

# Controle a su hijo frente a la tele

No es malo pasar horas delante del televisor, lo malo es lo que esta realidad tiene de pasividad social, de no saber buscar otras formas para llenar el tiempo de ocio.



Es la demostración empírica de que algo falla.

Parece que la lectura, la conversación, la tertulia familiar, la reunión de amigos o el estudio, son cosas de otro mundo.

En cambio, esta cuestión adquiere cierta gravedad cuando son los niños los que pasan muchas horas ante los televisores: hasta una tercera parte de las horas en que están despiertos, e incluso fuera de los horarios infantiles. [El Código de Autorregulación de contenidos en horario infantil, rubricado por las cadenas televisivas y el Gobierno, ha sido infringido por todas las televisiones.](#)

A su vez, los adolescentes que avisan la televisión tres horas cada día alcanzarán un mayor riesgo en su educación durante la juventud y en el arranque de su existencia adulta, [según una investigación efectuada por la Universidad de Columbia y el Instituto Psiquiátrico de Nueva York.](#)

La Confederación de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios alerta de que la programación infantil, que ofrecen las distintas cadenas televisivas, [está plagada de violencia y actitudes sexistas.](#)

Por todo lo expuesto, la publicidad dirigida a los niños es una comunicación que se debe cuidar hasta el último detalle. El público infantil es un segmento numeroso de la audiencia y por su condición de niño indefenso ante los mensajes, es oportuno exigir que la publicidad infantil esté cuidada. La publicidad dirigida al niño no debe engañar ni manipular, debe ser muy clara en sus mensajes, ya que la audiencia infantil, con su enorme conocimiento del mundo que les rodea, pueden confundir lo real con los mensajes imaginarios que perciben.

Aquellos polvos trajeron estos lodos. No caben inhibiciones mientras no se ponga coto a la acción deformadora del primer medio hipnótico de comunicación de masas, mientras la gran ventana lívida suplante a los padres.

[“La violencia mueve a la imitación, por lo que puede estimular comportamientos violentos en los espectadores infantiles”](#), afirmó el Profesor Gianfranco Bettetini.

**Clemente Ferrer**  
**Presidente del Instituto Europeo de Marketing**

**Luis de Salazar, 9**

**28002-Madrid**

**DNI: 20285521 G**

**Tel: 914137873**

**[clementeferrer3@gmail.com](mailto:clementeferrer3@gmail.com)**