

# IORTV

## Programación Infantil de Televisión: Orientaciones y Contenidos Prioritarios



SECRETARÍA DE  
ESTADO DE  
SERVICIOS SOCIALES  
FAMILIAS Y DISCAPACIDAD

DIRECCIÓN GENERAL  
DE LAS FAMILIAS  
Y LA INFANCIA



# **Programación Infantil de Televisión: Orientaciones y Contenidos Prioritarios**

INSTITUTO OFICIAL DE RADIO Y TELEVISIÓN  
DIRECCIÓN GENERAL DE LAS FAMILIAS Y LA INFANCIA (MTAS)

Editores:

**Miguel del Río Álvarez  
Mariano Román Blas**

Coordinación Técnica:

**Virginia Martínez Marín**



Programación Infantil de Televisión:  
Orientaciones y Contenidos Prioritarios

**Miguel del Río Álvarez y Mariano Román Blas**  
*Editores*

**Virginia Martínez Marín**  
*Coordinación Técnica*

Diseño de Cubierta: **Rubén Serna Santos**

© Instituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE, 2005

Carretera Dehesa de la Villa, s/n.  
MADRID

I.S.B.N.: 84-88788-62-2  
Depósito legal: M. 26624-2005  
Imprime: EGRAF, S. A.

# ÍNDICE

<b>1. Presentación</b> .....	5
1.1. El Estudio .....	5
1.2. Participantes .....	5
1.3. Metodología .....	8
<b>2. El Marco de la TV infantil en España</b> .....	9
2.1. Legislación .....	9
2.2. Código de Autorregulación y Clasificación de Programas .....	9
2.3. Seguimiento del Código y Control de Contenidos .....	10
2.3.1. Mecanismos alternativos de control: los distintivos de calidad, premios y sanciones .....	11
2.4. Iniciativas Ciudadanas: La Declaración de Madrid y el OCTA .....	12
2.5. El Futuro Escenario Audiovisual .....	13
<b>3. Los Niños y la TV: Una Relación Compleja</b> .....	15
3.1. La TV como Parte del Entorno Cultural .....	15
3.2. La Familia y la Escuela: Contextos de Desarrollo Infantil y Programación Televisiva .....	16
3.2.1. La información a las familias sobre la influencia de la TV .....	17
3.2.2. La información sobre los posibles efectos de los contenidos y programas de TV .....	18
3.2.3. El papel de la escuela .....	18
3.3. La Audiencia Infantil y Juvenil .....	19
<b>4. La Programación Infantil y Juvenil</b> .....	21
4.1. Mecanismos de Financiación .....	21
4.2. Investigación y Creación: I+D en TV e Infancia .....	21
4.2.1. La evaluación de la influencia de los medios en el desarrollo infantil ..	21
4.2.2. La metodología en producción infantil y juvenil .....	22
4.2.3. Orientaciones para impulsar la creación de programación infantil y juvenil de calidad .....	22
4.3. Índices de Impacto en el Desarrollo: Criterios de Calidad y Ajuste de la Programación a Infancia y Juventud .....	23
<b>5. Los Contenidos Prioritarios para la Infancia y la Juventud</b> .....	25
5.1. Contenidos de Riesgo .....	25
5.2. Contenidos y Valores Preferentes .....	26
5.3. Formatos Preferentes .....	29
<b>6. La Guía de Contenidos Prioritarios</b> .....	31
6.1. Acciones de Difusión y Arraigo .....	31
<b>7. Conclusiones</b> .....	33
<b>8. Bibliografía</b> .....	35



# 1. PRESENTACIÓN

## 1.1. El Estudio

Los contenidos televisivos dedicados a niños son una preocupación permanente de expertos, profesionales, investigadores y Administraciones relacionadas con la TV, la Infancia y la Educación.

En Junio de 2004 el Instituto Oficial de Radio y Televisión, entidad del grupo RTVE dedicada a la investigación y formación, junto con la Dirección General de las Familias y la Infancia, del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, organizó el «Foro Entorno Familiar, Menores, Educación y Televisión».

Entre las muchas propuestas nacidas de aquellos debates surgió la necesidad de elaborar una Guía de Contenidos Prioritarios para la Programación Infantil en TV.

El presente estudio es fruto de un Convenio firmado entre la Dirección General de las Familias y la Infancia, y el Instituto Oficial de Radio y Televisión. En él se expone la influencia e interrelación de los diferentes contextos (familia, escuela y TV) en el desarrollo humano, una propuesta metodológica para la creación de programación infantil y juvenil, los criterios de calidad necesarios en la producción de programas para niños y jóvenes, los contenidos más idóneos y preferentes que deben incluir los programas infantiles de TV, los valores sociales más urgentes que han de potenciarse en esa programación televisiva, así como los formatos más adecuados para el diseño de estos espacios.

Este documento pretende ser un manual de referencia para operadores y productoras de TV, educadores y, cómo no, también para padres.

Su vocación de utilidad en los diversos ámbitos sobre los que se centra puede ser su mayor virtud. Especialmente en una época de expansión digital de la TV y de convergencia tecnológica de distintos medios de comunicación e información, que nos dirige hacia el desarrollo de nuevos modos de participación y consumo en la producción audiovisual.

## 1.2. Participantes

En estas páginas están incluidas las principales conclusiones obtenidas en diversas reuniones de trabajo, en las que han intervenido profesionales de la TV, investigadores y docentes, relacionados con el mundo de la TV, la Infancia y la Educación.

En las mesas de debate han participado:

JOSÉ IGNACIO AGUADED GÓMEZ

Profesor Titular de Comunicación y Educación de la Universidad de Huelva y Director del Grupo Comunicar.

JAVIER CALLEJO GALLEGO

Profesor Titular de Sociología de la UNED.

JUAN MARÍA CASADO SALINAS

Jefe de Relaciones Institucionales de Canal Sur (RTVA).

JOSÉ LUÍS CASTELLANOS DELGADO

Jefe de Área de Infancia de la Subdirección General de Infancia (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales).

JESÚS CUBILES GUTIERREZ

Subdirector General de Infancia y Familias de la Consejería para la Igualdad y el Bienestar Social de la Junta de Andalucía.

JUAN CUESTA RICO

Periodista de TVE.

MATILDE DELGADO REINA

Profesora Titular de Comunicación Audiovisual de la Universidad Autónoma de Barcelona.  
Miembro del equipo de investigación GRISS de la UAB.

PABLO DEL RIO PEREDA

Psicólogo y Catedrático de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Salamanca.

ÁNGEL GARCIA CASTILLEJO

Asesor de la Secretaría de Estado de Comunicación.

SANTIAGO GARCÍA CLAIRAG

Autor de literatura infantil.

FRANCISCO GARCÍA GARCÍA

Ex-Director del Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa (CNICE).

AGUSTÍN GARCIA MATILLA

Profesor Titular de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid.

EDUARDO GARCIA MATILLA

Director General de Corporación Multimedia.

JULIA GÍL GÓMEZ

TV- Universidad Politécnica de Valencia

VALENTÍ GÓMEZ I OLIVER

Presidente del Observatorio Europeo de la Televisión Infantil (OETI).

ELADIO JAREÑO RUIZ

Director de Programas Infantiles de TVE.

ANTONIO BRUNO LEBRÓN GUIRADO

Asesor del Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid.

ELENE LIZARRALDE MARÍN

Directora de Programas Infantiles de Antena 3 TV.

TON LLEONART SILVESTRE

Jefe de Proyectos y Programas Educativos de TV de Catalunya.

VIRGINIA MARTÍNEZ MARÍN

Psicopedagoga IORTV.

JUAN MERIN REIG

Presidente Plataforma de Organizaciones de Infancia y Coordinador General de Programas de UNICEF.

MIGUEL ÁNGEL ORTIZ SOBRINO

Director del IORTV

ALEJANDRO PERALES ALBERT

Presidente de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC).

JOSÉ MANUEL PÉREZ TORNERO

Profesor Titular de la Facultad de CC. De la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona y colaborador del Consejo Audiovisual de Cataluña.

CARMEN PUYO MARÍN

Jefa de Servicio de la Secretaría-Observatorio de la Infancia (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales).

YOLANDA QUINTANA SERRANO

Responsable Área de Medios de Comunicación y Derechos de los Usuarios (CEACCU).

JULIO IGNACIO RUIZ SÁNCHEZ

Periodista y experto en Multimedia (IORTV).

JOSÉ MARÍA RUIZ TRUEBA

Consejero Confederal y Responsable de Televisión.

José VILA VILLAR

Director General de Disney Chanel IBERIA.

VALENTÍN VILLAGRASA SERRANO

Redactor y Coordinador Programas Infantiles TVE en Cataluña.

ALEJANDRA WALZER

Profesora de Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid.

**Coordinación Técnica:**

VIRGINIA MARTÍNEZ MARÍN

### 1.3. Metodología

El presente estudio es el resultado de un trabajo de investigación y análisis en el que han participado un numeroso grupo de profesionales vinculados a la producción de TV, a la dirección de programas infantiles de las Cadenas de Televisión, a las asociaciones de padres y consumidores, a organismos públicos para la protección de la infancia y a la investigación en el ámbito académico o empresarial.

En primer lugar, un equipo de documentalistas reunió y analizó toda la información relacionada con la programación infantil en TV: su implantación, contenidos, formatos, audiencias, legislación, valores sociales, regulación del sector, influencias en la infancia, investigación y evolución tecnológica, así como las experiencias recogidas en Foros y Convenciones.

Con esa documentación se elaboró un primer documento que sirvió como base de reflexión y discusión para la primera mesa de trabajo intersectorial de expertos, investigadores y profesionales.

En sucesivas reuniones se fueron incorporando las aportaciones de todos los participantes de las mesas intersectoriales al primer documento base, siempre en clave de posibilidades creativas (integración de valores, nuevos contenidos y formatos), financiación, investigación y prospectiva.

Finalmente, con toda la documentación estudiada, la transcripción de los debates realizados en las distintas mesas de trabajo y las comunicaciones telefónicas y por correo electrónico, el equipo de edición incorporó las propuestas, y dio forma y coherencia a este documento final que ahora ve la luz.

## 2. EL MARCO DE LA TV INFANTIL EN ESPAÑA

Con el fin de situar la elaboración de este documento en su contexto histórico y político, en este primer capítulo se expone la situación de la programación infantil de TV en España en 2005, resultado de una evolución del espacio televisivo nacional y de los intentos –por parte de las administraciones públicas y las iniciativas ciudadanas– de mejorar y controlar la gran expansión que ha experimentado en los últimos años. Asimismo, se ofrece una prospectiva general del desarrollo que se espera en el futuro próximo, con el fin de enmarcar las orientaciones y líneas de actuación sugeridas en el constante avance de la TV como medio de indudable repercusión social.

### 2.1. Legislación

Aunque el marco jurídico que protege a los menores es muy preciso, existen cuestiones susceptibles de riesgo en lo relacionado con el consumo de TV.

- La Constitución, en su artículo 20.4, concibe la protección de la infancia y la juventud como cuestión prioritaria, incluso por encima de la libertad de expresión.
- La Ley orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de enjuiciamiento civil en su artículo 5, establece que:
  1. Los menores tienen derecho a buscar, recibir y utilizar la información adecuada a su desarrollo.
  2. Los padres o tutores y los poderes públicos velarán por que la información que reciban los menores sea veraz, plural y respetuosa con los principios constitucionales.
  3. Las administraciones públicas incentivarán la producción y difusión de materiales informativos y otros destinados a los menores, que respeten los criterios enunciados, al mismo tiempo que facilitarán el acceso de los menores a los servicios de información, documentación, bibliotecas y demás servicios culturales.

En particular, **velarán por que los medios de comunicación en sus mensajes dirigidos a menores promuevan los valores de igualdad, solidaridad y respeto a los demás, eviten imágenes de violencia, explotación en las relaciones interpersonales o que reflejen un trato degradante o sexista.**

4. Para garantizar que la publicidad o mensajes dirigidos a menores, o emitidos en la programación dirigida a éstos, no les perjudique moral o físicamente, podrá ser regulada por normas especiales.
- Del mismo modo, la Ley de la TV Sin Fronteras protege a los menores de los contenidos televisivos, no sólo de los programas, sino también de la publicidad, en su capítulo IV.
  - Y la Ley General de la Publicidad considera ilícita aquella publicidad que infrinja el derecho constitucional de protección de la Infancia.

Existe regulación jurídica, aunque para una parte de la sociedad es insuficiente. En ese contexto crítico sobre determinados contenidos televisivos y la posible vulneración de derechos de la infancia ha surgido el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia.

### 2.2. Código de Autorregulación y Clasificación de Programas

La necesidad de autorregulación, en los últimos tiempos, era una demanda latente en la sociedad española. También las instituciones comunitarias europeas venían reclamándola desde hacía años.

Sin embargo, la autorregulación de contenidos por parte de los operadores televisivos no es una pretensión nueva. Ya en 1993 hubo un primer acuerdo sobre los contenidos destinados a la protección de la infancia y la juventud.

El Gobierno urgió a las cadenas a firmar un código de autorregulación, que entró en vigor el pasado 9 de Marzo de 2005. Previamente, el 9 de diciembre de 2004 fue suscrito por Telecinco, Antena 3, Sogecable y TVE, sumándose a él, posteriormente, los operadores integrados en la FORTA.

La directiva de TV Sin Fronteras, vigente en España desde 1995, había fijado un horario de protección infantil entre las 6,00 y las 22,00 horas. Con el nuevo código se crean franjas especiales de mayor protección infantil: de 8,00 a 9,00 y de 17,00 a 20,00 horas (de lunes a viernes) y de 9,00 a 12,00 horas (sábados, domingos y festivos).

En la clasificación de programas que establece este *Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia*, a cuyo cumplimiento se comprometen las cadenas televisivas, ya se apuntan algunos de los contenidos prioritarios para niños. En ese sentido, el código atiende a la siguiente tipología de programación:

- **Programas especialmente recomendados para la infancia:** Aquellos que muestran una descripción positiva de comportamientos infantiles impulsando valores como la solidaridad, la igualdad, la cooperación, la no violencia y la protección del medio ambiente. Son programas sin presencia de violencia, cuya temática conflictiva está limitada a pequeños conflictos propios de la infancia resueltos positivamente. El sexo sólo está justificado con carácter educativo o pedagógico para la formación sexual dirigida a menores de 7 años.

- **Programas para todos los públicos:** Permiten la descripción de comportamientos adultos no conflictivos, aunque no sean inteligibles para menores de 7 años, siempre que no puedan perturbar su desarrollo. Admiten la presencia de una violencia mínima que no afecte a personajes asimilables del entorno afectivo del menor, o que facilite el distanciamiento por su tratamiento paródico o humorístico. Toleran la aparición de elementos de angustia o miedo, siempre que sea mínima o esté compensada por el uso de la caricatura o el humor para atenuar su impacto. De igual forma, se considera tolerable el desnudo casual o inocente, sin manifestación erótica ni calificaciones vejatorias, o la presentación de relaciones afectivas sin connotaciones sexuales.

- **Programas no recomendados para menores de 7 años (NR 7):** Aquellos que describen comportamientos y costumbres ininteligibles para el menor de 7 años cuando le puedan crear desconcierto. Los que presentan actitudes intolerantes, implican menosprecio a un semejante y van contra los derechos humanos, la igualdad y el medio ambiente sin finalidad educativa o pedagógica. Los que utilizan, muestran o mencionan drogas ilícitas sin fines informativos o educativos. Los que exhiben violencia verbal o física, incluso escenas o imágenes esporádicas susceptibles de provocar angustia o miedo. Los que exponen conflictos de orden social, cultural, religioso, político, sexual... que dañen al entorno familiar del menor, o que requieran un mínimo reconocimiento de su existencia, y afecten negativamente a la comprensión de su entorno habitual. Dentro de esta clasificación también se incluyen los programas de ficción en cuyo argumento sea difícil para el menor discernir entre «buenos» y «malos», así como los materiales de carácter educativo o pedagógico para la formación sexual que no vayan específicamente dirigidos a menores de 7 años.

A la hora de evaluar la violencia, el Código distingue si los personajes o las situaciones en que éstos se desenvuelven forman parte del imaginario infantil propio del proceso de aprendizaje de los menores de 7 años. Además se tiene en cuenta la morbosidad o intensidad con que se presentan dichos actos o situaciones de violencia, y si las mismas afectan al entorno familiar de estos niños.

### 2.3. Seguimiento del Código y Control de Contenidos

Aunque aún es muy pronto para valorar adecuadamente el éxito de este Código de Autorregulación, gran parte de los expertos consultados confían en que las normas establecidas tengan en un futuro próximo un mayor seguimiento entre los operadores del que se ha observado en los primeros meses de su entrada en vigor.

Pese a que el Ministerio de Industria ha sancionado las infracciones cometidas por la emisión de publicidad indebida en horario protegido, las quejas por incumplimiento llegadas a la Comisión de Seguimiento de dicho código han sido escasas, la mayoría por el uso de lenguaje inadecuado en horario de tarde. Tal vez las razones habría que buscarlas en el desconocimiento ciudadano de estos resor-

tes de protesta o, quizás, en la incompreensión de los mecanismos de influencia de los contenidos televisivos, siendo sólo sensibles a las grandes agresiones de sus valores más básicos.

De cualquier modo, la Comisión de Seguimiento, integrada por representantes de las cadenas firmantes del código, productoras de contenidos, periodistas y asociaciones de padres, telespectadores y de protección de la infancia y la juventud, ha decidido poner en marcha una página web ([www.tvinfancia.es](http://www.tvinfancia.es)) para difundir sus actividades y el Código de Autorregulación.

Los expertos consultados insisten en la importancia de la señalización efectiva de los programas, tratando de unificar, por ejemplo, el código de clasificación por edades de los videojuegos (PEGI)<sup>1</sup> y el que utilizan las TVs.

También (entre los expertos consultados) hay quien apuesta por un modelo de corregulación, no de autorregulación, ni de regulación. Sería un modelo con tres características básicas:

- La regulación: alguien marca el camino, señala la ruta adecuada; esta será, probablemente, una de las obligaciones del futuro Consejo Superior del Audiovisual y de los Consejos Audiovisuales autonómicos.
- La autorregulación: la participación en la regulación de los propios operadores y productoras de contenidos, siempre desde la defensa de su propia libertad de actuación.
- El ajuste entre las regulaciones y las autorregulaciones.

La corregulación conformaría un modelo de control cooperativo, nunca impositivo.

De todos modos, retomando el recién estrenado Código de Autorregulación, convendría concederle un margen de tiempo mayor para observar su eficacia y establecer la necesidad de posibles modificaciones, máxime considerando que los antecedentes sobre regulación de contenidos son muy escasos.

### **2.3.1. Mecanismos alternativos de control: los distintivos de calidad, premios y sanciones**

Frente a este tipo de control de contenidos, en las mesas de trabajo celebradas para la elaboración del presente estudio se propusieron una serie de iniciativas alternativas para fomentar la calidad en la programación infantil, complementarias a los mecanismos de control externo y sanciones que hoy día priman en el escenario audiovisual. Son las siguientes:

- Fomentar distintivos de calidad en favor de la TV más positiva y adecuada para los niños.
- Establecer avales de calidad, de forma similar a la normalización industrial europea ISO 9000.
- Crear unos premios para los profesionales del audiovisual cuyo trabajo dedicado a los niños y su formación (series de animación, informativos, publicidad...) destaque por su calidad y utilidad.
- Entregar un sello o aval de calidad que ofrezca garantías al espectador a las series de gran éxito en *prime time* que cumplieren ciertos criterios de ajuste a la audiencia infantil, como los que se proponen en esta guía.
- Divulgar estos avales de calidad a través de las asociaciones de consumidores y las administraciones públicas.
- Establecer un carné por puntos para las concesionarias de TV en relación con la calidad de la programación infantil.
- Al igual que se está afianzando la figura del Defensor del Espectador, podría plantearse la figura del Defensor del Niño en la TV.

<sup>1</sup> El Código PEGI (*Pan European Game Information*) fue auspiciado por la Comisión Europea, en España entró en vigor en 2003 y hace una clasificación más variada en edades: videojuego recomendado para niños/as de más de 3 años, de más de 7 años, de más de 12 años, de más de 16 años y de más de 18 años.

## 2.4. Iniciativas Ciudadanas: La Declaración de Madrid y el OCTA

El pasado 9 de Febrero de 2005 representantes de entidades, instituciones y organizaciones sociales, sindicatos, asociaciones de padres, consumidores y expertos en los ámbitos de la comunicación y de la educación hicieron pública la Declaración de Madrid<sup>2</sup> sobre Educación y Medios de Comunicación.

El documento hacía hincapié en el retroceso de la alfabetización mediática y en la gran importancia que tienen los medios de comunicación en la obtención de conocimientos, valores, hábitos y comportamientos, así como en su potencial para el desarrollo y la formación de las personas.

La declaración aboga por la creación de un nuevo modelo en el ámbito de la comunicación social con la participación de administraciones, empresas audiovisuales, profesionales de la creación y de la información, expertos, padres y usuarios en general, que reconozca la importancia estratégica y de futuro de la educación en comunicación.

Por último, considera que la infancia tiene que «ser el grupo participante y destinatario prioritario en una educación para la comunicación. Madres, padres y educadores, en general, deberán contar con los apoyos didácticos necesarios que les suministren herramientas para la educación de la infancia».

La Declaración fue bautizada como La Bahía de los Cinco Vientos, en alusión al planteamiento de 5 demandas:

1. Cumplimiento de la legislación nacional e internacional en materia de comunicación, sobre todo en lo referente a la protección, promoción y defensa de los derechos de la infancia y la adolescencia.
2. Creación de un Consejo del Audiovisual, de ámbito estatal, independiente, plural y con capacidad sancionadora, que supervise el cumplimiento de la legislación, potencie la autorregulación, proteja a la infancia, defienda la libertad de expresión y recoja las demandas ciudadanas.
3. Elaboración de un plan de educación global en comunicación que garantice la formación en el uso de los medios, las tecnologías de la información, y en la confección y análisis de los mensajes.
4. Inclusión de la educación en comunicación en los programas escolares, desde un punto de vista transversal. Además de formar en recursos técnicos y expresivos, proporcionará instrumentos para conocer mejor el mundo. El hecho de que los más jóvenes puedan analizar y producir mensajes audiovisuales ayudará en su maduración como ciudadanos responsables.
5. Los gobiernos deben potenciar una política de comunicación que garantice la oferta plural, así como el diseño y la producción de contenidos de calidad, útiles para la educación e innovadores y positivos para la infancia. **Hay que diseñar programaciones específicas para la infancia, según niveles de edad, que mejoren el cumplimiento de los derechos de los niños.**

Esta iniciativa inédita de la sociedad civil ha tenido un desarrollo posterior constituyendo, el pasado 15 de Marzo de 2005, el llamado Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales (OCTA), integrado por la mayoría de las organizaciones e instituciones adheridas a la Declaración de Madrid.

El OCTA se ha propuesto perseguir los siguientes objetivos:

- Evaluar el cumplimiento de la función social y de servicio público de los medios audiovisuales, especialmente la protección de los menores.

---

<sup>2</sup> Las organizaciones, personas e instituciones firmantes de la Declaración de Madrid son las siguientes: Asociación de la Prensa de Madrid, Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid, Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), Federación Regional de Asociaciones de Vecinos de Madrid, CCOO-Madrid, UGT-Madrid, Confederación de Consumidores y Usuarios (CECU), Cruz Roja Española, Federación Católica de Asociaciones de Padres de Familia y Padres de Alumnos (FECAPA), Federación Regional de Asociaciones de Padres y Madres del Alumnado de Madrid Francisco Giner de los Ríos, Federación Ibérica de Telespectadores y Radioyentes (FIATYR), Observatorio Europeo de la Televisión Infantil (OETI), Plataforma de Organizaciones de la Infancia (POI), Save the Children, Universidad de las Islas Baleares, Universidad Carlos III, Unión Democrática de Pensionistas, UNESCO, UNICEF, Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).

- Promover la realización y difusión de contenidos adecuados y positivos para los menores, tanto en TV como en Internet, videojuegos, telefonía, etc.
- Apoyar a la Comisión de Seguimiento del Código de Autorregulación de las Televisiones, aportando quejas y sugerencias de los espectadores sobre los contenidos televisivos.

## 2.5. El Futuro Escenario Audiovisual

Nuestro panorama audiovisual está cambiando. En los próximos 5 años el modelo de TV al que estamos acostumbrados se verá radicalmente transformado con el apagón analógico y la entrada de la TV Digital Terrestre (TDT). Está previsto que a final de 2005 haya 20 canales estatales en digital. A su vez, el próximo 31 de diciembre acaba el plazo para la adjudicación de las TVs locales, lo que supondrá 1.200 TVs locales en toda España. Y además, hay que considerar la salida al aire de toda la oferta autonómica pública y privada. En cada punto de recepción podrán verse en abierto entre 32 y 36 canales de TV. De hecho, en localidades como Barcelona, Madrid, Sevilla, etc., la oferta será aún mayor.

Por tanto, las parrillas se diseñarán en función de los canales que posea cada operador. Por ejemplo, en el caso de TVE, se está intentando poner en marcha un canal específico para la infancia y la juventud.

Conviene puntualizar que en las mesas de expertos se pronosticó que el modelo de canales temáticos podría estar cerca de convertirse en obsoleto, augurando, en cambio, un futuro prometedor para el video por demanda. Si consideramos las actuales políticas de creación audiovisual en España y la escasa producción infantil propia, no es arriesgado pensar que dichos canales temáticos pudieran conformar su programación con un elevado número de productos foráneos, de forma desordenada o no y de calidad desconocida.

El concepto de parrilla desaparecerá con la TDT. Habrá que pensar en productos que compitan con otros dentro de un canal múltiple, que sean atractivos y ajustados a las necesidades de la infancia, y que tengan calidad.

El esfuerzo en lo que se refiere a programación infantil y juvenil recaerá, fundamentalmente, en las TVs públicas. Pero todas las TVs, ya sean públicas o privadas, tendrán que valorar el éxito comercial de muchos programas infantiles de gran calidad producidos en otros países.

La mayoría de los expertos consultados echan en falta un gran consenso nacional sobre las TVs para promover un pacto entre ellas y la Administración que permita trabajar con rigor sobre la programación infantil. Si se hacen buenos programas infantiles, en el futuro se tendrá una buena TV que, además, puede aprovechar un ingente mercado audiovisual en español.

Estamos en un gran momento de partida: si se constituye y fructifica el Consejo Superior de Audiovisual, si se afianza el seguimiento del Código de Autorregulación y se cumple, es posible que en pocos años el escenario audiovisual enfocado a la programación infantil cambie positivamente.



### 3. LOS NIÑOS Y LA TV: UNA RELACIÓN COMPLEJA

**El niño se desarrolla en función de la cultura que le rodea, de un complejísimo sistema en el cual la modificación de una sola situación no es suficiente para alterar la situación general.** Los cambios humanos se dan cuando existen transformaciones en los diversos contextos de desarrollo y actividad y cuando se ejerce una influencia, consciente o inconsciente, en una determinada dirección. En este sentido, la loable iniciativa de ejercer una influencia consciente, donde hasta ahora se ha dirigido de manera no consciente, no es sino una parte dentro del proceso que tamaña empresa requiere. Pero la influencia sólo se puede ejercer si se actúa en un entorno concreto, con unas herramientas concretas y con unos objetivos concretos. Si nos alejamos de aquello sobre lo que queremos influir (*el desarrollo infantil*) mediante el establecimiento de leyes y principios de actuación rígidos sobre algo que *no es el desarrollo infantil (los contenidos televisivos)*, las probabilidades de alcanzar soluciones a nuestra preocupación por la infancia pueden disminuir.

#### 3.1. La TV como Parte del Entorno: Investigación y Acción Cultural y Social

El trabajo de los profesionales de los medios, de la educación y la cultura puede contribuir a crear un marco cultural de desarrollo de mayor calidad.

Es un hecho compartido por una parte importante de la sociedad que los contenidos televisivos para la infancia y la juventud no satisfacen, ni en cantidad ni en calidad, todos los objetivos a los que deberían servir.

Sin embargo, para que esta situación cambie, no sólo hace falta invertir más dinero en programación infantil o mostrar una preocupación más o menos justificada sobre la influencia de la TV. Para conseguir avances que nos beneficien a todos y que beneficien a nuestra infancia y juventud es necesario, por una parte, establecer esos objetivos de desarrollo y educación concretos a los que debe servir una TV de calidad y, por otra, **hacer que la TV de calidad no actúe en el vacío, sino en consonancia con el resto de redes sociales.**

Desde esta perspectiva, el **impacto de la TV positiva es limitado si no va acompañado de actuaciones sobre todo el entorno cultural.** Tanto la investigación como la intervención sobre el desarrollo infantil no pueden pretender conseguir influencias directas y aisladas. Pongamos un ejemplo para ilustrar este punto: es imposible acabar con las drogas con un programa de TV o con el racismo, a través de una serie de películas, por buenos que sean. La TV no puede pretender por sí sola modificar una situación muy compleja, aunque sí puede ayudar en aspectos concretos, y en esa vía es donde hay que centrar los esfuerzos.

No es posible acercarse al estudio y modificación de la influencia de la TV en los niños sin establecer antes un mapa de la situación en que crecen. Los programas de TV, sus contenidos y formatos son recibidos por niños concretos con necesidades concretas. Estas necesidades son identificables mediante la investigación y el acuerdo entre familias y expertos (investigadores del desarrollo, educadores...). La investigación pierde una parte relevante de su significado si no es acompañada de **acciones concretas** dirigidas a mejorar la vida de nuestros hijos.

Para ello se propone investigar y actuar en relación a una serie de puntos:

- **Definir las condiciones del entorno** social, escolar, familiar, físico, etc., que componen el marco en que crecen los niños (las Situaciones Sociales de Desarrollo).
- **Identificar las Trayectorias de Desarrollo:** las distintas tipologías de niños que surgen como producto de la interacción entre ellos y sus entornos (por poner un ejemplo muy general, el desarrollo léxico puede ser distinto en función del entorno en el que se vive). Es preciso investigar con rigor en nuestro país el papel de la TV en las Trayectorias Diferenciales de Desarrollo de niños y niñas.

– *En Estados Unidos se comprobó, por ejemplo, que los efectos positivos de Barrio Sésamo en relación a la preparación para el ingreso en el sistema escolar se notaban más en los*

*niños cuyos padres tenían una formación más elemental que en aquellos cuyos padres (y su entorno más inmediato) les ofrecían mayores posibilidades de desarrollo. Es decir, a cada niño le hace falta una cosa y no a todos les beneficia de la misma manera un aspecto determinado de la cultura (en este caso, un programa de diseño educativo).*

Es importante subrayar que el desarrollo infantil no es algo fijo y universal que sigue los mismos patrones en todos los lugares y condiciones, sino que la trayectoria de cada niño depende en gran medida de la diversidad de situaciones en que se desarrolla. Por tanto, toda acción destinada a influir sobre el desarrollo (en el caso que nos ocupa, la acción desde los medios audiovisuales) debe identificar esa diversidad mediante la investigación y contemplarla a la hora de establecer pautas de acción concretas.

- Sería muy conveniente contar con investigación empírica y continuada sobre el **contexto cultural de desarrollo** de los niños. Es decir, detectar aquellas situaciones y actividades que puedan mejorar o poner en peligro el desarrollo, de manera que se sigan vigilada y continuamente los cambios que se producen y su posible repercusión.
  - *Muchas veces los problemas y necesidades de los niños y jóvenes para los que se reclaman soluciones oportunas, no habían sido previstos con antelación, descubriéndose cuando ya era demasiado tarde para impedir su aparición (la obesidad infantil, por ejemplo). Por eso es necesario contar con investigaciones continuas para examinar las condiciones en que crecen los niños, permitiendo la anticipación a posibles problemas futuros y la propuesta de soluciones.*

Hoy se está produciendo un desplazamiento de actividades **en las nuevas generaciones, y la influencia de la TV en su formación ha ido aumentando**. En muchos casos, los niños no hacen ejercicio físico no porque vean la TV, sino porque el tipo de entorno en el que viven les pone muy difícil ir tan siquiera al parque a jugar (cruzar carreteras o calles les impide ir solos y los padres no pueden acompañarles siempre). Como consecuencia, se quedan en casa y encienden el televisor. Ante situaciones como esta, y aunque exista una influencia de algún tipo por parte de la TV, no podemos culpabilizarla exclusivamente de la falta de desarrollo físico de los niños.

La lectura es otra actividad cuyo desplazamiento se ha ido detectando en diversos estudios. Desde luego, si se tiene la TV encendida es mucho más improbable que el niño lea, pero hay otros factores que tienen la misma importancia o más. Los niños que menos libros tienen en casa, o cuyos padres no leen con ellos ni les leen en voz alta, o fomentan la dedicación de un tiempo mínimo a la lectura, seguramente leen menos.

**Resulta necesario diseñar el entorno diario y los contextos y escenarios de la vida infantil para alcanzar sus mejores potenciales de desarrollo, y definir estrategias para situar positivamente la TV en ese entorno.** Como señalan Kubey y Csikszentmihalyi (1990, p. 216), *«Es imposible mejorar significativamente la experiencia televisiva si no se mejora también el resto de la vida».*

### **3.2. La Familia y la Escuela: Contextos de Desarrollo Infantil y Programación Televisiva**

**Los niños crecen y se desarrollan en familia.** Conviene no olvidar esta idea a la hora de aproximarnos a cualquier tema que tenga como objeto de estudio o de acción al niño; y, en no pocas ocasiones, se obvia dirigiendo la atención hacia otros aspectos que, siendo también importantes, no tienen la entidad que ostenta la familia como centro y rector de la vida infantil.

**La escuela puede desempeñar un papel muy importante, pero no se le puede exigir una responsabilidad completa** en la formación de los niños y jóvenes y, menos aún, respecto a un hábito inscrito en el contexto familiar como es el consumo de TV. Al final del apartado se comentarán aquellas acciones que, en opinión de nuestros colaboradores, pueden emprenderse desde el sistema escolar.

La TV ofrece muchos contenidos, no todos válidos para cualquier niño en cualquier momento de su vida. Esto significa **concienciar y ayudar a los padres a hacer frente a hábitos y contenidos televisivos no recomendables**, mediante una serie de medidas articuladas y concertadas de forma rigurosa por todos los sectores sociales implicados.

A lo largo de las reuniones que se han celebrado para elaborar este documento han surgido algunas ideas que han cosechado un apoyo unánime por parte de los asistentes. Dos de ellas tenían relación directa con lo que estamos tratando:

- La familia es, en primera y última instancia, la que más puede hacer por construir, fomentar y mantener un comportamiento y hábitos televisivos adecuados de los niños y jóvenes; es, por tanto, aconsejable que tomen plena conciencia de su responsabilidad.
- Hay que transmitir a las familias las prácticas y conocimientos necesarios para educar sabiamente a la infancia y juventud respecto al consumo de TV.

La formación y conocimiento de los padres muchas veces tiene relación con el tipo de hábitos televisivos que inculcan o permiten. Aquellas familias con pocos recursos formativos pueden estar más desprotegidas frente a la influencia negativa de la TV, por lo que el fomento de la responsabilidad familiar debe tener en cuenta a ese sector de la población.

Las familias tienen mucho que ofrecer a los investigadores y a los productores y creadores de audiovisuales. Los padres son quienes mejor conocen a sus hijos y, por tanto, muchas veces tienen las claves para guiar a los investigadores sobre dónde buscar los efectos positivos y negativos de determinadas prácticas, las estrategias, y el tipo de programas que mejor se prestan al aprovechamiento de los contenidos potencialmente positivos y de reducir la influencia de los contenidos potencialmente negativos. Los padres son quienes, en definitiva, establecen las pautas de consumo que, de una manera u otra, van a afectar al niño. También se ha demostrado que los padres aprovechan de forma ávida y fructífera la información que los grupos de expertos están en condiciones de ofrecer. Por tanto, el contacto entre padres e investigadores debe ser fluido y bidireccional: **es necesario recuperar y potenciar la colaboración estrecha con las familias**. De hecho, es imprescindible no hacer distinciones entre la actuación familiar y las actividades profesionales llevadas a cabo desde la producción, la creación o la investigación, y concebirlas como un todo, a la hora de establecer los mecanismos ideales de aprovechamiento del medio televisivo.

Es muy conveniente que los niños y jóvenes formen parte de este proceso. Es necesario alentarles y hacerles sentir partícipes de la creación de su propia cultura televisiva, escuchando sus opiniones a la par que influyendo en sus hábitos y decisiones con información ajustada a sus gustos y necesidades. No hay que olvidar que cuando hablamos de familia nos referimos de forma conjunta a padres e hijos.

### **3.2.1. La información a las familias sobre la influencia de la TV**

Los expertos consultados consideran que para generalizar la información sobre las posibilidades y los efectos de la TV en la infancia se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- Es crucial hacer llegar a las familias, preferiblemente mediante intervenciones personales, el gran conocimiento generado por una parte de la sociedad preocupada y comprometida con este problema (expertos en televisión infantil, educación, psicología del desarrollo, etc.) acerca de las acciones necesarias para utilizar la TV de forma responsable y activa.
- Sería adecuado que se compilen en un solo documento todos los trabajos realizados hasta la fecha por educadores, productores e investigadores sobre la influencia de la TV. Así, pondríamos al alcance de todos la gran cantidad de información, orientaciones y bibliografía generada por los expertos más preocupados por este tema.
- La información a las familias sobre las posibilidades de los contenidos audiovisuales y culturales de calidad (en TV, cine, vídeo, Internet, juegos) es de primera necesidad.
- El uso de Internet, en gran expansión como recurso con potenciales interactivos de gran alcance, se debería contemplar a la hora de informar, especialmente a los niños y jóvenes.

- Los medios de transmitir la información sobre el uso de la televisión deben ser variados:
  - a) La propia TV puede desempeñar un papel central en este aspecto, modelando hábitos televisivos saludables en sus programas (ya sea de manera directa o, mejor aún, indirecta). La inclusión de las familias y sus entornos —especialmente de los propios niños y jóvenes— en programas o contenidos que modelen los hábitos televisivos puede ser una ayuda de gran relevancia e impacto.
  - b) La escuela puede asumir un papel activo en la formación de los niños y jóvenes respecto a la TV, integrando de forma implícita o explícita los conocimientos disponibles e influyendo en la medida de sus posibilidades sobre los hábitos televisivos infantiles.
  - c) Las escuelas de padres pueden ser un lugar apropiado para informar, ayudar y resolver las dudas de los padres, más aún en la medida en que ya se cuenta en muchos centros escolares con este tipo de actividades.
  - d) Las asociaciones de padres podrían implicarse en esta tarea, y también es conveniente la creación de nuevos foros estables y permanentes de comunicación en los que se reúnan grupos de padres y expertos, con una función eminentemente práctica y no sólo crítica o reivindicativa (funciones por supuesto necesarias).

### **3.2.2. La información sobre los posibles efectos de los contenidos y programas de TV**

Los padres y familias demandan repetidamente indicaciones directas sobre qué tipo de programas deberían ver sus hijos, en función de su edad. El acuerdo entre los expertos es unánime: es primordial hacer llegar a los padres, de manera sencilla y contextualizada, las orientaciones y calificaciones oficiales sobre la programación de TV cuando se disponga de ellas. Los padres demandan —cada vez más— indicadores claros y objetivos, lo que se podría denominar **Índices de Impacto en el Desarrollo**: una categorización de programas según sus efectos (tanto positivos como negativos) y la edad recomendada para su consumo, un consejo con bases científicas acerca de qué programas son aptos para el consumo de sus hijos. **La valoración y clasificación de los programas de forma objetiva, basada en la investigación empírica, es más útil que una crítica totalmente subjetiva sin base científica.**

Es oportuno que se desarrollen estos Indicadores y que desde la propia TV se informe sobre ellos. Existe un mecanismo de señalización en la actualidad, pero contempla grupos de edad muy amplios y sus criterios se apoyan bastante en cuestiones relacionadas con la violencia y el sexo, que no son la única fuente posible de problemas. Tomemos un ejemplo para ilustrar este punto: según investigaciones contrastadas, los sujetos con un consumo excesivo de TV manifiestan un desarrollo de la atención menor respecto a aquellos que la consumen menos. Aún hay dudas al respecto de qué programas en concreto pueden ser más perjudiciales en este sentido, pero parece ser que la rapidez y aceleración de la imagen, la debilidad de las estructuras narrativas y el uso desmedido de técnicas superficiales de captación de la atención pueden aumentar el riesgo. Si contáramos con Indicadores específicos que nos guiasen sobre el tipo de programas, técnicas de producción o estructuras narrativas que impiden un correcto desarrollo de la atención (entre otras cosas, por supuesto), estaríamos en condiciones de aconsejar a los padres para que deshabitúen progresivamente a sus hijos sobre este tipo de programas.

### **3.2.3. El papel de la escuela**

En relación con el uso de la televisión que hacen los niños, **la escuela no puede asumir al completo una responsabilidad que es de toda la sociedad.** Ya se han dicho algunas de las pautas de actuación posible que puede llevar a cabo la familia, para mejorar la relación del niño con el consumo televisivo. Muchas de estas pautas pueden aplicarse —también— al entorno escolar.

**Los profesores necesitan conocer los mecanismos de influencia de la TV.** La investigación bidireccional que señalábamos en el caso de los contextos familiares debe ofrecer la información obte-

nida a los profesores. Las escuelas de padres pueden convertirse en un foro común para que investigadores y expertos, padres y profesores expongan sus dudas, preocupaciones y criterios al respecto de lo que es un aprovechamiento óptimo de la TV.

Si a este foro añadimos, de forma estudiada y sensata, la presencia de los niños, los resultados podrían ser muy esperanzadores. La mejor manera de educar a los niños es desde varios contextos, y si además es sobre algo que genera un interés casi universal, como es la TV, podemos prever que su entusiasmo y participación será muy elevado.

**Si los profesores conocen las vías de influencia de la TV, podrán utilizarla más frecuentemente como recurso educativo**, ya que muchas investigaciones ponen de relieve la tremenda utilidad didáctica de ciertos contenidos televisivos. Este acercamiento entre dos contextos casi antagónicos en que el niño se desarrolla ha sido uno de los puntos más destacados de las referencias a la escuela en nuestras reuniones y en toda la literatura y grupos de intervención e investigación que giran en torno a la compleja relación TV-escuela. Tal vez la solución sea complicada, pero algunos pasos sencillos como los que acabamos de exponer pueden significar grandes avances y el abandono de una visión casi salomónica de cómo resolver la distancia TV-escuela.

Otro papel fundamental corresponde a los medios de comunicación. **Acercar los contenidos de la TV al currículum escolar** parece totalmente necesario. Ante las visiones escépticas a este respecto, debemos anticipar que no se debe buscar una réplica del currículum escolar en TV (esto sería una auténtica aberración); sencillamente, se redundaría en la idea de no tirar del niño en direcciones opuestas, sino ofrecer unos contenidos medianamente articulados desde ambos contextos.

### 3.3. La Audiencia Infantil y Juvenil

Paralelamente a la investigación e intervención en los diferentes contextos en que niños y jóvenes crecen y se desarrollan, hemos de contemplar la necesidad de estudiar el funcionamiento de la infancia y juventud como grupos de audiencia televisiva. Muchos de los estudios de audiencia se realizan con una función eminentemente comercial y no como una forma de situar el consumo televisivo infantil dentro de un marco mucho más amplio.

Si tenemos en cuenta los conceptos de *Situaciones Sociales de Desarrollo* y *Trayectorias de Desarrollo*, no podemos olvidar que, en relación con ellos, tienen una especial importancia las *Dietas Audiovisuales*, ya que en ellas se concreta la influencia de los medios en el desarrollo infantil. Entendemos por *Dietas Audiovisuales* el conjunto de oferta cultural que puede ser accesible a través de la TV.

Podemos hablar de **tres tipos de Dieta Audiovisual**:

- **La dieta audiovisual potencialmente accesible** a los niños (lo que podríamos traducir como *Currículum Audiovisual Nacional*), es decir, la programación u oferta acumulada general, temporada tras temporada, año tras año, a lo largo del desarrollo de cada generación, está en el espacio audiovisual general. Esta *dieta potencial* no debe confundirse con la *dieta ofertada*, en la medida en que gran parte de los contenidos que conforman el mencionado currículum no llegan a emitirse. Sin embargo, es importante tener en cuenta todas las posibilidades que ofrece la creación y distribución audiovisual para configurar una oferta cultural más rica y ajustada a las necesidades de la infancia y juventud.
- **La dieta audiovisual ofertada o parrilla televisiva**, entendiéndola como el conjunto de iniciativas públicas y privadas de contenidos audiovisuales que son realmente programados. Una dieta ofertada ideal sería un conjunto de programas diseñados conscientemente (preferiblemente desde la investigación y controles de calidad) a corto, medio y largo plazo, desde la independencia y la responsabilidad. En ocasiones sólo una parte de la dieta ofertada responde a ese ideal.
- **La dieta audiovisual específica recibida concretamente** por un niño individual o por un determinado segmento de población, grupo social o cultural: el programa o currículum cultural recibido por un sujeto individual o un colectivo concreto. A ella se llega, partiendo de la dieta potencial, con el juego de factores eco-culturales y familiares. En esta dieta se centran actualmente gran parte de los estudios sobre las influencias potenciales para los niños o grupos concretos.

Los tres tipos de dieta van a desempeñar un papel importante en la trayectoria de desarrollo de cada niño. En una sociedad en la cual el peso de la TV en la construcción del mundo es muy elevado hay que tener en cuenta no sólo la dieta que recibe el niño de manera efectiva, sino también la que reciben los miembros de la sociedad y la que se produce en la cultura en la que éste crece.

**Es necesario** comenzar a enriquecer los estudios de audiencia infantil existentes y sobre todo **crear nuevas formas de investigar la audiencia infantil**. Se han evidenciado ciertos datos preocupantes que requieren mayor investigación, como el hecho de que el momento «estrella» de la audiencia infantil se sitúa en torno a las 22:30, una franja en la que la protección de contenidos para la infancia no se aplica, también se carece de información sobre la audiencia de los niños menores de 4 años. Por otra parte, la programación infantil de la mayoría de cadenas se centra en los días de diario por la mañana y en los fines de semana, con un gran vacío, por ejemplo, en la hora en que los niños llegan del colegio. Todas estas circunstancias y, presumiblemente, muchas más que escapan a la intención de este documento requieren una consideración por parte de las cadenas televisivas y las instituciones públicas y privadas destinadas a la investigación sobre los medios.

Para lograr este objetivo, el estudio de la audiencia infantil y juvenil no sólo debe centrarse en conceptos clásicos y comerciales (*share*, *ratings*, etc.) sino que debe hacerse desde una perspectiva mucho más centrada en el sujeto y su entorno. En los últimos tiempos han venido proliferando estudios en esta línea (GECA, 2005; Badillo, en prensa). Queda ahora completarlos desde una perspectiva más ecológica y no tan dependiente de la audimetría actual, fomentar su sostenibilidad y aplicar los hallazgos a una política activa: por una parte, a la gestión de la programación accesible (el currículum audiovisual nacional) y, por otra, a la creación de nuevos contenidos.

Con el ánimo de ampliar las expectativas de los resultados de las investigaciones sobre el binomio Televisión-Infancia, los expertos recomiendan el uso de las siguientes iniciativas:

- **Los estudios ecológicos, mediante observación directa en el hogar:** son muy fiables y además proporcionan una cantidad de información muchísimo más rica que otro tipo de mediciones respecto a las condiciones en que se recibe y se consume la TV (presencia y tipo de mediación que hacen los padres y otros miembros familiares, actividades que lleva a cabo el niño mientras ve la TV, cómo influyen los deseos y los gustos de cada miembro familiar a la hora de escoger los programas...).
- **La participación de los propios niños y jóvenes** en estos estudios puede ofrecer información hasta el momento no disponible, como puede ser la motivación que les lleva a escoger un determinado tipo de programas, lo que más les gusta de ellos y por qué...

De estas investigaciones se pueden extraer ideas muy valiosas para ofrecer a las audiencias infantiles contenidos que satisfagan a la vez sus necesidades y sus deseos, de una forma muchísimo más ajustada que el simple establecimiento de una determinada cifra de *share*.

**Otra iniciativa es la apuesta por un cambio cualitativo en la manera de entender a las audiencias infantiles y juveniles.** Los adolescentes son un grupo de especial sensibilidad, cuya formación atraviesa un período crítico; se hallan sobre una gran brecha de programación, con una ausencia significativa de programas dirigidos específicamente a ellos que, generalmente, les lleva a consumir productos destinados a los adultos.

Es imposible ofrecer una TV adecuada a los niños y jóvenes si no se tienen en cuenta las características de cada grupo de edad, por ejemplo, los de 3 y 6 años. Cada grupo plantea distintas necesidades educativas y de desarrollo, así como diferentes capacidades para aprovechar la programación televisiva y evitar los efectos negativos.

Por último, conviene recalcar la idea de que **existe audiencia infantil suficiente que requiere de manera perentoria que se atiendan sus gustos y necesidades**. Frente a la concepción de la TV como un entorno eminentemente adulto y con algún “añadido” para los niños, si se respetan y adoptan las últimas consideraciones legislativas sobre el marco audiovisual en España, es recomendable empezar a pensar en la TV como un espacio dirigido de una manera muy específica a los niños, al menos durante ciertas horas del día.

## 4. LA PROGRAMACIÓN INFANTIL Y JUVENIL

### 4.1. Mecanismos de Financiación

A la hora de hablar de creación e investigación en programación infantil de calidad, siempre surge la misma pregunta: ¿Quién paga y cómo?

Las administraciones públicas y las empresas privadas consideran que **la programación infantil de calidad es relativamente cara y no tiene una rentabilidad inmediata**. Sin embargo, esto no debe ser más que una cuestión que resolver y no un impedimento para trabajar en un futuro escenario de audiovisuales infantiles de calidad.

Es más, las productoras independientes, lejos de verse intimidadas por este aspecto, pueden observar lo acontecido en otros países, como el caso de la *Children TV Workshop* estadounidense (hoy *Sesame Workshop*) que, partiendo en su origen de subvenciones privadas y públicas, en la actualidad se autofinancia holgadamente gracias a la rentabilidad producida por la venta y distribución de un gran abanico de material audiovisual infantil de calidad y el *merchandising* correspondiente.

Para fomentar la creación de programación infantil de calidad, sería muy conveniente dotar adecuadamente de medios a los servicios públicos de TV y a otros organismos dedicados a la producción cultural para la investigación de nuevos formatos, contenidos, proyectos, formación de personal especializado en programación infantil...

### 4.2. Investigación y Creación: I+D en TV e Infancia

En Estados Unidos se ha venido produciendo en las últimas décadas un hecho que puede ayudarnos a entender la importancia de la investigación en la creación y diseño de programas infantiles y juveniles de calidad. Las aportaciones de los investigadores sobre los efectos de la TV, alertando sobre sus peligros, han promovido reformas legales y políticas. Y éstas han llevado a su vez, no al desgaste de la producción televisiva, sino a su crecimiento mediante compromisos de la TV pública (*Public Broadcasting Service*) y la producción de nuevos programas guiados por la investigación. Este ejemplo, efectivo y exitoso tanto en sus objetivos sociales como en audiencia, ha movido a las cadenas privadas a seguir el mismo camino (*Nickelodeon*, *Disney Chanel*, *Boyz and Girlz Family Channels*, *Discovery Kids Channels* y otros).

Actualmente, en España el impulso social para la renovación de la TV es muy relevante. Sería conveniente plantear de qué manera deben colaborar los expertos en TV, en desarrollo infantil y en educación para llevar a cabo esa renovación de la mejor manera posible.

En este sentido, esa colaboración e investigación pueden ser útiles en tres campos fundamentales:

1. *La evaluación de la influencia de los medios en el desarrollo infantil.*
2. *La metodología en producción infantil y juvenil.*
3. *Orientaciones para impulsar la creación de programación de calidad.*

#### 4.2.1. La evaluación de la influencia de los medios en el desarrollo infantil

El Proyecto PIGMALIÓN (Proyecto de Investigación de los Géneros y Medios Audiovisuales y Lectura para una Influencia Óptima en el Niño) surgió de la voluntad de un grupo de psicólogos del desarrollo de iniciar procesos de investigación sobre la influencia de la TV en los niños.

Con esta intención se redactó *Pigmalión: Informe sobre el impacto de la TV en la infancia* (del Río, Álvarez y del Río, 2004), que incluye una revisión teórica de los estudios más relevantes de este campo y una interpretación global de los resultados de dichos estudios y sus implicaciones para nues-

tro contexto. Una de las más importantes conclusiones de este estudio es que **no existe la suficiente investigación empírica en España para saber cómo influye la TV en el desarrollo psicológico de los niños**: casi la totalidad de los estudios sobre TV y desarrollo son estadounidenses. Por tanto, es fundamental que aumenten los estudios científicos y rigurosos sobre la influencia de la TV, de sus contenidos y formatos, sobre los niños españoles.

Para que los expertos en desarrollo y educación puedan ofrecer indicaciones y alternativas de líneas de actuación al público y a los creadores audiovisuales es imprescindible que tengan los datos necesarios para hacerlo. Esto implica que se inicien y se sostengan proyectos de investigación empírica de altos niveles de calidad y rigor en este ámbito. Las instituciones públicas y las entidades privadas han de ser conscientes de la utilidad y la necesidad de estos estudios y financiarlos adecuadamente. Mientras esto no suceda, estaremos actuando en un vacío de conocimiento que puede perjudicar a la creación y al consumo responsables de programación infantil.

#### **4.2.2. La metodología en producción infantil y juvenil**

En el ámbito de la TV infantil, la investigación puede aportar una ayuda de inestimable valor, no sólo evaluando el impacto acumulado del consumo, sino también, ofreciendo una guía para la creación de programación de calidad. En las reuniones sostenidas para la elaboración de este documento, una de las ideas que más apoyo ha obtenido es la **conveniencia de que los productores trabajen mano a mano con expertos en desarrollo infantil**.

Tal vez la mayor aportación de esta alianza entre ciencias del desarrollo y de la educación, y ciencias de la comunicación —en su faceta de producción para el campo de la TV infantil— sea el poder traducir las necesidades y posibilidades de desarrollo de los niños en recomendaciones concretas a los equipos de producción televisiva, a los padres, a los profesores y a los propios niños, en los diversos momentos de creación y retransmisión del programa en cuestión.

De esta manera, los investigadores actuarán como la voz de la infancia en la producción del programa y, además de sus investigaciones concretas, aportarán su conocimiento sobre los niños: el grado en que pueden entender el material, dónde pueden encontrarse las dificultades o equivocaciones, los efectos negativos inadvertidos o imprevistos, y el atractivo posible del material.

Para garantizar la consecución de los objetivos de cualquier programa infantil, los más prestigiosos investigadores apuestan por un doble método de evaluación: la evaluación sumativa y la evaluación formativa.

- **La evaluación sumativa:** consiste en la medida de la efectividad educativa de los materiales y procedimientos educativos completados, es decir, qué consigue el programa una vez concluido y emitido.
- **La evaluación formativa:** utiliza datos empíricos para guiar las mejoras en los materiales y procedimientos educativos mientras están en desarrollo, es decir, qué puede conseguir el programa que se está haciendo en ese momento y cómo se podría mejorar.

#### **4.2.3. Orientaciones para impulsar la creación de programación infantil y juvenil de calidad**

En opinión de los expertos consultados, se pueden plantear algunas recomendaciones respecto a esta cuestión:

- Sería conveniente fijar en términos de **impacto positivo en el desarrollo** el objetivo primordial de la producción audiovisual destinada al público infantil. En este sentido, habría que fomentar la actividad de equipos de creación estables y de formación específica, así como la participación comunitaria (padres, escuela, familias...) en el establecimiento de necesidades y de pautas de acción concretas.
- Es necesario que los profesionales de la producción de programación infantil busquen la integración de los aspectos de **entretenimiento, desarrollo y educación** en proyectos de dise-

ño con previsible éxito, tanto en términos evolutivos y educativos como en términos de éxito comercial.

- Las políticas de promoción y financiación de la creación audiovisual deberían perseguir **una cultura y un diseño activo y consciente** de los modelos y contenidos audiovisuales. Modelos no subsidiarios de la producción extranjera o de los canales de distribución mercantiles con poco interés por el desarrollo de nuestros referentes culturales y, por otra parte, con grandes carencias en cuanto a los rangos de edades que cubren y la adecuación a los distintos niveles de desarrollo. Nuestro país dispone de un legado cultural espléndido y como tal puede y debe ser aprovechado en la creación de programación infantil. Dependiendo de las creaciones extranjeras puede perjudicar a nuestra cultura
- La diversidad de la riqueza cultural y lingüística del Estado de las Autonomías proporciona grandes posibilidades de expansión a la producción audiovisual española, tanto nacional como internacional. Estamos en una situación favorable para constituir un ambicioso proyecto de producción de calidad para la infancia y la familia, mirando, sobre todo, hacia América y Europa.
- En el modelo empresarial de creación y producción audiovisual han de plantearse objetivos de excelencia (tanto en términos de impacto e influencia positivos en el desarrollo como de éxito económico), con el fin no sólo de mejorar significativamente la posición del sector audiovisual dentro del resto de actividades económicas en España, sino también de fijar una trayectoria modélica y de referencia para los sectores audiovisuales extranjeros, especialmente los mercados hispanohablante y europeo.

#### 4.3. Índices de Impacto en el Desarrollo: Criterios de Calidad y Ajuste de la Programación a la Infancia

Ya se ha comentado anteriormente que es conveniente una **señalización objetiva y adecuada de los programas en función de su adecuación a las necesidades de desarrollo según los niveles de edad** de los niños y jóvenes que los consumen. Si no existe un acuerdo sobre la adecuación de la TV a la infancia, ¿cómo van a escoger los programadores, los padres o los propios niños aquello que conviene más? Convendría desarrollar lo que se ha venido denominando **Índices de Impacto en el Desarrollo: criterios de calidad de programación televisiva objetivos y fiables, contrastables por equipos multidisciplinares** e inmunes a la manipulación empresarial o política. Ante una posible implantación estatal de este tipo de enfoque (como la que pueda surgir de la creación de un Consejo Superior del Audiovisual), hay que incidir en que la línea de trabajo planteada recomienda la participación de equipos multidisciplinares de expertos en psicología del desarrollo, aprendizaje, educación y producción audiovisual. Esa es la mejor manera de **garantizar la objetividad y el rigor científico** necesarios para vencer las opiniones escépticas sobre la fiabilidad de las recomendaciones que surjan de estas iniciativas.

El desarrollo de valoraciones de este tipo en otros países, como el caso de la PBS estadounidense, ha ofrecido resultados muy positivos en creación y programación de la parrilla televisiva para niños. La metodología ideal para establecer estos índices consiste en un proceso consensuado entre los más experimentados profesionales de los campos mencionados destinado a considerar las necesidades de desarrollo y entretenimiento de los niños.

El proceso de valoración constaría de dos pasos fundamentales. El primero, establecer criterios de influencia positiva para cada grupo de edad, apoyándose en la investigación empírica y contemplando los aspectos que se ha comprobado influyen de manera más positiva. También se controlaría la aparición de los aspectos negativos. A continuación, mediante análisis de contenido, se establecería la medida en que cada programa responde a esos criterios, y se les asignaría puntuaciones, o se incluirían en categorías previamente fijadas.

Tanto en los programas dentro del horario de especial protección para la infancia como en aquellos que son consumidos por niños y jóvenes *fuera* de dicho horario de especial protección, sería susceptible su aplicación.

Cabe destacar las iniciativas que ya se están emprendiendo en esta línea, especialmente la llevada a cabo por el Consejo del Audiovisual de Cataluña. Esta iniciativa consiste en la objetivación de ciertos criterios para clasificar los contenidos y la **cuantificación** de su presencia en la programación. Los beneficios de esta iniciativa son evidentes, aunque no deja de ser conveniente la instauración de la metodología citada, centrada en una visión científica del desarrollo, un acercamiento detallado y metódico a las variables evolutivas implicadas y la influencia que los distintos contenidos y hábitos de consumo de TV pueden ejercer sobre ellas.

## 5. LOS CONTENIDOS PRIORITARIOS PARA LA INFANCIA Y LA JUVENTUD

A lo largo de este estudio se ha mostrado que el establecimiento de contenidos prioritarios y los formatos televisivos para transmitirlos dependerán de forma muy particular de la audiencia diana a la que dirigimos el programa y de sus necesidades educativas concretas, además del tipo de producción que más se ajuste a sus gustos y preferencias. A continuación, se exponen una serie de ideas que pueden orientar la creación de contenidos audiovisuales para la infancia. No obstante, para establecer los contenidos específicos de una creación audiovisual, sería recomendable aplicar la metodología expuesta a lo largo de este documento; de lo contrario, se continuará actuando intuitivamente y sin una conexión real con las necesidades y preferencias de la audiencia infantil.

### 5.1. Contenidos de Riesgo

Tener una idea clara de cuáles son los principales contenidos televisivos que representan un riesgo para los niños permite establecer mejor los ideales educativos y los contenidos preferentes.

En general, existe unanimidad entre educadores, expertos, padres y profesionales de los medios de cuáles son los contenidos de riesgo: aquellos que inciden negativamente en la educación de los más pequeños y que, a la larga, pueden constituir un peligro para la sociedad. Veamos en qué consisten:

- **Contenidos sexistas:** los que discriminan a las mujeres, degradan su imagen y tienden a crear situaciones de desigualdad entre los sexos.
- **Contenidos violentos:** los que exhiben actos de agresión verbal o física, directa o indirecta, hacia la integridad de las personas y otros seres vivos.
- **Contenidos racistas o xenófobos:** los que reflejan actitudes degradantes hacia ciertos colectivos étnicos o extranjeros, originando situaciones de segregación.
- **Contenidos consumistas:** transforman el uso y disfrute de productos de un fin en sí mismo en una necesidad compulsiva insaciable, derivando en adicción al consumo, falta de autocontrol e irresponsabilidad en el gasto.
- **Contenidos pornográficos:** los que muestran actitudes personales íntimas, referidas a la práctica sexual, de forma obscena, sin el decoro aceptado usualmente por la sociedad.
- **Contenidos que hacen apología de las drogas y de los juegos de azar:** los que ensalzan las supuestas «bondades» de determinadas sustancias, legales e ilegales, que crean adicción (drogodependencia) y son perjudiciales para la salud de las personas. También aquellos otros que elogian los juegos de azar como medios idóneos para obtener dinero, de forma fácil y sencilla, pudiendo crear adicción (ludopatía).
- **Contenidos que degradan el lenguaje:** los que utilizan un lenguaje corrompido, ya sea en el vocabulario, en la pragmática o en la sintaxis, infringiendo las reglas de la comunicación lingüística.
- **Contenidos de culto excesivo al cuerpo:** los que presentan una preocupación obsesiva por la figura y conciben el cuerpo humano como si fuera un escaparate para el éxito personal. En ocasiones estos contenidos podrían crear conductas imitativas y provocar enfermedades como anorexia, bulimia, vigorexia, etc.
- **Contenidos que violan el derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen:** aunque la legislación protege estos derechos, a veces proliferan contenidos, sobre todo en algunos programas del corazón, que se ponen al filo de la ley de forma morbosa y confunden la vida privada con la pública.

Todos estos contenidos, en mayor o menor grado y vistos desde distintas perspectivas, contrastan con el sistema de valores que quieren transmitir los educadores a sus alumnos y los padres a sus hijos. Se constituyen así en **contravalores** éticos y sociales.

## 5.2. Contenidos y Valores Preferentes

La TV es un fenómeno que trasciende a la propia TV, en el sentido de que ofrece un amplio abanico de situaciones y estímulos a los niños: un fenómeno comparable a un quiosco de prensa en el que hay una múltiple oferta de publicaciones. Cuando el niño tiene el uso del mando a distancia y se convierte en telespectador de pleno derecho, descubre de golpe una enorme variedad de situaciones y conductas adultas. A través de la TV, el niño puede acceder a situaciones de violencia y a otras conductas poco edificantes para su edad, con una facilidad que hasta entonces nunca había tenido. Es un fenómeno inevitable que hay que tener en cuenta y con el que hay que competir, pero difícilmente desde la imposición. Hay que luchar con otras armas que hagan atractivos los programas, proporcionándoles audiencias razonables, porque, si no, nos podemos quedar tan sólo en buenas intenciones sin repercusión alguna.

En este sentido, **parece razonable que los contenidos tengan que estar ajustados a los niveles de edad a quienes van dirigidos**: que versen sobre lo que en cada momento suscita interés, preocupación social, etc. pero adecuados a los niños, atendiendo a sus propias necesidades y ajustados a los contenidos curriculares.

**La educación en hábitos es muy importante**: formas de vida, higiene, educación sexual, nutrición, consumo saludable, qué hacer en caso de accidente, cómo recurrir a los servicios de emergencia, a los servicios sociales, etc. en colaboración con los servicios públicos (bomberos, sanitarios, policía...), organizaciones de consumidores, etc.

En las temáticas conviene incluir –además– cuestiones propias de la infancia y sus contextos (escuela, mayores...) y enriquecerlas con la inclusión de personas pertenecientes a minorías como forma de aprender a respetar las diferencias. **La educación en ciudadanía y la educación en igualdad** –una educación no sexista que rompa la discriminación de género que adjudica determinados valores a las niñas y otros muy distintos a los niños– deben cobrar más relevancia en los contenidos.

Desde los medios de comunicación tenemos la responsabilidad de dibujar el **imaginario** infantil. Si no lo hacemos desde nuestra cultura dependeremos de otras, con los consiguientes perjuicios.

Hemos de **promover la alfabetización mediática y la cultura de la participación** con el uso de las nuevas tecnologías junto a los métodos tradicionales de la cultura del libro, utilizar los foros y *chats* de Internet para establecer debates en la red en convergencia con la TV digital.

Junto a los creadores de contenidos, los investigadores también pueden proponer hipótesis de programas, no decir cuáles exactamente, pero sí dar ejemplos, **ofrecer arquetipos**; en definitiva, realizar **prospectiva sobre contenidos**.

La consideración de la TV como servicio público o de interés general determina que ejerza funciones culturales, sociales y democráticas que redunden en beneficio de la comunidad y contribuyan a garantizar **valores tan importantes como la democracia, el pluralismo, la cohesión social y la diversidad cultural y lingüística**.

Junto a estos valores fundamentales hay otros relacionados entre sí de gran importancia para el desarrollo físico, mental y moral de la infancia.

Nuestra sociedad va cambiando día a día y experimenta situaciones nuevas a las que no estaba acostumbrada. Es el caso, por ejemplo, de la inmigración, que en los últimos años se ha convertido en un fenómeno de enorme impacto social.

- **La inmigración**, como ha señalado recientemente el Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC), «puede ser abordada desde muchas perspectivas en un sentido también **positivo, de aportación y de enriquecimiento social**». Sería aconsejable no sólo la inclusión de temáticas sobre esta cuestión en la programación infantil, sino también de los propios inmigrantes en cualquiera de las labores del proceso de elaboración y presentación de dichos programas.
- Un caso muy distinto y preocupante en toda Europa es el **aumento de la violencia escolar**. Desde la TV es necesario crear un discurso horizontal con los jóvenes o la violencia podría ir a más. No sólo en España, también en otros países europeos, se está produciendo la **adultización** prematura de la infancia. Hoy los niños con 12 años pasan al instituto y coinciden en los

recreos con chavales de 17 y 18 años, con otro tipo de preocupaciones. Habría que tratar de recuperar el lugar de la infancia, incluidos los medios de comunicación.

Por tanto, es apremiante que la programación infantil y no infantil incluya e impulse los siguientes valores, expuestos a modo de orientación, y siempre teniendo en cuenta la diversidad de opiniones que pueda generar:

### Valores urgentes:

1. Educar en el **respeto a la persona y los grupos sociales**.
2. Fomentar y facilitar la **convivencia**.
3. Estimular la **tolerancia**.
4. Propugnar la **igualdad** en todas sus acepciones (sexos, razas, creencias, oportunidades...).
5. Apoyar la **integración**.
6. Promover la **no violencia**.
7. Potenciar la **no discriminación**.
8. Promover la cultura de la **mediación y el diálogo para la resolución de conflictos**.

Junto a estos valores inmediatos de especial atención no pueden faltar el resto de valores positivos de convivencia y civismo que inspira el sistema educativo en una sociedad plural y democrática:

### Valores preferentes:

1. Educar en **libertad**.
2. Promover la **participación** (el derecho más importante en una democracia).
3. Formar para una **conciencia crítica y autocrítica**.
4. Impulsar **hábitos saludables**.
5. Fomentar la **solidaridad**.
6. Propugnar el **diálogo**.
7. Fomentar la **cooperación**.
8. Defender la **diversidad cultural**.
9. Facilitar la **comunicación entre distintas culturas**.
10. Educar en el **respeto a otras creencias**.
11. Estimular la **generosidad**.
12. Fomentar la **protección del medio ambiente**.

Los valores más importantes que se deben transmitir a la infancia suelen ostentar un consenso explícito e implícito bastante generalizado. No obstante, cada sociedad debe reescribir conscientemente su modelo humano. Esto es responsabilidad de todos e implica un constante diálogo entre los distintos agentes sociales e instituciones culturales y educativas para orientar los valores que deben regir nuestras vidas.

Para cada valor hay que introducir la reflexión, cómo queremos integrarlo y contarlo en cada formato. En el caso de la violencia, por ejemplo, la cuestión no es si hay violencia o no, sino cuál es la reflexión que se debe hacer desde la producción de contenidos para determinar la forma adecuada de tratar la violencia.

Se tiene que buscar la forma de que los niños entiendan los valores en su vida cotidiana. Tomando como referencia la violencia, no se trata de hablarles de la violencia en abstracto, sino insertar su tratamiento en sus relaciones cotidianas para que lo entiendan: decirles las cosas que ellos pueden comprender, que –a veces– no son las mismas que comprendemos los adultos.

No existirá la educación en valores si no hay instituciones que respondan y fomenten esos valores de forma concreta, huyendo de cualquier abstracción. Por eso es necesario destacar que la educación en valores es, ante todo –pero no solamente– responsabilidad de las administraciones públicas.

La publicidad institucional, una de las herramientas de la Administración, puede ser muy efectiva para introducir valores, ya sea en unos segundos de *spot* publicitario, o bien incrustando dichos valores dentro de la programación o serie de moda que ven miles de niños. En este último caso, se trataría de sustituir el *product placement* al que estamos acostumbrados por el *value placement*.

La TV, además de informar, educar y entretener, es un elemento muy poderoso para la socialización de la infancia. En las cerca de 3 horas diarias<sup>3</sup> que dedican los niños de 4 a 12 años al televisor, pasan ante ellos multitud de situaciones de la vida cotidiana e imágenes del mundo.

A lo largo del año los niños están algo más de tiempo frente a la TV que el que ocupan en la escuela. Este hecho es muy relevante porque en esta situación determinados contenidos y valores asumidos en la educación preescolar, primaria y secundaria pueden diluirse o, incluso, cambiar de orientación. Este pulso que mantienen ambos contextos es negativo para la formación del niño. Evitarlo es responsabilidad, ante todo, de padres y educadores, pero también de la TV y las Instituciones.

Por eso es importante que la programación infantil vaya en la misma línea que el trabajo que realizan los profesores en los centros escolares, incluyendo en sus **contenidos preferentes**, en su materia prima, historias, personajes y situaciones apropiadas para:

1. Fomentar el desarrollo emocional, cognitivo y físico de los niños más pequeños.
2. Desarrollar la creatividad.
3. Estimular su imaginación con juegos, personajes y fantasías constructivas.
4. Utilizar un lenguaje elaborado y correcto, cuidando el vocabulario y la sintaxis, y empleando menos muletillas, palabras comodín y jerga. Crear el hábito por la lectura.
5. Ofrecer una imagen positiva de la vida.
6. Fomentar la participación a través del juego y del respeto a sus reglas.
7. Ofrecer distintas opciones ante los estereotipos sociales y sexuales (evitando la discriminación de género que adjudica determinados valores a las niñas y otros muy distintos a los niños).
8. Facilitar conocimientos, estimulando su interés intelectual y su curiosidad científica, para pensar desde la TV.
9. Fomentar la expresión y comprensión del arte y la estética.
10. Informar sobre la realidad del mundo que les rodea y la forma de vida en otros países.
11. Educar en el respeto al otro y en la convivencia pacífica y democrática.
12. Relacionar a niños de grupos étnicos diferentes y/o nacionalidades distintas.
13. Mejorar el concepto que puedan tener respecto a los diversos grupos que configuran una sociedad plural y diversa.
14. Fomentar el respeto hacia sí mismo en grupos o minorías oprimidas.
15. Potenciar la conciencia crítica y autocrítica.
16. Fomentar los hábitos en una vida saludable.
17. Evitar el consumismo, analizando el significado de los anuncios.

---

<sup>3</sup> En concreto emplean 146 minutos diarios de media, según datos del *Anuario de la TV 2004*, de GECA.

18. Cuestionar constantemente las actitudes y los actos violentos y su trivialización.

19. Rechazar el culto excesivo al cuerpo y la preocupación obsesiva por la figura.

En definitiva, los programas infantiles y juveniles de TV tienen que transmitir valores positivos para la formación física, intelectual, emocional y ética de los niños. Deben ayudar en su preparación para la vida social y pública, de acuerdo con los principios democráticos que rigen nuestra sociedad.

### 5.3. Formatos Preferentes

La preocupación por encontrar la manera más adecuada de hacer llegar contenidos valiosos a los niños es una de las más extendidas, ya que estamos ante una situación audiovisual en la que los formatos que utilizan los programas destinados al puro entretenimiento gozan de una buena salud en términos de audiencia y ofrecen a los niños –especialmente a los jóvenes– una atracción que no poseen la gran mayoría de los programas infantiles y, sobre todo, juveniles, destinados a la educación y formación. Por tanto, una de las preguntas claves que cabe plantearse es: ¿cómo llegamos a los niños, con qué formatos?

Para algunos expertos la respuesta es sencilla: tomar los formatos que mejor funcionan e incluir los contenidos adecuados. Esta es, sin embargo, una opción arriesgada ya que si, como se ha dicho, la rapidez de imágenes y la sobreabundancia de estímulos visuales y auditivos –como forma de atraer y mantener la atención– fomentan una atención deficiente, podemos estar avanzando en sentido contrario, a no ser que se quiera reducir las historias, las narrativas –que son las que dotan de estructura al sistema mental del ser humano–, a simples explosiones de estímulos visuales y sonoros.

Otra consideración que cabría incluir es que **contenido infantil no es sinónimo de dibujo animado**. Algunos dibujos animados muestran violencia explícita e implícita y, además, contienen valores poco adecuados para los niños. El formato va mucho más allá del tipo de soporte mediante el que se crea un audiovisual y tiene sus raíces en la ligazón estructural y narrativa de los contenidos más que en la simple diferencia dibujo / imagen.

Algunas veces los niños eligen programas con contravalores porque tienen unos formatos muy atractivos, no porque prefieran los contravalores a los valores. Se debería intentar compatibilizar valores positivos con contenidos atractivos, desde el punto de vista formal y expresivo. Esto puede implicar una utilización taimada de los formatos más en boga, pero siempre con la deshabitación en mente, y dirigiéndonos hacia un modelo estructurado y no fragmentado de transmisión de información.

En definitiva, la mejor manera para averiguar qué formatos son los adecuados para los programas infantiles y juveniles es utilizar la investigación de los formatos existentes y la evaluación –tanto sumativa como formativa– de los programas infantiles creados o en proceso de creación, en términos de capacidad de mantenimiento de la atención, de comprensibilidad, de estructuración del pensamiento y de la implicación profunda conseguida.

Las siguientes orientaciones pueden servir para establecer líneas de trabajo:

- Aprovechar la riqueza cultural del país para la creación de dibujos animados u otros formatos de calidad, con personajes históricos de nuestra cultura.
- Dentro del campo de la Investigación y el Desarrollo (I+D): analizar los referentes en cuanto a formatos y fijar nuestra atención en las nuevas tecnologías y en el proceso de creación de otros formatos y lenguajes, prestando especial atención a la narrativa como forma principal de transmisión del conocimiento.
- Cuidar la forma y la velocidad de los contenidos en todas las edades, y especialmente de 0 a 4 años. Los expertos alertan sobre la aceleración en el ritmo de las imágenes y la necesidad de encontrar el equilibrio entre intensidad y velocidad de las series animadas y de las series de imagen real.
- Es posible hacer un mayor aprovechamiento social de la TV. En el caso de los niños, es necesario fomentar la TV lúdica frente a la TV espectacular y esto se debe traducir en investigación de formatos de mayor capacidad didáctica y no tanto de poder de fascinación «hueca».

- Fomentar los programas informativos infantiles y juveniles, especialmente diseñados para estas edades, como instrumento de formación necesaria. Es recomendable trabajar para que nuestros niños y jóvenes puedan acceder a la información desde edades tempranas, adaptando el lenguaje y los contenidos. Aunque no suelen ver los informativos convencionales, necesitan la información como cualquiera. Estos programas deben acercar la información (ya sea en forma de noticias, documentales, cortometrajes...) en su contexto, utilizando música, mapas y todos los elementos gráficos para su plena comprensión.
- Convendría tratar con minuciosidad el desarrollo técnico y artístico de los llamados *contenedores* infantiles, sus guiones de enlace entre series y bloques, y la interpretación de los mismos por parte de los presentadores, fomentando una mayor estructuración de los contenidos.
- Promover la participación de los niños en la producción de programas, junto a sus profesores y profesionales del medio, sugiriendo temas, escribiendo y leyendo guiones o interpretando a personajes. De este modo se sentirán más representados.
- Considerar las *Webs* de las TVs como parte del servicio público que deben prestar, ya sean las TVs públicas o privadas, en la línea de lo que hace la *BBC* o la *PBS*. Al hacerlas más atractivas y con contenidos adecuados, niños y jóvenes las frecuentarán más.
- Desarrollar productos multisoporte, multiplataforma para TDT, video por demanda, Internet, DVD, telefonía, etc.

## 6. LA GUÍA DE CONTENIDOS PRIORITARIOS

Al igual que las *guidelines*, que observan las TVs públicas de Gran Bretaña, Alemania o Francia, este documento/guía ofrece pautas metodológicas y líneas de conducta y actuación desarrolladas que van más allá de la enumeración de valores.

Los expertos consultados han incidido en que se debe avanzar hacia la institucionalización de documentos de este tipo. Sostienen que hay que pasar de la protección de los valores citados –muchos de ellos recogidos en la directiva europea de TV Sin Fronteras– a la promoción de la incorporación real de esos valores.

### 6.1. Acciones de Difusión y Arraigo

Sería útil concentrar acciones de tipo estratégico para que estas líneas de conducta y actuación, estas *guidelines*, arraiguen y se consoliden. En este sentido, tratar de poner en práctica las siguientes medidas orientativas:

- Tratar de incorporar estas líneas de conducta de forma institucional en las TVs públicas y extenderlas a todas las TVs privadas.
- Trasladar estas orientaciones de conducta a la doctrina del futuro Consejo Audiovisual.
- Adherirlas a los requisitos de concesión de licencias para obtener una futura programación infantil de calidad.
- Establecer una alianza con el sistema educativo.
- Crear una mesa de diálogo estable y permanente de productoras, operadores, guionistas, investigadores y Administración en la que se actualice constantemente la *Guía de Contenidos Prioritarios*.
- Desarrollar Talleres de TV y formar a los profesionales del medio.
- Confeccionar un índice, en el que se concentren las iniciativas de regulación, la Declaración de Madrid, el OCTA, los cumplimientos, las leyes, la bibliografía básica sobre la influencia de la TV en el desarrollo y la educación, las actividades que desempeñan distintas organizaciones de este ámbito, referentes de programas... En definitiva, un lugar de consulta.

Se trata de ser muy prácticos. A partir de la formulación de valores, el siguiente paso consiste en institucionalizarlos y arraigarlos en rutinas, tanto productivas como de programación. Buscar acuerdos, sobre todo, con la familia y el sistema educativo, y hacer hincapié en cuestiones capitales como la alfabetización digital, la lectura y el humanismo combinado con la tecnología. Para lograr una auténtica institucionalización hay que incidir con fuerza en la opinión pública, en los operadores y productores de contenidos.

En esa concienciación pública sobre los valores en la televisión infantil, las cadenas públicas deben tener un papel primordial.



## 7. CONCLUSIONES

Es aconsejable que la producción de programación infantil y juvenil tenga en cuenta una serie de actuaciones que puedan garantizar su calidad y su utilidad óptima a la sociedad española. A continuación se enumeran las más relevantes, en relación con diversos aspectos:

### Familia y Escuela:

- **Emprender programas institucionales, pero también de las asociaciones y grupos sociales, para fomentar la formación y la participación de la familia y la escuela respecto a la influencia de la TV en los niños y jóvenes.**
- **Conseguir un acercamiento entre los contextos que influyen al niño: Familia, Escuela y TV han de articular sus esfuerzos para ofrecer unas posibilidades de desarrollo óptimas a los niños y jóvenes, preparándoles para la vida social y pública.**

### Investigación:

- **En Producción Cultural (incluidos los programas de TV), la manera más efectiva de encontrar el ajuste óptimo entre la creación y las necesidades sociales reales sólo se puede establecer mediante proyectos de investigación rigurosos y estables.**
- **La investigación debe estudiar y reflejar las necesidades de las familias españolas y ofrecer resultados constantes al Consejo Superior del Audiovisual (cuando se constituya), Consejos Audiovisuales autonómicos, operadores y productoras de contenidos.**
- **El I+D en producción audiovisual es la clave para generar productos de calidad formativa y viabilidad económica.**

### Creación:

- **La TV pública puede llevar la iniciativa para implantar un proyecto modélico de programación infantil y juvenil, pero es básico que este proyecto se extienda a todas las TVs.**
- **Crear una mesa de diálogo estable y permanente de productoras, operadores, guionistas, investigadores y Administración en la que se actualice constantemente este tipo de *Guías de Contenidos Prioritarios*.**
- **La formación de profesionales y la cooperación con los investigadores es fundamental para obtener productos de calidad y resultados óptimos en el desarrollo y la educación de niños y jóvenes.**
- **Garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la creación de programación infantil de calidad.**

### Contenidos:

- **Es prioritario que la programación infantil incluya en sus contenidos valores permanentes como:**
  - Educar en el **respeto a la persona y los grupos sociales**.
  - Fomentar y facilitar la **convivencia**.

- Estimular la **tolerancia**.
- Propugnar la **igualdad** en todas sus acepciones (sexos, razas, creencias, oportunidades...). **Evitando la discriminación de género que adjudica determinados valores a las niñas y otros muy distintos a los niños.**
- Apoyar la **integración**.
- Promover la **no violencia**.
- Potenciar la **no discriminación**.
- **Los contenidos tienen que estar ajustados a los niveles de edad a los que van dirigidos. Han de versar sobre lo que en cada momento suscita interés, preocupación social, etc. pero, adecuados a los niños, atendiendo a sus necesidades y ceñidos a los contenidos curriculares.**
- **La educación en hábitos es fundamental: formas de vida, higiene, nutrición, consumo saludable, qué hacer en caso de accidente, cómo recurrir a los servicios de emergencia, a los servicios sociales, etc., en colaboración con los servicios públicos, organizaciones de consumidores, etc.**
- **Para que la *Guía de Contenidos Prioritarios* se desarrolle y madure es necesario: formular los valores prioritarios, institucionalizarlos y arraigarlos en rutinas, tanto de producción como de programación.**

### **Formatos:**

- **Fomentar los programas informativos infantiles y juveniles, especialmente diseñados para estas edades, como instrumento de formación necesaria.**
- **Analizar los referentes sobre formatos y fijar la atención en las nuevas tecnologías para la creación de otros formatos y lenguajes.**
- **Cuidar la forma y la velocidad de exposición de las imágenes de los contenidos en todas las edades, especialmente de 0 a 4 años.**
- **Impulsar la TV lúdica frente a la TV espectacular.**
- **Promover la participación de los niños en la producción de programas, junto a sus profesores y profesionales del medio. De este modo se sentirán más representados.**
- **Aprovechar la riqueza cultural del país para la creación de dibujos animados u otros formatos de calidad, con personajes históricos u otros referentes de nuestra sociedad.**

### **Financiación:**

- **La financiación sostenida de proyectos de creación e investigación de productos infantiles y juveniles es imprescindible y deberían implicarse tanto organismos públicos como entidades privadas.**
- **Establecer entre los operadores y productores el compromiso de invertir en programación infantil de calidad, del mismo modo que existe una cuota obligada para dedicar el 5% de los ingresos de las TVs al cine español.**
- **Implantar GRPs sociales (*Gross Rating Points*), al igual que en publicidad, pero con carácter social, mediante mecanismos de subvención por parte de los poderes públicos u otras alternativas viables.**

## BIBLIOGRAFÍA

- APARICI MARINO, R., GARCÍA MATILLA, A., GARCÍA MATILLA, E., GARCÍA MATILLA, L., GUTIÉRREZ MARÍN, A., & MONSIVÁIS FLORES, R. I. (1996). *Televisión, currículum y familia*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia.
- ADLER, R.P., LESSER, G.S., MERINGOFF, L.K., ROBERTSON, T.S., ROSSITER, J.R., WARD, S. (1980): *The effects of television advertising on children*. London: Lexington Books.
- AGUADED, J.I. (2002). *Jóvenes, aulas y medios de comunicación*. Buenos Aires: La Crujía.
- ALONSO, M., GARCÍA MATILLA, L. & VÁZQUEZ FREIRE, M. (1995) *Teleniños Públicos, teleniños privados*. Madrid: De la Torre.
- ARTIGAS, J. (1990): *Las series de dibujos animados para la televisión*. Barcelona: Primeras Noticias.
- ASOCIACIÓN DE USUARIOS DE LA COMUNICACIÓN (2004). *Menores y Medios de Comunicación. Publicidad, Televisión, Internet*. Documentos AUC nº 23 ([www.auc.es](http://www.auc.es)).
- BADILLO, Á. (en prensa). *Los niños en los estudios de audiencia de la televisión*. En P. del Río et al., *Pígmalión II. Informe de seguimiento de la televisión y la infancia en España*. Madrid: Centro Nacional de Investigación y Documentación Educativa/ Fundación Infancia y Aprendizaje.
- BAZALGETTE, C. (1991). *Los medios audiovisuales en la educación primaria*. Madrid: Ministerio de Educación y Ciencia y Ediciones Morata.
- CONSEJO DEL AUDIOVISUAL DE CATALUÑA (2003). *Libro Blanco: La educación en el entorno audiovisual*. Quaderns del CAC, nº extraordinario. Barcelona: CAC.
- CAMPUZANO, A. (1993). *Tecnologías audiovisuales y educación*. Madrid: Akal.
- CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AMAS DE CASA, CONSUMIDORES Y USUARIOS (2004). *¿Pantallas amigas? Niños y niñas, televisión y nuevas tecnologías. Guía práctica*. Madrid: CEACCU,.
- CHOMSKY, N.: (2001) *La (des)educación*. Barcelona: Crítica.
- DEL RÍO, P., ÁLVAREZ, A. & DEL RÍO, M. (2004). *Pígmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje.
- GABINETE DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (2005). *Anuario de la Televisión 2005*. Madrid: GECA.
- GABINETE DE ESTUDIOS DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL (2004). *Anuario de la Televisión 2004*. Madrid: GECA.
- HALLORAN, J.D. (1974). *Los efectos de la televisión*. Madrid: Editora Nacional.
- INSTITUTO OFICIAL DE RADIO Y TELEVISIÓN (2004). *Enseñar a ver la televisión*. Madrid: IORTV.
- KUBEY, R. & CSIKSZENTMIHALYI, M. (Eds.) (1990). *Television and the Quality of Life: How viewing Shapes Everyday Experience*. Hillsdale, NJ: LEA.
- RUST, L.W. (2001). *Summative Evaluation of Dragon Tales*. Final Report. Nueva York: Sesame Workshop.
- MIFFLIN, L. (1999). *A growth spurt is transforming TV for children*. New York Times (Abril, 19), A1-A19.
- ONU, CRC (1989). *Convención sobre los Derechos del Niño*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. ([www.mtas.es](http://www.mtas.es))
- PALACIO, M. (2001). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- PÉREZ TORNERO, J.M. (1994). *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona: Paidós.
- SAVATER, F. (1997). *El valor de educar*. Barcelona: Ariel.
- SCRIVEN, M. (1967). *The methodology of evaluation*. En R. Tyler, R. Gagné, & M. Scriven (Eds.), *Perspectives of curriculum evaluation*. (pp. 39-83). Chicago, MI: Rand McNally.
- URRA, J; CLEMENTE, M & VIDAL, M. (2000). *Televisión: Impacto en la infancia*. Madrid: Siglo XXI.
- WOLTON, D. (2000). *Internet ¿y después?* Barcelona: Gedisa.



