

Universidad Católica de Manizales

Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Teología

Programa de Publicidad

Modalidad de grado:

Monografía

Título:

Influencia del consumo de programas de televisión en la personalidad
y comportamiento de los niños

(Argumentaciones teóricas desde una investigación bibliográfica)

Autor:

Mariana Zamora Ovalle.

Tutor:

Francisco Javier Céspedes Valencia

Manizales - Caldas

2022

Agradecimientos

Mi familia, especialmente a mi madre y mis hermanas, que no solo durante cinco años de carrera me han apoyado incondicionalmente, sino que lo han hecho desde el primer momento, a ellas, por ser mi fuerza y motivación cada día, les debo todos y cada uno de mis logros obtenidos y los que vendrán.

A todas aquellas personas que me han ayudado y acompañado en la elaboración de este trabajo, especialmente a María Ximena Castellanos Álzate, una gran amiga que la universidad me regaló y que fue un apoyo indispensable en el proceso.

Al tutor Francisco Céspedes por su ayuda, paciencia y dedicación en el proceso de este documento.

A los docentes de la Universidad Católica de Manizales, que me acompañaron con amor y me compartieron su conocimiento paciente y amablemente a lo largo de la carrera. Gracias especiales a José Abel López y Helman Norbey Noreña, quienes más que mis docentes se convirtieron en mis guías y en grandes amigos.

Tabla de contenido

<i>1 Resumen</i>	<i>Pág 6</i>
<i>2 Palabras clave</i>	<i>Pág 6</i>
<i>3 Introducción</i>	<i>Pág 7</i>
<i>4 Planteamiento del tema central de la monografía</i>	<i>Pág 8</i>
<i>4.1 Pregunta problema</i>	<i>Pág 8</i>
<i>4.2 Objetivos</i>	<i>Pág 8</i>
• <i>Objetivo general</i>	<i>Pág 8</i>
• <i>Objetivos específicos</i>	<i>Pág 8</i>
<i>5 Justificación</i>	<i>Pág 9</i>
<i>6 Referentes Teóricos</i>	<i>Pág 16</i>
• <i>Personalidad</i>	<i>Pág 16</i>
• <i>Niñez</i>	<i>Pág 16</i>
• <i>Los efectos de la televisión en los niños</i>	<i>Pág 17</i>
<i>7 Metodología</i>	<i>Pág 18</i>
<i>7.1 Identificación de los artículos más relevantes</i> <i>dentro del área de estudio</i>	<i>Pág 19</i>
<i>8 Desarrollo</i>	<i>Pág 24</i>
<i>8.1 La relación entre las preferencias infantiles con la televisión,</i> <i>la emulación de personajes, duración de la visualización</i> <i>y la estructura de la personalidad.</i>	<i>Pág 24</i>
<i>8.2 Los niños, las relaciones parasociales, el realismo social,</i> <i>y la televisión.</i>	<i>Pág 26</i>

<i>8.3 La importancia del monitoreo y acompañamiento de los adultos para la comprensión y análisis del niño sobre los contenidos de los programas de televisión que consume</i>	<i>Pág 28</i>
<i>9 Conclusiones</i>	<i>Pág 31</i>
<i>10 Referencias</i>	<i>Pág 33</i>

Anexo de imágenes y tablas

- **Imagen I La paternidad en la era de la tecnología digital. Informe para la escuela de comunicación del centro de medios y desarrollo humano de la Universidad Northwestern Pág 11**
- **Imagen II La paternidad en la era de la tecnología digital. Informe para la escuela de comunicación del centro de medios y desarrollo humano de la Universidad NorthwesternPág 12**
- **Imagen III La paternidad en la era de la tecnología digital. Informe para la escuela de comunicación del centro de medios y desarrollo humano de la Universidad Northwestern Pág 12**
- **Imagen IV La paternidad en la era de la tecnología digital. Informe para la escuela de comunicación del centro de medios y desarrollo humano de la Universidad Northwestern Pág 13**
- **Tabla I Filtros de literatura analizada Pág 18**
- **Tabla II Artículos analizados Pág 20**

1-Resumen.

El consumo de contenidos difundidos en diferentes medios, en el caso de esta investigación, los programas de televisión, tienen repercusiones en el comportamiento, actitudes, y la personalidad de los niños, ya sea de forma positiva o negativa, pues se encuentran expuestos a estímulos que están sujetos a diferentes factores que, en la mayoría de los casos, no están bajo el control de ellos, sino de los adultos que se encargan de su crianza y educación. En esta investigación veremos detalladamente cuáles son esos factores y sus consecuencias (este tipo de información se extrajo por medio de una revisión sistematizada mixta de la literatura publicada en revistas de alto impacto, con el objetivo de comprender el contenido existente en los artículos y las intenciones de los autores analizados), algunos de los factores influyentes más importantes son: el tiempo de exposición diario, el monitoreo de los adultos, la preferencia del niño por cierto tipo de personajes, emulación, y las relaciones parasociales que desarrollan con estos (amistades imaginarias que crea una audiencia con sus personajes favoritos de televisión), la exposición a la violencia, la posibilidad que tiene el infante de dialogar sobre lo que ve, hacer preguntas y debatir con un adulto, entre otros.

2-Palabras Clave.

Niños, películas, personajes, personalidad, televisión / *Characters, children, personality, television.*

3-Introducción.

En un ritmo de vida cada vez más acelerado, en donde las formas de crianza han cambiado, y no solo los niños nacen en la era digital, sino que también los adultos nacen como padres digitales, la demanda de métodos de entretenimiento que les permitan tener a los adultos más tiempo para descansar, trabajar, o hacerse cargo de tareas pendientes, ha aumentado significativamente, y, entre estos métodos se encuentran los programas de televisión, que en ocasiones pareciera que de una niñera se tratase, dando lugar a la exposición excesiva, y lo que es peor, no monitoreada (Wartella, Rideout, Lauricella, Connell, 2013).

Esta investigación pretende exponer los aspectos más relevantes de la literatura publicada en revistas de alto impacto sobre la personalidad de los niños, sus comportamientos y los contenidos que consumen en televisión. Consideramos relevante presentar estos temas en conjunto para abrir las posibilidades a futuros estudios que desarrollen trabajos de campo que puedan profundizar en la existencia de una relación directa entre estas variables y que sensibilicen a la comunidad que se dedica al área de las comunicaciones, el mercadeo y la publicidad, sobre la importancia de tener fundamentos claros que respalden las soluciones que implican el uso y la vinculación con programas de televisión para responder a diversos objetivos de marca que involucran niños. Este rastreo de literatura es posible gracias al método de revisión sistemática mixta, que arroja resultados cualitativos y cuantitativos.

Dentro de la búsqueda sistematizada realizada para la presente investigación, obtuvimos resultados relevantes de literatura a nivel mundial, en donde la discusión abordada trata principalmente de caracterizar este tipo de factores influyentes en las diferentes actitudes y comportamientos del grupo analizado.

4-Planteamiento del tema central de la monografía

4.1 Pregunta problema

¿Cuáles son los factores influyentes dentro de la literatura estudiada acerca del consumo de contenidos televisivos por parte de los niños, que puedan llevarlos a tener un comportamiento positivo o negativo, afectando sus propios estilos de vida y su personalidad?

4. 2 Objetivos.

➤ Objetivo General

Argumentar, desde una revisión sistematizada de la literatura publicada en revistas de alto impacto, sobre la relación entre la personalidad y el comportamiento de los niños ante la exposición a la televisión.

➤ Objetivos específicos.

- Describir el contenido principal algunos de los artículos más relevantes relacionados con niños y programas de televisión.
- Reconocer cuál es la influencia de los programas de televisión en los niños y su comportamiento.
- Sensibilizar a la comunidad que se dedica a la publicidad y el mercadeo para que analicen estratégicamente cuáles son los programas donde pautarán o las empresas productoras con las que formaran alianzas, y si realmente están alineados con la promesa de valor de las marcas para las que trabajan, que, supondríamos, están dirigidas al público infantil.

5-Justificación.

En esta monografía se pretende extraer información útil y veraz de la literatura publicada en revistas de alto impacto, con la finalidad de entender la relación entre los niños, los personajes y los contenidos en general con los que interactúan a través del consumo de televisión. Este trabajo se concentra en reconocer cuál es la influencia de los contenidos de los programas de televisión en la personalidad y el comportamiento de los niños.

La principal motivación con la que comenzamos esta monografía y la razón por la cual elegimos este tema está estrechamente relacionada con el pregrado que estamos a puertas de terminar, Publicidad.

Durante la carrera, se nos da mucha catedra sobre los valores que debemos mantener intachables a la hora de tomar decisiones que podrían afectar el rumbo de la vida de algunas personas, o de miles de ellas, de hecho, recordamos cual fue la pregunta con la que abrieron la entrevista de admisión en la universidad en el año 2017, y fue: “Si un cliente quisiera que vendieran un jabón, y les da una muestra para que lo prueben por unos días, ofreciéndoles mucho dinero a cambio, pero el producto les irrita la piel y tienen reacciones muy desfavorables, aun así, ¿lo venderían?”. En un principio la pregunta es muy impactante porque siendo honestos, cualquiera que desee ser admitido en un programa universitario respondería rápidamente que no, porque si dijera que sí, podría ser visto como una persona que carece de valores como la honestidad y el respeto, sin embargo, esa pregunta se hace cuando aún ni siquiera ha ocurrido el primer día de clases, y puede que nunca durante toda la trayectoria profesional de un publicista, este tenga que verse enfrentado a una situación de tal magnitud, a menos que se dedique a las redes sociales y sea un influenciador importante, sin embargo, si pueden suceder situaciones semejantes, quizás un poco más indirectas, y en

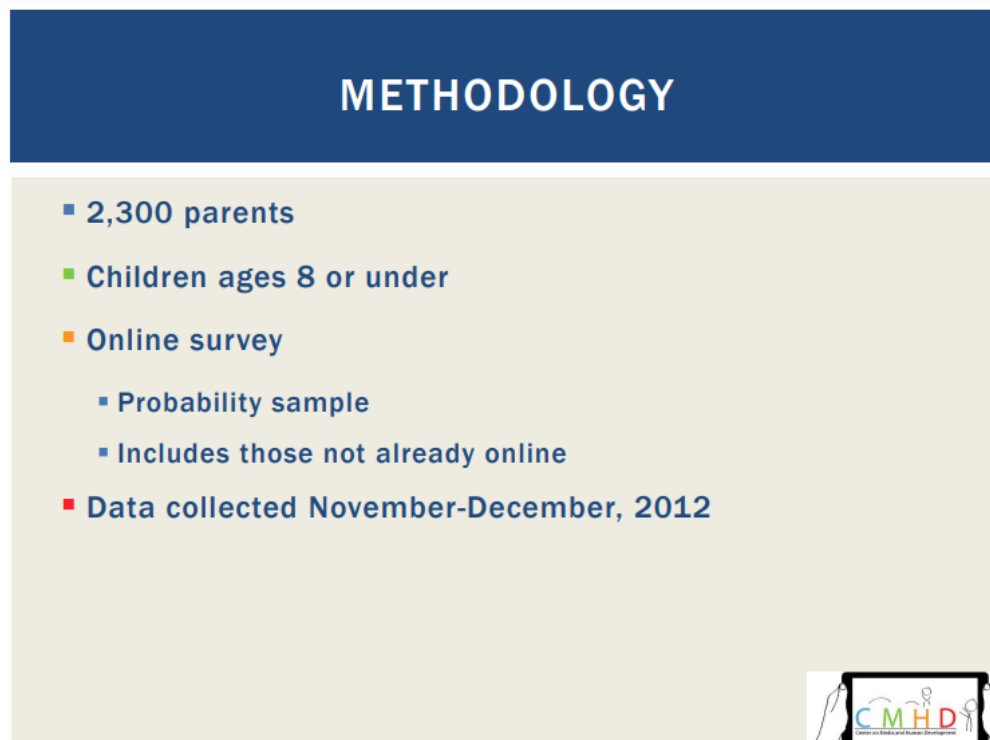
las cuales pueda actuar de manera negligente, ¿cómo? desconociendo el trasfondo y las implicaciones de cualquier estrategia que pueda usar para cumplir con un objetivo, ya sea aumento de ventas, aumento de *engagement*, una estrategia de *PR*, creación de marca desde cero, sumar puntos en participación de mercado, entre otros.

Cuando hablamos de negligencia no nos referimos a una realidad pura y dura en donde el profesional esta cegado por los beneficios económicos que obtendría si hace parte o no de un proyecto (aunque también puede suceder de esa manera), sino más bien, de una negligencia en la que el publicista no se toma el tiempo suficiente de analizar exhaustivamente cada uno de sus pasos para llegar al respectivo objetivo, y, en esta monografía, hablaremos específicamente de objetivos que implican a un nicho de mercado muy sensible, los niños. Entonces, cuando las marcas necesitan mover un producto para niños o darle más visibilidad, es lógico pensar en que la mejor opción es pautar en lugares donde ellos dediquen algo del tiempo de su vida diaria, como los programas de televisión, o hacer alianzas (en las que usen los personajes característicos de los programas con más *rating* en ese momento) dentro de su plan de *merchandising*, y, aunque efectivamente pueden captar la atención del público objetivo, nos preguntamos, ¿se detienen a pensar en los factores negativos que influyen en la vida de los niños cuando se exponen a este tipo de contenidos? y si lo piensan, ¿se toman el tiempo de analizar cuál programa, cuál contenido, cuál personaje característico, verdaderamente es beneficioso para el desarrollo del niño y nutre positivamente de alguna forma su aprendizaje?, o lo que es más importante aún para la vista de un buen publicista, ¿el programa que están eligiendo corresponde con la personalidad de la marca, su misión, o su promesa de valor?, ¿o simplemente lo están eligiendo porque es el programa o el personaje con mayor cuota de pantalla?

Cuando pensamos en la mezcla entre la televisión y los niños podemos asociar pensamientos negativos, pero los medios de comunicación también pueden tener efectos positivos en los niños (Fisch, 2005; Hogan & Strasburger, 2008; Linebarger & Walker, 2005). Tras analizar los resultados, Strasburger, Jordan y Donnerstein (2010) concluyeron que a través de los contenidos televisivos los niños pueden aprender actitudes empáticas y tolerantes hacia personas de otras razas y etnias, además de entender la importancia del valor del respeto hacia los mayores.


Entonces, podríamos concluir que definitivamente es posible para un publicista elegir asertivamente cual será el contenido o el personaje con el que la marca (su cliente) se vinculará para cumplir con un objetivo determinado.

Veamos algunas cifras de una investigación del año 2013 de la Universidad Northwestern



METHODOLOGY

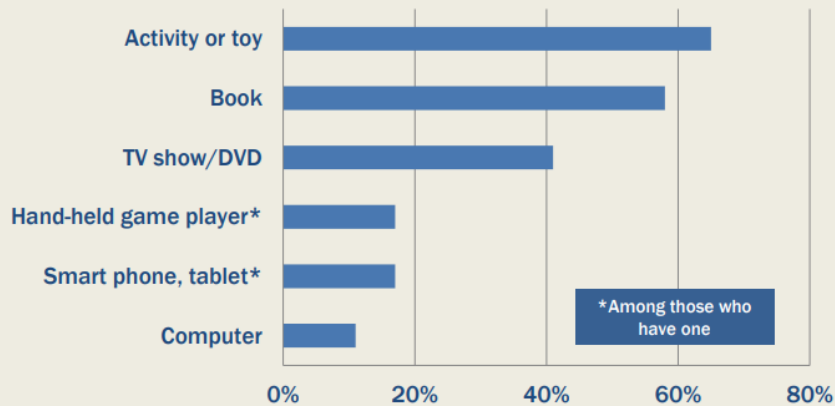
- **2,300 parents**
- **Children ages 8 or under**
- **Online survey**
 - **Probability sample**
 - **Includes those not already online**
- **Data collected November-December, 2012**



PARENTING SCENARIOS AND TOOLS

Calming an upset child

Percent of parents who are “very” or “somewhat” likely to use:

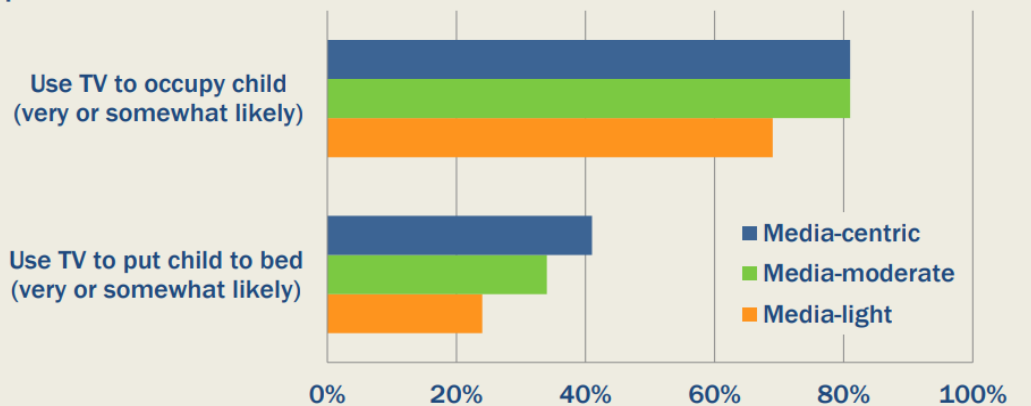


Source: Wartella et al, Parenting in the Age of Digital Technology, REVISED, Northwestern University, 2013. All findings among parents of children ages eight or under.



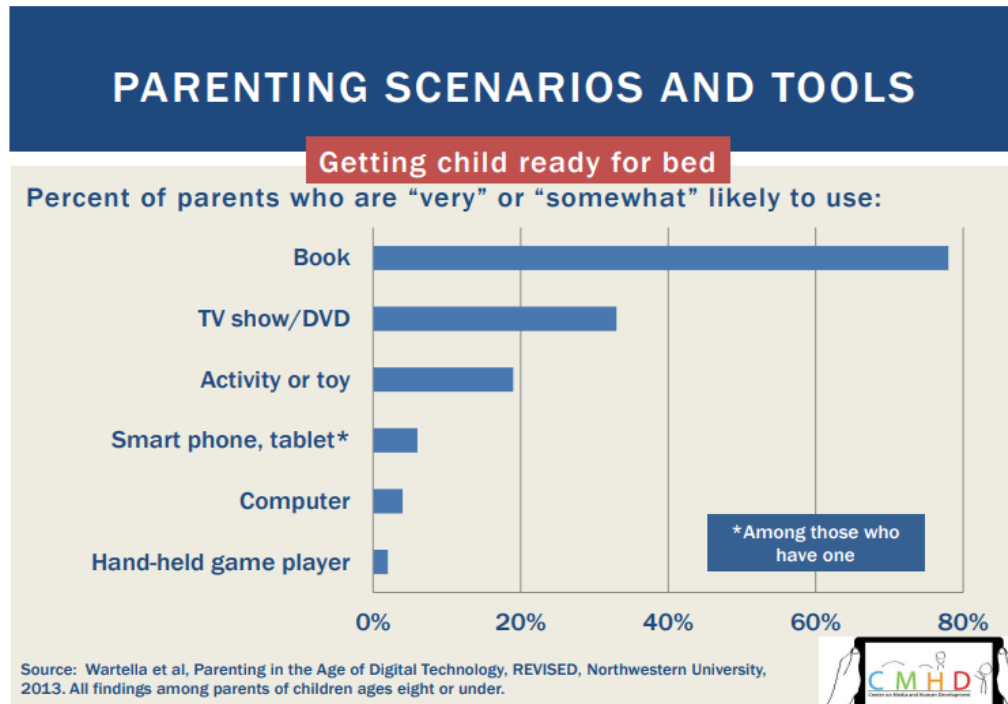
Media as a parenting tool

Percent of media-centric, media-moderate, and media-light parents who:



Source: Wartella et al, Parenting in the Age of Digital Technology, REVISED, Northwestern University, 2013. All findings among parents of children ages eight or under.





- En las gráficas anteriores que expresan los resultados del estudio de la universidad de Northwestern (2013), podemos deducir que a pesar de que los adultos que en la actualidad son padres no nacieron dentro de la era digital, si llegaron al mundo de la parentalidad inmersos en él. Cuando hablamos de parentalidad nos referimos a todo lo que implica el hecho de ser padre más allá de un tema genético.

“las actividades que realizan el padre y la madre en el proceso de cuidado, socialización, atención y educación de sus hijos e hijas; es un proceso biológico y psicosocial” (Bornstein, 1995).

La facilidad con la que se puede acceder a un medio audiovisual puede llegar a ser un proceso tan automático que cause que el padre ni siquiera se tenga que molestar en realizar otro tipo de esfuerzo. Según los hallazgos de la universidad de Northwestern podemos comprobar que los programas de televisión están siendo usados en porcentajes importantes

de acuerdo a la media como una herramienta de crianza, entre el 40 y el 80 % de los casos analizados (2300 padres con hijos menores de ocho años). Los contenidos de televisión se llegan a usar en casa para calmar una rabieta, lograr que el niño vaya a la cama temprano, duerma, o simplemente que se ocupe y se distraiga.

En pleno siglo XXI y con tecnologías increíblemente prometedoras, nos encontramos con un fenómeno en la crianza de los niños, al cual podríamos llamar “dispositivos niñera”. La escasez de tiempo libre de los padres gracias a las amplias jornadas laborales o el simple hecho de querer descansar por un rato cuando se está en casa, generan una necesidad de formar hábitos de entretenimiento en los niños para que se mantengan ocupados en sus tiempos libres, como por ejemplo, después de la jornada estudiantil, y, ¿quién les va a proporcionar este tipo de actividades de manera automática y sencilla cuando la escuela terminó su labor (contando las actividades extracurriculares)?, la respuesta es sencilla, los medios audiovisuales, y, para nuestro tema de interés en esta monografía, los programas de televisión. La perspectiva de los padres frente a este tipo de exposición de sus hijos se ha transformado como una forma relativamente inofensiva de entretenimiento, considerándola, en algunas situaciones incluso beneficiosa (Wartella, Rideout, Lauricella, Connell, 2013).

Ahora bien, hablemos de las posibles complicaciones e incidencias que podrían acarrear la exposición a los programas de televisión en los niños (o por lo menos exposiciones muy prolongadas, quizás a contenido “nocivo”, y para añadir a la cola, sin monitoreo de los padres). Los niños se encuentran viviendo las primeras etapas de sus vidas y, por lo tanto, sus primeras experiencias y contactos con el mundo exterior, por lo que, su proceso de aprendizaje, a pesar de que puede ser muy optimo, aún no ha madurado por la sencilla razón de que no han vivido lo suficiente.

“Cuando un niño se dedica a darle sentido a un texto televisivo, la naturaleza polisémica del texto y su aparente inestabilidad permiten el hecho de que no exista una forma correcta de decodificarlo” (Fiske, 1987).

“La lucha por el significado implica una fusión de las percepciones del niño (basadas en sus aprendizajes experiencias previas) y las intenciones de los realizadores de la película” (S, 2001).

Por lo tanto, podemos inferir que la etapa de la niñez es demasiado influenciada, y que, si no se maneja con cuidado, un “simple” programa de televisión podría confundir al niño porque aún no tiene las herramientas suficientes para comprender la totalidad de los elementos que está viendo y escuchando, pudiendo llegar esa confusión a un aprendizaje negativo que desencadene comportamientos y respuestas ante las situaciones de su vida diaria que no sean del todo correctas.

Los niños pueden verse expuestos al riesgo de que se les infunda información sobre cómo deberían actuar frente a diferentes escenarios de la vida diaria, exponiendo en los contenidos una especie de reglas de comportamiento (T & C, 2006).

Es por eso por lo que a pesar de que los niños aprenden más rápido, los adultos han aprendido más. Así, controlar y monitorear los contenidos que consumen los niños en medios audiovisuales se convierte en un factor indispensable en su desarrollo.

“Algunos hallazgos de neuroimagen sugieren que cuando los niños ven contenidos violentos de televisión, en sus cerebros se involucran circuitos relacionados con el aprendizaje y la memorización” (Liotti, 1999).

6-Referentes teóricos.

En el siguiente apartado se establecerán los conceptos que se tuvieron como punto de partida en la investigación bibliográfica sobre el tema de la monografía.

➤ Personalidad

Invencevich (2005) define la personalidad como “Un conjunto relativamente estable de sentimientos y comportamientos que se formaron de manera significativa por medio de factores genéticos y ambientales”. Es decir que la personalidad se desarrolla a partir de los aprendizajes que se forman con las diferentes vivencias de ese individuo, y como nadie puede controlar el ambiente (mucho menos en los primeros años de la vida), estas vivencias dependen de múltiples factores que rodean a los niños, como el tipo de crianza, el comportamiento de los padres, las condiciones económicas, sociales y la escuela, etc.

Robbins (2004) explica la personalidad como “La suma total de las formas en que un individuo reacciona y se relaciona con los demás”. ¿Significa que podemos responsabilizar a la personalidad por la conducta?, ¿o analizar la conducta para definir la personalidad?, de cualquier modo, las diferentes personalidades intervienen y afectan las relaciones sociales de los individuos, pues la personalidad define la conducta, y conductas negativas pueden traducirse en relaciones negativas.

➤ Niñez

La niñez es una etapa de la vida que repercute en el resto de ella, pues en esos años se memorizan y casi se mimetizan patrones de conducta, y, si ocurren eventos traumáticos que obstaculicen el sano desarrollo, existirían consecuencias directas en la vida adulta.

"La infancia es la época en la que los niños y niñas tienen que estar en la escuela y en los lugares de recreo, crecer fuertes y seguros de sí mismos y recibir el amor y el estímulo de sus familias y de una comunidad amplia de adultos. Es una época valiosa en la que los niños y las niñas deben vivir sin miedo, seguros frente a la violencia, protegidos contra los malos tratos y la explotación. Como tal, la infancia significa mucho más que el tiempo que transcurre entre el nacimiento y la edad adulta. Se refiere al estado y la condición de la vida de un niño, a la calidad de esos años" (Unicef, 2004).

"La primera infancia es el período que se extiende desde el desarrollo prenatal hasta los ocho años de edad. Se trata de una etapa crucial de crecimiento y desarrollo, porque las experiencias de la primera infancia pueden influir en todo el ciclo de vida de un individuo." (OMS, 2004).

A pesar de que las consecuencias más graves de una infancia mal llevada se encuentran en la vida adulta, durante esta misma etapa la conducta de los niños dependerá en gran parte del ambiente donde está creciendo.

➤ **Los efectos de la televisión en los niños**

La exposición excesiva a los contenidos de televisión en una etapa tan vulnerable como la niñez (gracias a que se encuentran en un proceso de aprendizaje en donde lo que entienden por realidad y todo lo que esta implica, todavía no ha madurado) puede contribuir a desarrollarles confusión o entendimiento distorsionado acerca de diferentes elementos que componen la vida de un ser humano, como el vivir en sociedad. Una teoría que explica este fenómeno se llama la teoría del cultivo, la cual sostiene que:

"La exposición repetida a las imágenes estereotipadas de la televisión cultiva creencias, suposiciones y concepciones comunes de los hechos sociales, normas y valores en los

espectadores y que dicha exposición influye en las concepciones de los espectadores de la realidad, estándares o juicios, actitudes, pensamientos y comportamiento” (Gerbner & Gross, 1976; Gerbner, Gross, Morgan, & Signorielli, 1994, como se citó en T & C, 2006)

7-Metodología.

Esta investigación se realizó bajo la modalidad de revisión sistemática mixta. La revisión sistemática mixta nace con el fin de ofrecer una comprensión más profunda de un fenómeno, consolidar el conocimiento existente e identificar carencias (Prieto, Prieto, 2018).

En esta investigación, como procedimiento cuantitativo se incluyó de forma única la base de datos Scopus para la sistematización de artículos relevantes frente al título del proyecto. En este caso, la muestra se extrajo de una población de 43 artículos el día 08 de septiembre del 2020.

Dentro de los 43 artículos obtenidos, en primer lugar, se descartaron de manera sistemática en Bibliométrix aquellos artículos cuyo año de publicación fuese anterior al año 2000, esto con el objetivo de garantizar información actualizada sobre el tema en cuestión; en este punto, se obtuvieron (23) artículos que cumplieran con este requisito. En segundo lugar, se descartaron artículos de forma manual que se salieran del contexto estudiado. Quedando un total de (16) artículos, los cuales fueron la muestra bibliográfica en esta investigación.

Tabla 1. Filtros de literatura analizada.

Evaluación	Datos	Método
Ecuación de búsqueda Scopus.	Artículos de la búsqueda (43)	Sistemática

Filtro en RStudio Cloud por año de publicación.	Artículos publicados después del año 2000 (23)	Sistemática
Evaluación manual de títulos y <i>abstracts</i> con relevancia.	Artículos relevantes (16)	Manual

Fuente: elaboración propia

- En la Tabla 1 se pueden evidenciar los diferentes filtros que se tomaron en cuenta para obtener la literatura analizada en el presente proyecto de investigación.

Con el fin de realizar lo mejor posible el desarrollo de esta investigación, en esta sección respondemos a tres objetivos específicos planteados al principio de este estudio. En primer lugar, planteamos cuáles son los artículos más relevantes que mencionan directamente la relación entre los niños y el contenido audiovisual que consumen los mismos, específicamente programas de televisión. En segundo lugar, describimos los aportes más relevantes de algunas de estas investigaciones en el área de estudio propuesta y exponemos (según los resultados de la literatura analizada), cuál es la influencia de los contenidos audiovisuales en la personalidad y el comportamiento en el grupo objetivo de esta monografía.

7.1- Identificación de los artículos más relevantes dentro del área de estudio.

La siguiente tabla nos presenta los 16 artículos analizados en esta investigación, de una manera que presenta su título, su autor y la categorización dada de acuerdo al área de conocimiento de cada artículo. En este caso, tuvimos como base tres categorías relevantes, el país de origen, las palabras clave y su categoría dentro de los objetivos planteados.

Tabla 2. Artículos analizados.

Artículo	País de origen	Palabras clave	Objetivo
TELEVISION VIEWING AND PERSONALITY STRUCTURE IN CHILDREN	Italia	Emulación, GVC (carácter violento bueno), BVC (carácter violento malo), FE (factores externos), VF (violencia de ficción), VR (violencia real).	Este estudio busca analizar la posible relación entre las preferencias y experiencias infantiles con la televisión, la duración de la visualización y las cinco dimensiones de la estructura de la personalidad BFQ-C (extraversión, amabilidad, escrupulosidad/conciencia, inestabilidad emocional y apertura a la experiencia).
WHAT PRESCHOOLERS BRING TO THE SHOW: THE RELATION BETWEEN VIEWER CHARACTERISTICS AND CHILDREN'S LEARNING FROM EDUCATIONAL TELEVISION	Estados Unidos	Contenido, tv educativa, habilidades de aprendizaje	Probar varias de las predicciones del modelo de capacidad de Fisch (2000, 2004), centrándose en la relación entre las características del observador y la comprensión de los programas educativos.
A PRELIMINARY STUDY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN CHARACTERISTICS OF TV CONTENT AND DELAYED SPEECH DEVELOPMENT IN YOUNG CHILDREN	Japón	Television viewing, Language development, Infant Passive viewing	Se busca conocer cuál es la influencia de la exposición a contenidos televisivos en el comportamiento de niños e infantes
ANALYSIS OF CHILDREN'S TELEVISION CHARACTERS AND MEDIA POLICIES	Canadá	Carácter televisivo - Carácter humano - Programa preescolar	Investigar cuestiones relativas a contenidos televisivos para niños en Canadá.

INVESTIGATING THE RELATIONSHIPS AMONG CHILD'S AGE, PARASOCIAL INTERACTIONS, AND THE SOCIAL REALISM OF FAVORITE TELEVISION CHARACTERS	Estados Unidos	Niños; Interacción parasocial; Realismo social; Televisión	Este estudio busca analizar la posible relación entre la edad de los niños, la interacción parasocial, y el realismo social de los personajes de televisión favoritos de los niños entre los 5 y 12 años de edad.
WHO'S MODELING STEM FOR KIDS? A CHARACTER ANALYSIS OF CHILDREN'S STEM-FOCUSED TELEVISION IN THE U.S.	Estados Unidos	Televisión infantil; educación; análisis de contenidos; análisis de personajes; género; raza; edad; diversidad	Presentar un análisis del contenido de los programas de televisión STEM disponibles para los niños hoy en día, con un enfoque en la documentación del género y la raza étnica de los personajes que aparecen en estos programas.
ALL STORIES THAT HAVE HAPPY ENDINGS HAVE A BAD CHARACTER: A YOUNG CHILD RESPONDS TO TELEVISUAL TEXTS.	Inglaterra	Alfabetización, medios de imagen en movimiento, educación infantil	Busca analizar lo que Hannah (nieta de la autora del artículo) ha estado haciendo en sus visualizaciones iniciales y repetidas de videos, y lo que sucede entre ellas cuando ven los videos juntas, uniéndose a la niña para escuchar sus observaciones, comentarios, y también para cuestionarla acerca de diferentes aspectos del discurso televisivo.
OLDER CHARACTERS IN CHILDREN'S ANIMATED TELEVISION PROGRAMS: A CONTENT ANALYSIS OF THEIR PORTRAYAL	Estados Unidos	Contenido, estereotipos, televisión, medios de comunicación, personajes mayores	Se busca observar la manera en que son representados los personajes mayores en las series televisivas más consumidas por los niños en Estados Unidos y como estas tiene relación con diferentes estereotipos.
DEVELOPMENT OF AN INSTRUMENT FOR ANALYZING	Estados Unidos	Banda sonora, análisis cuantitativo,	Esta investigación trata de conocer qué escuchan los niños en la programación

<p>THE CHARACTERISTICS OF THE SOUNDTRACKS OF CHILDREN'S TELEVISION PROGRAMMES</p>		<p>validación, observación, clasificación, televisión, escucha.</p>	<p>infantil de televisión en una muestra latinoamericana. El objetivo general ha sido establecer los parámetros de la escucha televisiva y determinar sus elementos objetivos, buscando profundizar en torno al estudio cognitivo, social y comunicativo de la música en la televisión</p>
<p>CHARACTER PORTRAYAL: EXAMINING GENDER ROLES IN TELEVISION COMMERCIALS TARGETED AT CHILDREN IN INDIA AND THE UNITED STATES</p>	<p>Estados Unidos</p>	<p>Publicidad, intercultural, India, comunicaciones de marketing integradas, marketing internacional.</p>	<p>Se busca responder a los siguientes interrogantes: 1. ¿Hay diferencias entre países en la representación de comportamientos de autopresentación de los personajes mayores en los comerciales dirigidos a los niños? 2. ¿Hay diferencias de género en la representación de los comportamientos de autopresentación de los personajes mayores entre países en los comerciales dirigido a los niños?</p>
<p>CULTURAL INDUSTRIES AND CHARACTER COMPOSITION IN CHILDRENS ANIMATED TELEVISION SERIES BROADCAST IN SPAIN</p>	<p>España y Ecuador</p>	<p>Televisión; España; series de televisión animadas; industria cultural; contenidos audiovisuales; para niños imaginación colectiva.</p>	<p>Esta investigación pretende analizar el mayor número posible de series emitidas en la televisión española.</p>
<p>CHARACTER RECOGNITION AS AN ALTERNATE MEASURE OF TELEVISION EXPOSURE AMONG CHILDREN:</p>	<p>Estados Unidos</p>	<p>Content, child, egypt, educational tv</p>	<p>Determinar en qué medida la exposición a Alam Simsim (la versión egipcia de Plaza Sésamo) entre niños de 4 a 6 años podía mejorar tres resultados a los que se dirigía específicamente el programa:</p>

FINDINGS FROM THE ALAM SIMSIM PROGRAM IN EGYPT			la mejora de la capacidad numérica de los niños, la alfabetización y las actitudes equitativas en materia de género.
RECEPTION OF TELEVISION SERIES AND FORMATION OF COGNITIVE SCHEMAS ASSOCIATED TO THEIR CHARACTERS: A STUDY OF COSTA RICAN CHILDREN AND ADOLESCENTS.	Costa Rica	TV Series Reception, Social Cognition, Person Schemata, Media Psychology.	Se quiere conocer relación entre la intensidad de ver televisión y la valoración de las series de televisión sobre la formación de esquemas cognitivos de personajes televisivos en niños y adolescentes de Costa Rica.
THE METAPHORICAL VALUE OF POSTMODERN FAIRY TALE: CHILDHOOD CHARACTERS AND GHOSTS OF THE PAST IN SPANISH-CONTEMPORARY FANTASTIC CINEMA	España	Personajes infantiles; cine fantástico contemporáneo de habla hispana.	Se recogen bases teóricas para proporcionar una definición del <i>fairy tale</i> posmoderno, protagonizado por personajes infantiles en los contenidos analizados.

Fuente: elaboración propia

- En la tabla 2, podemos ver las diferentes literaturas que se acercaron a resultados relacionados con nuestro objeto de estudio.

Si bien los artículos muestran una representación a nivel global del tema estudiado, esperábamos encontrarnos con artículos mucho más enfocados en el área de estudio de nuestro interés, en este caso, los posibles efectos que pueden desencadenarse en la personalidad y el comportamiento de los niños al verse expuestos a programas de televisión. Sin embargo, es de resaltar la ausencia de artículos en que verdaderamente se encontraran resultados relacionados con nuestro objeto de estudio. Estas investigaciones están más encaminadas hacia el estudio de las repercusiones del consumo de programas de televisión

en la salud de los niños, refiriéndose a enfermedades crónicas como la diabetes, obesidad, entre otros. Este tipo de temas y cantidad de artículos encontrados, fueron principalmente mencionados por literatura occidental, desprendiendo otro posible tema de estudio, que es irrelevante mencionar en esta monografía en particular.

8- Desarrollo

- Descripción de los aportes y hallazgos principales de algunos de los artículos mencionados en el punto anterior y exposición de factores que influyen en la personalidad y el comportamiento de los niños al consumir programas de televisión.

8.1 La relación entre las preferencias infantiles con la televisión, la emulación de personajes, duración de la visualización y la estructura de la personalidad.

En un estudio realizado por Cristina Persegani, Pierluigi Russo, Cristina Carucci, Marisa Nicolini (2002), se realizaron dos cuestionarios para 310 niños entre nueve y 10 años en Viterbo, Italia. Uno de los cuestionarios fue diseñado para evaluar las preferencias que tenían los niños con respecto a los programas de televisión que consumían y cuánto tiempo estaban expuestos a este medio diariamente. Por su parte, el segundo cuestionario tuvo en cuenta diferentes factores que agruparían a los niños según su estructura de personalidad.

Los hallazgos de este estudio europeo comprueban que, efectivamente existe una correlación entre los personajes que los niños eligen como sus favoritos, y la estructura de la personalidad del grupo analizado. Sin embargo, no logran determinar si la estructura de personalidad “problemática” causa que los niños pasen más tiempo viendo televisión, o si pasar más tiempo viendo televisión causa la

personalidad problemática, es decir, reconocen que están directamente relacionados, pero no conocen el orden de los factores.

En primer lugar, definamos la palabra emulación en términos de niñez y programas infantiles: la emulación tiene lugar cuando un niño “quiere ser” un personaje. Según los autores, las niñas eligieron en su mayoría personajes como sus favoritos que estaban directamente relacionados con características externas, como la belleza, simpatía, fuerza, o valentía. Los niños, en su mayoría, eligieron personajes de acción que eran “buenos” pero que tenían comportamientos violentos asociados a su fuerza y masculinidad.

Además, también se encontró que independientemente del sexo, el 10,7% de los niños prefieren personajes "malos" que actúan de manera agresiva y violenta.

“Los 225 niños que indicaron un personaje televisivo al que les gustaría emular seleccionaron 392 combinaciones de etiquetas que les suministró el estudio (positivas: es feliz, tiene muchos amigos, es feliz por pasar tiempo con los niños. Para las emociones negativas: se siente solo, está triste, no es feliz al pasar tiempo con los niños) para indicar cuál sería el estado de ánimo de su personaje si realmente fuera parte de sus vidas.

371 etiquetas (94,6%) abordaron emociones positivas, de esas, 35 de 371 (9,4%) atribuyó emociones positivas a personajes malos y violentos. Entre las 21 etiquetas restantes (5,4%) que abordaron las emociones negativas, solo cuatro etiquetas se dirigieron a personajes malos y violentos. Esto quiere decir que, la mayoría de los niños, a pesar de que el personaje sea bueno o malo, lo imaginan feliz, mientras que las niñas parecían más sensibles a la violencia real, los niños eran más sensibles a la violencia en la ficción. Y, por último, los niños que ven televisión durante más tiempo (dos o más horas al día) mostraron puntuaciones más bajas de amabilidad, Conciencia y Apertura a la

Experiencia, y puntuaciones más altas de Inestabilidad Emocional que los niños que ven menos televisión (menos de una hora al día)” (Cristina Persegani, 2002).

Es decir que, según esta investigación, y de utilidad para nuestro objeto de estudio, los factores más influyentes y contribuyentes al comportamiento infantil violento de los niños al exponerse a contenidos televisivos son: variables demográficas, monitoreo de los padres, exposición a la violencia y tiempo de exposición a los contenidos. Además, es importante resaltar el hecho de que se encontró que independientemente de que el personaje sea bueno o malo, los niños lo visualizan como un ser feliz, lo que podría implicar dentro de su aprendizaje, el hecho de que entienda que las malas acciones no tienen una relación directa con consecuencias negativas, es decir, que considere que a pesar de que alguien tenga un mal comportamiento, este podrá seguir siendo “feliz”, sin recibir ningún tipo de castigo o sanción, y al final podría terminar perdiendo respeto por la autoridad de sus padres, maestros, u otros adultos que acompañen su vida, llegando incluso a ser una mala influencia para los otros niños de su edad que lo rodean.

8.2 Los niños, las relaciones parasociales, el realismo social, y la televisión.

En un estudio realizado por Sarah F. Rosaen, Jayson L. Dibble (2008) se realizaron entrevistas personales a 183 niños entre los 5 y 12 años de edad del Medio Oeste. El objetivo de esta investigación fue determinar si existía alguna relación entre la edad de los niños, la interacción parasocial y el realismo social con el que contaban los personajes favoritos elegidos por esta muestra.

“La interacción se define como una estimulación y respuesta mutuas. La identificación es el acto de imaginarse a uno mismo en el lugar de otra persona. Específicamente, las interacciones parasociales se caracterizan como altas en interacción y bajas en

identificación. En otras palabras, la gente puede reaccionar a un personaje de televisión en particular como si ese personaje estuviera presente en persona, sin sentir una identificación personal” (Sarah F. Rosaen, 2008).

La interacción parasocial puede identificarse a través de la conducta, en este tipo de contacto, la audiencia responde a la pantalla de televisión como si el contenido o el personaje en cuestión que está desarrollando preguntas y planteando temas de conversación, estuviera efectivamente presente en el lugar de forma física (Noble, 1975).

Los resultados de esta investigación arrojaron 73 personajes diferentes marcados como favoritos, a los cuales posteriormente los codificaron para determinar si cada personaje era real o pertenecía a la fantasía, esta codificación se realizó basándose en dos dimensiones del realismo social: la apariencia y el comportamiento (se ve como real, actúa como real).

“El realismo social se refiere a la probabilidad de que los eventos de un programa puedan suceder en el mundo real. Para que un personaje pueda ser considerado socialmente real, debe ser posible imaginarlo sin recurrir a pensamientos fantásticos” (Sarah F. Rosaen, 2008).

Según los hallazgos de este estudio, podemos comprobar que a medida que los niños crecen, tienden a elegir personajes (como sus favoritos) que se ven y se comportan de manera coherente con el mundo real. La principal hipótesis que otros autores designan a esto es que los niños más grandes han vivido más, han tenido más experiencias en el mundo físico, y han logrado codificar y separar lo que es real de lo que no. Además, en la investigación también se encontró una relación directa entre el realismo social y la intensidad de la interacción parasocial, es decir que, cuanto más real sea un personaje, será más probable que se genere interacción parasocial con su audiencia. Sin embargo, en este hallazgo no se logró determinar si la edad también era un factor influyente. Veamos algunas cifras:

“La codificación reveló que el 73% de los participantes eligieron un personaje favorito que no lucía real ni se comportaba como real, el 19% eligió un personaje que lucía y se comportaba como real, el 6% eligió un personaje que lucía real pero no se comportaba real, y finalmente, el 2% eligió personajes que no lucían reales, pero se comportaban como reales.” (Sarah F. Rosaen, 2008).

Entonces, podemos concluir que los factores más influyentes y contribuyentes al comportamiento y personalidad de los niños (según esta investigación) a medida que se exponen a contenidos televisivos son: la edad en paralelo con el desarrollo cognitivo.

Diversas investigaciones han comprobado que, en los niños, el análisis de la información del contenido de un programa y la comprensión de los personajes de la televisión, se desarrolla paralelamente a las etapas de desarrollo cognitivo (Piaget, 1952).

Los niños menores de ocho años usan los estímulos perceptivos para entender la información que consumen, es decir que, les gusta concentrarse en los elementos visuales para lograr la comprensión de un personaje, mientras que, los niños mayores de ocho años buscan información en elementos que representen uno o varios conceptos que ellos ya conozcan a través de su experiencia previa, es decir, indicadores en el contenido que demuestren que lo que está sucediendo o que un personaje en particular, podría suceder y existir en el mundo real (Wilson, 2007).

8.3 La importancia del monitoreo y acompañamiento de los adultos para la comprensión y análisis del niño sobre los contenidos de los programas de televisión que consume.

En una investigación de carácter cualitativa realizada por Smidt S (2001) se llevaron a cabo observaciones rigurosas del comportamiento de una niña (Hannah) frente al consumo de

programas televisivos durante un periodo de dos años, con el objetivo de analizar lo que Hannah ha estado haciendo en sus visualizaciones iniciales y repetidas de videos, y lo que ha pasado entre el autor (su abuela) y la niña cuando han visto diferentes contenidos juntas, o, cuando Hannah ha consumido el contenido por su cuenta para al final tener una sesión de retroalimentación en la que llegan a diferentes respuestas y conclusiones.

Los resultados de esta investigación nos indican que para los niños es bastante complejo diferenciar la realidad de la fantasía, y que para lograr reconocer diversos elementos que les permitan determinar las diferencias, el apoyo y acompañamiento constante de un adulto es indispensable en el proceso. Al principio de la investigación, Hannah asumió que los dinosaurios no eran reales porque no existían, o por lo menos ella nunca había visto uno ni siquiera en sus visitas al zoológico, y, después de mucha discusión con su abuela y de que ella ilustrara a la niña con libros de historia, pudo reconocer que los dinosaurios alguna vez fueron reales, aunque no existan en la actualidad. Hanna diferenciaba entre una historia ficticia y la realidad según fuese la apariencia de los personajes, y, cuando se encontró con Madelaine, una actriz de carne y hueso, hubo confusiones, ella decidió que Madeline, al no ser una caricatura, entonces debía ser "real", en ese momento quiso saber si los hechos ocurridos en el programa en el que Madeline aparece, efectivamente habían tenido lugar, para resolverlo, comenzó un proceso junto a su abuela en el que se le explicó que no necesariamente un actor tendría que ser un ogro, una princesa, o un dragón, que podía lucir justo como un ser humano común y aun así no ser "real", y que tampoco tenían que haber sucedido literalmente los hechos que narran en los contenidos solo porque los personajes y los espacios lucieran aparentemente semejantes a la realidad.

Además de hablar de la realidad como algo que va hasta "la vida real" o la fantasía, esta investigación también toca un tema importante y es la percepción que tienen los niños sobre

lo que significa una historia exitosa, porque la mayoría de los programas infantiles repiten el patrón del final feliz, con lo cual, un niño podría verse afectado, distorsionando su visión sobre lo que significa ser exitoso o afortunado, pues, si al final de cada contenido los protagonistas consiguen lo que quisieron en un principio y resuelven el problema que los agobió durante un rato, entonces, esto podría dejarle un mensaje al niño acerca de cómo debería funcionar la vida, sumergiéndolo en un mundo demasiado romántico e improbable, alejándolo de la realidad de lo que deberá enfrentar como cualquier otro ser humano: los problemas, el estrés, la frustración, tristeza, y sobre todo, el hecho de que es posible perder en muchas ocasiones o no lograr diferentes objetivos.

“Lo que Hannah parece haber resuelto fue que, para que una historia tenga un final feliz, el bien debe vencer al mal. Este análisis de Hanna implica una comprensión profunda de lo que hace que un personaje sea "bueno" o "malo" y un reconocimiento de que los personajes de una historia tienen sus propias características. A pesar de que gran parte de lo que Hannah observa parece la fórmula de la felicidad de Disney, ella también encuentra diversidad, lo que le ha permitido reconocer que no existe una fórmula rígida para una historia exitosa” (S, 2001).

Es decir que, los factores más influyentes y contribuyentes al comportamiento y personalidad de los niños al exponerse a contenidos televisivos son: La repetición del contenido de televisión, el acompañamiento oportuno por parte del adulto por lo menos en la primera sesión de exposición al programa, la apertura de espacios de observación, análisis y diálogo en conjunto con un adulto, y, finalmente, las experiencias personales de cada niño, las cuales hacen que las percepciones y puntos de vista varíen.

9- Conclusiones

9.1 El desarrollo de la personalidad de un niño está ligado a diversos factores ambientales que no dependen de él y que no están bajo su control, con lo que, en los primeros años de vida, es indispensable que los adultos a cargo monitoreen y acompañen (sin quitarles completamente su independencia) sus actividades, pasatiempos, educación, y, sobre todo, que resuelvan sus preguntas acerca de lo que van conociendo y explorando.

Entendiendo que un programa de televisión es un estímulo que altera el ambiente, y que, si se consume de manera excesiva, sin el monitoreo de los padres, y, sobre todo, sin que estos tengan la claridad del tema que tratan los contenidos y como se desarrollan estas obras a las que el niño se está exponiendo, podrían terminar distorsionándose las normas, juicios, valores, ideas y concepciones de realidad que apenas están formándose en él, entonces, es importante que reciba el apoyo de un adulto que, a diferencia del niño, tiene muchos más elementos en su memoria que simplifican la codificación de los contenidos.

Las interacciones posteriores a la exposición a los programas deberán tomar la forma de diálogo entre el niño y el adulto para desarrollar su habilidad para articular lo que no entiende y recibir apoyo con todos sus cuestionamientos, pues, es importante tener en cuenta que el niño aún no ha vivido lo suficiente como para tener un conjunto de experiencias previas que le permitan con seguridad entender los contenidos. Este acompañamiento oportuno beneficiaría al niño evitándole interpretaciones erróneas de la realidad y del significado de diversos elementos que puede encontrarse a lo largo de su vida, protegiéndolo de que, en un futuro, pueda responder (actuar) de forma errónea ante diversas situaciones, desarrollando conductas que podrían afectar sus relaciones interpersonales.

9.2 Los niños más pequeños son más vulnerables a mal interpretar los contenidos que consumen en los programas de televisión porque aún no tienen bien estructurada una visión que les permitan contar con elementos en su memoria para poder distinguir correctamente entre la fantasía y el mundo real, trayendo como resultado posibles efectos como ideaciones erróneas de lo que es la vida, cómo “debería” vivirse, y cuáles son los comportamientos, posturas, u opiniones “correctas” que permiten un sano desenvolvimiento en la sociedad.

9.3 La percepción que tienen los niños sobre la felicidad o calidad de vida de sus personajes favoritos puede estar desligada con su manera de actuar y su personalidad, es decir que, para un niño, el hecho de que un personaje sea “malo” o actúe de forma negativa, como, por ejemplo, agresiva, no está directamente relacionado con la manera en que este se siente. Si analizamos esto más a fondo, podemos comprender que los niños más pequeños aun no tienen bien estructuradas las “normas” sociales y los valores dentro de su desarrollo cognitivo, por lo que podría confundirse y entender que las malas acciones no tienen consecuencias, y, lo que es peor, decidir repetir las porque cree que tendrá la misma suerte que su personaje favorito.

9.4 Entendiendo que el desarrollo cognitivo está directamente relacionado con el entendimiento que tienen los niños acerca del contenido televisivo al que se exponen, y que, si diversos factores (como la falta de acompañamiento de los padres o el tiempo excesivo frente a las pantallas) se unen, podría existir un análisis diferente a las intenciones de los productores del programa. Sin embargo, independientemente de que se tomen en cuenta o no estos posibles factores, los profesionales encargados de las marcas que están dirigidas al mercado de los niños, como los publicistas, pueden obtener muy buenos resultados si deciden

analizar el contenido del programa con el que se vincularán antes de decidir hacerlo, todo ello para velar por el sano desarrollo y aprendizaje de la comunidad infantil, evitando afectaciones de las que la marca podría ser indirectamente “culpable”.

Referencias

Bellamy C. Estado Mundial de la Infancia 2005. La infancia amenazada. Fondo de las Naciones Unidas para la infancia (Unicef), 2004. [Internet]. 2005. [Citado 07 Nov 2016]. (MarcadorDePosición1) Disponible en: <http://unicef.cl/web/wp-content/uploads/2003/12/Estado-Mundial-de-la-Infancia-2005.pdf>

Bornstein, Marc H. (Ed) (1995). *Handbook of Parenting* (4 Volúmenes) New Jersey:Lawrence Erlbaum Asso. Publ.

Cristina Persegani, P. R. (2002). Television viewing and personality structure in children. Brain Health Centre, Centre for Clinical Neuropsychophysiological Research, 982-983.

Fisch, S. M. (2005). Children’s learning from television. *TelevIZIon*, 18, 10–14.

Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Methuen.

Gerbner, G., & Gross, L. (1976). Living with television; the violence profile. *Journal of Communication*, 26(2), 173–199. Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1994).

Growing up with television: The cultivation perspective. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 17–41). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.

Hogan, M. J., & Strasburger, V. C. (2008). Media and prosocial behavior in children and adolescents. In L. Nucci & D. Narvaez (Eds.), *Handbook of moral and character education* (pp. 537–553). Mahwah, NJ: Erlbaum

<http://unicef.cl/web/wp-content/uploads/2003/12/Estado-Mundial-de-la-Infancia-2005.pdf>

Ivancevich, J., Konopaske, R., Matteson, M. (2005), *Comportamiento Organizacional*. 7ª ed. México: Mc Graw Hill

Liotti, M. M. (1999). Effects of TV violence viewing on learning and memory in children. *Neuroimage*, S909.

Noble, G. (1975). *Children in front of the small screen*. Beverly Hills, California: Sage.

Piaget, J. (1952). *The origins of intelligence in children*. New York: International Universities Press.

Robbins, S. (2004), *Comportamiento Organizacional*. 10a ed. México: Prentice Hall.

S, S. (2001). All stories that have happy endings have a bad character: A young child responds to televisual texts. *Department of Education and Community Studies*, 1.

Sarah F. Rosaen, J. L. (2008). Investigating the Relationships Among Child's Age, Parasocial Interactions, and the Social Realism of Favorite Television Characters. *Communication Research Reports*, 150.

Sobrido Prieto, M., & Rumbo-Prieto, J. M. (2018). *La revisión sistemática: pluralidad de enfoques y metodologías. Enfermería Clínica.*

T, R., & C, A. (2006). Older Characters in Children's Animated Television Programs: A content Analysis of Their Portrayal. *Journal of broadcasting and electronic media* , 287-304.

Wartella, E., Rideout, V., Lauricella, AR y Connell, S. (2013). *La paternidad en la era de la tecnología digital. Informe para la escuela de comunicación del centro de medios y desarrollo humano de la Universidad Northwestern.*

[arhttps://contemporaryfamilies.org/wp-content/uploads/2014/04/Wella.pdf](https://contemporaryfamilies.org/wp-content/uploads/2014/04/Wella.pdf) De este enlace son las gráficas del estudio de la universidad de Northwestern

Wilson, B. J. (2007). Media and cognitive development. In J. J. Arnett (Ed.), *Encyclopedia of children, adolescents, and the media* (Vol. 1, pp. 182–185). Thousand Oaks, Calif.: Sage.