



Recibido: 29-05-2012
Revisado: 08-07-2012
Aceptado: 24-09-2012

Código RECYT: 17270
Preprint: 20-01-2013
Publicación final: 01-03-2013

DOI: 10.3916/C40-2013-03-04

Miguel A. Ortiz, José A. Ruiz y Elba Díaz
Madrid (España)

¿Están las cadenas de televisión interesadas en una mejor televisión para los menores? Las televisiones y la investigación en infancia y televisión

Are Spanish TV Broadcasters Interested In A Better TV For Children? TV Broadcasters and Research on TV and Children

Resumen

Este artículo describe las principales aportaciones de las televisiones españolas al estudio y reformulación de la relación entre televisión e infancia. La necesidad de recabar y organizar a lo largo del tiempo esas contribuciones justifica este trabajo. Los contenidos infantiles de calidad, el consumo infantil de televisión, y el papel de las cadenas televisivas para trasladar a la ciudadanía una imagen positiva de la infancia, han sido los ejes vertebradores sobre los que se ha fundamentado este texto. Los datos aportados son el resultado de un estudio llevado a cabo desde el Observatorio Comunicación y Sociedad. Metodológicamente, la consulta de bibliografía científica sobre la televisión y la infancia ha permitido contextualizar este estudio. Posteriormente, la utilización de una microencuesta a los responsables de contenidos infantiles de las principales cadenas televisivas españolas, y el análisis de las diferentes experiencias y documentos de trabajo elaborados por las televisiones, han permitido construir un escenario con las principales aportaciones de las emisoras a un nuevo paradigma que mejore la relación de los menores con la televisión. Las conclusiones más destacadas extraídas del análisis y de las consultas con los expertos apuntan a que, salvo en el caso de la televisión pública estatal y de algunas televisiones autonómicas, la investigación y reformulación del binomio infancia/televisión no es un objetivo prioritario para las cadenas. De hecho, sólo TVE tiene producción científica relevante en la materia.

Abstract

This paper describes the main contributions of the TV broadcasters in Spain to the study of the relationships between television and childhood. It is justified by the need of compile and organise these contributions. Quality contents broadcasted for children, children consumption of television and the role of TV channels to transfer a positive image of the childhood have been the mainstays of this text. The information that we report is the result of the study carried out from Observatorio Comunicación y Sociedad. Methodologically, consulting scientific bibliography about television and childhood has made possible to put our study into context. After that, the use of questionnaire to people responsible of contents broadcasted for children by the main Spanish TV channels, and the analysis of the different experiences and work papers prepared by televisiones, have allowed to create a setting with the broadcasters' main contributions to a new paradigm which improves the relationship between minors and television. The conclusion from the analysis and the consultation to experts point that, except in the case of the public state television and some regional televisions, the research and the redesign of the childhood/television relationship is not one of the channels priorities. In fact, only TVE has an important scientific production in this field.

Palabras clave/ Keywords

Infancia, menores, televisión, investigación, contenidos televisivos, programas, Internet, alfabetización audiovisual.

Children, minors, television, research, TV contents, programs, Internet, media literacy.

Dr. Miguel A. Ortiz-Sobrino es Director de Inforadio y Profesor Contratado Doctor del Departamento Periodismo IV de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense (España) (maortiz@ccinf.ucm.es).

Dr. José A. Ruiz-San-Román es Profesor Titular del Departamento Sociología VI de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense (España) (jars@ccinf.ucm.es).

Dra. Elba Díaz-Cerveró es Profesora del Centro Universitario Villanueva, adscrito a la Universidad Complutense (España) (ediaz@villanueva.edu).

1. Introducción y estado de la cuestión

En lo que va de siglo, las cuestiones que más interés han suscitado entre investigadores y usuarios de la comunicación españoles han sido la protección de la audiencia infantil (Torrecillas, Lacave & Díaz-Cerveró, 2012), la calidad de los contenidos televisivos dirigidos a menores, el cumplimiento del Código de Autorregulación de los Contenidos (Fernández-Martínez & López de Ayala López, 2011) y la necesidad de políticas de alfabetización mediática (Aguaded, 2007). Fuera de nuestras fronteras, la relación de la infancia con la televisión también está siendo objeto de abundantes estudios (Steeimers & D'Arma, 2012: 67-85; Pereira & Pinto, 2011; Larsen, 2010: 267-283). En los últimos años, este interés se ha puesto de manifiesto por la convocatoria en España de diferentes Congresos y Foros de carácter científico, como el Congreso Hispanoluso de Televisión de Calidad (2005), el Foro Internacional de Televisión celebrado en 2007 (Aguaded, 2007), o la III Jornada de Grupos de Investigación sobre Infancia y Comunicación, celebrada en Madrid (2011).

También en el ámbito universitario existen diferentes grupos de investigación que vienen produciendo un importante material científico sobre el tema (Tolsá & Bringué, 2012). El estudio de la relación de los nativos digitales con las pantallas (García, 2009: 7-30) a través del Proyecto Soc-media, o iniciativas para el estudio de la relación entre menores y televisión –como el Proyecto Procotín (2008-2012), dirigido Núñez-Ladeveze– son solo algunas de las iniciativas que, desde hace años, vienen sucediéndose en España. En todas ellas, la preocupación por la televisión infantil de calidad es una constante.

Este creciente interés ha provocado que, en algunos casos, las cadenas de televisión se hayan implicado en la investigación y la construcción de discursos televisivos en pro de la infancia. Ha sido en la televisión pública estatal (TVE) donde han surgido más iniciativas en este sentido, aunque también desde las televisiones autonómicas se ha puesto de manifiesto una cierta preocupación por el tema. Sin embargo, existen algunas diferencias entre las aportaciones y líneas de trabajo llevadas a cabo desde los diferentes ámbitos del sector público de televisión. Mientras que en TVE esta contribución ha trascendido su mera función informativa y habitualmente ha apostado por la investigación, en el caso de las televisiones autonómicas la apuesta se ha dirigido, esencialmente, hacia la sensibilización de sus profesionales con los temas relacionados con la infancia, y a la vigilancia de los contenidos en horarios de protección infantil.

La búsqueda de paradigmas de actuación para el consumo infantil de televisión en el hogar implementado en otros países (Seon-Kyoung & Doohwang, 2010: 389-403), la detección de riesgos de las pantallas para los menores (Livingstone & Haddon & al. 2010) y la construcción de un discurso positivo sobre la infancia, han fundamentado la actividad investigadora de la televisión pública estatal. Los resultados de esta actividad han sido difundidos en congresos nacionales e internacionales, así como en diferentes obras editadas por su Servicio de Publicaciones. Por su parte, las televisiones autonómicas se han centrado, esencialmente, en aspectos relacionados con el cumplimiento del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia de 2004, así como la incorporación de orientaciones para elaborar los contenidos infantiles, en sus Libros de Estilo. Aunque no conviene olvidar, en cualquier caso, su colaboración con los Consejos Audiovisuales y grupos de investigación de su zona de influencia (Milian & Pons, 2006: 825-852; Moreno, 2007).

El caso de la televisión privada en España ha sido diferente. Mas allá de suscribir el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, o de la firma de un protocolo de colaboración entre el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales y el sector audiovisual –el 26 de junio de 2004– su esfuerzo se ha reducido a alguna acción esporádica de promoción de los derechos de los menores. De hecho, en la propuesta formulada por la asociación de televisiones privadas, UTECA,

para la creación de un Consejo Superior de Televisión se ignoraba completamente a la audiencia infantil (del Corral, 2006).

2. Metodología

2.1. El Observatorio Comunicación y Sociedad, como contexto

Este Observatorio es una iniciativa en la que participan investigadores de la Universidad Complutense y profesores del CES Villanueva. En el periodo 2010/11, el Observatorio llevó a cabo un proyecto de investigación para la elaboración de un informe del estado de la investigación sobre infancia y comunicación en España (1980-2010), en el que se identificara a los principales grupos de investigación y sus trabajos relacionados con el binomio infancia/comunicación, especialmente en el ámbito de las Facultades de Comunicación y de los medios de comunicación. En este sentido, una de las actividades abordadas fue la realización de una prospección sobre las aportaciones de las principales cadenas de televisión a este tipo de investigaciones y estudios.

2.2. Material y métodos

Para valorar su contribución, se tomaron en consideración las acciones llevadas a cabo por las cadenas de televisión que han contribuido a mejorar la calidad de los contenidos televisivos relacionados con la infancia y sus derechos. La técnica documental y la lectura de algunas contribuciones científicas sobre el tema permitieron establecer el estado de la cuestión. A partir de ahí, se realizó un análisis de la experiencia y el material científico que las televisiones han producido, bien por sí solas o en colaboración con los diferentes grupos de investigación e Instituciones. También el visionado de algunas campañas y contenidos a favor de la infancia emitidos por diferentes cadenas de televisión, ayudaron a comprender el posicionamiento de algunas televisiones en favor de un nuevo planteamiento sobre las relaciones de la televisión con los niños. Finalmente, los resultados obtenidos en una microencuesta telefónica realizada a los principales responsables de contenidos infantiles en las cadenas televisivas, han permitido confirmar, de primera mano, su nivel de compromiso con los contenidos infantiles de calidad. Fruto de este trabajo de campo, se extraen las conclusiones que se recogen en el artículo.

3. Análisis y resultados

3.1. La investigación sobre la Infancia y la Televisión desde la televisión pública estatal (TVE)

En la Biblioteca del Centro de Formación de RTVE se pueden encontrar las primeras referencias a estudios sobre la relación de la Infancia con los contenidos audiovisuales, que datan de los primeros años de la televisión en España. Uno de los primeros documentos que aparecen en su catálogo es el trabajo «Los niños y la televisión: encuesta sobre audiencias en programas de televisión», realizado por Jesús María Vázquez para el Ministerio de Información y Turismo, en 1965. El «Dossier de prensa de TVE sobre los niños y la publicidad: (Septiembre 1979-Diciembre 1980)», elaborado por la Oficina de prensa de RTVE en 1980, es otra de las primeras referencias documentales encontradas en el que se aborda la relación de los menores con los mensajes publicitarios.

Como miembro de la Unión Europea de Radiodifusión (UER), TVE ha participado prácticamente desde sus inicios en foros de divulgación propiciados por las televisiones públicas europeas, cuyas conclusiones han sido reflejadas en documentos posteriores. Así se hizo con el trabajo «Programas de televisión para preescolares y niños», escrito por Pilar Cabrera en 1985, en el que reflejaba las principales conclusiones de un seminario sobre televisión escolar promovido por la UER.

Entre los años 1990 y 2000, los estudios relacionados con el consumo infantil de televisión los realizó el Departamento de Marketing e Investigación de Audiencias de TVE, aunque su orientación y objetivos tenían ya un claro carácter comercial, dado que, desde 1989, se había roto el monopolio televisivo de TVE. En la actualidad, este Departamento sigue elaborando informes de carácter técnico sobre la audiencia infantil de televisión, elaborados con datos de audimetría aportados por empresas como Kantar Media o el Estudio General de Medios. A partir del año 2000, la actividad investigadora fue asumida por su Centro de Formación: el Instituto RTVE.

3.1.1. La investigación en infancia y televisión de la televisión pública en la última década

La publicación, en 2003, del Libro Blanco sobre «La educación en el entorno audiovisual» del Consejo Audiovisual de Cataluña (Pérez-Tornero, 2003) marcó un punto de inflexión para la toma de conciencia de la televisión pública sobre la incidencia del consumo televisivo entre los menores.

A partir de este informe elaborado por el profesor Pérez Tornero, se propició una corriente de reflexión sobre las posibilidades de conciliar el uso de la televisión con los intereses de la infancia. Una tendencia que se ha mantenido a lo largo de estos años: bien desde la perspectiva de la mediación familiar (Gabelas & Marta, 2008) o desde otras, como los hábitos de consumo infantil (Pérez-Ornia & Núñez-Ladeveze, 2006: 177) y sus transformaciones en los últimos años (López-Vidales, González & Medina, 2010: 97-130).

La televisión pública estatal fue participe desde el primer momento de esta corriente. En este sentido, TVE organizó en 2004 el Foro Nacional «Entorno familiar, menores, educación y televisión». Como conclusión de aquel Foro, se presentaron dos decálogos de «buenas prácticas de televisión» –uno para los menores y otro dirigido a los padres– que previamente se habían elaborado en sesiones de trabajo conjuntas de investigadores y profesionales del medio. El diagnóstico de la situación realizado por los participantes en aquel encuentro indicaba claramente la necesidad de cambio ante una cierta alarma social creada por el consumo infantil de televisión. Empezaba a preocupar, entonces, la escasez de programación infantil, los contenidos inapropiados para los menores que emitían las cadenas y, especialmente, el elevado número de horas que los niños pasaban delante de la pantalla del televisor. Los estudios de los expertos demostraban que el consumo infantil de televisión se concentraba mayoritariamente durante la noche, cuando se programaban contenidos inadecuados para su edad.

Poco después, las reiteradas llamadas de atención de ciertos organismos, como el Observatorio Nacional de la Televisión Infantil del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, surtieron efecto y forzaron a los operadores de televisión a tomar conciencia del problema. Como consecuencia de lo anterior, el 9 de diciembre de ese mismo año se firmó el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia. La televisión pública estatal no solo suscribió el acuerdo, si no que se comprometió a seguir trabajando en favor de una televisión infantil de calidad.

3.1.2. De los contenidos prioritarios de la televisión infantil a los contenidos sensibles

Un año después, en 2005, Televisión Española, en colaboración con el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, realizó un trabajo de investigación con el objetivo de detectar cuáles eran los contenidos infantiles emitidos desde las televisiones españolas y hacer una propuesta que sirviera como guía a los programadores. Se trataba de definir los contenidos preferentes y los valores urgentes que debe tener una programación infantil de calidad. Los resultados de la investigación se plasmaron en una publicación del Instituto de RTVE titulada «Programación infantil de televisión: orientaciones y contenidos prioritarios» (del-Río & Román, 2005) que fue coordinada por Miguel del Río, coautor del «Informe Pígmalión» (Álvarez & del-Río & del-Río, 2003). Los contenidos fueron presentados en el Foro Nacional «Infancia, Televisión y Educación», que fue organizado –en junio de 2005– por el Instituto de RTVE y la Dirección General de las Familias y la Infancia. El Foro contó con los representantes de las principales cadenas y los más prestigiosos investigadores sobre el tema.

También en 2005, el Instituto de RTVE organizó el Foro «Jóvenes, Drogas y Comunicación», en colaboración con la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción. De este encuentro salió un documento consensado por los investigadores participantes que se denominó «Propuestas de actuación para el tratamiento de las informaciones sobre jóvenes y drogas», que fue publicado por RTVE y la Fundación (Varios, 2005: 3-15).

En 2006, a la televisión le había surgido un nuevo y poderoso competidor electrónico: el videojuego (García-Galera, 2006:8-13). Aquella realidad propició que, desde la televisión pública, se organizara –en mayo de 2006– el Foro Nacional «Televisión, Videojuegos e Infancia en una Sociedad Multipantalla», en el que se propuso la elaboración de un decálogo de instrucciones para que las familias ayudaran a sus hijos a utilizar los videojuegos y el resto de las pantallas.

En 2007, la aportación científica de la televisión pública estatal se vehiculó a través del Foro Internacional «Educar la mirada. Propuestas para enseñar a ver la televisión» que el Instituto de RTVE, el Grupo Comunicar y la Dirección General de las Familias e Infancia del Ministerio de

Trabajo y Asuntos Sociales promovieron, en noviembre de ese año, con el objetivo de reflexionar y proponer pautas útiles para la necesaria alfabetización mediática y para un consumo responsable de los contenidos infantiles de televisión. La producción científica del congreso se reflejó en el número 31 de la Revista Comunicar y en la Publicación «Educar la Mirada», editada por el Instituto Oficial de Radio y Televisión y el Grupo Comunicar (Aguaded, 2007).

Como consecuencia de todas estas aportaciones de la televisión pública, sus profesionales cuentan hoy con una serie de recomendaciones para la elaboración de contenidos, encaminadas a garantizar los derechos de los menores. Así, en junio de 2010, TVE aprobó por unanimidad su «Libro de Estilo» en el que, dentro del apartado dedicado a la información y contenidos sensibles, se introduce un epígrafe dedicado a la infancia. Se trata de una guía de actuación para sus profesionales, cuyo objetivo es el tratamiento adecuado de los niños y sus derechos en la televisión pública (RTVE, 2010: 52).

3.1.3. TVE en el debate sobre infancia y la televisión

En los últimos diez años, la radiotelevisión pública estatal ha venido colaborando con otras instituciones que han promovido la investigación sobre la relación de los menores con las pantallas, como es el caso del Observatorio de la Dirección General de las Familias y la Infancia, los grupos de trabajo de la televisión educativa del Ministerio de Educación, o los Consejos Audiovisuales. A título indicativo, conviene destacar el trabajo realizado en colaboración con el Consejo Audiovisual de Navarra para concienciar y promover la investigación en temas relacionados con la infancia y la televisión. De esa colaboración surgió la campaña denominada «Aprende a ver la Televisión», con actuaciones dirigidas a escuelas, profesores y padres de aquel territorio autónomo, en las que participaron profesionales de TVE. También son reseñables otras campañas a favor de los derechos del niño promovidas desde la televisión estatal. La última ha sido emitida a finales de 2011 con el lema «Comprometidos con la Infancia». Sin embargo, campañas de alfabetización y sensibilización para un consumo infantil de televisión saludable programadas por TVE, ya se pudieron ver en la década de los setenta y ochenta. En 1988, por ejemplo, la agencia publicitaria «Contrapunto» realizó para esta cadena la campaña «Aprende a ver la televisión» protagonizada por el célebre perro Pipín.

3.2. La investigación sobre la infancia y la televisión desde la televisión pública autonómica

La diferente estructura empresarial de las televisiones autonómicas y su convivencia o no con Consejos Audiovisuales autonómicos, ha condicionado la aportación de estas cadenas a la investigación en infancia y televisión.

3.2.1. Canal Sur

Independientemente de los estudios de audiencia infantil de carácter comercial, realizados con los datos de audimetría, se pueden encontrar en la televisión autonómica de Andalucía algunas propuestas de interés para el tratamiento de la infancia. Su Libro de Estilo recoge el compromiso de los periodistas de Canal Sur con la infancia, en línea con la Convención de Derechos del Niño y otros textos legales adaptados a la realidad de la cadena (Canal Sur, 2004: 42). Conviene destacar que, Canal Sur, fue una de las televisiones que empezó a recoger los derechos de la infancia en su Libro de Estilo. Sin embargo, este operador público no tiene ahora entre sus objetivos primordiales la investigación. El hecho de que exista un Consejo Audiovisual Andaluz (www.consejo-audiovisualdeandalucia.es) propicia que la investigación sobre la televisión y la infancia recaiga fundamentalmente sobre el ámbito de actuación de ese Consejo, aunque habitualmente la cadena colabore en sus investigaciones y en otras realizadas por el Observatorio de la Infancia del Gobierno Andaluz. Algunas de estas investigaciones se pueden encontrar en el repositorio de sus webs.

3.2.2. Televisión de Cataluña (TV3)

A pesar de tratarse de la más importante televisión autonómica –por su dimensión y por su cuota de pantalla– a TV3 le son aplicables las consideraciones que se hacían en el caso de Canal Sur. El hecho de que Cataluña cuente con el Consejo Audiovisual de Cataluña (CAC), el más antiguo de España, ha hecho que las líneas de investigación sobre infancia y TV en Cataluña se hayan reali-

zado bajo su paraguas y no desde el seno de la televisión pública catalana. No obstante, desde su Departamento de Programas Infantiles es habitual la colaboración de TV3 con las Universidades y el CAC, aportando asesoramiento y contenidos para el análisis. En todo caso, el Libro de Estilo de TV3, en su «Manual d'ús» dedica un epígrafe a los contenidos de los programas infantiles y los principales valores que deben incorporar los programas de televisión dirigidos a los menores. En 2011, el departamento de Programas Infantiles de TV3 estaba colaborando en el diseño de formatos educativos para televisión, a través del proyecto «Educlip», un proyecto en el que participa el Departamento de Educación de la Generalitat y diferentes universidades catalanas. El Consejo Audiovisual de Cataluña ofrece en su web www.cac.cat una opción denominada «Recerca i Quaderns del CAC», con sus principales investigaciones.

3.2.3. Los otros operadores autonómicos y las televisiones autonómicas de última generación

En las otras tres televisiones de Comunidades Autónomas con lengua propia –Euskadi, Comunidad Valenciana y Galicia– la investigación sobre la Infancia en su relación con la televisión se limita a una lectura y tratamiento profesional de los datos suministrados por las empresas de audimetría, y poco más. Es cierto que en estas Comunidades Autónomas no se cuenta con Consejo Audiovisual propio pero, en cambio, tienen en su territorio Universidades que canalizan la mayoría de las investigaciones sobre este tema (López-Sánchez, Tur & García del Castillo, 2010: 553-560).

Por su parte, las televisiones autonómicas que han surgido a partir de los comienzos de la primera década de este siglo, cuyas características están definidas por modelos «low cost» –RTPA, Canal Extremadura etc.– lógicamente no tienen entre sus prioridades y objetivos la investigación. Sin embargo, como televisiones públicas, entre sus objetivos están los derechos de la infancia y el respeto de los horarios de protección infantil en televisión. El resto de emisoras televisivas de titularidad autonómica –Telemadrid, Castilla-La Mancha TV etc.– tampoco han hecho esfuerzos reseñables en relación a la investigación sobre temas de infancia y televisión.

3.3. La televisión privada ante la infancia desde la perspectiva de la investigación

Las televisiones privadas españolas, desde su creación en 1989, no han mostrado un interés especial por la relación de los menores con la pantalla. Ni siquiera en sus propuestas para el diseño del non nato Consejo Estatal de Medios Audiovisuales figuraba la infancia como objetivo (Del-Corral, 2006). Es cierto que suscribieron en su día el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia. Sin embargo, a tenor de los resultados del seguimiento sobre el grado de cumplimiento del Código por estas cadenas, da la impresión de que los operadores privados de televisión suscribieron esos acuerdos más por la presión social y mediática que por una manifiesta preocupación por el tema. Así lo atestiguan los datos ofrecidos por diferentes instituciones, como la Asociación de Telespectadores y Radioyentes, el Observatorio de Contenidos Audiovisuales (OCTA), y la Universidad Rey Juan Carlos. La convergencia mediática no está contribuyendo, además, a la mejora de esta situación. El habitual consumo por parte de los menores de contenidos televisivos convencionales a través de Internet o de los repositorios en «streaming» de las diferentes cadenas televisivas ha venido, si cabe, a complicar la situación en relación con el cumplimiento del Código de Autorregulación (García-Torres, 2008: 61-67). Pero, a pesar de los incumplimientos, algunas cadenas (Tele5) han hecho de la infancia objeto de sus acciones de RSC. Campañas de la cadena con contenidos de interés social como fue el caso de la campaña «12 meses, 12 causas», en la que se incluían a los niños, son uno de los escasos ejemplos.

Tan solo desde la asociación UTECA –que representa los intereses de la televisión privada en España– se han promovido contadas propuestas de investigación, la mayoría de ellas desde la perspectiva jurídica (Fuente-Cobo, 2010: 279-295). Probablemente, el trabajo más destacado de los presentados por UTECA es, en este sentido, el «Informe para la evaluación del cumplimiento del servicio público de TVE», que fue encargado en 2008 al equipo de investigadores del Instituto de Estudios de la Democracia (Núñez-Ladeveze, 2010). Uno de los aspectos analizados en este informe fue los horarios de protección infantil. El estudio concluía que La 2 cumplía plenamente los horarios protegidos, mientras que en TVE-1 había emisiones que ponían en duda tal cumplimiento.

4. Discusión y conclusiones

A la luz de los resultados obtenidos en este estudio, se puede afirmar que desde las cadenas de televisión españolas, tan solo TVE puede considerarse un operador que haya aportado trabajo y documentos para una nueva reformulación del binomio infancia/televisión. No obstante, algunos investigadores (Mayugo, 2002: 42-48) vienen reclamando programas infantiles alternativos de calidad y un nuevo papel para la televisión pública en línea con otras televisiones europeas de referencia. Aunque a lo largo de este trabajo se ha resaltado la contribución de TVE a la reflexión sobre la necesidad de una alfabetización mediática de la ciudadanía, sin embargo en los últimos años la televisión pública estatal no se ha implicado en las diferentes iniciativas europeas que se vienen planteando en este sentido.

Abandonada la idea de crear un Consejo Estatal de Medios Audiovisuales que vele por una relación saludable de los menores con la televisión como estaba previsto (García-Castillejo, 2011), y dado que la telaraña mediática hace cada vez más difícil la supervisión de los contenidos, se hace necesario un mayor compromiso de las cadenas con los contenidos de calidad y la alfabetización mediática de los menores. Sobre todo, cuando parece que la autorregulación no acaba de dar los resultados esperados en España. Es imprescindible que las televisiones colaboren con investigadores que ya vienen trabajando en propuestas concretas en ese sentido (Ferrés & Piscitelli, 2012: 75-82; Aguaded & Sánchez-Carrero, 2008: 293-308) o que trabajan en experiencias similares en Europa (Pérez-Tornero & Paredes & al., 2010: 85-100).

Es necesario que la televisión pública estatal se implique en la educación mediática para un consumo televisivo responsable y en la recuperación de espacios infantiles de televisión dirigidos a los diferentes segmentos de edades, siguiendo el modelo de otras televisiones de referencia en Europa, como la BBC (García-Matilla, 2005:33-44). Desde aquí se propone el inicio de una reflexión conjunta entre la televisión pública y la Universidad para la reformulación de los contenidos del canal «Clan» de TVE en aras de convertirlo en un auténtico canal educativo y de experimentación dirigido a los menores y los adolescentes que justifique uno de los principales sentidos del servicio público de televisión: la educación y la formación de una ciudadanía crítica.

Más arriba se ha destacado la contribución de TVE a la reflexión sobre contenidos prioritarios y valores en programas infantiles. No obstante, ese mismo trabajo se debería acometer, también, desde la perspectiva de la publicidad infantil en televisión, en línea con otros estudios que vienen abordando la cuestión de los valores en la publicidad televisiva dirigida a los adultos (Rausell & Espinar & al. 2009: 109-136). El hecho de que en estos momentos TVE no esté sometida a presiones comerciales, garantizaría una propuesta basada en valores positivos para la infancia.

También se ha puesto de manifiesto anteriormente la escasa aportación científica de las televisiones autonómicas en relación con la infancia y cómo han sido los Consejos Audiovisuales, en aquellas Comunidades Autónomas donde los hay, los encargados de cubrir esta laguna. Una situación que no debe extrañar si se tiene en cuenta que, en la mayoría de estas televisiones autonómicas, su situación financiera dificulta acciones de este tipo. Para dimensionar esta cuestión, sería conveniente investigar hasta qué punto la presencia de los Consejos Audiovisuales territoriales –y, en cierta medida, también los aspectos económicos– han contribuido a esta situación. En todo caso, la implicación de estas televisiones de proximidad en políticas televisivas a favor de la infancia es fundamental porque sólo desde la interiorización de la exigencia de una televisión de calidad infantil, pueden contribuir a un consumo televisivo responsable.

En relación con las televisiones privadas, se observa una prevalencia de los aspectos comerciales frente a la infancia. Su poco interés por la relación entre los menores y la televisión está pendiente de un estudio motivacional en profundidad que puede ser objeto de una investigación no realizada hasta el momento. Mientras tanto, los usuarios e investigadores tendrán que quedarse con la impresión negativa que, lamentablemente, trasladan los estudios realizados sobre el seguimiento del cumplimiento del Código de Autorregulación de Contenidos en estas cadenas privadas que arrojan unas cifras que manifiestan un cierto descuido del horario de protección infantil (Ruiz San-Román & Salguero, 2008; Fernández & López, 2011).

La TDT en España ha propiciado la aparición de más horas de programación infantil y canales especializados en este target concreto, como Clan TV o Canal Súper 3 de Cataluña. Sin embargo, esto no supone necesariamente mayor calidad ni mayor compromiso con la investigación. El com-

promiso por la calidad de los contenidos infantiles de los proveedores independientes de la TDT podría ser una futura línea de investigación.

Por tanto, parece que hay evidencias suficientes para afirmar que, frente a las constantes críticas a las cadenas televisivas por su desinterés por la infancia, al menos desde la televisión pública sí hay una cierta predisposición en avanzar hacia un mejor tratamiento de la imagen y contenidos de y para los menores. Es más, a pesar de las críticas generalizadas, sobre todo a las cadenas privadas, de ciertos niveles de incumplimiento del Código de Autorregulación de Contenidos y la baja calidad de algunos de los programas emitidos, lo cierto es que se constata que, poco a poco pero muy lentamente, la calidad de esos contenidos van mejorando (Tur & Grande, 2009: 33-59). Por esta razón, es preciso hacer un juicio matizado sobre las cadenas, atendiendo a la diversidad de esfuerzos realizados por los diversos operadores del sector, aunque es evidente que queda un largo camino por recorrer.

En síntesis, nuestra propuesta se resume en abordar una reflexión conjunta entre operadores y Universidad; en investigar la publicidad dirigida a menores; en investigar las razones del desinterés investigador de las televisiones privadas; en analizar el nivel de compromiso con la calidad de los proveedores de contenidos; y en investigar la contribución de los Consejos Audiovisuales a esta línea de investigación.

Referencias

- Aguaded, J.I. & Sánchez-Carrero, J. (2008). Niños y adolescentes tras el visor de la cámara: experiencias de alfabetización audiovisual. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 14, 293-308.
- Aguaded, J.I. (Ed.) (2007). *Educación la mirada: propuestas para ver la televisión*. CD. Madrid: IORTV / Grupo Comunicar.
- Álvarez, A., Del-Río, M. & Del Río, P. (2003). El efecto Pigmalión en televisión: Orientaciones propuestas sobre la influencia de la televisión en la infancia. *Red Digital*, 3. (http://reddigital.cnice.mec.es/6/Articulos/articulo_resumen.php?articulo=6) (10-05-2012).
- Canal Sur (Ed.) (2004). *Menores de edad*. Libro de Estilo de Canal Sur. (www.canalsur.es) (23-12-2011).
- Del-Corral, J. (2006). La industria televisiva comercial y las autoridades reguladoras. *Telos*, 68, 103-105.
- Del-Río, M. & Román, M. (2005). *Programación infantil de televisión: orientaciones y contenidos prioritarios*. Madrid: IORTV.
- Ferrés, J. & Piscitelli A. (2012). La competencia mediática: Propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 38, 75-82. (DOI <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-02-08>).
- Fernández-Martínez, A., López-de-Ayala & López, M.C. (2011). Televisión e Infancia: cinco años después del código de autorregulación. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66, 31-62 (DOI: 10.4185/RLCS-66-2011-923-031-062).
- Fuente-Cobo, C. (2010). La protección de la infancia en la nueva ley audiovisual: hacia un modelo de responsabilidad distribuida, En UTECA, *La televisión en España. Informe 2010*. (pp. 279-295). Madrid: CIEC.
- Gabelas, J.A. & Marta, C. (2008). *Consumo y mediaciones de familias y pantallas. Nuevos modelos y propuestas de convivencia*. Zaragoza: Gobierno de Aragón.
- García, F. (2009). El mare nostrum digital: Mito, ideología y realidad de un imaginario sociotécnico. *Icono*, 14, 7-1, 7-30.
- García-Castillejo, A. (2011). El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España. Más de un año esperando la puesta en marcha. *Textual & Visual Media*, 4, 45-64. (www.textualvisualmedia.es/index.php/es/archivo/14) (10/03/2012).
- García de Torres, E. (2008). El uso de los nuevos medios por la audiencia infantil y juvenil. Tendencias de la investigación en Internet como sinónimo de convergencia mediática y tecnológica. IX Congreso de Periodismo Digital. Huesca (<http://novenos.congresoperiodismo.com>) (02-04-2012).
- García-Galera, C. (2006). ¿Qué conocen los padres de los videojuegos de sus hijos? *Icono*, 14, 7. (www.icono14.net). (03/03/2010).
- García-Matilla, A. (2005). Por una televisión para la educación en sintonía multimedia. *Comunicar*, 25, 33-44.

- Larsen, H. (2010). Legitimation Strategies of Public Service Broadcasters: The Divergent Rhetoric in Norway and Sweden. *Media, Culture & Society*, 32, 267-283. (DOI: 10.1177/016344370-9355610).
- Livingstone, S.; Haddon, L.; Gorzig, A. & Olafsson, K. (2010). Risks and Safety on the Internet: The Perspective of European Children. Initial Findings. London: LSE, EU Kids Online.
- López-Sánchez, C.; Tur Viñes, V. & García del Castillo J.A. (2010). Evaluación del protagonista-antagonista en los contenidos audiovisuales dirigidos a la infancia en cadenas de televisión españolas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. (www.revistalatinacs.org/10/art3/918_-Alicante/40_Tur.html) (11/05/2012). (DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-918-553-560).
- López-Vidales, N.; González, P. & Medina E. (2010). Jóvenes y televisión en 2010: un cambio de hábitos. *Zer*, 16, 30, 97-130.
- Mayugo, C.; Moix, M. & Reñe, S. (2002). Una producció alternativa: la televisió escolar. *Guix*, 288, 42-48.
- Milian-i-Masana, A. & Pons, F. (2006). Informe Comunidades Autónomas. 2006. Institut Dret Públic, 825-852. (www.idpbarcelona.net/cat/2_recerca/ccaa/estudis.htm) (05/03/2012).
- Moreno, J.M. (2007). El Consejo Audiovisual de Andalucía: presente soñado, futuro por construir. *Telos*, 71, (<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com>) (12-03-2012).
- Núñez-Ladeveze, L. (2010). Informe para la evaluación del servicio público de TVE. (www.uteca.com/uteca_contenidos/documentos/Informe_sobre_el_grado_de_cumplimiento_del_servicio_publico_de_TVE.pdf). (20-12-2010).
- Pereira, S. & Pinto, M. (2011). Making Sense of TV for Children: The Case of Portugal. *The Journal of Media Literacy Education*, 3, 2 (www.jmle.org/index.php/JMLE/article/view/204) (10-01-2012).
- Pérez-Ornia, J.R. & Núñez-Ladeveze, L. (2006). Lo que ven los niños en televisión. *Zer*, 20, 133-177.
- Pérez-Tornero, J.M. (2003). Libro blanco: La educación en el entorno audiovisual. Barcelona: Consejo Audiovisual Cataluña.
- Pérez-Tornero, J.M.; Paredes, M.O & al. (2010). Trends and Models of Media Literacy in Europe: Between Digital Competence and Critical Understanding. *Anàlisi*, 40, 85-100.
- Rausell, C., Espinar R.E. & al. (2009). Valores sociales en los spots publicitarios de bebidas emitidos en España en el 2006. *Comunicación y Sociedad*, vol. XXII, 1, 109-136.
- Ruiz-San-Román, J.A. & Salguero, M. (2008). Tres años de Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia en España (2004-07). *Sphera Pública*, 8, 65-81.
- RTVE. (2010). Información sobre contenidos sensibles (2010). Libro de Estilo RTVE. Madrid: IORTV.
- Seon-kyoungan, A. & Doohwang, L. (2010). An Integrated Model of Parental Mediation: The Effect of Family Communication on Children's Perception of Television Reality and Negative Viewing Effects. *Asian Journal of Communication*, 20, 389-403. (DOI: 10.1080/01292986.2010.496864).
- Stemmers, J. & D'arma, A. (2012). Evaluating and Regulating the Role of Public Broadcasters in the Children's Media Ecology: The Case of Home-grown Television Content. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 8, 67-85. (DOI: 10.1386/macp.8.1.67_1).
- Torrecillas, T. & Díaz-Cerveró, E. (Ed.) (2012). La protección de la audiencia infantil. Madrid: Universitas.
- Tolsá, J. & Bringué, X. (2012). Leisure, interpersonal relationships, learning and consumption: the four key dimensions for the study of minors and screens. *Comunicación y Sociedad*, 1, 253-288.
- Tur, V. & Grande, T. (2009). Violencia y prosocialidad en los contenidos televisivos infantiles visionados por menores en Alicante. *Zer*, 27, 33-59.
- Varios (2005). Propuestas de actuación para el tratamiento de las informaciones sobre jóvenes y drogas. In M. Del Río & M. Román (Ed.), *Programación infantil de televisión: orientaciones y contenidos prioritarios*. Madrid. IORTV.