casa? (pon una x debajo de la casilla que sea respuesta)

0	1	2	3	4

Las escalas también fueron sustituidas en la versión definitiva porque en el pretest inducían a error. La primera escala seleccionada fue la Escala de las nueve caras tomada de Mc Grath et al. (1996:98). Consta de nueve rostros de los que cuatro representan diversas magnitudes de afecto positivo, cuatro afecto negativo y uno representa una cara neutra. Adecuamos la escala a las características y objetivos de nuestra investigación, seleccionando dos positivas y dos negativas para una pregunta y una negativa y una positiva para otras. Ésta fue la propuesta inicial:



Los niños del pretest dudaban demasiado entre “me aburre” y “me aburre mucho”. Por ello, decidimos diseñar otra escala (escala Likert de 5 puntos) que obtuvo mejor reconocimiento y consiguió ser más discriminante y menos confusa:



Tras el pretest, todo el cuestionario sufrió un exhaustivo rediseño para adaptar la formulación de las preguntas y los ítems al lenguaje del niño y a las diferentes edades (la competencia lectoescritora de un niño de 3-5 años está en adquisición y en un niño de 9-12 está bastante configurada), con el fin de facilitar al máximo la respuesta evitando confusiones.

En relación a las preguntas sobre hábitos de consumo, tuvimos que resolver la necesidad de diferenciar el hábito de consumo televisivo entre semana y el hábito de consumo durante el fin de semana. La propia programación televisiva realiza esta distinción. Intentamos resolverlo con una tabla de doble entrada que facilitó mucho la tabulación de los datos pero, debemos reconocer, complicó relativamente su cumplimentación y necesitó del apoyo de los encuestadores en la mayoría de los casos. Es la siguiente:

6. ¿Cuándo ves la tele **entre semana**? (pon una x debajo de las casillas que sean respuesta)

	A. ¿Cuántas horas?	B.¿Con quién?						C. ¿Dónde ves la tele?			D. Cuando ves la tele ¿haces algo más?				
		Sólo/ Sóla B.1.	Con papá B.2.	Con hermanos B.3.	Con abuelos B.4.	Con amigos B.5.	Con cuidadora B.6.	En el salón C.1.	En la cocina C.2.	En mi cuarto C.3.	Comer D.1.	Deberes D.2.	Jugar D.3.	Leer D.4.	Estar con familia D.5.
6.1. Antes de ir al cole															
6.2. Cuando voy a comer a casa															
6.3. Cuando llego del cole, por la tarde															
6.4. Por la noche															

7. ¿Cuándo ves la tele **los fines de semana**? (pon una x debajo de las casillas que sean respuesta)

NO PREGUNTAR A LOS DE INFANTIL

	A. ¿Cuántas horas?	B.¿Con quién?						C. ¿Dónde ves la tele?			D.¿Cuándo ves la tele haces algo más				
		Sólo/ Sóla B.1.	Con papá B.2.	Con hermanos B.3.	Con abuelos B.4.	Con amigos B.5.	Con cuidadora B.6.	En el salón C.1.	En la cocina C.2.	En mi cuarto C.3.	Comer D.1.	Deberes D.2.	Jugar D.3.	Leer D.4.	Estar con familia D.5.
7.1. Por la mañana															
7.2. A media día															
7.3. Por la tarde															
7.4. Por la noche															

Los datos demográficos solicitados fueron: la edad, el tipo de colegio, el sexo, el estado civil de sus padres, el estado laboral del padre y madre, el número de hermanos y la posición que ocupa entre ellos. Sobre este aspecto tenemos que decir que eran frecuentes las situaciones confusas entre hermanos, hermanastros y situaciones familiares no convencionales.

El cuestionario se completó con una serie de escalas sobre las preferencias de actividades: hacer deporte, jugar con amigos, leer/que te cuenten cuentos, jugar con los hermanos, jugar con los padres, ver la tele, jugar con videojuegos, ir de compras, ir al cole y salir a la calle/ir al parque. Por último añadimos escalas de preferencias de cinco puntos para investigar las preferencias sobre las cadenas.

Referencias bibliográficas.

- (1) **Bearden W.O., Netemeyer, R.G. (1999).**
Handbook of marketing scales.
Ed. SAGE publications.
- (2) **Bruner, G.C., James, K.E., Hensel, P.J. (2001).**
Marketing Scales Handbook. A Compilation of multi-item measures.
Vol.3 Ed. AMA.
- (3) **De Moragas, M. y Prado, E. (2000).**
La televisió pública a l'era digital.
Barcelona: Pòrtic. (Col·lecció Centre d'Investigació de la Comunicació; 4).
- (4) **Durand, J. et al. (1992) .**
“La qualité des programmes de télévision. Concepts et mesures”,
Dossiers de l'Audiovisuel, n. 43, pp.12-64.
- (5) **Ellis, J. (1990).**
What's de point? en The question of quality.
London: British Film Institute Publishing.
- (6) **Gunter, B.; Wober, M. (1992),.**
The Reactive Viewer.
London: John Libbey-Independent Television Commission.
- (7) **Ishikawa, S.; Muramatsu, Y. (1991).**
“Quality Assesment of Broadcasting programming Research subject for the future”.
Studies on Broadcasting, Theoretical Research Center, n. 27, pp. 207-220.
Tokio: NHK Broadcasting Culture Research Institute
- (8) **Llarrégola, G. (2002).**
“Input, praxi en pro de la qualitat a la televisió”.
Quaderns del CAC, Número 13, Maig.
- (9) **Pujadas, E. (2002).**
“Contextualització teòrica als estudis sobre qualitat i televisió des del punt de vista de l'emissor”
en TERRIBAS,M.(Coordinadora),QUALITAT i TELEVISIÓ. El concepte de qualitat i la seva aplicació a la televisió. La perspectiva dels directors i caps de programació de TVE1, La 2, TV3, Canal 33, Telecinco, A3TV i Canal +. Barcelona.
Publicaciones del Consejo Audiovisual de Cataluña [En línea] Disponible en <http://www.audiovisualcat.net/box0.html> [Accesado el día 10/12/2003]. Se trata de una investigación coordinada por Mònica Terribas con la colaboración de Carmina Puig y Lorena Gómez. Contiene las contribuciones de Josep M. Baget, Jordi Balló, Xavier Cubeles, Montserrat Martí, Eva Pujadas y Sergi SCAF. La

Ninguna parte ni la totalidad de este documento puede ser reproducida, grabada o transmitida en forma alguna ni por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro, sin autorización previa y por escrito de Victoria Tur Viñes © Victoria.Tur@ua.es

investigación es fruto de un convenio entre el Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona) y el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC). Se concluyó en julio del 2001.

¹Se puede consultar información sobre esta regulación en <http://www.aba.gov.au/tv/content/childtv/assessment/>

ⁱⁱPuede ser útil consultar Almanac, 4/08/1997, vol. 43, nº 29, pp 8-9 ; The Compass, 5 abril de 1997; y The Annenberg Policy Center's Report Series. La mayoría de los informes concluyentes de sus investigaciones están publicados en formato electrónico en la <http://www.appcpenn.org/>.

ⁱⁱⁱ VV.AA (2002): Estudio Estadístico comparativo de televisión abierta (1999-2002). CNTV. Se puede consultar en www.cntv.cl