

# VII FORO ANDALUZ DE LA INFANCIA

Medios de  
comunicación e infancia

PUNTA UMBRÍA [HUELVA] 17 Y 18 NOVIEMBRE / 2008



Entrevistas

# Índice

CRISTINA CRUCES. CONSEJERA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA .....	4
FÉLIX PANTOJA. FISCAL DEL TRIBUNAL SUPREMO.....	9
MARÍA OÑA. PERIODISTA DE RTVE .....	11
JESÚS ENRIQUE CUBILES. DIRECTOR DEL OBSERVATORIO DE LA INFANCIA EN ANDALUCÍA .....	13
JOSÉ CHAMIZO. DEFENSOR DEL PUEBLO ANDALUZ Y DEFENSOR DEL MENOR DE ANDALUCÍA .....	16
Mª LUISA PÉREZ. CONSEJERA DEL CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA .....	20
VICENTE ROMERO. PERIODISTA DE RTVE .....	23
GABRIEL DEL RÍO. DIRECTOR DEL PROGRAMA LA BANDA DE RTVA. ....	25
FÉLIX ANGULO. CATEDRÁTICO DE DIDÁCTICA Y ORGANIZACIÓN ESCOLAR DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ ...	28
FERNANDO GARCÍA. JEFE DE ESTUDIOS Y COORDINADOR TIC DEL COLEGIO SAN WALABONSO DE HUELVA	30
ESTEBAN TORRES. DIRECTOR DEL CENTRO DE ESTUDIOS AUDIOVISUALES DE LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA .....	33
FRANCISCO SIERRA. PROFESOR DE TEORÍA DE LA INFORMACIÓN DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA .....	35
VÍCTOR MARÍ. PROFESOR DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ .....	36
ANA RODRÍGUEZ. RESPONSABLE DEL ÁREA DE MENORES DEL CENTRO REINA SOFÍA. FUNDACIÓN DE LA COMUNIDAD VALENCIANA PARA EL ESTUDIO DE LA VIOLENCIA .....	38
ANTONIO MANFREDI. DIRECTOR TERRITORIAL DE RTVA HUELVA Y VOCAL DEL CONSEJO ANDALUZ DE ASUNTOS DE MENORES .....	41

Entrevistas

# Entrevista a Cristina Cruces

Consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía



## ¿Ven los niños y niñas andaluces una buena televisión?

Lo que no ven es una televisión pensada para ellos. A tenor de los datos que ha analizado el Consejo Audiovisual de Andalucía, sólo la mitad de los 50 programas que concentran el máximo interés de niños y niñas andaluces son calificados como específicamente "infantiles". De ellos, las telenovelas y los dibujos animados, incluyendo aquí contenedores tipo La Banda o Club Megatrix, son los favoritos. A medida que avanzamos en los listados de preferencias encontramos sin embargo ejemplos especialmente poco adecuados para la infancia, como CSI Miami, Camera Café o El Internado, con espacios entre los puestos 12 y 16 de las audiencias. Entre los 13 y 18 años se dispara la tendencia: sólo uno de los 50 programas favoritos en estas franjas de edad está calificado como "juvenil", ocupando las posiciones de privilegio series de ficción, cine de

intriga y terror, telenovelas, "reality-shows"... Los jóvenes se decantan por las telenovelas, las artes marciales (Pressing Catch) y las comedias de situación.

En relación con la calidad televisiva, no es aceptable que determinados "culebrones", de fuerte contenido vejatorio para las mujeres, o películas adultas con violencia explícita y gratuita, tengan horarios plenamente accesibles a los menores, por no mencionar el tratamiento que reciben las relaciones humanas en algunos de los programas frívolos de la sobremesa. Pero el debate no sólo es una cuestión de calidad; incluso si vieran espacios excelentes, la pregunta sería: ¿tienen contenidos que se ajustan al grado de desarrollo evolutivo de la infancia y la adolescencia? Como Administración, no podemos olvidar que el espacio radioeléctrico es un servicio público, ni cerrar los ojos ante la constatación de que, con la excepción notable de Canal 2 Andalucía que emite casi el

40% de las horas de programación específicamente dirigida a menores, los operadores no suelen apostar por los intereses específicos de la infancia y la juventud ni por destinarles espacios de entretenimiento formativo. Antes al contrario, parece que algunos de ellos tratan de atraer las audiencias infantil y juvenil subsumiéndolas en la programación adulta, en sus intereses de mercado propios, antes que programando directamente para los menores, y que esta programación depende más de la concentración publicitaria en picos favorables para los potenciales consumidores infantiles, coincidentes con los tramos del desayuno, el almuerzo y la cena, que en una verdadera apuesta por responder a las expectativas de niños y niñas. Esto se acrecienta entre los operadores privados, que sólo aportan el 30% de la programación infantil que puede verse en nuestra Comunidad Autónoma. En algunas cadenas como La Sexta, hemos constatado incluso que no existen programas para menores, tal vez porque este segmento de edad no es rentable para su perfil de audiencia.

### **¿Qué elementos inapropiados son los más frecuentes?**

La preocupación del Consejo Audiovisual de no sólo es detectar los elementos inapropiados de las emisiones televisivas, sino también denunciar el raquitismo de los mensajes positivos, de signo educativo o de formación en valores de solidaridad,

igualdad y respeto que – lejos de ser modelos de referencia- ocupan sólo intersticios de la programación.

---

**“Los operadores no suelen apostar por los intereses específicos de la infancia y la juventud ni por destinarles espacios de entretenimiento formativo”**

---

En cualquier caso, para evaluar de forma homogénea los contenidos “apropiados” o “inapropiados” de las emisiones sería necesario un desarrollo normativo más preciso que sólo en algunos casos, como la identificación de menores en imágenes, tasa claramente los incumplimientos. La legislación nos habla de contenidos “inapropiados” si producen perjuicios al desarrollo físico, mental o moral de los menores: contenidos ilícitos de incitación a la compra, explotación de la confianza en adultos, situaciones peligrosas o de riesgo, sexismo y estereotipos de género, violencia, lenguaje inapropiado, fomento de la discriminación... Pero, cuando nos disponemos a profundizar en el estudio empírico de las emisiones, ¿quién dispone del medidor objetivo del “lenguaje apropiado”? ¿Y quién de variables incontestables para el cálculo de la igualdad? En suma, las indicaciones normativas sobre contenidos resultan bastante dispersas, imprecisas, y todavía conceden cierto

peso subjetivo al criterio de "protección". Es lógico: cerrar una limitación cuantitativa, como los minutos de publicidad permitidos, es relativamente sencillo. En esto, conviene recordar que tres operadores no sujetos a la competencia del Consejo Audiovisual de Andalucía (Tele5, Antena 3 y TVE1) superan durante los días laborables, de promedio, el límite legal de 12 minutos de publicidad por hora de emisión en el horario de protección reforzada. Pero, volviendo al argumento anterior, hacer estimaciones cualitativas, como la definición y medición de la violencia o del civismo, es siempre más complejo. En este sentido, el Consejo Audiovisual de Andalucía viene desarrollando acciones que generen baterías de indicadores de medición para los incumplimientos en contenidos, conectados con una doctrina teórica que afine cuáles y de qué manera han de reconocerse esos elementos.

Entre los más frecuentes, los análisis realizados por el Consejo detectan contenidos inadecuados que vulneran la imagen e intimidad de los menores, su aparición reiterada en programas periódicos o su tratamiento en noticias comprometidas como litigios judiciales, violencia escolar e incluso pederastia, la desprotección frente a emisiones que implican interactividad donde no se hace explícita la prohibición de participar, como el "torpedeo" de *sms* con contenidos procaces y alusiones a la prostitución que pueden leerse perfectamente por niños y niñas, la pornografía

en horario infantil, la publicidad no adecuada o engañosa, los contenidos sexistas y con estereotipos sociales discriminatorios, la presencia de violencia o comportamientos incívicos y las imágenes impactantes en ficción e informativos. Estos contenidos – que pueden tener peligrosos efectos emulatórios – se encuentran tanto en la programación como en la publicidad, donde quedan condensados y convertidos en mensajes subliminales, muy permeables para la psicología de los menores. En cuanto a la programación específicamente infantil, es necesaria además una labor de revisión y ajuste de la señalización. Valgan como muestra varias series de dibujos animados agraciadas entre las audiencias y señalizadas como infantiles – Los Simpson y los animes japoneses por ejemplo– que son, en origen, productos de destino adulto.

### **¿Cree efectivos los códigos de autorregulación de las propias cadenas o son necesarias acciones sancionadoras por parte de los poderes públicos?**

Parece haberse demostrado la ineficiencia de la apuesta por una autorregulación que, sin embargo y pese a sus debilidades, debe seguir manteniéndose e impulsándose. Diversos códigos se han suscrito por todos los agentes del sistema audiovisual, y de entre ellos quizá las más defraudadas han sido las expectativas generadas en los últimos años por el código de autorre-

gulación sobre contenidos televisivos e infancia, cuyo historial es bien conocido.

Evidentemente, en un momento de tránsito de la televisión analógica a la digital y de modificación de los soportes de emisión y recepción audiovisuales que afectan especialmente a los más jóvenes, el escenario es complejo. Pero, del mismo modo que los intereses de mercado no pueden imponerse autónomamente, tampoco las acciones del Consejo Audiovisual pueden ser fruto del apresuramiento, ni siquiera en aquellos temas que exigen una intervención contundente. Incluso si tiene atribuidas competencias sancionadoras, el Consejo es básicamente un órgano regulador que trabaja con decisiones, instrucciones y recomendaciones a los operadores, que sirve de mediador y que quiere fomentar la autorregulación. Un ejemplo reciente: ante las emisiones de pornografía y anuncios de contactos sexuales detectados en varias emisoras locales en la franja de protección reforzada, la decisión del Consejo Audiovisual de Andalucía fue, inicialmente, la remisión de un escrito a los operadores recordando la legislación y las sanciones tipificadas para sus incumplimientos y advirtiéndoles de que procedería a expedientar y sancionar las infracciones graves que se produjeran. Sólo después de este escrito se han producido los requerimientos de cese y la apertura de expedientes sancionadores, que por cierto han reducido drásticamente la presencia en la televisión local de pornogra-

fía en franja horaria protegida. En añadidura, el Consejo ha elevado a la Fiscalía y a la Dirección General de Comunicación de la Junta de Andalucía todas estas incidencias.

---

“Casi una cuarta parte de los menores andaluces está viendo la televisión entre las 10 y las 11 de la noche”

---

Pero las recomendaciones del Consejo también han de dirigirse al legislador. Por ejemplo, en España tenemos una problemática específica relativa al control horario respecto a otros países europeos, que hemos tenido ocasión de debatir recientemente en Bruselas. De nuestro muestreo se extrae que casi una cuarta parte de los menores andaluces está viendo la televisión entre las 10 y las 11 de la noche, lo cual representa más de 275.000 niños y niñas de entre 4 y 12 años. Conviene reflexionar sobre si la directiva europea que recomienda una franja protegida entre las 6 y las 22 horas, no debería ajustarse en el caso español a las condiciones culturales en que se desenvuelve la vida social y familiar, y exigir a resultas de ello un retardamiento horario de esta franja.

Todo ello debería ir acompañado de una verdadera corresponsabilidad social frente a los medios. En nuestros estudios apare-

cen datos que, a mí que soy madre de tres niñas pequeñas, me parecen alarmantes: los menores de trece años visionan 2,04 horas de televisión entre semana y 2,84 horas los fines de semana; en un 40% de los hogares andaluces el control de los educadores sobre lo que los menores ven en televisión no existe o es muy relajado, siendo por cierto las madres las que ejercen mayoritariamente ese control; en más de un 30% de ellos hay un aparato receptor ubicado en la habitación de niños y niñas. Ante este panorama, se demuestra que aquellas familias que dialogan con sus hijos e hijas sobre la televisión presentan menos tiempo de visionado infantil, y este dato está – no por casualidad– correlacionado con otros como unos mejores rendimientos escolares. Son precisos, sin duda, un mayor control parental del visionado y una educación audiovisual que, en realidad, son asignatura pendiente de todos: escuela, familia y administraciones públicas.

**¿Podría explicar el funcionamiento del Consejo Audiovisual a la hora de proteger a la infancia y adolescencia?**

La protección de los menores es una de las prioridades del Consejo Audiovisual, que tanto en su Ley de Creación como en su reflejo en el Estatuto de Autonomía de Andalucía se erige en autoridad principal de esta protección para el ámbito audiovisual. En aras de garantizarlo, el Consejo mantiene varias líneas de intervención. En

primer lugar, la ODA, la Oficina de Defensa de la Audiencia, una ventana ciudadana hacia donde se pueden dirigir quejas, sugerencias o reclamaciones. De las 55 resoluciones emitidas por el Consejo, más de la mitad tienen que ver con la protección de los menores, muchas de ellas a instancias de la ODA. En segundo lugar, el control de oficio de los contenidos, a través de un sistema de seguimiento que graba 7.728 horas de emisión semanales tanto del operador autonómico como de cadenas locales. Ello permite, entre otros, gestionar un sistema de alertas propio en el que los indicadores de incumplimientos relativos a menores son una apuesta metodológica principal, especialmente en horario de protección infantil. En tercer lugar, la realización de investigaciones y ponencias monográficas sobre los ámbitos de competencia del Consejo, a través de estudios de contenido producidos gracias a ese seguimiento y que han dado lugar a decisiones, recomendaciones e instrucciones, y mediante encuestas y trabajos finalistas tales como el módulo relativo a la infancia del I Barómetro Audiovisual de Andalucía, la realización del Estudio sobre Publicidad de Juguetes, campaña 2006-07, el Barómetro de Televisión e Infancia en Andalucía, 2008 y el Informe General sobre Menores y Televisión en Andalucía, que se presenta en este VII Foro Andaluz de la Infancia e incorpora estudios inéditos sobre programación, publicidad y audiencias que esperamos sean del interés de todos los asistentes.

# Entrevista a Félix Pantoja

Fiscal del Tribunal Supremo



**¿Son los medios de comunicación en España respetuosos con las leyes de protección del menor?**

Como en todos los órdenes de la vida, unos medios lo son y otros menos. El tema lo podemos observar desde dos perspectivas. Una con los menores como protagonistas de la información. En este ámbito y a pesar de que la ley reguladora es de 1982, parece desconocerse algunas de sus reglas, como que los menores tienen derechos en esta materia, y que estos derechos son personalísimos, y no pueden disponer de ellos ni sus padres o tutores sin unas cautelas determinadas como es a través de la intervención del Ministerio Fiscal, (véase el artículo 3). En mi etapa de Fiscal Jefe de menores de la Fiscalía de Madrid, interpusimos una treintena de demandas por utilización ilegítima de la imagen de los menores, por motivos muy variados pero todas de la misma naturaleza, y en todas resultaron condenadas las empresas (de televisión o escritas). Esto

hizo que se creara una especie de cultura del cuidado con la imagen. Por su parte la ley orgánica 1/96 de protección jurídica del menor define en su artículo 4 el ámbito de protección, referido a su interés (del menor) y los eventuales perjuicios causados, siendo estos dos elementos los que producen mayor controversia y en consecuencia inseguridad jurídica.

Desde la otra perspectiva, es decir, el menor como receptor de la información, la misma ley de protección de derechos, en su artículo 5 establece de modo amplio los requisitos que debe reunir la información, que debe ser "adecuada a su desarrollo" y trasmisora de los valores constitucionales, conceptos que así enunciados son difíciles de articular en una acción judicial; no obstante en la misma época y a la vista de la regulación administrativa establecida en las leyes de TV pública y privada y en las concesiones administrativas correspondientes, encontramos cauces para actuar con cierta eficacia en los pro-

cesos que se siguieron. Pero lo más efectivo es una verdadera y responsable autorregulación, que hasta la fecha no parece haberse conseguido.

### **¿Cómo valora el tratamiento informativo de delitos cometidos por menores?**

La ley reguladora de la responsabilidad penal de los menores, salvando la publicidad de los procesos, establece unas limitaciones en el artículo 35.2, al expresar que "en ningún caso" se obtengan o difundan imágenes del menor ni datos que permitan su identificación. Por lo tanto el marco jurídico existe y se cumple, pero a veces la voracidad informativa llega al círculo próximo al menor o entra directamente en el cumplimiento de la medida al cumplir este la mayoría de edad, pudiendo frustrarse los objetivos de la ley, e incluso sirviendo para conductas miméticas en otros menores. La actividad del Ministerio Fiscal es fundamental para el cumplimiento de lo establecido en la ley.

### **Las políticas sancionadoras contra las cadenas que violan estas leyes son ineficaces, por la escasa cuantía de las multas. ¿Qué se puede hacer en el ámbito legal para cambiar esta situación?**

No solo la cuantía de las multas. La duración de los procesos juega a favor de la impunidad de estas conductas. En la experiencia de la Fiscalía de Menores de Madrid, se trabajaba no solo en la sanción

pecuniaria, sino que en la vía civil la indemnización a la víctima, en cuantías importantes trataba de ser un factor disuasorio, así como la publicación de la sentencia por los medios y con la difusión de la vulneración del derecho. Ahora bien, no debe olvidarse la obligación que, en el caso de las televisiones, éstas asumen en la concesión administrativa correspondiente y en el marco legal regulador, que prevé la retirada de la licencia en casos de vulneración de derechos constitucionales y de los menores. Una cadena que ha sido condenada reiteradamente por estas intromisiones podría verse afectada en la concesión administrativa. ¿Es esto posible? ¿Se limita el derecho a la información?, ¿Cómo afecta esto al negocio de la comunicación y a las empresas que las explotan?, son algunas de las preguntas a plantear y resolver en una adecuada ponderación de los derechos en conflicto.

### **¿Qué se podría incluir en nuestro ordenamiento jurídico para mejorar la defensa de los derechos de la infancia?**

Creo que el marco legal es adecuado; sí parece necesario una actuación más eficaz y activa del Ministerio Fiscal en la vía civil, de exigencia de respeto a estos derechos y de reparación en caso de vulneración, sin olvidar la lentitud de los procesos y las posibilidades que en la vía administrativa existen para exigir a los medios sus obligaciones sin colisionar con el derecho a la información veraz.

# Entrevista a María Oña

Periodista de RTVE



**¿Considera que es necesario un tratamiento especial de aquellas informaciones en las que son protagonistas los menores?**

Desde mi punto de vista el redactor que afronta la noticia tiene que tener la suficiente preparación profesional, ética y moral como para ser capaz de medir lo que dice y sobre todo lo que enseña en el caso de que se trate de una noticia de un informativo de televisión. Creo que es muy difícil establecer ese "tratamiento especial" como pauta a seguir y muy sencillo aplicar la lógica.

**¿Echa en falta una normativa más precisa que establezca pautas para el tratamiento de la infancia en TV?**

Creo que la normativa existe y que el incumplimiento constante de esta, en concreto del Código de Autorregulación de

Contenidos Televisivos e Infancia, debería ser suficiente. Aunque por desgracia ante la evidencia de que se trata de un "código fantasma", habría que ir más lejos y establecer por ley que los Consejos Audiovisuales tuvieran capacidad sancionadora y normativa, tal como promueve la Comisión Europea.

---

"A los menores se les está acostumbrando a ver los programas de adulto y empiezan a considerar aburridos lo que tiene un carácter educativo"

---

**Los medios audiovisuales son los que más inciden en la vida de los menores, ¿cree que estos deberían implicarse en la educación en general?**

Sería lo ideal, pero mientras "la basura" sea rentable será complicado. Además estamos llegando a un punto de no retorno porque a los menores se les está acostumbrando a ver los programas de adulto y empiezan a considerar "aburridos" lo que tiene un carácter educativo. Además dudo mucho que las cadenas generalistas se impliquen en la educación en general sin tener en cuenta los índices de audiencias.

---

" Habría que ir más lejos y establecer por ley que los Consejos Audiovisuales tuvieran capacidad sancionadora y normativa, tal como promueve la Comisión Europea"

---

**Se está produciendo un debate a nivel nacional sobre el efecto de los contenidos televisivos sobre los menores, ¿cree que sería necesario crear consejos educativos en los medios de comunicación?**

Me parece tan utópico que me cuesta incluso contestar. Estoy demasiado apegada a la realidad de una televisión y a su mecánica diaria como para plantearme esa hipótesis como algo real. Estoy segura de que sería muy positivo y una gran apuesta de futuro que beneficiaría a todos, mayores y pequeños.

# Entrevista a Jesús E. Cubiles

Director del Observatorio de la Infancia en Andalucía



**¿Cuál es la labor de los poderes públicos para fomentar una buena política informativa y comunicativa para la población menor?**

El papel de las administraciones públicas en esta materia es fundamental. Debemos recordar que en una sociedad democrática los poderes públicos están al servicio y representan a la ciudadanía, teniendo como objetivo fundamental defender y hacer valer sus intereses. Por tanto, ha de ser una prioridad para quienes ostentan responsabilidades públicas propiciar y promover que la información y comunicación que se dirija a las personas menores de edad sea adecuada, para que les permita integrar valores positivos desde el punto de vista personal y social. A tal fin, creo que se deben apoyar e incluso liderar todas aquellas iniciativas comunicativas que tiendan a facilitar a los niños y niñas la educación en el conocimiento y

adecuado ejercicio de sus derechos, así como las responsabilidades acordes a su edad evolutiva. Se trata, en definitiva, de facilitar que el mundo de la comunicación y de las nuevas tecnologías sea utilizado para permitir que los menores puedan contrastar realidades diversas entre la oferta mayoritaria actual, transmisora de valores puramente consumistas, competitivos, de soluciones inmediatas y sin esfuerzo ni mérito alguno, y otra visión más relacionada con principios como el respeto, la solidaridad, la igualdad o la solución pacífica de los conflictos, y todo ello dentro del respeto a la libertad de información consagrada en nuestra Carta Magna y que cuenta entre sus límites constitucionales con la protección de la infancia y la juventud.

**¿Qué experiencias se han llevado a cabo en Andalucía en esta materia?**

Sería prolijo enumerarlas. Por ello, me voy a ceñir a la que conozco más de cerca, pues tuve el honor de participar en su elaboración. Se trata de la serie de animación en 3D "Andaluna y Samir" que ha producido la Consejería para la Igualdad y Bienestar Social con financiación de la Unión Europea. Son trece capítulos de unos quince minutos de duración cada uno durante los cuales los personajes, una pandilla de amigos y amigas de alrededor de 9 ó 10 años de edad, encabezados por Andaluna –personaje de ficción que representa a los niños y niñas en Andalucía-, viven aventuras en las que se tratan de forma divertidas temas relacionados con la educación en valores, como la igualdad de género, la diversidad familiar, las nuevas tecnologías y el respeto a la intimidad, la educación o las personas con discapacidad. Y todo ello bajo un elemento común que impregna toda la serie como es el de la integración, la igualdad en derechos de los diferentes. El mejor ejemplo de ello es el inicio de la trama: efectivamente, la historia comienza con el traslado de Andaluna y su familia a una nueva población andaluza y al llegar al nuevo colegio sin conocer a nadie es Samir, un niño marroquí que lleva varios años en nuestra tierra, quien hace las veces de mediador-integrador de Andaluna en su nuevo espacio de convivencia. La moraleja es clara: en cada momento y lugar tú puedes ser la diferente, el nuevo, pertenecer a la minoría y no por ello tienes distintos derechos y responsabilidades.

### **¿Qué iniciativas públicas se están desarrollando en Andalucía para fomentar el buen uso de las TIC por parte de la población menor de edad?**

La Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa de la Junta de Andalucía está desarrollando una importante tarea para promover el uso de las nuevas tecnologías por parte de todos los ciudadanos y ciudadanas, fundamentalmente a través de la iniciativa Guadalinux para facilitar el acceso general a un sistema operativo libre y gratuito. Al referirnos a los niños y niñas, el Decreto 25/2007, de 6 de febrero, por el que se establecen medidas para el fomento, la prevención de riesgos y la seguridad en el uso de Internet y las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) por parte de las personas menores de edad, ha supuesto un paso muy significativo para intentar adecuar la promoción de la utilización de los nuevos medios de información y comunicación, a los valores democráticos y de convivencia ordenada que impone su buen uso desde el punto de vista educativo. En tal sentido, la Junta de Andalucía ha puesto a disposición de todos y todas filtros de contenidos, en su portal institucional, los cuales permiten a los padres, madres y educadores en general la facilitación y supervisión de ese buen uso. También se ha puesto en marcha el portal infantil y para padres y madres [www.kiddia.org](http://www.kiddia.org). Por su parte, el Observatorio de la Infancia en Andalucía que dirijo está realizando en estos mo-

marcha el portal infantil y para padres y madres [www.kiddia.org](http://www.kiddia.org). Por su parte, el Observatorio de la Infancia en Andalucía que dirijo está realizando en estos momentos una investigación sobre el uso de las nuevas tecnologías por la infancia y la adolescencia en Andalucía que permitirá a los responsables de las políticas de infancia y de innovación tener una visión más cercana a la realidad actual de esta cuestión y, consecuentemente, abordar los retos de futuro con un mayor conocimiento de causa.

" Debe existir un filtro previo real por parte de los propios operadores que de una vez por todas permita contar con una TV de verdadera calidad y transmisora de valores positivos para niños y niñas"

**¿Hacia dónde debería dirigirse la TV pública andaluza para cumplir su función de servicio a la infancia en esta nueva coyuntura de avances tecnológicos?**

La TV, de titularidad pública o privada, es un medio de comunicación SOCIAL, con mayúsculas. Es importante destacar el papel social de la TV, que muchas veces se olvida para convertirlo en un mero transmisor de imágenes y sonidos carentes de cualquier contenido que suponga alguna

aportación positiva a la sociedad. Los medios de comunicación han recibido el encargo constitucional de ser los principales agentes de aplicación de uno de los pilares básicos de nuestro Estado social y democrático de Derecho: la libertad de información. Elemento fundamental para conformar una sociedad plural, pero que como cualquier otro derecho o libertad tiene límites, en este caso, la intimidación, la propia imagen y el honor de las personas y, especialmente, la protección de la infancia y la juventud. Y ello supone un privilegio, más también una enorme responsabilidad. Los medios de comunicación en general y la TV en particular no deben, en aras de un interés puramente comercial, entender que los límites que establece nuestra Constitución están ahí para que los apliquen los jueces a posteriori. Debe existir un filtro previo real por parte de los propios operadores que de una vez por todas permita contar con una TV de verdadera calidad y transmisora de valores positivos para niños y niñas. Y debe existir un verdadero reconocimiento público y social a quienes den ese paso, a quienes desde los medios apuesten por programaciones infantiles alejadas de la violencia gratuita, del sexismo o la utilización de los niños como meras imitaciones ridículas de los estereotipos adultos. En esta exigencia a todos los medios, los primeros han de ser los de titularidad pública, pues son de todos y todas, y por tanto deben representar los valores que queremos transmitir a nuestros hijos e

# Entrevista a José Chamizo

**Defensor del Pueblo Andaluz y Defensor del Menor de Andalucía.**



**¿Cuáles son las principales vulneraciones de los derechos del menor que detecta su Oficina por parte de los medios de comunicación en Andalucía?**

El Derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen, así como a recibir una información adecuada son los derechos que con mayor frecuencia resultan vulnerados por los medios de comunicación social en nuestra Comunidad Autónoma.

En este sentido, las quejas o reclamaciones en demanda de amparo o protección que recibimos de la ciudadanía van referidas, principalmente, a las siguientes cuestiones:

- Emisión de películas, publicidad u otro programas con contenido no apto para la población menor de edad, emitidos en franja horaria infantil, que resultan perjudiciales al desarrollo integral de las personas menores. Estas emisiones contienen

un elevado índice de violencia, o escenas de sexo explícito, o un tratamiento inadecuado del consumo de alcohol y drogas.

- Anuncios publicitarios que resultan perjudiciales para niños, niñas y jóvenes al contener publicidad engañosa, o incitar al juego o, en ocasiones, utilizando inadecuadamente sus imágenes.

- Uso de imágenes de personas menores en apoyo de noticias que pueden desvelar sus identidades.

- Incumplimiento generalizado en la franja horaria de especial protección.

**¿Cree que con el actual cuerpo legislativo se garantizan estos derechos?  
¿Detectan algún tipo de laguna legislativa?**

Las normas internacionales y nacionales han intensificado la protección de las

personas menores de edad mediante la promoción del respeto a su honor, intimidad e imagen, cuyos preceptos deben ser acatados no sólo por sus representantes legales, los poderes públicos y la sociedad, sino también, y muy especialmente, por los profesionales y por los medios de comunicación en los que éstos desempeñan sus funciones.

En efecto, la preocupación para evitar que queden vulnerados los derechos de niños y niñas por la difusión de información o la utilización de sus imágenes en los medios de comunicación ha llevado a los poderes públicos – estatales y autonómicos- a introducir en sus legislaciones una protección reforzada cuando los ataques a la infancia y adolescencia se cometan desde los medios de comunicación.

---

“El Derecho al honor, a la intimidad y a la propia imagen, así como a recibir una información adecuada son los derechos que con mayor frecuencia resultan vulnerados por los medios de comunicación social en nuestra Comunidad Autónoma”

---

Asimismo, la Jurisprudencia, tanto del Tribunal Constitucional como del Tribunal Supremo, ha establecido, como principio básico, la especial protección de este sector de la población sobre la base de que

las personas menores son seres en proceso de formación y, por tanto, más vulnerables a las agresiones de sus derechos.

También las normas de autorregulación o libros de estilo de diversos medios audiovisuales contienen prevenciones expresas, tanto generales como particulares, respecto a la protección reforzada de menores y que tienen su fundamento en hacer compatible la libertad de expresión y opinión con la protección de la infancia y adolescencia.

Como se puede apreciar, el problema de la vulneración de los derechos de la infancia y adolescencia por los medios de comunicación social que se sigue produciendo en la actualidad no radica en la inexistencia o inadecuación de unas normas legales (internacionales, nacionales, autonómicas o códigos de autorregulación) que contengan principios y mandatos respecto a la necesaria protección de estos derechos. No existe vacío legal alguno.

Por todo lo señalado, parece que no es suficiente con una legislación adecuada para el respecto de los derechos de las personas menores por los medios de comunicación. De ahí que entendamos que las posibles vías de solución para este grave problema deben ir dirigidas, por un lado, a exigir de los poderes públicos una mayor diligencia y efectividad en sus competencias de vigilancia, control y po-

testad sancionadora de las actuaciones de los medios de comunicación que resulten contrarias a la protección de menores, y por otro, es necesario un mayor compromiso, implicación y concienciación de los responsables de estos medios en el respeto de los derechos de la infancia y adolescencia cuando desarrollan sus funciones y cometidos.

**Desde su Oficina se ha pedido información a los responsables de programas que utilizan a la infancia como reclamo humorístico o de entretenimiento. ¿Considera que este tipo de programas respetan los derechos de esos menores?**

La Institución del Defensor del Menor de Andalucía es consciente de la necesidad de respetar el derecho a la libertad de información y el derecho a la libertad de expresión reconocidos en el artículo 20.4 de la Constitución, como garantía institucional de una opinión pública libre.

---

“Es complejo, pero exige una reflexión acerca de las formas en las que debe regularse la aparición de niñas y niños en determinados programas televisivos”

---

Sin embargo, con independencia del necesario respeto a estos derechos constitu-

cionales, no podemos olvidar que el interés superior del menor, como principio inspirador de las actuaciones de las Administraciones públicas y de las entidades particulares debe prevalecer sobre cualquier otro interés legítimo que pudiera concurrir.

Sobre la base de esta premisa, cualquier programa o emisión que haga un uso indebido de la imagen de las personas menores de edad, o que su actuación pueda perjudicar a su desarrollo e integridad, debe ser objeto de supervisión por la Institución del Defensor del Menor, siempre dentro del marco de sus competencias.

Así las cosas, la Institución ha tenido que intervenir en relación con determinados programas infantiles por la utilización de menores que, con asiduidad, participan en espacios televisivos, centrados en la aparición de niños y niñas – a menudo de muy corta edad- que canta, actúan, cuentan chistes, hacen o responden a preguntas sobre su vida y la de su familia.

Una de las peculiaridades de algunos de estos programas es que hay una plantilla fija de colaboradores menores de edad, que trabajan asiduamente para la televisión a través de un operador o productora que rentabiliza su imagen con el consentimiento familiar.

En este sentido, preocupa especialmente al Defensor del Menor el contenido de

estos programas donde, en ocasiones, se somete a niños y niñas a situaciones que pueden implicar una intromisión ilegítima en su intimidad, honra o reputación contraria a la legislación, como también las consecuencias evolutivas que para estas personas puede suponer el sometimiento a un sistema de trabajo en televisión no regulado específicamente.

No cabe duda que el asunto es complejo, pero exige una reflexión acerca de las formas en las que debe regularse la aparición de niñas y niños en determinados programas televisivos, con independencia del horario en que se emitan, así como sobre los contenidos de dichos espacios.

### **¿ Qué postura adopta su Oficina sobre la difusión de grabaciones de violencia juvenil?**

Esta Institución se encuentra especialmente atenta a las emisiones de noticias o de imágenes por televisión de contenido violento en la que los protagonistas son menores o cuando las mismas hacen referencia a violencia *intrafamiliar*, ya que estas actuaciones en función del tratamiento que se otorgue pueden atentar y perjudicar su desarrollo integral.

Por desgracia, con más frecuencia de la que sería deseable, nos encontramos con noticias de acoso y maltrato, especialmente entre iguales, que implican una intromisión ilegítima en la intimidad,

honra o reputación o que resultan contrarias a los intereses de las personas implicadas.

Con independencia de ello, no podemos pasar por alto la gran influencia y capacidad de penetración social que tienen los medios de comunicación, lo que debe contribuir a la promoción y respeto de valores educativos que ayuden al adecuado desarrollo de las personas y, especialmente, a erradicar comportamientos violentos.

No cabe argumentar, a juicio de esta Institución, el interés informativo y social como causa que justifica la emisión de imágenes violentas que no son necesarias para la comprensión de la noticia, y de ser estrictamente necesaria esta emisión, venimos demandando que se avise a los telespectadores de la inadecuación de las imágenes para el público infantil.

En definitiva, estamos convencidos de que el tratamiento de noticias en las que intervengan menores o vayan dirigidas a este público debe tener una decidida intención pedagógica, de modo que su difusión no lleve aparejado un riesgo de imitación de comportamientos antisociales y delictivos, sobre lo que previenen todos los códigos, recomendaciones y normas.

## Entrevista a M<sup>a</sup> Luisa Pérez

Consejera del Consejo Audiovisual de Andalucía



### ¿Cuál es la función del Consejo Audiovisual de Andalucía?

No tiene una, sino diferentes funciones derivadas del encargo básico que como autoridad independiente le encomienda su Ley de creación y el Estatuto de Autonomía para Andalucía: esto es, "velar por el respeto de los derechos, libertades y valores fundamentales contenidos en la Constitución Española y en el Estatuto en el ámbito de los medios audiovisuales, así como la vigilancia del cumplimiento de la normativa que afecta al sector audiovisual".

Las diferentes funciones encomendadas abarcan tres grandes áreas: la defensa de los derechos de la ciudadanía, la vigilancia y control en el cumplimiento de las leyes y la ordenación del sector audiovisual, teniendo en cuenta que nuestro principio fundamental de actuación se

basa en la salvaguarda de los derechos de los menores y el principio de igualdad.

### ¿Podría señalar de manera breve el marco legal relativo a la protección del honor, la intimidad personal y familiar y la propia imagen de los niños y niñas en los medios de comunicación?

Marcarlo con concisión es imposible, pues la reiteración en la protección de estos derechos básicos en todo tipo de normas internacionales, nacionales y autonómicas, -generales y sectoriales- es inaudita. Desde el punto de vista del Consejo Audiovisual resulta especialmente importante, por la capacidad de intervención que nos proporciona, la Ley de Televisión sin Fronteras – Ley 25/1994- que nos permite implementar diversas actuaciones, incluida la capacidad sancionadora, en el ámbito de la programación y la publicidad, aunque sólo es aplicable a la televisión.

Desde mi punto de vista, el profusamente enunciado principio de protección de la infancia sólo puede hacerse aplicable y operativo mediante la aprobación de una Ley Audiovisual de Andalucía que permita la intervención eficaz de la Administración y del Consejo Audiovisual -en los contenidos de los medios audiovisuales- para llevar a cabo las funciones que la propia Ley y el Estatuto le confieren.

**A nivel estatal y autonómico, existen diversas medidas que regulan los contenidos que aparecen en los medios audiovisuales teniendo en cuenta la protección a la infancia y la adolescencia. ¿Qué le parecen estas medidas? ¿Considera que logran sus objetivos?**

Es evidente que ha habido un gran esfuerzo normativo para proteger a los menores y jóvenes de los efectos no queridos o adversos de los medios de comunicación. Sin embargo está claro que la legislación, siendo imprescindible, no es suficiente. Esto ha determinado que en las sociedades democráticas más avanzadas se hayan creado organismos o autoridades de regulación audiovisual – en el caso de Andalucía, el Consejo Audiovisual- que pretenden conciliar intereses y valores contrapuestos e incluso contradictorios en las sociedades donde la información es un valor fundamental, sujeto a continuos cambios tecnológicos y que ha de ser compatible con otros valores como los de

la protección de la infancia u otros derechos individuales.

---

“El principio de protección de la infancia sólo puede hacerse aplicable y operativo mediante la aprobación de una Ley Audiovisual de Andalucía”

---

**¿Qué opina sobre la creación de códigos éticos y de autorregulación proveedores-servidores de información en la red y de una legislación de protección al menor en la red?**

Desde luego si el referente y el ejemplo son los códigos en el ámbito audiovisual, mi experiencia me ha llevado a ser muy escéptica, no por su creación, sino por la escasa observancia de los mismos. A la misma conclusión llegan los muchos informes sobre cumplimiento de los códigos de autorregulación realizados por centros de investigación y comisiones de seguimiento de los códigos. Sin embargo, en otros países la asunción decidida y real de estos códigos unida a la existencia de autoridades reguladoras – consejos audiovisuales- y de un marco normativo claro y actualizado, ha dado buenos resultados.

Creo que en la red es imprescindible una buena y clara regulación y, a la vez, la puesta en marcha de procesos de autorre-

gulación y corregulación. Ciertamente es necesario y recomendable que los servidores de información consensúen principios deontológicos y códigos de buenas prácticas, pero entiendo que su seguimiento y control debe corresponder a la Administración o a autoridades independientes. Los agentes implicados no pueden ser juez y parte, como se ha demostrado en el ámbito audiovisual. En función de ello, soy tremendamente pesimista con la opción exclusiva de la autorregulación que a mi juicio está muy alejada de los intereses de la ciudadanía, pues en este país se sigue siendo tremendamente corporativista.

**¿Qué recomendaciones daría a los periodistas e informadores gráficos sobre el tratamiento de la imagen de los niños, niñas o adolescentes en los medios audiovisuales?**

Que no olviden nunca que por encima de la libertad de informar tienen el deber de proteger y procurar el bienestar y la salud física y moral de los menores. Quizás un buen ejercicio sea ponerse en el lugar de las familias y niños y niñas afectados o receptores de la información que están generando.

# Entrevista a Vicente Romero

Periodista de RTVE



**A lo largo de su carrera profesional ha sido testigo de acontecimientos que afectan a los menores. ¿Qué destacaría de estas informaciones?**

En todos los reportajes sobre guerras, hambrunas o desastres naturales, las imágenes de los niños son las que más nos conmueven, porque se trata de los seres más frágiles e indefensos. En ellos, la injusticia se hace más evidente y resulta más escarecedora. Pero a veces, los niños nos hacen menospreciar, ignorar e incluso aceptar, la tragedia de los mayores. La prostitución infantil es una atrocidad. ¿A partir de qué edad deja de ser una atrocidad vender a un ser humano y condenarlo a la esclavitud sexual? Un niño famélico nos resulta algo intolerable para nuestra conciencia ciudadana. ¿Pensamos alguna vez que pasa por la cabeza de una madre que espera a que sus hijos famélicos dejen de llorar de hambre y se duerman, por

agotamiento, sabiendo que cuando despierten seguirá sin tener nada que darles de comer? Hace más de 20 años discutí con Ernesto Sábato porque condenó la aberración de torturar a los niños, calificándolos de 'inocentes absolutos.' ¿Hay acaso inocentes relativos?, le pregunté. ¿No es una atrocidad igual torturar a una embarazada, un anciano, o un joven fornido? Establecer grados en el horror es peligroso. Cuando menos, equívoco. Cuando más, hipócrita. Las víctimas infantiles hieren nuestra sensibilidad más que otras víctimas adultas. Pero el horror que origina el sufrimiento de niños y adultos es el mismo.

**Según su experiencia, ¿podrías hacer una valoración de cómo se trata en televisión las noticias sobre catástrofes, guerras o hambrunas de países empobrecidos en las que aparecen niños?**

Se trata igual de mal que cuando aparecen víctimas adultas. Es decir, sin cuestionar las causas últimas de las hambrunas, las guerras y el empobrecimiento. La razón de la mortandad que provocan los desastres naturales está en la fragilidad de las estructuras de los países empobrecidos. La razón del hambre y la pobreza es el reparto desigual de la riqueza, que obedece a una regulación precisa como base de un orden criminal del mundo. ¿Cómo se puede hablar de hambrunas sin cuestionar lo ilícito de un mercado mundial de alimentos regido por las cotizaciones en la bolsa de Chicago en vez de por el comercio bilateral? Aceptamos las leyes despiadadas del libre mercado como los mandamientos de un nuevo dios, y hablamos de solidaridad cuando no de hacer caridad. La información es mala porque se basa en la aceptación sin cuestionamiento de un orden mundial basado en el latrocinio institucionalizado.

**¿Podría señalar los aspectos más relevantes y en los que haría hincapié para un adecuado tratamiento informativo en estos casos?**

Sería fundamental que existieran 'empresas periodísticas', no productos informativos fabricados por empresas pertenecientes a grupos de capital. Haría falta que la sociedad recuperase la capacidad crítica que está perdiendo. Que los lectores/espectadores se quejaran, protestaran, exigieran. Que las universidades

cuestionasen el modelo económico vigente en lugar de predicarlo como el mejor de los mundos posibles. Que los profesionales del periodismo denunciáramos la trivialización de los asuntos, los silencios y la creciente tendencia a convertir los espacios informativos en espectáculos o pasatiempos.

---

**"La información es mala porque se basa en la aceptación sin cuestionamiento de un orden mundial basado en el latrocinio institucionalizado"**

---

**Las imágenes de televisión e internet que reproducen actos violentos se identifican normalmente como la principal causa del incremento de delitos cometidos por niños y adolescentes. ¿Cuál es su opinión sobre este tema?**

Los niños y adolescentes responden al modelo social en que crecen. Hay imágenes que no deberían difundirse, por respeto a la dignidad y para evitar que sean imitadas. Pero también es hipócrita que nos escandalicemos ante ellas, cuando 'educamos' a nuestros hijos en una absoluta confusión de valores.

# Entrevista a Gabriel del Río

Director del programa La Banda de RTVA.



**La Banda lleva más de diez años entreteniendo a varias generaciones. ¿Podría explicarnos cuál es el secreto de este éxito?**

El trabajo diario. Detrás de La Banda hay un equipo de más de cincuenta personas que trabajan en cada área del programa. Para empezar, La Banda cuenta con cuatro grandes comunicadores como son Felipe, Tutti, Mara y Fabio, sus presentadores. Son cercanos y conectan de maravilla con el público, y lo más importante, tienen credibilidad. A partir de aquí intentamos ofrecer espacios novedosos y diferentes para que la audiencia no se aburra. Partimos de una idea, creamos el contenido y lo trasladamos a un lenguaje audiovisual que sea atractivo para los más pequeños. Siempre, hagamos lo que hagamos, tenemos que estar seguros que es interesante para nuestra audiencia: los niños y niñas de Andalucía. Contamos con un equipo de guionistas

experimentados y con asesores que colaboran en las secciones que necesitan una mayor especialización. Utilizamos un lenguaje directo y muy visual. Por último hay que tener en cuenta que La Banda complementa su vocación de servicio público con la divulgación de los valores propios de la sociedad democrática en que vivimos, por supuesto sin dejar de lado el entretenimiento.

**¿Cuántos socios tiene actualmente el programa y de qué modo conseguís que participen?**

En estos momentos, el Club de La Banda está a punto de llegar a los 600.000 socios. Son niños y niñas, principalmente de Andalucía, aunque tenemos socios de casi todas las provincias españolas, incluso de muchos países del mundo. Este club sirve de vehículo de comunicación entre el programa y los telespectadores. Disponemos de una página, web [www.labanda.es](http://www.labanda.es), a

través de la que se materializa toda esta comunicación, desde inscribirse como socio, poder asistir al programa o participar en numerosos concursos y actividades. A través de esta web se recibe la correspondencia de los socios, esto les da la posibilidad de enviar al programa sus dibujos, poesías, cartas, sugerencias, opiniones, etc. para que el resto de la audiencia los conozca.

---

**“En La Banda queremos ayudar a complementar la formación de los niños y niñas”**

---

Aunque el club también recibe un gran número de cartas por correo ordinario, tenemos que estar abierto a esta posibilidad ya que no todo el mundo dispone de internet en casa. Además el pertenecer al club te da un carné, para muchos niños su primer DNI, que le ofrece unas determinadas ventajas: le permite asistir a un gran número museos, cines y establecimientos de ocio totalmente gratis, o proporciona descuentos en muchas de estas actividades. Pero hay algo muy importante para el socio del Club de La Banda: el sentimiento de pertenencia a un gran colectivo de amigos en el que no se tiene en cuenta ningún tipo de barreras. El carné hace iguales a todos los niños que lo poseen y permite avanzar en la lucha contra la discriminación y la desigualdad,

sean éstas por razón de nacimiento, raza, sexo, religión, edad, territorialidad; independientemente de su origen familiar o social, o de las posibilidades económicas familiares.

**¿Cuáles son los criterios que orientan la selección de los contenidos del programa?**

Hemos comentado anteriormente que La Banda aúna el servicio público con la divulgación de valores, todo ello desde el más puro entretenimiento. Estas son nuestras fuentes a la hora de comenzar a crear los contenidos. En La Banda queremos ayudar a complementar la formación de los niños y niñas. Más que educativo, yo me atrevería a denominar nuestro programa como complementario de la formación.

Partimos de los valores propios de nuestra sociedad; el respeto por el medio ambiente, la tolerancia, el no sexismo o coeducación, educación vial, consumo responsable, educación para la paz, el conocimiento de Andalucía, etc. No olvidamos la animación a la lectura ni aquellos contenidos que refuerzan los contenidos escolares como la ciencia, la lengua inglesa, internet, las manualidades o la educación para la salud. Con todo ello creamos los contenidos, bien a modo de mensajes sencillos y directos que transmiten los presentadores, o mediante secciones en los que los presentadores interpretan personajes re-

res, o mediante secciones en los que los presentadores interpretan personajes relacionados con cada tema; Dr. Fabien la ciencia, CyberTutti internet, Chef Filipuá cocina, etc.

### **¿Contáis con la participación de los menores en la producción de las distintas secciones?**

Por La Banda pasan al año casi 10.000 niños. Niños y niñas que vienen hasta nuestro plató o hasta las localizaciones en exteriores en las que grabamos nuestro programa. No sólo vienen a ver el programa, vienen a participar en concursos diseñados para ellos y en los que tienen que superar pruebas en las que se combinan la habilidad, el esfuerzo, la cultura y el desarrollo de los valores. Muchos de estos concursos están diseñados en forma de gymkhana, con equipos que necesitan realizar trabajos en común, que necesitan la implicación de todos los miembros. Para ello el programa dispone de un departamento de visitas que gestiona la presencia de los niños y niñas en los programas. Los pequeños vienen con sus colegios, en el autobús que el programa les proporciona, a la llegada desayunan y una vez que ha finalizado la grabación todos los pequeños son invitados a comer antes de volver a su población de origen. Una excursión inolvidable. También, como hemos visto, a través del Club y desde casa, los socios no envían dibujos o poesías, mandan chistes, postales, cartas, etc. Ver

cómo se muestran esos dibujos al resto de audiencia les motiva y son muchísimas las cartas que nos llegan. Nuestra propia web continuamente organiza concursos en los que se les pide a los socios su implicación y se les invita a participar a la vez que se les estimula la creatividad.

### **¿Podría darnos su valoración de la programación infantil que existe actualmente en nuestro país?**

Actualmente, si echamos un vistazo a la programación generalista, vemos que solo prestan atención a los más pequeños las cadenas de titularidad pública. Canal Sur TV es la cadena que más horas dedica al público infantil y juvenil. Además podemos destacar la labor de Televisión Española o de alguna otra autonómica como TV3 de Cataluña. Los canales privados de televisión se limitan a dar escasas pinceladas o simplemente a la emisión de series de animación, sin programa específico. Da la impresión que la aportación de los más pequeños de casa a la audiencia diaria, no les hace merecer la pena llevar a cabo una inversión más allá de la compra de series de producción ajena que sirven para arropar los cortes de publicidad, algunas veces excesivos, sobre todo en las fechas próximas a la Navidad. Existen también canales temáticos destinados al público infantil, unos mejores que otros, pero todos emiten solo serie tras serie, sin programas con contenidos educativos, canales que muchos padres aprovechan

# Entrevista a Félix Angulo

Catedrático de Didáctica y Organización Escolar de la Universidad de Cádiz



**Los niños y niñas están expuestos a diario desde sus primeros años de vida a los medios de comunicación. Según su opinión, ¿qué papel debe jugar la Educación?**

En realidad podríamos hablar de *insiders*, como han señalado algunos investigadores anglosajones; a diferencia de los adultos que somos meros *outsiders*. A ello añadiría que son *insiders digitales*. Quizás tengamos que entender que nos encontramos inmersos en un mundo densamente tecnológico, cuyas tecnologías son, preponderadamente digitales. La educación tiene un papel clave siempre que se centre en la pedagogía y el conocimiento y no tanto en la cacharrería en sí. Tener una pizarra digital es muy llamativo, pero una pizarra no hace que un docente sea mejor, ni que el alumnado aprenda más. Una clave se podría encontrar en acercar la pedagogía y los modos de gestionar el conocimiento a las posibilidades, plataformas y sistemas que ya están utilizando

los y las adolescentes y que están al alcance de gran parte del alumnado de primaria. Por ejemplo, ¿por qué no se puede escribir un *WebLog* sobre temas de Historia? ¿Por qué no buscar recursos en la *Wikipedia* o trabajar el Inglés en su versión inglesa? Hagamos lo que hagamos la educación tendría que ayudar a seleccionar, valorar, organizar y crear conocimiento; desarrollando la comprensión profunda sobre el mundo en el que vivimos. Se trata de más y mejor pedagogía, como siempre.

**Una de las opiniones más generalizadas es que la escuela no ha asumido conscientemente la necesidad de enseñar a los alumnos a descodificar los mensajes emitidos por los medios de comunicación. En su opinión, ¿cuáles serían los déficits más importantes y los métodos y estrategias docentes que se deben llevar a cabo para avanzar en este sentido?**

Históricamente la escuela se ha centrado en enseñar a descifrar el código alfabético, cuya generalización ha costado más de 20 siglos (basta con comprobar las tasas de analfabetismo en Europa y especialmente en España durante gran parte del siglo XX). Nunca se ha creído tan necesario hacer lo mismo con *los media*, encontrándonos actualmente en una curiosa tesitura: la mayoría de los medios se ofrecen en un soporte digital lo que transforma poderosamente el mismo mensaje y al mismo medio. Por ejemplo, los textos en la pantalla del ordenador poseen una estructura hipertextual e hipermedial... nos enfrentamos a nuevos códigos y sistemas que los adultos no dominamos y que, por primera vez en nuestra historia, las nuevas generaciones dominan antes. Añádase un problema muy actual: estamos tan 'preocupados' por la *morfosintaxis* y la memorización sin sentido de la 'historia de la literatura' que la lectura comprensiva ha desaparecido en una edad clave; aquélla que corresponde a la adolescencia y a la secundaria. ¡Menos mal que todavía hay bastantes adolescentes que leen los libros de Harry Potter o los de la Brújula Dorada! Y además de leer sus libros, juegan con los videojuegos correspondientes, ven las películas que se han realizado y participan en ferias y salones manga.

**¿Considera que se encuentra bien integrada la enseñanza sobre los medios de**

**comunicación en el currículo escolar obligatorio?**

Me parece que no; y éste es un problema que se puede encontrar desde los primeros momentos de la relación de la tecnología y la educación. Quizás, simplificando mucho, el problema es que hemos supeditado la enseñanza a la tecnología; lo que no es más que un gravísimo error. La cantidad de ordenadores en un centro no dice nada sobre la calidad educativa del centro y por extensión de la integración de la misma. Algunas escuelas han comenzado a centrarse en la pedagogía y el conocimiento, preguntándose luego qué recursos digitales emplear. Aunque no lo parezca ésta es una postura innovadora e inteligente.

**¿Qué iniciativas propondría para aunar la labor de los educadores y los profesionales de los medios?**

En este punto la iniciativa debería partir de los medios y algunos en pequeña medida lo están llevando a cabo. Por ejemplo, debería promocionar proyectos en los que las escuelas tuvieran que emplear recursos tecnológicos y pedagógicos. Un ejemplo que se me ocurre es el de apoyar proyectos de reportajes, portales temáticos, periódicos, radios escolares, etc.

## Entrevista a Fernando García

**Jefe de Estudios y Coordinador TIC del colegio San Walabonso de Huelva**



**¿Cuáles son los retos que las tecnologías de la información y la comunicación aportan hoy al sistema educativo?**

En principio creo que es el sistema educativo el que tiene el reto de incorporar plenamente y con garantías las tecnologías de la información y de la comunicación en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Pero esto requiere un cambio de actitud importante en los docentes y un cambio radical en la política educativa de las administraciones públicas con competencia en materia educativa.

Por otra parte, podríamos decir que las nuevas tecnologías tienen el reto de mejorar la calidad de nuestro sistema educativo. Pero la tecnología por sí misma no obra milagros en clase. Es decir, podemos considerar las TIC como elemento transformador del sistema educativo, o como elemento impulsor del tan necesario cambio educativo siempre que se produzcan otros cambios en paralelo. No basta con llenar

de ordenadores las aulas de los centros docentes para que se produzcan cambios metodológicos, didácticos y pedagógicos en nuestro sistema educativo.

**¿Considera que el profesorado tiene suficientes recursos para afrontar el desafío a la metodología y las formas de aprendizaje tradicionales que introducen las nuevas tecnologías en el aula?**

Aquí la palabra recursos es muy ambigua, podemos entenderla de distintas formas. Si la pregunta se refiere a los recursos materiales, la respuesta es que no todos contamos con los recursos necesarios, ni en todos los centros educativos existen los mismos medios.

Si la pregunta se refiere a los recursos metodológicos, didácticos y pedagógicos de los docentes, la respuesta es que no se puede generalizar y depende más de las personas en particular y no de todo el

cuerpo docente. El profesorado ya ha demostrado en demasiadas ocasiones su gran capacidad de innovación y de adaptación a las distintas exigencias que cada una de las nuevas leyes y reformas educativas le ha ido planteando. Es decir, la mayor parte del profesorado tiene una buena disposición para afrontar la integración de las TIC en sus aulas o en sus centros aún habiéndose formado en un sistema educativo completamente distinto, por ejemplo no existían las TIC, por lo que no tiene modelos de referencia. Aunque otra parte del profesorado se muestra reticente a incorporar esta nueva realidad en sus clases por muy diversas y variadas razones.

Sin embargo, no se puede descargar toda la responsabilidad sólo en el profesorado porque hay otros factores que son competencia de las administraciones educativas. Por no extenderme demasiado sólo citaré algunos: el excesivo número de alumnos/as por aula no ayuda a afrontar ningún tipo de desafío; no existe una "hoja de ruta" que marque las directrices a seguir; las facultades de educación tienen que hacer un esfuerzo para que la formación inicial del profesorado sea la adecuada a los tiempos actuales; la formación permanente del profesorado no parece que esté dando los resultados deseados.

**Según el INE, en 2007 el 72,4% de los menores entre 10 y 15 años eran usua-**

**rios activos de Internet. Es decir, no se limitaban al consumo de medios interactivos, sino que también participaban en la producción de contenidos. En relación con esta información y desde su experiencia, ¿cuál es la realidad que se vive en los centros educativos?**

La realidad que se vive en los centros educativos, en relación con esta información, es muy diversa. El uso que se hace de Internet es también muy diverso. Hay centros en los que el alumnado es creador y productor de contenidos, en otros sólo se limitan a ser consumidores de recursos y en otros ni siquiera usan Internet. Por otra parte, más que el simple dato estadístico, sería deseable conocer qué tipo de contenidos han aportado ese 72,4% de los menores a la red.

---

**"El excesivo número de alumnos/as por aula no ayuda a afrontar ningún tipo de desafío"**

---

**¿Qué medidas serían necesarias para fomentar entre los menores el uso responsable y la utilización adecuada de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación?**

Creo que es muy difícil elaborar un listado con las medidas necesarias para el uso seguro y responsable de Internet por par-

te de los menores porque las TIC están evolucionado constantemente y de una manera vertiginosa. Cada vez nos ofrecen más y mejores medios, numerosos y nuevos dispositivos digitales que facilitan la comunicación y abren una impresionante variedad de posibilidades para la creación de contenidos, la educación, el ocio, la interacción con otros usuarios, etc. Estamos pasando de ser meros receptores pasivos de información a miembros proactivos de las comunidades en red. Esto está provocando una transformación acelerada y profunda en los hábitos de consumo de información de nuestros menores. Y aunque en muchos sitios de Internet más o menos especializados en estos temas nos podemos encontrar unas recomendaciones básicas para familias, para docentes, e incluso para los propios menores, creo que las medidas más importantes son sencillamente el sentido común y la educación, que es la mejor herramienta para fomentar el uso responsable, adecuado y seguro de Internet.

La prevención de los riesgos asociados al uso de Internet se puede conseguir navegando con nuestros hijos e hijas. A la vez los estaremos educando para "saber estar" en este nuevo espacio social en el que, nos guste o no nos guste, van a tener que vivir, de la misma manera que hacemos en otros ámbitos de la vida. Por ejemplo cuando salimos con ellos a la calle intentamos educarlos en las normas de con-

ducta adecuadas para que tengan un comportamiento socialmente aceptable.

---

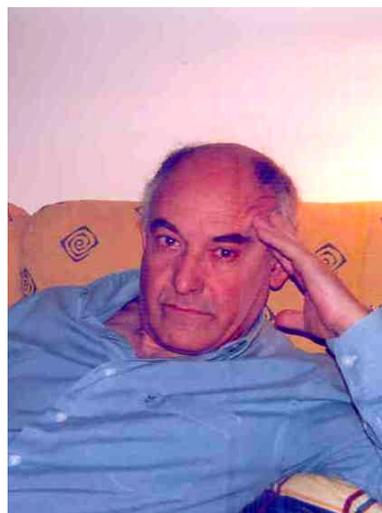
" La prevención de los riesgos asociados al uso de Internet se puede conseguir navegando con nuestros hijos e hijas"

---

Por otra parte, sería interesante que los medios de comunicación de masas se involucraran también en esta tarea porque, hoy por hoy, son demasiado alarmistas y ofrecen información sensacionalista para conseguir máxima audiencia, sin importarles el daño que causan al ofrecer este tipo de noticias.

# Entrevista a Esteban Torres

Director del Centro de Estudios Audiovisuales de la Universidad de La Laguna



**¿Qué caracteriza actualmente a la publicidad dirigida a la infancia y adolescencia que se emite en España?**

Nada, sino el interés comercial como cualquier otra publicidad dirigida a otro sector de población. Los anunciantes tratan de conectar con el momento evolutivo de los niños y jóvenes para venderles todo. La publicidad dirigida a la infancia tiene un tratamiento permisivo y ambiguo en la Ley General de Publicidad (34/1988 de 11 de noviembre, modificada por la Ley 39/2002 de 28 de octubre y por la Ley 1/2004 de 28 de diciembre). Casi todo se puede dirigir a la infancia y casi todo con la infancia dentro de los anuncios. La creación en la universidad de La Laguna del Centro de Estudios Audiovisuales viene con la intención de desarrollar un Observatorio de Medios que denuncie los abusos que el código de autorregulación de las empresas publicitarias no es capaz de reducir. Un ejemplo con-

creto concreto es el volumen de publicidad de alimentos dirigido a la infancia que pone en grave riesgo la salud a medio plazo de los jóvenes, inducidos a una sobrealimentación nociva.

**¿Cómo afectan los medios de comunicación en general, y la publicidad en particular, a la infancia, tanto en su desarrollo mental como en sus relaciones afectivas, sociales, en su escala de valores, creencias, etc.?**

En lo relativo a la publicidad sólo hay que considerar una cosa: ¿qué empresa invierte grandes cantidades de dinero a fondo perdido? Sería un atentado a la cuenta de resultados y sus dirigentes no podrían mantenerse en ese empleo mucho más tiempo. Por tanto, la publicidad es rentable, muy rentable. Unas empresas se diferencian de otras en sus beneficios por el porcentaje de publicidad de sus productos que se pueden permitir. Si a esto añadi-

mos receptores jóvenes, especialmente orientados a las pantallas audiovisuales, con poca experiencia social y con poca experiencia de decodificación de mensajes simbólicos, estaríamos hablando del público ideal para ser seducido por los anunciantes. La publicidad, si es buena, es penetrante siempre; en el caso de poblaciones jóvenes la presión de compra que puede llegar a inducirse queda patente en las campañas de Navidad.

En general, puede decirse que los medios audiovisuales son hoy en día un auténtico nicho de desarrollo, a veces más influyentes que las familias, a veces igual de influyentes y, con esfuerzo, algunas veces, menos influyentes que las familias. Ignorar esto es estar al margen de una fuente de cambio humano tan poderosa o más como lo fue la escritura en su momento y su extensión masiva.

---

“La publicidad dirigida a la infancia tiene un tratamiento permisivo y ambiguo en la Ley General de Publicidad”

---

**El Consejo de la Juventud de Noruega plantea la prohibición total de los mensajes publicitarios a la infancia. ¿Qué opina sobre este tipo de medidas?**

Estoy a favor. Hay que considerar las edades de las que se habla, pero la reducción del bombardeo publicitario dirigido a la infancia es un signo de desarrollo en un país si se llega a ello a través de un consenso razonable entre autoridades, expertos y anunciantes.

**¿Qué estrategias pueden llevar a cabo los padres para educar a sus hijos e hijas y contrarrestar los riesgos derivados de la publicidad?**

La técnica más eficaz son ellos mismos como modelo de consumo, de espectadores y como mediadores entre las pantallas y sus hijos de los valores que quieren transmitirles. Las prédicas pierden su efectividad pronto, pero los comportamientos pueden durar toda la vida como modelos para la siguiente generación. Además, un buen entrenamiento en técnicas de decodificación de mensajes, mucho más simple que su enunciación, ayudará a defenderse de la publicidad.

# Entrevista a Francisco Sierra

Profesor de Teoría de la Información de la  
Universidad de Sevilla



**En los últimos años da la impresión de que 'televisión' y 'educación' son conceptos antagónicos. ¿Qué elementos son imprescindibles para hacer una TV infantil y juvenil educativa de calidad?**

Dos factores son determinantes: la existencia de órganos de control, como los Consejos Audiovisuales, y la producción de contenidos de calidad, hoy por hoy inexistentes.

**¿A qué cree que se debe la desaparición de las franjas 'infantiles' de la tarde televisiva?**

La racionalidad mercantil de la industria radiotelevisiva deja marginados sectores con escaso poder de compra como personas de la tercera edad y niños. La orientación comercial de la televisión exigiría por ello la intervención de los poderes públicos.

**¿Qué tendencias cree que seguirán en los próximos años las iniciativas de comunicación educativa destinadas a la infancia y adolescencia? ¿Las nuevas tecnologías serán una ayuda o un freno a las mismas?**

Las nuevas tecnologías sin duda contribuyen a la formación de la infancia y la juventud, pero la comunicación educativa sigue siendo una asignatura pendiente en el sistema educativo. El reto será lograr su inclusión integral en la formación de los nuevos ciudadanos.

**¿Hay alguna experiencia actual de comunicación educativa que pueda recomendar?**

El grupo coordinado por el profesor Roberto Aparici ([www.uned.es/ntedu](http://www.uned.es/ntedu)) viene produciendo materiales audiovisuales. Otra experiencia interesante es el del colectivo de educadores AIRE.

## Entrevista a Víctor Marí



**Profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Cádiz**

**A pesar de que existen estudios que demuestran que no es posible determinar que la violencia mediática hace a los menores más agresivos, sigue siendo lo que más preocupa a las familias. ¿Cuál es su valoración sobre este tema?**

Estoy de acuerdo en que no se pueden establecer análisis deterministas y reduccionistas entre la violencia de los medios y el impacto de la violencia en los niños. Suelen predominar los análisis que estudian la relación medios-niños sólo en un sentido (¿como influyen los medios en los niños y en la sociedad), olvidando las preguntas que surgen cuando se analiza la relación en sentido inverso (¿qué está pasando actualmente en la sociedad para que tenga tanto impacto en los niños la televisión?).

Creo que, desde esta visión amplia y compleja del tema, es posible percibir la influencia decisiva en esta relación de cuestiones como la precariedad económica y

la inestabilidad laboral de muchos padres y familias, la cultura del consumo, la incitación a la competitividad o el desconocimiento de propuestas no violentas para la resolución de los conflictos.

---

**"¿Qué está pasando actualmente en la sociedad para que tenga tanto impacto en los niños la televisión?"**

---

**¿Cuál sería su propuesta pedagógica para educar a las familias en la "cultura digital"?**

En primer lugar, reconocer que la televisión y los medios de comunicación forman parte del mundo de hoy, y por lo tanto hace falta partir de la realidad, sin añorar otros tiempos pasados. En segundo lugar, que los padres estén alfabetizados audiovisualmente, que sepan leer mensajes audiovisuales críticamente para poder

iniciar en esta faceta a sus hijos. En tercer lugar, aplicar una de las tres "r" de las que habla el movimiento ecologista: reducir. Reducir el consumo de medios, para hacer ocupar el tiempo libre de otras actividades. Y, siempre, buscar espacios para el diálogo y para la participación social de padres y jóvenes, romper con la cultura de la pasividad.

---

"Habría que ir más allá, a colocar en el centro de los planes de estudio el análisis de la cultura popular"

---

**¿Qué características debe tener una televisión educativa comprometida con una idea integral de "educación en los medios de comunicación"?**

Por desgracia, en España no han terminado de asentarse propuestas sólidas y viables para el impulso de la televisión educativa tal y como la entendemos los que estamos en el foro. Porque la televisión siempre educa, aunque no haya programas educativos. En todo programa hay una propuesta de valores, personajes con los que nos invitan a identificarnos, posicionamientos ante la realidad. Haría falta una televisión que asegure el derecho al acceso recogido en la constitución, por parte de asociaciones y colectivos, espe-

cialmente aquellos más vinculados a la educación en medios.

**¿Considera necesario incluir una asignatura de análisis del lenguaje de los medios de comunicación en el currículo educativo?**

Claro que sí, aunque esta batalla lleva muchos años planteada y no se ha conseguido asentar. Habría que ir más allá, a colocar en el centro de los planes de estudio el análisis de la cultura popular (entendida como la cultura que se crea y difunde en los medios), porque es en esta cultura en la que se socializan los niños y niñas antes, durante y después de la escuela. Hace falta problematizar lo que en esta cultura popular se propone. Dicho de otra manera, la educación en medios es una cuestión transversal, que se debería abordar específicamente en una asignatura pero que debería impregnar el conjunto del plan de estudios.

## Entrevista a Ana Rodríguez

Responsable del Área de Menores del Centro Reina Sofía, Fundación de la Comunidad Valenciana para el estudio de la Violencia.



**¿Qué caracteriza, hoy día, a la información emitida en España sobre violencia ejercida por menores o sobre menores?**

En estas tres últimas décadas se han realizado diversos análisis de contenido, en los que se ha intentado evaluar sistemáticamente la presencia de la violencia en la televisión. El más extenso y riguroso de estos estudios ha sido el realizado recientemente por diez investigadores de la Universidad de California en Santa Bárbara. Podemos señalar rasgos contextuales que pueden hacer que un contenido violento induzca mayor imitación y que de alguna manera pueden ser comunes en España, algunos de ellos son:

- El humor como compañero, o no de la violencia, es decir, la presencia de humor parece contribuir al aprendizaje de la violencia.
- El grado de realismo de la violencia: hay

numerosos estudios que ponen de manifiesto que son más peligrosas para los espectadores las representaciones realistas de la violencia que las irreales. Cabría inferir por tanto que la violencia de los dibujos animados es relativamente inocua. Sin embargo, la investigación científica hecha con niños muy pequeños pone de manifiesto lo infundado de esta conclusión. Lo que le parece irreal a un espectador maduro puede parecerle completamente real a un niño pequeño.

- La extensión y carácter gráfico de la violencia. Un ejemplo muy explícito podrían ser algunos videojuegos violentos que actualmente están en el mercado.
- Y sobre todo la naturaleza de la víctima y del agresor. Lo más probable es que los espectadores reaccionen y presten más atención ante modelos que se perciben atractivos y agradables.

En cualquier caso, para que la violencia real se produzca, se requiere del concurso de varios factores, ya sean estos de tipo individual, familiar o social.

**¿Sabemos informar sobre violencia e infancia? ¿Qué recomendaciones daría para cubrir estas informaciones?**

A la hora de informar sobre infancia y violencia el periodista debe ser parte de la solución, no parte del problema. Por ello, sería recomendable tener en cuenta las siguientes sugerencias, fruto de la opinión de 775 profesionales de la información de toda España, periodistas de otros países y expertos que han participado en el Foro Internacional " Infancia y violencia", organizado por el Centro Reina Sofía en Valencia (marzo de 2007):

- Informar de los sucesos relacionados con niños como si estos fueran tus propios hijos. Es decir, ponerse en el papel de las familias afectadas. A la hora de informar de estos asuntos no vale todo: la protección de menores es un derecho fundamental reconocido internacionalmente y como tal debe respetarse. Los menores son sujetos de derecho con plenos poderes.
- Respetar la privacidad y confidencialidad de los menores, sean víctimas o agresores. En ninguno de los casos publicar su identidad, imagen, ni datos de su entorno que contribuyan a su identificación.

- Centrar más la atención informativa en el agresor y no tanto en la víctima.
- Evitar tanto la demonización del agresor como la justificación de sus actos. Somos periodistas, no jueces.
- No caer en la victimización de los menores que padecen violencia.
- Evitar los detalles sobre el modus operandi de los agresores que puedan provocar un efecto de imitación.
- Ser muy cuidadosos con la información y el lenguaje, y no difundir las imágenes grabadas por los propios jóvenes.

---

"Informar de los sucesos relacionados con niños como si estos fueran tus propios hijos"

---

**¿De qué manera afecta a la infancia y adolescencia la recepción de mensajes violentos a través de los medios de comunicación?**

Desde principios de los años 60 distintos autores han puesto de manifiesto que la violencia filmada tiene efectos de diversa índole sobre la violencia real. Tales efectos pueden ser de tipo emocional, cognitivo o conductual.

Entre los efectos emocionales cabe destacar la desensibilización. El término hace referencia a la disminución de las reacciones emocionales como resultado de una exposición frecuente o reiterada a contenidos violentos. De este modo, las reacciones de ansiedad y sufrimiento ante el dolor de las víctimas y la crueldad de las acciones se van debilitando poco a poco.

Entre los efectos cognitivos de la violencia en los medios de comunicación destacamos el efecto del cultivo. Partidarios de esta teoría argumentan que los medios de comunicación y fundamentalmente la televisión, moldean y mantienen las construcciones que el público hace sobre la realidad.

Entre los efectos conductuales cabe destacar el efecto del modelado o aprendizaje por observación. El término "modelado" significa que las personas aprenden conductas por observación de modelos, sean éstos reales o simbólicos.

### **¿Como deben actuar los padres a la hora de hacer frente a la recepción de mensajes violentos por parte de sus hijos?**

La afectividad y el control de la conducta de los hijos son esenciales para una crianza equilibrada. Resulta positivo un estilo parental democrático donde los padres comuniquen las reglas con claridad, las refuercen, pasen tiempo de ocio con sus

hijos, sean conscientes de la educación de los menores mostrando desagrado y enfado en respuesta a la conducta inapropiada y también se muestren satisfechos y apoyen la conducta constructiva del niño.

Entre todas las posibles combinaciones, aquella que une la falta de afecto y atención y la ausencia de normas es la que produce consecuencias más desastrosas en el proceso de socialización.

La mayoría de los programas televisivos incluyen temas más o menos violentos como un medio para entretener. Por ello es fundamental que los padres estén presentes en la medida en lo que puedan cuando los menores estén viendo cualquier programa, película o estén jugando a cualquier videojuego.

Los padres deben procurar ver la televisión con los hijos, haciéndoles las observaciones pertinentes para constatar su irrealidad, cuando sea el caso, o contrarrestar su potencial influencia negativa mediante alternativas constructivas. Deben ser conscientes de los riesgos asociados con ver la televisión, sin hacer excepciones con espacios infantiles, como los dibujos animados, considerados a priori inocuos.

## Entrevista a Antonio Manfredi

Director territorial de RTVA Huelva y vocal del Consejo Andaluz de Asuntos de Menores.



**¿Qué características tiene la información actual que recibe la infancia andaluza a través de los medios de comunicación?**

La situación tiende a mejorar en los últimos dos años. Los niños andaluces tienen ahora acceso al menos a tres canales infantiles de televisión gratuitos, lo cual es un avance importante. Sin embargo, la tendencia a considerarles meros objetos de consumo y, por lo tanto, multiplicar los contenidos basados en "tanto tienes, tanto vales", está llegando a extremos preocupantes. Sin embargo, no es ésta la situación que más debe preocuparnos, puesto que es un error considerar a los niños como una parte distinta del núcleo familiar. Ellos lo marcan y asumen su rol de líderes también a la hora de controlar el mando a distancia, lo que lleva a que dos de cada cinco niños andaluces se acueste todos los días después de las 23 horas y uno de cada cinco después de la

medianoche, consumiendo productos claramente para adultos; hasta el punto de que las cadenas están aprovechando esta situación para modificar sus productos en ese tramo horario, llamado el segundo "prime time".

**Recientes datos indican que los menores se alejan cada vez más de los medios de comunicación generalistas clásicos (prensa, radio y televisión) ¿Hacia dónde va la relación de los menores con los medios de comunicación?**

Cierto, lo cual no es malo por sí mismo, salvo para comunicólogos que, en realidad, defienden la continuidad de modelos del siglo pasado. Los menores buscan aquello que mayor beneficio estético – espectacular les produce, y ahora es posible encontrarlo en formatos en tiempo real, compartido y mucho más atractivo que algunos modelos de comunicación generalistas. Esta tendencia no va a parar.

Más bien al contrario y ellos son los consumidores del mañana. A los medios generalistas no les queda más remedio que evolucionar.

---

**“2 de cada 5 niños andaluces se acuesta todos los días después de las 23 horas y 1 de cada 5 después de la medianoche, consumiendo productos claramente para adultos”**

---

**¿Cómo afectará a la infancia la entrada de nuevos soportes audiovisuales y tecnológicos?**

Es difícil de definir, porque la tecnología avanza muy rápido y no sabemos qué modelos acabarán imponiéndose. Es algo que ocurre desde hace 15 años: tecnología con fuerte marketing fracasa estrepitosamente y otra con menor apoyo mediático acaba imponiéndose. En general, creo que el uso de tecnologías inalámbricas, de entretenimiento y musicales son las que triunfarán. Es decir, el teléfono móvil, verdadero arquetipo tecnológico de las nuevas generaciones.

**¿Qué consejos daría a los padres que deseen educar 'comunicativamente' a sus hijos?**

En primer lugar, que no entren en una dinámica de miedo y temor a que sus hijos se pierdan en el mundo digital. Al contrario, hay que acercarse a esos dispositivos y dominarlos con ellos. Es posible hacerlo. Por otra parte, impedir la dictadura estética y consumista a que nos llevan los contenidos televisivos, racionalizando el uso de la televisión y acompañándolos siempre que se pueda. Desde luego, no usar la televisión o cualquier otro dispositivo como niñeras.

---

**“El teléfono móvil, verdadero arquetipo tecnológico de las nuevas generaciones”**

---



#### Aviso legal

Esta obra está sujeta a una Licencia "Reconocimiento-No comercial-Compartir bajo la misma licencia 2.5" de Creative Commons. Se permite la reproducción, distribución y comunicación siempre que se cite al autor y no se use con fines comerciales. La creación de obras derivadas también está permitida siempre que se difunda bajo la misma licencia. Puede consultar la licencia completa en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/es/legalcode.es>

# Observatorio de la Infancia en Andalucía

ORGANIZA

Observatorio de la Infancia en Andalucía

[www.juntadeandalucia.es/observatoriodelainfancia](http://www.juntadeandalucia.es/observatoriodelainfancia)



JUNTA DE ANDALUCÍA  
CONSEJERÍA PARA LA IGUALDAD Y BIENESTAR SOCIAL

COLABORAN



JUNTA DE ANDALUCÍA Consejo Audiovisual de Andalucía



AYUNTAMIENTO DE PUNTA UMBRÍA

**OBSERVATORIO DE LA INFANCIA EN ANDALUCÍA**  
Paseo de los Coches, s/n (Alhambra). 18009 Granada  
Tlfo 958 029 760 Fax 958 029 775  
[observatorioinfancia.fass@juntadeandalucia.es](mailto:observatorioinfancia.fass@juntadeandalucia.es)