



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA
SEDE IBEROAMERICANA SANTA MARÍA DE LA RÁBIDA
2007

TÍTULO

**VIOLENCIA Y MANIPULACIÓN EN LA PROGRAMACIÓN
INFANTIL DE TELEVISIÓN**

AUTORA

Alexandra Posada Álvarez

Director Tesis	Bethencourt Machado, Tomás
Maestría	II Maestría en Comunicación. El espacio iberoamericano: creación audiovisual, contenidos y propuestas.
Módulo presencial	1997
ISBN	978-84-7993-133-9
ISBN 10	84-7993-133-7
©	Alexandra Posada Álvarez
©	Para esta edición, la Universidad Internacional de Andalucía



La consulta de esta tesis queda condicionada a la aceptación de las siguientes limitaciones de uso:

- a) La difusión de esta tesis por medio del servidor de la UNIA ha sido autorizada por los titulares de los derechos de propiedad intelectual únicamente para usos privados enmarcados en actividades de investigación y docencia.
- b) No se autoriza su reproducción con finalidades de lucro ni su difusión y puesta a disposición desde un sitio ajeno al servidor de la UNIA.
- c) Esta reserva de derechos afecta tanto al resumen de presentación de la tesis como a sus contenidos.
- d) En la utilización o cita de partes de la tesis es obligado indicar el nombre de la persona autora.

TESIS DE MAESTRÍA

**II Maestría en Comunicaciones. Universidad
Internacional de Andalucía. Sede Iberoamericana
Santa María de la Rábida.**

VIOLENCIA Y MANIPULACIÓN EN LA PROGRAMACIÓN INFANTIL DE TELEVISIÓN

Director: Dr. Tomás Bethencourt Machado

Lda. Alexandra Posada Álvarez

*Directora de Programas para la Televisión.
Instituto Cubano de Radio y Televisión.
La Habana, Cuba. Octubre, 1999.*

*A Manuel y a Consuelo Elba, mi madre, por
su incondicional apoyo moral y paciencia.*

ÍNDICE:

	Páginas
- Introducción:	5
. Objetivos.	7
. Análisis de la edad escolar, entre 6 y 9 años.	8
. Procedimiento.	12

CAPÍTULO I:

1.- Violencia como Concepto.	14
1.1- Etimología y Aceptaciones.	15
1.2- Según lo Filosófico.	15
1.3- Según lo Jurídico.	18
1.4- En el terreno Socio - cultural.	21
1.5- Violencia en la Televisión.	24

CAPÍTULO II:

2.- Manipulación y Violencia.	30
2.1- Contexto Actual:	
Mercado, Globalización e Influencia de la Tecnología.	39
2.2- Análisis de Programas.	
2.2.1 Metodología de la investigación.	43
2.2.2 Resultados:	
- Análisis de programas.	49
- Análisis de escenas con contenidos violentos.	50
2.2.3 Conclusiones.	60

CAPÍTULO III:

3.- Trabajos Exploratorios.	66
3.1- Metodología de la investigación.	67
3.2- Resultados:	
- Resultados de encuestas a niños entre 7 y 9 años.	72
- Resultados de entrevistas a niños de 6 años.	76
- Resultados de encuestas a familiares.	80
- Resultados de encuestas a maestros.	84
3.3- Conclusiones.	85
- Plantillas de encuestas.	89

CAPÍTULO IV:

4.- El Mundo frente a la Problemática.	99
4.1- Códigos Deontológicos.	122
4.2- Televisión y Educación.	132

CAPÍTULO V:

5.- Epílogo.	141
--------------	-----

Documentos de la Organización de Naciones Unidas (O.N.U.):

- Derechos del Niño:

Declaración de los Derechos del Niño.	143
---------------------------------------	-----

- Convención sobre los Derechos del Niño.	146
---	-----

- Sobre Libertad de Información:

Convención sobre el Derecho de Rectificación.	163
---	-----

Bibliografía.	168
---------------	-----

INTRODUCCIÓN

La televisión ocupa en el momento actual un lugar preponderante dentro de los Medios de Comunicación Masivos, por su misma naturaleza se ha convertido en un integrante más dentro de la familia, lo cual ha repercutido en que los hechos cobren actualidad a partir de ser difundidos por la pequeña pantalla, invadiendo así el territorio social. A ello se han dedicado estudios y esfuerzos desde que naciera la televisión como medio que muchos no le veían un precepto fijo.

No obstante, en el presente ésta nos sirve para informarnos, divertirnos, relajarnos, enseñarnos, acompañarnos, y según algunos estudios, hasta para hacer catarsis. Cada vez más los estudios en torno a ella se van ampliando y abarcando diversos temas de interés que preocupan tanto a los consumidores, como a los mismos teleastas y difusores.

Uno de estos temas, gira en torno a la violencia que se trasmite en y por televisión.¹ Diversos expertos de todo el mundo, desde hace algunos años, analizan la influencia nociva, si es que existe, que pueden tener los contenidos de algunos programas que se transmiten, sobre todo en los niños.

Gran parte de dichas investigaciones coinciden en señalar como las causas de la violencia en televisión, el que los canales se enfrasquen en una lucha desmedida por subir los niveles de audiencia, lo cual se ve reflejado en una búsqueda desmesurada por causar impacto. Esto ha llevado a que se transmitan cada vez más indiscriminadamente imágenes violentas, que muchas veces crean una visión distorsionada de la realidad y que inciden directamente en los niños. Las consecuencias, si bien no son totalmente percibidas, tampoco son analizadas por quienes deciden en la programación de televisión. Sin embargo, es innegable que la insistencia en dicha práctica puede degenerar en la legitimación de estos actos violentos.

En muchos casos no existe una programación determinada para el sector infantil que ayude en alguna medida a su formación y desarrollo. A excepción de algunos programas, la mayoría van dirigidos sólo con fines propagandísticos y comercializadores. Los menores deben conformarse, entonces, con una televisión donde solo se les incluye en el mínimo de los horarios, responsabilidad también de la homogeneización de la oferta televisiva como parte de las estrategias de programación.

La saturación de la imagen con efectos tecnológicos y la exaltación de conductas que atentan contra la igualdad, la libertad o la vida, influyen mucho más en los niños que en otros sectores de

¹ Nos referimos a la violencia **en** la televisión como la violencia que se puede percibir a través de los programas difundidos por televisión, desde animados, series, telediarios, entre otros. Y violencia **por** la televisión al efecto que podría causar, en determinados telespectadores, el estar expuesto a este tipo de programa.

población, al ser éstos entes de recepción sin un criterio selectivo definido que les permita discriminar entre lo que están viendo mediante el análisis.

Sin embargo, tampoco se puede decir que la violencia en la sociedad devenga sólo de la televisión. Nuestras sociedades son cada vez más violentas y tendientes a la individualidad y al consumismo. La televisión es sólo una parte de este reflejo social y no la única que interviene en ésta. Se podría alegar, como defensa de la televisión, que nuestra generación ha crecido de la mano de ella, y no por eso parecemos más violentos. Cabría preguntarnos si el egoísmo, el individualismo y otros males que nos atañen, no son síntomas de la violencia.

Proponemos entonces hacer un análisis que ayude a la sociedad, a los padres, profesores y teleastas, sobre la posible influencia nociva de determinado tipo de programas de televisión, y comenzar a promover una visión sobre lo que la televisión es y significa en nuestras sociedades, sin tópicos ni miedos alarmistas pero con responsabilidad ante sus efectos, pues consideramos que no es solamente la televisión quien tiene las respuestas.

OBJETIVOS:

- Objetivo General:

Analizar la incidencia que puede tener la violencia y la manipulación en los programas y mensajes transmitidos por televisión en los niños comprendidos en las edades entre 6 y 9 años.

- Objetivos Específicos:

1.- Estudio de programas y programaciones.

a.- Análisis y conocimiento de los posibles factores que inciden en la violencia de los programas de televisión para niños.

b.- Determinar el efecto que los programas para niños causan en la población escolar, evaluar la capacidad de asociación de los contenidos transmitidos con la realidad circundante, influencia de los personajes de televisión en la configuración de patrones de conducta y estereotipos, comprobar la funcionalidad del horario establecido y si es que existe.

2.- Análisis de la relación de los niños con la programación para adultos y su trascendencia.

a.- Determinar la influencia del entorno familiar.

b.- Establecer el grado de conocimiento que tienen los familiares en cuanto a la programación infantil y su trascendencia.

3.- Determinar la influencia y efecto de los anuncios publicitarios.

4.- Conocer la labor que realizan escuelas, centros educativos y Ministerios.

5.- Influir en las alternativas que ayuden a mantener la audiencia y promuevan valores universales y sociales.

a.- Participar en la formación de los niños de forma educativa, constructiva, gratificante y divertida.

ANÁLISIS DE LA EDAD ESCOLAR, ENTRE 6 Y 9 AÑOS:

Para desarrollar este estudio investigativo hemos decidido centrarnos en los niños en edad escolar, entre 6 y 9 años. Por los progresos que alcanza el niño, hacen de esta etapa la más apropiada para la influencia de la programación televisiva.

Según el doctor Garrido Lestache,² esta es la edad en la que pueden producirse mayor número de trastornos, algunos de ellos motivados por la posible influencia de la televisión, aunque cabe puntualizar que tampoco debe confundirse la influencia de la televisión con los cambios operados en los niños según el ambiente social en que se desarrollen.

En este período el niño ingresa en la escuela. Comienza a ocupar un lugar diferente dentro de la sociedad. Enfrenta nuevas exigencias, obligaciones y una responsabilidad que hasta el momento no tenía ante los padres y profesores. Se produce un cambio cualitativo en su sistema de relaciones y su vida en general, lo cual se expresa en las transformaciones que tienen lugar paulatinamente en el plano cognoscitivo, afectivo y conductual.

Los cambios cualitativos en el desarrollo de los procesos psíquicos cognoscitivos que se destacan en la primera etapa de la edad escolar, son la percepción, la atención y la memoria, las que adquieren un carácter externamente mediatizado. La imaginación reproductiva tiene notables avances y aparecen las premisas de la imaginación creadora. Surgen los géneros del pensamiento teórico y abstracto, que explican las causas de los fenómenos y por consiguiente aparece una nueva actitud cognoscitiva hacia la realidad.

Tiene considerable influencia en el resto de las esferas de la personalidad del niño el desarrollo de la reflexión, que permite analizar razonable y objetivamente los juicios, así como actuar en correspondencia con las intenciones y las condiciones concretas de la actividad. Es por ello que el escolar es capaz no sólo de actuar en función de los objetivos planteados por los adultos, sino de plantearse sus propios objetivos y controlar, dentro de ciertos límites, su actividad en correspondencia con ellos. Se desarrollan así las acciones.

La impulsividad de los primeros grados va paulatinamente superándose, lo que incide en el desarrollo de un nuevo nivel en la esfera afectiva y de necesidad del niño, y que implica la posibilidad de superación de la actuación espontánea por una conducta orientada por los sentimientos y exigencias morales.

² Doctor Garrido Lestache. Cit. en "Televisión y violencia". Jesús María Vázquez y Feliz Medín García. TVE. Servicio de información. España, 1966. Pág. 112.

Por otra parte, los intereses cognoscitivos sufren considerables transformaciones, se desarrollan con la actividad del estudio, operándose un cambio en el carácter, con la consecuente aparición del interés en la explicación de los hechos, el establecimiento de las leyes causales y las leyes concretas de los fenómenos que se van descubriendo en el proceso de aprendizaje.

La incipiente formación de las cualidades psíquico - morales de la personalidad y la posibilidad de adquirir formas de conductas estables en correspondencia con ellas, constituye uno de los éxitos más importantes en la etapa. A su vez, la adquisición de nuevas posibilidades de influencia a los medios masivos, en el sentido de la transmisión de las normas y valores morales que caracterizan al hombre, así como de las formas de conducta acordes a dichas cualidades, inciden en los componentes motivacionales, cognoscitivos y conductuales de los valores en formación. No obstante el papel de la televisión en este proceso no es el más predominante, si bien ocupa un lugar importante y más que significativo por el tiempo que se le dedica.

En este proceso también influye la casa y la familia, la escuela y su entorno, y el medio social donde se desenvuelve el niño. Es por ello la importancia de promover en los niños un uso crítico del medio televisivo y no restringirlo sin un análisis previo y en conjunto. Eligiendo la programación desde el seno de la familia.³

Son también significativos los cambios operados en las relaciones entre niños al finalizar la edad escolar menor, surgen los vínculos de colectivo, de opinión social, de exigencias y valoraciones mutuas. Sin embargo, la valoración de los coetáneos solo comienza a cobrar fuerza hacia el final de la etapa, manteniéndose la primacía de la evaluación de los adultos, básicamente la de los maestros cuya opinión es la más importante en estas edades.

Otro rasgo significativo en el desarrollo del niño es la variedad en las emociones, ampliándose el conjunto de aspectos capaces de provocar sus sentidos. Se desarrolla además la habilidad para controlar dichas emociones, que son más estables que en la etapa anterior (de 3 a 6 años).

De peculiar importancia dentro del desarrollo de la etapa motivacional es el surgimiento de las necesidades sociales. La aparición de deseos socialmente producidos, vinculados con la familia, los compañeros y la escuela, evidencian el importante papel de los adultos, en especial los padres.

A pesar de las limitaciones que prevalecen en los diferentes procesos y funciones psíquicas del niño al finalizar el cuarto grado de la escuela primaria, los éxitos alcanzados indican un nivel de relación que es posible establecer entre el niño de esta edad con la programación televisiva, debido

³ Sobre este tema nos referiremos más ampliamente en el Capítulo IV: Televisión y Educación.

sobre todo a la utilización del tiempo libre. De esta forma el juego cede a otras formas de empleo del tiempo, entre las que se destaca el dedicado a la televisión. Los audiovisuales predominan sobre los impresos por su atractivo visual y particular. Fundamentado en la simultaneidad óptico - acústica, la televisión se destaca como el medio masivo más importante en la edad escolar ya que es utilizado diariamente.

Algunos estudios plantean que a los 10 años el niño llega a emplear la televisión más del doble que cualquier otro medio. Ello repercute en que la diversidad de intereses permite una mayor absorción de diferentes contenidos, a la vez que sus nuevas posibilidades inciden en que los mensajes ejerzan una acción mayor en el plano del conocimiento. Por otra parte, el desarrollo alcanzado por la televisión propicia una amplia relación del niño con ella, extendiéndose considerablemente el tiempo de exposición, que ocupa en esta edad una posición más relevante que en edades antecedentes (de 3 a 5 años) y precedentes (adolescencia, de 11 a 14 años).⁴ Todo ello viene a corroborar que la televisión se constituye en nuestros días como una de las más grandes y amplias fuentes de conocimiento que el niño tiene a su alcance.

Sin embargo, la escuela no ha tenido un acercamiento efectivo en cuanto a la televisión, incluso para utilizarla como medio de aprendizaje, ya sea partiendo de los medios tecnológicos que ofrece o utilizando los programas para explicar contenidos, aclarar dudas, hacer entender determinados valores o en cuanto a los Medios Masivos como transmisores de conocimientos, espectáculos, información o propaganda. Considerando, además, que la televisión ocupa casi todo el tiempo libre de los niños y que influye notablemente en su formación, constituyéndose, como la escuela, en un medio educativo y de enseñanza.⁵

No se trata de sobreproteger a los niños ni sobrestimar su capacidad de asimilación y entendimiento basados en la representación adulta tradicional, sino de resguardar los valores humanos y protegerlos de la fácil disposición con que se accede actualmente a informaciones e imágenes ampliamente consensadas sobre su perjudicialidad. La universalidad de los medios de comunicación y las políticas de programación, basadas en llegar al mayor número de consumidores, sin importar horarios ni edades, ha hecho de la televisión un medio en donde los niños tienen un amplio y cómodo acceso a la violencia gratuita, al consumo desmedido, a la degeneración de los valores, etcétera. Al margen de la manipulación de los mensajes acerca de los niños en espacios destinados a adultos, en donde generalmente los muestran como víctimas de actos violentos, agresiones sexuales, malos tratos, accidentes, etcétera, o en anuncios publicitarios donde se

⁴ Para el análisis de la edad escolar, entre 6 y 9 años, utilizamos casi íntegramente el perfil psicológico hecho por la Lic. M. Margarita Alonso en la investigación: "La televisión y su uso: Resultado de un estudio realizado a niños entre 6 y 9 años". Dirección de Investigaciones Sociales. Instituto Cubano de Radio y Televisión (I.C.R.T.). Abril 1986. La Habana, Cuba.

muestran las bondades de la niñez.⁶ Ello ha llevado a crear una visión teatral y extrema sobre la realidad, sin profundizar en esos mismos problemas tan acusantes y preocupantes sobre nuestro contexto actual, lo que produce grandes lagunas de información al encerrarse en el simple impacto de la noticia y no la de ahondar en sus causas.

¿ Pero en qué medida real y cómo influye la televisión en los niños? ¿Qué se transmite en los espacios dedicados a ellos? ¿Cuál es la responsabilidad de los medios de comunicación, los padres y la escuela? ¿Qué valores estamos fomentando en una sociedad en crecimiento?

Tal vez no estén todas las respuestas a estas interrogantes, no obstante los motivos para profundizar en el tema sobran.

⁵ Ídem Nota al pie 3.

⁶ Ferran Casas. "Medios de comunicación e imagen social de la infancia". *Intervención Psicosocial*, 6. Pp. 55 - 65. 1993. Cit. en CUADERNOS DE PEDAGOGÍA 239. Tema del mes: Infancia y medios de comunicación, por Ferran Casas. Septiembre 1995. Pp. 17 - 19.

PROCEDIMIENTO:

Para cumplir los anteriores objetivos hemos realizado una labor documental, que abarca trabajos realizados en diferentes países en los últimos años y que tienen un alcance global, aunque algunos son más específicos (pueden encontrarse en la bibliografía adjunta). Estos trabajos incluyen investigaciones realizadas mediante encuestas, entrevistas, análisis de contenidos, sondeos de audiencia, apreciaciones de especialistas, debates y conferencias ofrecidas por analistas e investigadores, propuestas educativas, etcétera, así como libros publicados que hacen referencia a alguno de los temas abordados.

Por nuestra parte hemos realizado sondeos mediante encuestas y entrevistas en 8 escuelas de las regiones de Huelva, Murcia y Zaragoza, en España; además de analizar los programas para avalar los contenidos y criterios emitidos, desde junio de 1997 a septiembre de 1999.

CAPÍTULO I

1. VIOLENCIA COMO CONCEPTO

El concepto de violencia presenta comúnmente características de ambigüedad, por lo cual no puede definirse sin tener en cuenta el entorno social, el marco moral, el grado de legitimación y sobre todo los efectos que conlleva. Conforme a esto, un Comité estadounidense⁷ se refiere de esta forma:

“Por ejemplo, mientras en muchas sociedades se usa la sanción o la fuerza física de los padres para controlar y conducir a los niños, la misma fuerza empleada por otras personas en un contexto diferente, podría ser definida como violencia. Asimismo, aunque el uso de la fuerza no esté ampliamente permitido, los niños emplean con frecuencia la fuerza para relacionarse con otras personas - especialmente con otros niños - y en la expresión de sus sentimientos”.

Se reconoce entonces que la violencia es el privilegio de la autoridad, sea este en el interior de la familia o de la nación, y estas son la representación del poder. Los medios de comunicación, y en especial la televisión, son formas específicas del poder y participan de forma relevante en la lucha por el mismo. La televisión influye de forma directa en la opinión pública, lo cual no significa que sea legítimo si no que simplemente es.

Queda claro sin embargo, que la violencia no puede ser tratada con los mismos criterios en sociedades y culturas diferentes, por lo que se hace necesario, en primer orden, contextualizar la violencia según los preceptos de cada país.

⁷ Surgeon General U.S. Public Health Service. Págs 30- 31. Cit. en “La Televisión. Los efectos del bien y del mal”. Lorenzo Vilches, 1993. Pág. 42.

1.1. ETIMOLOGÍA Y ACEPCIONES

El término *violencia* proviene del latín *violentia*⁸ y designa la *calidad de violento, así como la acción y efecto de violentar o violentarse*.⁹ *Violentar*¹⁰ es sinónimo de atropellar, obligar y forzar; mientras que *violento/ta*¹¹ designa a aquella persona que esta fuera de su estado natural, que obra con violencia o cuando se hace o se dice algo en contra de la voluntad. Sin embargo, aún con estas nociones de violencia, violento o violentar, para llevar el término a la televisión hace falta conocerlos en un marco más amplio; es decir según sus diferentes acepciones.

1.2. SEGÚN LO FILOSÓFICO

La violencia según la filosofía del pensamiento contemporáneo¹² tiene dos raíces. Una de ellas proviene de una raíz indoeuropea que remite al concepto de vida (*bios, biozomai; vivo - is: vida, fuerza*). Ello se explica como la fuerza constitutiva de la esencia del mundo, la que el hombre percibe inmediatamente en sí, o sea la voluntad.¹³

⁸ Diccionario de la Lengua Española: REAL ACADEMIA DE LA LENGUA. Decimoctava edición, año 1956. pág. 1 339. Cit. Jesús María Vázquez y Felix Medín García en “Televisión y violencia”. Colección Imagen. Televisión Española. Servicio de Información, 1966. Pág. 27.

⁹ Diccionario de la Lengua Española. Edición Especial para Chile <CHILELIBROS> Suc. Sergio Feliu y Cía. Ltda. 1978. Pág. 709. Diccionario El pequeño ESPASA. Banco BILBAO-VIZCAYA. Espasa- Calpe, S.A., Madrid, 1988. Pág. 1 312. <<**Violencia**. f. *Calidad de violento. 2 Acción y efecto de violentar o violentarse. 3 Acción de violar, abusar carnalmente. 4 Der. Coacción: violencia en un contrato.*>>

¹⁰ Diccionario El pequeño ESPASA. Op. Cit. Pág. 1 312. <<**Violentar**. tr. *Aplicar a cosas o personas medios violentos. 2 fig. Dar sentido violento: violentar algo dicho o escrito. 3 prnl. fig. Vencer uno su repugnancia a hacer alto. /SIN. 1 atropellar, obligar, forzar. 3 dominarse, contenerse, aguantarse./ ANT. serenar.*>>

¹¹ *Ibidem*. Pág. 1 312. <<**Violento/ta**. adj. *Que esta fuera de su estado natural. 2 Que obra con violencia. Ú. t. c. s. 3 Díc. de lo que hace uno contra su gusto. 4 fig. Arrebatado, impetuoso: genio violento. 5 fig. Falso, fuera de lo natural: sentido violento de algo dicho o escrito. / SIN. 2 apasionado, agresivo, fogoso. 3 forzado, penoso. 4 vivo, virulento. 5 torcido, tergiversado.*>>

¹² Diccionario del Pensamiento Contemporáneo. Ediciones SAN PABLO. España, 1997. Pp. 1224 - 1229.

¹³ Diccionario de Filosofía. Nicola Abbagnano. Fondo de Cultura Económica México - Buenos Aires. Primera edición en Español, 1963. Pág. 574.

En la filosofía marxista ¹⁴ se reconoce por fuerza a la fuerza de trabajo; ésta se explica como la capacidad de hacer que el trabajo útil añade valor a las mercancías, o sea, que la fuerza de trabajo es lo que venden los trabajadores a los capitalistas por un salario en dinero.

Así mismo se reconoce la correlación entre fuerzas y relaciones de producción. Marx lo explica como una contradicción en la dinámica de la forma capitalista de producción, que es, a su vez, lo que ha llevado a la sucesión de modos de producción a lo largo de la historia (haciendo que ésta última avance). Según el propio Marx se explicaría en el como *al llegar a una determinada fase del desarrollo, las fuerzas productivas materiales de la sociedad entran en contradicción con las relaciones de producción existentes, (...) dentro de las cuales se han desenvuelto hasta allí (...); estas relaciones se convierten en trabas, e inician, por ello, la revolución social.*¹⁵

De ello se deriva, entonces, que para el marxismo la violencia es necesaria en aquellos casos en que no se pueda alcanzar, por medios pacíficos, las condiciones para llevar a cabo una transformación socialista.¹⁶

La segunda raíz del término violencia, y la que nos interesa, es la que se utiliza comúnmente y señala lo conflictivo, lo irascible, lo impetuoso, lo iracundo y lo brutal de las relaciones entre los hombres. Sin embargo, la violencia debe tratarse según su contexto de uso, porque la violencia, en su origen, es un factor generador y estructurante de las sociedades humanas (como se puede apreciar en el pensamiento de Carlos Marx). El Diccionario del Pensamiento Contemporáneo ¹⁷ lo explica de este modo:

“ Se trate de violencia física, verbal, ideológica, sutil o descarada, ésta se encuentra en todas las relaciones interindividuales. Toma casi un carácter ontológico, como perteneciente al ser humano constitutivamente, cuando se le estudia desde la antropología. Por definición la violencia es interminable porque se engendra en sí misma.”

En el diccionario de Abbagnano ¹⁸ se reconocen, también, dos tipos de violencia. Una de ellas es la contraria al orden o a la disposición de la naturaleza, y la segunda es la contraria al orden moral, jurídico o político. Por tanto, se reconoce por un lado, la violencia que se opone a lo natural,

¹⁴ Diccionario del Pensamiento Marxista. Ediciones Tecnos, S. A. 1984. Pp. 334 - 339.

¹⁵ Dicc. de Filosofía Marxista. Op. Cit. Pág. 336.

¹⁶ Karl Marx. Discurso de La Haya. Septiembre de 1872. Cit. en *Ibidem*, pág. 785.

¹⁷ Dicc. del Pensamiento Contemporáneo. Op. Cit. Pág. 1224 - 1225.

¹⁸ N. Abbagnano. Op. Cit. Pág. 1190.

y por otro, la violencia según las disposiciones de los hombres. En el primer caso, Aristóteles distinguía entre el movimiento según la naturaleza, que lleva los elementos a su lugar natural, y el movimiento por violencia, que aleja a los elementos de su lugar natural.

El Cristianismo,¹⁹ por su parte, considera por violencia a toda circunstancia exterior que perjudique a la libertad, ya sea de orden físico o moral. A su vez se entiende por libertad²⁰ la propiedad característica del acto voluntario, es decir, que el sujeto es libre porque es dueño de sí, lo cual se contrapone a servidumbre, coacción o impedimento. Se reconocen asimismo, varios tipos de libertades en cuanto a lo que es exterior a la voluntad. Entre ellas, la **libertad cívica y política**, que se entiende como la libertad de un sujeto en cuanto a su independencia de decidir o elegir; la **libertad de pensamiento**, que se refiere a la voluntad de independencia con respecto a toda tradición del pensamiento; y la **libertad de conciencia**, entendiéndose por ella la libertad de independencia en la conducta con respecto a toda la tradición moral o a toda norma externa.

Por tanto, como se puede apreciar, aquí violencia se contrapone a la libertad de elección y a la independencia de poder hacerlo. Sin embargo, el concepto de coacción es entendido como la relación conciliadora de la perfecta libertad, mediante la gracia. La concepción teológica interpreta que la verdadera esclavitud del hombre es el pecado, por lo que es la gracia divina la que lo libera.²¹

En la historia se pueden encontrar diferentes formas que el hombre ha empleado para contrarrestar la violencia, algunas espontáneas y temporales, pero basadas siempre en la propia violencia. En el orden histórico, lo sagrado fue la primera solución. La identidad entre lo violento y lo sagrado se explica como la violencia que implica fuerza destructora y la violencia de orden constructora. El hombre por tanto es un ser ambivalente que posee simultáneamente la capacidad de ser útilmente constructivo como arbitrariamente destructivo. Otra solución ha sido el Derecho, como forma de control racionalizado de las fuerzas violentas. Este Derecho comienza con la Ley del Talió y acaba en la jurisprudencia actual, en donde se mide analógicamente la culpa.

Para los psicoanalistas la violencia es una fuerza espontánea, indestructible y comparable con la libido.²² Por lo cual puede *cargarse*²³ en el rival y conducir a un enfrentamiento con él, sin

¹⁹ Diccionario del Cristianismo. Sección de Teología y Filosofía. Volumen 131. Edit. HERDER. Barcelona, 1986. Pág. 799.

²⁰ *Ibidem*. Pág. 432.

²¹ Dicc. del Pensamiento Contemporáneo. Op. Cit. Pág. 728.

²² Libido: Entendido desde el término freudiano, designa, primeramente, toda energía afectiva directa o indirectamente sexual; y en segundo lugar, toda pulsión que tiende hacia la vida y la integración por oposición a las fuerzas psíquicas de desintegración (instinto de muerte). A este respecto Jung separa los términos sexualidad y libido; dándole al primero su

embargo también es capaz de unir a los dos rivales si, juntos, la cargan en una víctima expiatoria. Esto conllevaría a la explicación de porqué el amor puede transformarse tan fácilmente en violencia y viceversa.²⁴

Sin embargo, la violencia no es un simple reflejo de la frustración del amor, sino que es una fuerza autónoma que busca un objeto para sí. Asimismo hay una diferencia fundamental entre libido y violencia; ya que la libido tiene el carácter de instinto vital, mientras que en la violencia no cabe hablar de instinto, o sea, que el hombre no posee genéticamente una fuerza inhibitoria, como en los animales, que le permita no llevar su violencia hasta el final. El problema de la violencia, entonces, se plantea para la filosofía como una paradoja entre lo que el hombre considera por el bien o el mal.

1.3. SEGÚN LO JURÍDICO

En el Código Penal de la República de Cuba,²⁵ la violencia, la inducción, la intimidación, la coacción, la incitación y la amenaza, son consideradas circunstancias constitutivas de los delitos cuando los mismos se cometen con inclusión de dichas circunstancias; es decir, cuando los delitos se realizan con o sin violencia, con o sin inducción, etcétera. Por tanto, cuando en la comisión del delito se incluyen éstas, los mismos se perceptúan de mayor o menor gravedad y en consecuencia las penas son más severas que cuando no están presentes dichas circunstancias.

La Coacción y la Amenaza, además de circunstancias constituyentes, son delitos en sí y como tal se tratan en el Capítulo “Delitos contra la Seguridad Personal” del Título “Delitos contra los Derechos Individuales” del Código Penal.²⁶

sentido corriente, es decir, la energía afectiva que directa o indirectamente es referida al sexo; mientras el segundo designa a toda energía psíquica, sea cual fuere su objeto o contenido. Cit. en Dicc. del Cristianismo. Op. Cit. Pág. 443.

²³ Se entiende por carga: encarnarse, atribuirse.

²⁴ R. Girard. “El chivo expiatorio” Anagrama, Barcelona, 1986. Cit. en Dicc. del Pensamiento Contemporáneo. Op. Cit. Pág. 1226.

²⁵ Ley 62/87, modificada por los Decretos Leyes 140/93, 150/94, 151/94 y 175/97.

²⁶ Las circunstancias constitutivas figuran -una o varias al mismo tiempo- en las variantes más graves de los siguientes delitos: **1** Piratería aérea o marítima. **2** Atentados. **3** Ejercicio arbitrario de Derechos. **4** Evasión de reclusos o detenidos y desórdenes en establecimientos penitenciarios o de reeducación. **5** Conductas que impliquen peligro para la Salud Pública o contra el orden público. **6** Contra el Derecho de inviolabilidad diplomática de las sedes. **7** Riñas tumultuarias. **8** Auxilio al suicidio. **9** Abortos ilícitos o actos contra la mujer ingravida. **10** Violación de domicilio. **11** Contra el normal desarrollo de las relaciones sexuales, la familia, la infancia y la juventud (comprende la violación, la pedestería, los abusos lascivos, el proxenetismo, la trata de personas, el estupro y la corrupción de menores). **12** El robo. **13** La extorsión, el chantaje, la usurpación y la estafa.

El Código Civil español no es muy diferente y también se considera circunstancia constitutiva de los delitos a la violencia. Refiriéndose a la fuerza y el miedo,²⁷ dice que hay *violencia* cuando para arrancar el consentimiento se emplea una fuerza irresistible, y que hay *intimidación* cuando se inspira a uno de los contratantes un temor racional y fundado de sufrir un mal inminente y grave en su persona y bienes o en la persona o bienes de su cónyuge, descendientes o ascendientes. Se entiende entonces que la violencia anula la voluntad, es decir, no deja decidir voluntariamente, y que como la intimidación no deja espacio para la libertad, cualidad necesaria para el consentimiento.

En cuanto a la Televisión en España, no existe en el Derecho una norma general referida a la programación, si bien existen algunas referencias concretas, aunque dispersas, en la Ley sobre la Televisión privada y en Resoluciones de la Secretaría General de Comunicaciones,²⁸ por ejemplo.

En los Estatutos de la Radio y la Televisión de 1980 y en las respectivas leyes de creación de los canales autonómicos, se fijan algunos principios generales que deben reunir las programaciones, y se reserva a los Consejos de Administración velar por el cumplimiento de dichos principios y determinar anualmente los porcentajes de producción propia, además de concretar otros principios basados en la programación de su cadena y de estricto cumplimiento.

Existen además decretos y leyes para regular la publicidad, así el Decreto 1100/78 regula la publicidad de bebidas alcohólicas y tabaco en los medios de comunicación del Estado; la Ley 26/84 defiende a los consumidores y usuarios; la Ley 34/88 regula la Publicidad en general; y el artículo 15 de la Ley de Televisión Privada o la cláusula 13 de la Resolución sobre el Pliego de bases del concurso para la adjudicación del servicio público en gestión indirecta, establecen unos límites del 10 por ciento máximo de emisión de publicidad sobre el total de la programación anual, o 10 minutos como tope de publicidad por hora. A su vez los Consejos de Administración de las radiotelevisiónes de las Comunidades autónomas tienen competencia para dictar normas reguladoras en cuanto a la emisión de publicidad.²⁹

²⁷ Art. 1 267. J.M. Vázquez y F.M. García. Op. Cit. Pp. 28 y 29.

²⁸ Cit. en José María Vidal Beltran. "Audiencia y programación". Varios. Capítulo "Leyes y programación". Pp. 287 y 288. "Artículo 14, apartados 3 y 4 de la Ley 10/88 sobre Televisión privada, o en la Cláusula 12, apartados b y c, de la Resolución del 25 de enero de 1989 de la Secretaría General de Comunicaciones por la que se aprueba el Pliego de bases del concurso para la adjudicación del servicio público de televisión en gestión indirecta, se fija que la programación emitida por estas televisiones deberá respetar los porcentajes mínimos del 15 por ciento de producción propia del titular de la concesión y el 40 por ciento de producción originaria de países integrantes de las Comunidades europeas, y que el 55 por ciento de la programación emitida deberá ser en expresión originaria española; asimismo respecto de las obras cinematográficas emitidas por televisión, además del límite antes referido de dos años desde su estreno, salvo las películas realizadas a los solos efectos de su exhibición o producidas en un porcentaje mayor al 30 por ciento por el titular de la concesión televisiva, dicha Ley 10/88 establece que el 40 por ciento de las mismas deberán ser de producción originaria en países integrantes de las Comunidades europeas y dentro de ellas el 50 por ciento al menos, en expresión originaria española". *Ibidem*. Pág. 287

²⁹ J. M^a. Vidal Beltran. Op. Cit. Pp. 287 y 288.

Otro factor desde el que se incide en la programación televisiva es la protección del derecho civil al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen, los que se refieren en la Ley orgánica 1/82; y sobre el Derecho de réplica en la Ley orgánica 2/84.

Asimismo existen disposiciones de la Comunidad Europea sobre televisión transfronteriza. En la Directiva A2-246/87,³⁰ entre otras cuestiones, se defiende y protege a los ciudadanos europeos, ante la utilización por parte de los gestores de las emisiones televisivas, tanto nacionales como transnacionales, de todo lo que pueda perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores y el excesivo, peligroso o fraudulento uso de la publicidad o patrocinio televisivo. Al mismo tiempo defiende el legítimo derecho al honor y reputación de los ciudadanos frente a alegaciones incorrectas hechas en cualquier medio de comunicación.

Para llevar a cabo esta Directiva en el tema que estamos abordando, se prevé la adopción de medidas oportunas para garantizar que las emisiones de televisión no incluyan en la franja horaria dedicada al público infantil, escenas de pornografía o violencia gratuita y que inciten al odio por motivos de raza, sexo, religión o nacionalidad. A su vez se obliga a los Estados miembros a adoptar disposiciones legales, reglamentarias y administrativas, necesarias para dar cumplimiento a dichas cuestiones.³¹

A pesar de las regulaciones anteriormente planteadas, las cadenas de televisión no han cumplido con ellas, sobre todo si ello influye en sus beneficios. La lucha por la audiencia en que se ven compitiendo a los canales de televisión, obvia cualquier decreto, que hasta el momento, se haya tomado respecto a la programación. Ello condujo a que en 1993, se firmara un Código de Autorregulación por parte de las Cadenas de televisión en España, para regular la programación y la publicidad. Sin embargo, diversas organizaciones y asociaciones³² han planteado su ineficacia y su incumplimiento.

³⁰ Entre otras cuestiones, *la directiva acuerda la libre circulación de los servicios de difusión y distribución televisiva, sin perjuicio de los únicos límites previstos en el apartado 1B del artículo 56 del Tratado y el apartado 2º del artículo 10 del Convenio para la protección de los derechos humanos y las libertades fundamentales, ratificados por los Estados miembros de la Comunidad. Ibídem. Pág. 281.*

³¹ *Ídem. Pp. 281-283.*

³² Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (Ceaccu). Martes 12 de mayo, 1998. Periódico "EL PAÍS"; Asociación de Autocontrol de la Publicidad. Jueves 15 de mayo, 1997. Periódico "LA VOZ DE HUELVA"; Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR). 4 de enero, 1995. Periódico "EL MUNDO" (Cartas al Director); Dirección General de la Mujer, de la Comunidad de Madrid. Abril, 1998. Periódico "EL MUNDO"; etcétera.

Aunque muchos de los artículos de la Directiva de la C.E.E. se encuentren en los Estatutos de los Consejos de Administración de las Comunidades Autónomas y en el de la Radio y la Televisión de España, no existen las disposiciones legales, que no administrativas, que respalden su cumplimiento.

En cuanto a Cuba, tampoco existen en el Derecho regulaciones o leyes para la programación televisiva; aunque en diferentes discursos el Presidente Fidel Castro ha hecho hincapié en cuanto a la labor formadora y educativa de los medios de comunicación. No es hasta 1998 que la Radio y la Televisión, en particular, cuentan con una Política de programación.³³ Dicha Política sirve para regular los contenidos y los espacios de transmisión de estos medios de comunicación, y a la que nos referiremos más ampliamente en el Capítulo IV, “El mundo frente a la problemática”.

1.4. EN EL TERRENO SOCIO - CULTURAL

La agresividad es un rasgo que se manifiesta en nuestra especie, ello se ha puesto de manifiesto en la etología humana, en donde este rasgo, o esta nota, ha sido evolutivamente seleccionada porque aumenta la eficacia biológica.³⁴ No obstante, el ser agresivos por naturaleza no conlleva a aceptar que también por naturaleza seamos violentos.

Sin embargo, desde que el hombre existe ha existido la violencia y la lucha entre los diferentes grupos; ya fuera por la tierra, la familia o intereses particulares. En nuestra sociedad actual esta lucha se mantiene, aunque a escala muy diferente. Según J. M. Vázquez y F. M. García:

*“Los individuos y los grupos que reconocen ciertas diferencias entre ellos, en vez de ser indiferentes unos con respecto a otros u opuestos entre sí, pueden llegar a ser antagónicos hasta acceder a una lucha abierta”.*³⁵

A este proceso social en que los individuos buscan obtener sus fines desafiando directamente al antagonista por medio de la violencia o el miedo a ésta, los sociólogos le llaman **conflicto**.

³³ “Política de Programación de la Radio y la Televisión”. La Habana, Cuba, 1998. Biblioteca del Centro de Estudios de la Radio y la Televisión. Cuba.

³⁴ K. Lorenz. *Sobre la agresión. El pretendido mal*. México, Siglo XIX, 1971; y Eibl - Eibesfeldt. *Etología*. Barcelona, Omega, 1979. Cit. en J. Sanmartín, J. M. Grisolia y S. Grisolia. *Violencia, televisión y cine*. Editorial Ariel, S.A. 1998. Pp. 13 - 14.

³⁵ J. M. Vázquez y F. M. García. Op. Cit. Pág. 31.

El conflicto puede revestir formas diferentes. Según algunos sociólogos³⁶ la lucha antagónica puede ser **personal**, cuando el conflicto se centra en una persona y la convierte en símbolo de los diferentes valores o ideologías que intervienen en la lucha; **racial**, cuando las diferencias físicas apartan una raza de otra. Aunque habría que advertir que los llamados conflictos raciales son en realidad conflictos de intereses y culturas. Sin embargo, también habría que incluir las diferencias fenotípicas e intelectuales, que en muchos casos, han sido las causas en que se ha basado este tipo de conflicto a lo largo de la historia. **De clase**, surge de un grupo que se considera superior a otro y entra en juego el prestigio social, el poder político, la supremacía religiosa o las ventajas económicas; **política**, aquí se diferencia entre el conflicto nacional y el internacional. Según si se produce entre grupos políticos de una misma nación o entre distintas naciones. La forma más amplia y devastadora de la lucha antagónica internacional es la guerra.

Habría que mencionar además la relación existente entre el antagonismo racial y el llamado de clase, ya que ambos pueden incluir, también, diferencias del tipo físicas, fenotípicas o intelectuales. Asimismo todos estos antagonismos pueden estar relacionados entre sí, es decir que habría que analizarlos según las características que se vayan dando en los procesos sociales.

Como podrá notarse la violencia, entonces, es muy humana, porque ha estado vinculada a nuestro proceso de evolución. En este proceso evolutivo algunos investigadores señalan³⁷ como elemento fundamental, el uso sistemático y metódico de las herramientas para construir con ellas un *supramedio artificial*,³⁸ que es el medio al que nos adaptamos por norma general. Con ello se plantea que el ser humano se ha ido alejando de la naturaleza y creando un entorno artificial, al que denominamos, en sentido estricto, civilización. Las herramientas o instrumentos han sido usados en este proceso tanto para el bien como para el mal, ya que cuando ellos intermedian entre los humanos alteran el carácter de sus interrelaciones. Es decir, cuando un instrumento media entre las manos de un hombre y su posible víctima, es más probable que se produzca un comportamiento agresivo o violento, puesto que el instrumento crea distancias entre quien ataca y el atacado y a mayor distancia más difuminados están los mecanismos naturales de inhibición de la agresividad. El instrumento, entonces, es un producto de la cultura que altera la natura. Entre los instrumentos se encuentran las armas, el uso de ellas incide sobre la agresividad natural, convirtiéndola en violencia. *La violencia no es mera agresividad*.³⁹

³⁶ “Sociología Cultural”. Gillin, Gillin. Instituto de Estudios Políticos, Madrid. 1961. Cit. en J. M. Vázquez y F. M. García. Op. Cit. Pp. 32-34.

³⁷ J. Sanmartín. Capítulo primero: *Violencia: Factores biológicos y ambientales, con especial referencia al cine y la televisión*. Op. Cit. Pp. 14 - 18.

³⁸ Ídem. Pp. 15 -16.

³⁹ Ídem. Pág. 17.

Existen por otra parte, según señala J. Grisolia, que hay otros instrumentos de tipo inmaterial que inciden directamente sobre las bases biológicas de las interrelaciones humanas, entre ellos las ideas y las ideologías. Y que estas últimas, llevadas al extremo, tornan fanático a quien las sustenta. No obstante este proceso es en ocasiones el resultado de hipertrofiar culturalmente ciertos elementos, como por ejemplo la reacción fóbica ante los extraños de los niños pequeños.⁴⁰ Por tanto una literatura que eleve lo propio y denigre lo ajeno, traducido en ideologías nacionalistas, hipertrofiará fobias como la anterior, convirtiéndola en máximas xenófobas o racistas. La violencia desde este punto de vista es entendida como el resultado de la acción de la cultura sobre la natura, es decir, como resultado de la interacción entre la agresividad natural y la cultura más algunos de sus productos (como las condiciones socio - económicas, la familia, los Medios Masivos de Comunicación, el entorno social, etcétera).

Un apologista de la no violencia como Ghandi decía:

*“Hasta ahora, las naciones han luchado a la manera de los animales. Se han vengado de aquellos a los que consideraba como enemigo. Nosotros, en la India, nos hemos esforzado por invertir el procedimiento. Creemos que la ley que gobierna a la creación animal es incompatible con la dignidad humana”.*⁴¹

Por su parte el guerrillero revolucionario - desde otro punto de vista y sin obviar la violencia como forma de lucha del pueblo oprimido - Ernesto “Che” Guevara,⁴² habló sobre la formación de un hombre nuevo, con una conciencia social por encima de los intereses individuales. Sin embargo, el hombre no parece en la actualidad estar preparado aún para enfrentar este reto. Nuestras naciones siguen enfrascadas en diferentes tipos de antagonismos violentos, desde los más simples - como la confrontación de puntos de vista - hasta los más cruentos - como los conflictos bélicos - que en nuestros días, con el desarrollo de la empresa del armamento, tienen consecuencias nefastas y devastadoras.

La violencia ha pasado a formar parte de nuestra vida cotidiana.

⁴⁰ Ibídem.

⁴¹ Cit. en J. M. Vázquez y F. M. García. Op. Cit. Pág. 34.

⁴² Desarrolló una teoría sobre la conciencia social que debía alcanzar el hombre para llegar a la Sociedad Comunista y previó que este hombre comenzaría a tomar forma desde América Latina por las condiciones socio - políticas y culturales que allí existen. Le dió gran relevancia a los focos guerrilleros como forma de llevar la lucha revolucionaria en Latinoamérica.

1.5. VIOLENCIA EN TELEVISIÓN

La rápida popularización de la televisión ha traído, al margen de otras características intrínsecas, un poder que viene dado por la especial atención que la audiencia le presta. A través de la televisión el niño se hace ciudadano del mundo, conoce otras culturas y accede a los lugares que tal vez le sería imposible llegar por otros medios, es por ello que la televisión es también, promotora de ideas y filosofías de vida. El niño comienza a conocer el mundo desde su propia casa y desde los más variados programas.

Según algunos estudios⁴³ los niños dependen primariamente de la representación icónica, en contraposición a la representación verbal que es más simbólica. Sin embargo la habilidad para la interpretación visual se desarrolla con el tiempo, es decir que los niños aprenden progresivamente a <leer> las imágenes.⁴⁴ Por ende los niños encuentran en la televisión un medio tanto de entretenimiento como de aprendizaje.

Las investigaciones sobre la habilidad que tienen los niños para comprender los programas infantiles transmitidos por la televisión, confirman que existe una mayor capacidad de recuerdo en las historias visuales que en las exclusivamente narradas, aunque los más pequeños pueden tener dificultades de comprensión cuando un programa es exclusivamente visual. Por ello la importancia de los códigos y valoraciones transmitidos por la pequeña pantalla, al margen de la valoración de los padres y adultos que le rodean.

Cuando los niños consideran que comparten los mismos valores que los personajes del programa que ven, es más fácil que lo imiten en la forma de vestir, hablar, actuar, etcétera. También influye la identificación con el contexto en que se desenvuelven dichos personajes, u otros aspectos de éste.

Un experimento realizado en Suecia por Linnée (1971) con niños entre 5 y 6 años que habían visto más del 75 por ciento de los programas violentos de la televisión estadounidense, llevó a establecer la importancia que tiene el estudio de la relación entre los contenidos de la televisión y el comportamiento social del entorno. Se comprobó que los niños sometidos a una alta exposición de programas resolvían sus conflictos de forma agresiva,⁴⁵ sobre todo, si esta violencia era recompensada o no castigada en la pantalla.

⁴³ Beagles-Ross y Galt, 1983. Gibbons y otros, 1986. L. Vilches, 1993.

⁴⁴ “Cuando posteriormente ellos desarrollan la capacidad de pensamiento simbólico perfeccionan el procesamiento verbal sin perder la capacidad visual”. L. Vilches. Op. Cit. Pp. 70 - 72.

⁴⁵ Ídem. Pp. 39 - 40.

Otras investigaciones ⁴⁶ tienden a demostrar, también, que los niños imitan los modelos violentos de televisión, lo cual, si se acepta que los modelos juegan un papel importante en el desarrollo de la personalidad, significaría un conflicto que debemos enfrentar tanto los padres como los educadores y la sociedad en general.

En un estudio realizado ya en 1966 por Televisión Española,⁴⁷ los psicólogos apuntaban que el mayor riesgo no estribaba en la inducción a delinquir que podría traer como consecuencia la violencia indiscriminada en la pequeña pantalla sino, sobre todo, en la inclinación a connaturalizarse con la violencia y la agresividad como medio para obtener lo deseado.⁴⁸ Muchos análisis se basan en este tema ⁴⁹ y demuestran que existe una relación entre la preferencia por los medios violentos y el comportamiento agresivo.

Sin embargo, una investigación llevada a cabo con niños de alrededor de 8 años, en el período de diez años,⁵⁰ no llegó a esclarecer qué tipo de relación causal es la que se puede establecer entre la violencia en televisión y el comportamiento agresivo.

Estudios más recientes tienden a demostrar que la violencia en la sociedad es directamente proporcional con las horas de televisión que ven las personas;⁵¹ aunque si bien es cierto que muchos programas de televisión fomentan valores de supervivencia y una lucha basada en el logro personal e individual, la violencia en la sociedad no deviene tan sólo de la televisión.

No obstante la televisión juega un papel fundamental en la formación de los valores, al dedicársele tantas horas de exposición y ser además una de las más importantes fuentes que tienen los niños de conocimiento y aprendizaje. Es ya conocido que los mecanismos psicológicos en los niños funcionan de modo que el aprendizaje observacional cobra una importante relevancia dentro de las formas de socialización.

⁴⁶ Bandura, Ross y Ross, 1963. Barkowitz y Rawling, 1963. De Fleur, 1981. Liebert y Baron, 1972. Lefkowitz y otros, 1972. Cit. en Ídem. Pp. 36 - 45.

J. Federman. *National Violence Study (Executive Summary)*. Universidad de California (Center for Communication and Social Policy), Santa Bárbara, E.U.A. 1997.

⁴⁷ J. M^a. Vázquez y F. M. García. Op. Cit. Pp. 20 - 21.

⁴⁸ Otro exponente lo encontramos en Jiménez Burillo (1981) que plantea la teoría del aprendizaje observacional, según el cual la visión de modelos agresivos induce a la imitación. Cit. en "Audiencia y Programación". Varios. Ponencia "La violencia en televisión y la segmentación de la audiencia". Marina Gilabert Aguilar. Pág. 60. Y David Pearl, Jefe de la Rama de Ciencias de la Conducta para la División de Programas de Investigación del Instituto Nacional de la Salud Mental, EE.UU; que plantea que "... hay una conexión entre la contemplación de la violencia televisada y posteriormente conductas agresivas". Octubre 29, 1994. Revista BROADCASTING.

⁴⁹ Lefkowitz y otros, 1972. L. Vilches. Op. Cit. Pp. 40 y 41.

⁵⁰ Ídem. Pp. 40 y 41.

⁵¹ Programa de Radio "Protagonistas", conducido por Luis del Olmo. Intervención de Javier Urrea, escritor e investigador español. Onda Cero. España. Julio de 1998.

Otra investigación realizada en E.U.A. en 1981,⁵² sostiene que bajo ciertas circunstancias, como el conocimiento de la violencia real de la sociedad y su experiencia con ella, o la actitud de los padres, produce agresividad el observar acción violenta en la televisión.

Una explicación del por qué las personas se sienten atraídas por los acontecimientos o programas violentos la tiene el profesor Jeffrey Goldstein⁵³ que sostiene que *“el entretenimiento violento es tan viejo como el propio entretenimiento, y que somos empujados a él por diversas razones, la mayoría de las cuales no tiene que ver con la violencia en sí. Entre las necesidades que pueden ser satisfechas con el entretenimiento violento está el sentido de posesión, el manejo del genio, la expresión de las emociones, la identificación de la masculinidad y el deseo de ver la justicia representada”*.

Sin embargo, la televisión no es solo entretenimiento, es una forma también de conocer, o mal conocer, el mundo circundante. Una pregunta que no se contesta es dónde está el punto entre el entretenimiento violento que produce la catarsis⁵⁴ de determinados sentimientos o necesidades, y el entretenimiento violento que puede llegar a producir una reacción violenta en quien lo observa, o por el contrario un miedo o pavor hacia una cierta realidad mal tratada, plasmada por los medios. En este último caso me refiero sobre todo a los niños. ¿Existe un límite diferencial entre estos puntos? Hasta ahora parece ser que se ha asentado el mito de que no existen respuestas claras ni concluyentes, sobre todo entre algunos investigadores y muchas empresas de televisión. No obstante, en la amplia mayoría de los estudios que hemos investigado para elaborar este trabajo, hemos encontrado que si existen respuestas claras y el consenso se dirige en torno a que la violencia en los medios de comunicación está enseñando a los niños a comportarse de forma más violenta.⁵⁵ Aunque tampoco ello quiere decir que la televisión sea la única causa del aumento de la violencia, ni siquiera que es la causa principal.

Abría que citar entonces la forma en que la televisión proyecta esta violencia. Un ejemplo de ello es la forma en que generalmente es mostrado el sexo femenino por la televisión. Las mujeres y niñas suelen aparecer como personajes indefensos, pasivos o víctimas de la violencia sexual de personajes masculinos, aunque también se llega al extremo contrario, lo cual tampoco es positivo.

⁵² Revista Video - Forum. Septiembre 1981.

⁵³ Profesor de la Holland Utrecht University. Revista TV WORLD. Página 131. Octubre 1996.

⁵⁴ Nos referimos a las necesidades que plantea el Prof. Goldstein que pueden ser satisfechas con el entretenimiento violento.

⁵⁵ *Violencia, televisión y cine*. Op. Cit. Capítulo 5: *La conexión entre la violencia en el cine y la televisión y la violencia real*. L. R. Huesmann. Pp. 96 - 97.

Habría que mencionar, además, la cantidad de anuncios publicitarios y series infantiles que promueven la violencia, desde con juguetes de armas o personajes que luchan unos con otros - creados exclusivamente para combatir - hasta contenidos que promueven la lucha como método de subsistencia, con diálogos que los apoyan y escenografías afines.

Según un trabajo de Joan Carles March y M^a. Ángeles Prieto,⁵⁶ el gran problema reside en que al ser la violencia algo tan normal y habitual esto puede dejar indiferente a los niños, ya que la violencia ficticia quita realidad a la violencia real. Lo cual para nada significa que los niños no sepan discernir, sino que se connaturalicen con ella.

El pediatra Francisco Muñoz, autor del informe “Violencia en televisión”, afirma que “*no parece que exista duda acerca del carácter interviniente del alto índice de violencia televisiva en la determinación de las conductas masculinas violentas*”.⁵⁷

Un experimento⁵⁸ realizado con respecto a la correlación observada entre exposición a la televisión y conducta agresiva, llegó a la conclusión de que la violencia televisiva hace violento al niño que la mira y el niño agresivo escoge programas violentos, o sea que se da un proceso *bidireccional*; aunque aquí también entraría en juego el entorno social en que se desarrolla el niño. Lo que no cabe duda, es que la televisión influye en el comportamiento de las personas. A este respecto Murray Kippax⁵⁹ *concluyó que existen pruebas significativas de que la televisión modifica la conducta social, en sentido positivo o negativo, de forma que, según sea el contenido de los programas, éstos influyen en que los espectadores consideren como más adecuada bien la agresión, bien la conducta prosocial. Asimismo, se observa que los efectos de la televisión crecen cuando concuerdan con otros aspectos influyentes o cuando se carecen de fuentes de información alternativas.*⁶⁰

Un factor fundamental entonces, es la responsabilidad de los que deciden en la industria televisiva, si tenemos en cuenta además que “... *la tecnología de la televisión es un mecanismo que ordena el espacio- siempre con categorías elementales (accesible-inaccesible, dentro-fuera,*

⁵⁶ Grupo Comunicar. Comunicar 4. “Leer los medios en el aula”. Artículo “La familia y la escuela en la educación para la imagen”. Joan Carles March y María Ángeles Prieto. 1995. Pág. 23.

⁵⁷ Cit. en Marina Gilabert Aguilar. Op. Cit. Pág. 57.

⁵⁸ Huesman y Eron. Cit en *Ibídem*. Pág. 58

⁵⁹ Murray Kippax. 1979. Cit. en *Ibídem*. Pág. 60.

⁶⁰ *Ídem*. Pág. 60. Debemos tener en cuenta además, que el mayor medio de entretenimiento que tienen los niños es la televisión o en todo caso el vídeo. Ver Capítulo III: Trabajos exploratorios.

reconocible-no reconocible, etc.) - y contribuye, de este modo, a proporcionar a los espectadores un elemento de ordenación del mundo, un principio de perspectiva organizada de lo real, y a condicionar, por tanto, su mentalidad y su comportamiento”.^{61/62}

Los informativos, por ejemplo, tienden a utilizar el impacto como recurso para elevar el índice de audiencia; para ello se recurre a la búsqueda de algún hecho violento, comprometedor o escandaloso de alguien famoso.⁶³ Parece ser, que lo más importante para los directivos de los canales es el aumento de la audiencia y las ganancias, sin plantearse su relevancia o importancia para el desarrollo de ese público infantil, que muchas veces contempla las noticias como forma de adentrarse en la realidad circundante o porque simplemente sus familiares acostumbran a observar el noticiario.

La televisión, no obstante, intrínsecamente posee atributos que le confieren poder condicionar la mentalidad y el comportamiento del espectador; sin embargo la forma en que este poder es manejado por muchas de las grandes cadenas de difusión masiva, es lo que hace del medio un espacio donde solo entran en juego los intereses individuales de sus poseedores, sin tener en cuenta que los niños más que mercado son un valor a proteger y desarrollar.

⁶¹ José Manuel Pérez Tornero. “El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio”. 1ª edición, 1994. Pág. 55.

⁶² Más adelante desarrollaremos el tema de la influencia de la tecnología en el Capítulo II: Contexto actual.

⁶³ Un ejemplo fue el aniversario de la muerte de la Princesa Diana de Gales, Inglaterra. Los Medios de Comunicación aprovecharon el hecho para transmitir programas y películas de televisión, vender fascículos en periódicos, artículos en revistas, etcétera. Así como el boom informativo del caso Lewinsky, al margen de que se trate del presidente de un país.

CAPÍTULO II

2. MANIPULACIÓN Y VIOLENCIA

Siempre que entre una realidad y el espectador exista una cámara que nos muestre ésta realidad, existirá un punto de vista basado en la visión individual de quien nos muestra la imagen. Esta discusión, ya vieja, sigue siendo en nuestros días un tema para debate.

La televisión entonces nos muestra a través de su medio, y según los intereses de sus creadores, el punto de vista de quienes realizan el producto u obra.

En este proceso intervienen diferentes factores, algunos de ellos características intrínsecas del medio. El primer factor que entra en juego es el poder que ejerce la imagen sobre los hombres. Unas de las explicaciones para que esto suceda es el movimiento, unido al sentido de realidad y cercanía que la televisión nos transmite, creando así un espacio de familiaridad e identificación;⁶⁴ otra causa y según Sartori es que la televisión se ayuda con una serie de particularidades; “*su estructura productiva (consistente en una visualización rápida, a veces instantánea), su distribución característica (que le permite estar a disposición del telespectador sin un acto de esfuerzo físico), su modalidad de fruición (que impone, por la misma característica de la pantalla, no solo mirar sino también participar)*”.⁶⁵ Sin embargo, aún cuando la imagen de televisión sola y por sí misma pueda expresar, no dice todo si ello no se explica con palabras.⁶⁶ Entre otros factores, esta vinculación entre imagen y sonido es la que le confiere al medio todo su poder.

Desde hace siglos se viene utilizando el poder que la imagen⁶⁷ ejerce sobre los hombres como medio de dominación.⁶⁸ La televisión entonces se constituye en sí misma como un poder capaz de influir en el medio social. De lo que se deduce el por qué alrededor de los medios de comunicación se reúnen círculos de interés.

⁶⁴ “... la televisión implica a su audiencia en el horizonte de la vida normal, la vida ordinaria (...) Tanto filmes en sus formas más populares, situaciones domésticas y concursos celebran a la gente corriente y las experiencias ordinarias de los telespectadores. Las variedades lingüísticas difieren, sin embargo, no sólo en la base de su verdadero valor sino mostrando un abanico de habilidades para conducir la vida diaria de los telespectadores, de manera que ellos mismos puedan reconocer como familiar”. Tony Wilson “Watching Television. Hermeneutics, reception and popular culture”. Cambridge, Polity Press, 1993. Cit. en J. M. Pérez Tornero. Op. Cit. Pág. 123.

⁶⁵ “La grande sorella”. Carlo Sartori. Milán, Mondadori, 1993. Cit. Ibidem. Pág. 115.

⁶⁶ Aún en el cine mudo, se utilizaban carteles escritos para aclarar textos o situaciones. Ellos se pueden encontrar desde la obra de Meliés hasta el cine de Chaplin.

⁶⁷ Imagen en cuanto a representación de una cosa; ya sea un símbolo, una idea, un retrato. Imagen estática y en movimiento.

⁶⁸ “El poder de la imagen. La imagen en el poder”. Alicia Cámara. Madrid, 1995.

Los medios técnicos y en específico el uso que de ellos se hace, son un eslabón fundamental en este proceso. Estos medios son los que conforman y hacen posible hablar de un lenguaje televisivo.

La imagen de televisión, por su naturaleza física, es una propuesta de sentido compleja que requiere la actividad mental del espectador, su participación y su implicación. La televisión no es un medio pasivo si no que requiere del esfuerzo y la colaboración del espectador en el flujo de informaciones. *“Y lo hace a tal ritmo, con tal exigencia de dedicación y de atención que, eso sí, constituye una fuerza poderosa, casi hipnótica, tremendamente absorbente”*.⁶⁹

El espectador construye esta imagen a partir de una sucesión de imágenes en el tiempo, lo que permite el curso del pensamiento y la imaginación. Por tanto la televisión, como el lenguaje, se construye en el tiempo. Nuestro cerebro debe ordenar los signos transmitidos por la palabra; así mismo nuestro cerebro ordena los fotogramas borrando las intersecciones negras entre ellos. Este proceso es subliminal, es decir, inconsciente.⁷⁰ Los niños van aprendiendo, conforme avanzan en edad, a organizar lógicamente estos signos. En la etapa escolar conocen las estructuras básicas de los contenidos de la programación televisiva, es decir, situación inicial, desarrollo y final; de forma progresiva la capacidad de asimilar los contenidos y el desarrollo lingüístico se van convirtiendo en elementos mediadores en su relación con el medio.

El tiempo, entonces, juega en los medios audiovisuales uno de los papeles más importantes por partida doble. Una porque mediante él, el espectador construye la imagen y otra porque a partir de él los creadores ordenan y estructuran la obra. El espectador nunca recibe toda la información de inmediato, sino que mediante la edición se le van descubriendo las acciones o hechos, pudiendo formar éste una lectura mediatizada por estos factores. Con el desarrollo de las habilidades, los niños aprenden de manera progresiva a leer entre líneas, a completar con informaciones explícitas aquellas que no lo están, a entender el cambio de planos, de situaciones, etcétera.

No obstante, la edición no está exenta de intencionalidad; la interrelación entre los planos; la duración y encuadre de cada uno de ellos; el sonido, la música, el ruido o el silencio que les acompaña; el color y textura de los mismos, etcétera, hacen que al editar un material este se convierta en una determinada forma de transmitir y entender una historia o noticia en específico. Un ejemplo de ello son las risas enlatadas que acompañan a las comedias, ellas condicionan los momentos de cada situación cómica a partir del criterio de quien produce la serie. En los programas

⁶⁹ J. M. Pérez Tornero. Op. Cit. Pág. 92.

⁷⁰ Ídem. Pp. 90 - 92.

en donde participa el público, éstas risas, aplausos y actuaciones aparentemente espontáneas, también son planificadas, lo cual reduce las posibilidades de opinión o criterios propios de los espectadores, homogeneizando, de esta forma, el humor.⁷¹ Así mismo se ensalzan o elevan a personas o productos que los medios consideran cómicos, relevantes o importantes, siguiendo criterios individuales para los que despliegan grandes campañas publicitarias que los lleven a ser aceptados por el telespectador. El tecnólogo para la Educación y Coordinador Provincial español, Enrique Martínez Sánchez, se pregunta si este éxito responde a un cambio cultural en sectores de población o a una gran manipulación temporal de la cultura con fines exclusivamente comerciales.⁷²

Las situaciones en la televisión se desarrollan según interesan a quienes conciben la idea. A veces se acelera el tiempo, mediante el uso de planos rápidos y otras técnicas, mientras que en otras ocasiones se realenta en función de que se capte toda la intensidad de un hecho, situación o momento específico. Martínez Sánchez comenta al respecto que la disociación cultural que crea la dualidad entre imagen filmica e imagen real, puede convertirse en una múltiple visión patológica de la realidad, en una percepción maniquea de los valores éticos y morales o en una esquizofrenia cultural y social. Por lo cual llega a la conclusión de que la imagen televisiva genera en el individuo y en la sociedad una duplicidad de visiones, que en consecuencia podrían desembocar en una dualidad ideológica, cultural y de praxis, imposibles de adaptar y superar si no existe una crítica activa.⁷³

Queda claro entonces que el espectador cuando se enfrenta a la imagen de televisión se enfrenta a la mirada de otro, su percepción está limitada. El punto de vista hegemónico se enmascara en la realidad y en su construcción, con un sentido, evidentemente, ideológico, lo que hace que ingrese a un punto de identificación donde se busca un compromiso con la historia y/o con el protagonista; aquí se borra completamente el punto de vista del enunciador haciéndolo no evidente ni identificable, construyendo una visión del mundo a partir de un espacio que corresponde a las normativas de aquellos que hacen posible la historia. Es una forma de acercarse a la realidad de quien lo percibe, de hacerse auténtico, legítimo y tangible. Así desde las noticias hasta los melodramas,

⁷¹ Revista Comunicar 4. "Leer los Medios en el aula". Artículo "Educación para la lectura crítica de la televisión". Enrique Martínez Sánchez. 1995. Pp. 42 - 51.

⁷² Ídem. Pág. 46. Otro ejemplo fue la propaganda que se le hizo a la película "Titanic", al margen de los valores que pueda o no tener la película, lo cual se vió revertido en una gran éxito de taquilla y que le proporcionó a sus productores grandes ganancias. Más recientemente, la boda de la hija de la Duquesa de Alba, en España, que hasta el momento, si bien no era desconocida, no suscitaba la atención que los medios de comunicación han hecho que los ciudadanos le presten. Y por último el poder adquirido por Silvio Berlusconi en Italia a partir de comprar y crear una serie de canales de televisión, entre los que se encuentra Tele 5.

⁷³ Enrique Martínez Sánchez. Op. Cit. Pp. 48 y 50.

dibujos animados y anuncios, se construyen en función de reforzar el punto de vista de sus creadores.

Para que puedan funcionar los valores que se plantean se confunde al espectador con una cierta realidad o con el personaje, haciéndose parte de la cotidianidad, verosímil, cercano. Es un aparato ideológico que construye un espacio, el espectador entra en ese espacio a partir de sentirse reconocido y no tiene más remedio que aceptar lo que ve creyéndose que así él piensa y que es o forma parte de su realidad o por lo menos de lo posible.

*“La televisión construye un espectador modelo y propone, además, un mecanismo de lectura del propio discurso que difunde. La clave de todo este discurso es la **identificación** (apropiación por parte del enunciatario-telespectador, de las proposiciones del texto televisivo: roles sociales, horizonte cognitivo, mundo social...)”*⁷⁴

Según Pérez Tornero los mecanismos de esta identificación son el **reconocimiento**, que consiste en vincular elementos de la vida cotidiana para que el espectador sienta que lo que ve le es cercano y propio; y la **familiaridad**, que se basa en la redundancia del texto y que se explica como *“el caso de un presentador que, de tanto aparecer, nos resulta familiar... o el de los personajes de una teleserie, o una melodía repetida hasta la saciedad en un informativo”*.⁷⁵

En el caso de los niños más pequeños este reconocimiento se produce por los comportamientos de los personajes que se les parezcan a sus padres. Conforme avanzan en edad, las actitudes de sus iguales cobran mayor fuerza. Así, señala la Orientadora de Educación Nuria García,⁷⁶ *en períodos en los que los procesos de identidad personal buscan su confirmación en base, entre otras cosas, a procesos de comparación social, el grupo de iguales sirve como máximo referente*. Lo que facilita el aprendizaje de actitudes y formas de comportamiento. Estos aspectos son cuidados, especialmente, en programas dirigidos a la audiencia infantil y juvenil.

Un ejemplo de ello son los noticiarios actuales, en donde el texto, como lenguaje, en general solo sirve para reforzar la imagen, es decir que no se utiliza para aportar datos nuevos. La misma noticia difundida por diferentes canales de televisión, sobre todo cuando de noticias sobre política se trata, hace evidente, por regla general, la simpatía del canal por determinado partido político, forma de pensar o concebir la vida. No permitiendo así que el espectador se forme su propio criterio a

⁷⁴ J. M. Pérez Tornero. Op. Cit. Pág. 122. (el oscurecimiento de la palabra identificación es nuestro) .

⁷⁵ Ídem. Pp. 122 y 123.

⁷⁶ Revista Comunicar. Comunicar, 6. “Descubriendo la Caja Mágica... la televisión en las aulas”. Artículo “Televisión y desarrollo. Variables mediadoras en la interacción alumno - medio.” Nuria García García. 1996. Pág. 55.

partir de exponer los hechos lo más claramente posible y sin la influencia, consciente o no, de un solo punto de vista.

Para los niños esto es más perjudicial, ya que no tienen un juicio propio que rebata dichos mensajes, y se debe tener en cuenta que los noticiarios son vistos, comúnmente, por toda la familia. Aquí entraría también el juicio de los padres, pero aún así la televisión tiene gran responsabilidad en cuanto a la formación de criterios, ya sea de adultos o de niños.

Otra de las características de la televisión es el sentido de **realidad** que transmite.

*“... los hechos se conocen o se tienden a conocer en directo. Los ciudadanos tienen la sensación de estar permanentemente en contacto con la realidad presente”.*⁷⁷

Muchos profesionales se escudan en este poder intrínseco de la televisión, para crear las noticias llamadas “en directo”. El término supone que no han sido montadas o editadas, sino que se emiten exactamente como fueron captadas por la o las cámaras en el momento que sucedieron. ¿Pero no es sin embargo ya un montaje el mostrar una determinada imagen con una determinada angulación y encuadre de cámara y no otra? El término es más bien engañoso. Sin embargo la cuestión no recaería en la noticia en sí si no en el uso que de ella se hace. Pierre Bourdieu⁷⁸ ha dicho, refiriéndose a la utilización de este “efecto de realidad”, que se podrían provocar fenómenos de movilización social, dar vida a ideas, representaciones o grupos.

*“Los sucesos, los incidentes o los accidentes cotidianos pueden estar preñados de implicaciones políticas, éticas, etcétera, susceptibles de despertar sentimientos intensos, a menudo negativos, como el racismo, la xenofobia, el temor-odio al extranjero...”.*⁷⁹

El hecho de informar, de la manera *periodística*⁸⁰ que en la actualidad se hace, implica siempre una elaboración social de la realidad, capaz en algunos casos de provocar la movilización o la desmovilización social, pero que en su mayoría conmueve tanto como se olvida. Y es en esto último donde reside uno de los mayores problemas a que se enfrenta nuestro mundo: ¿Nos estamos acostumbrando con la violencia o simplemente nos parece mentira todo lo que nos muestra la televisión?

⁷⁷ J. M. Pérez Tornero. Op. Cit. Pág. 60.

⁷⁸ Pierre Bourdieu. “Sobre la Televisión”. Editorial Anagrama. S. A. 1997. Pág. 27.

⁷⁹ Ídem. Pp. 27 y 28.

⁸⁰ Nos referimos a la manera como se muestran las noticias, marcadas por la teatralidad y el sensacionalismo a fin de captar espectadores. Para mayor información Pierre Bourdieu. Op. Cit. Pp. 25 - 29.

La televisión, y de la televisión, se ha dicho que muestra los hechos, la realidad tal y como puede ser, en síntesis una cierta *verdad*; sin embargo esta es una utopía a la que el medio no llegó nunca y a la que no llegará, porque cierto punto de vista, cierta intención, siempre estará presente. Sin embargo, si esa realidad se muestra partiendo del hecho de que esto es lo que *yo* pienso y lo que *yo* he percibido y no lo que *nosotros* - el espectador y el productor o realizador - pensamos, entonces se estará manipulando menos. Se mostraría un espacio de transparencia que se podría aceptar o rechazar. Dando todos los datos pertinentes que permitan al televidente⁸¹ formarse un criterio propio. Se estaría formando entonces, un espectador más inteligente y exigente, que no se conformaría con noticias a medias, repetitivas o mal dadas.

Algunos defensores a ultranza de la televisión plantean que trabajan en función de lo que el espectador quiere ver, basándose en encuestas y en listas de “raatings”. Sin embargo, el espectador, como los profesionales, han ido aprendiendo según se ha desarrollado el medio. Se culpa a los espectadores y se habla de analfabetismo visual en el espectador; sin embargo, según palabras de Sartori:

*“...es el productor el que produce al consumidor. Si proporciona un volumen suficiente de información crítica sobre noticias del mundo, la audiencia se interesará por el mundo; pero si el mundo desaparece de la pantalla es obvio que el mundo dejara de interesar”.*⁸²

Una forma de justificar este hecho es el de la opción, que ofrecen muchas empresas de televisión, de cambiar de canal, sin embargo las cadenas tienen programaciones parecidas, sobre todo para los horarios de máxima audiencia. Es una excusa que no admite alternativas de programas, que no de canales, para escoger.⁸³ Tampoco escapa la prensa escrita de ésta repetición, existe una relación entre las noticias transmitidas por la televisión y la de los periódicos nacionales.

Los niños son entendidos entonces como un sector bien definido para los comerciantes, fabricantes y sus agentes publicitarios. Ellos saben las posibilidades comerciales de esta audiencia en la promoción de personajes y productos, vinculan así los productos con los personajes que más les atraen.⁸⁴

⁸¹ Utilizamos espectador, público y televidente como sinónimos para referirnos a la persona que ve lo que transmite la televisión.

⁸² “Homo videns. La sociedad teledirigida”. Giovanni Sartori. Santillana, S.A., Taurus, 1998. 2ª edición. Pág. 139.

⁸³ Sobre la competencia ver el Capítulo II: Contexto actual.

⁸⁴ Ejemplos recientes son las Spice Girls, los dinosaurios de la película Jurassic Park, Las Tortugas Ninjas Mutantes, Goku (Bola de Dragón) o más recientemente la saga de la película La Guerra de las Galaxias: La amenaza fantasma. La venta de

A este hecho se le une que los programadores han visto los beneficios que aporta incluir más programas para toda la familia o adulto - infantiles en los horarios de máxima audiencia; la diferenciación de consumidores no les resulta útil para los intereses de las grandes cadenas, ganar audiencia.⁸⁵ En este horario los anuncios publicitarios se cotizan a mayor precio; al margen de la publicidad indirecta y los patrocinios a los programas.

Los niños son utilizados además, para mostrar la violencia en algunos acontecimientos; una noticia en donde se muestran los niños parece ser más noticia, por lo menos capta más público y conmueve a la audiencia.⁸⁶ Esto mismo sucede en algunos anuncios publicitarios para adultos donde se utiliza la imagen de los niños para hacer ver las bondades de la niñez. Un ejemplo de ello es un anuncio que apareció en la televisión española, entre mayo y junio de 1998, y que se refería a un gel de baño. En el mencionado anuncio aparecía un adulto que se había convertido en bebé al haber probado, después de comprar su mujer,⁸⁷ dicho gel.

Otros anuncios publicitarios apelan a la conciencia colectiva con fines más bien engañosos. Aparentan una razón humanitaria para conseguir la venta de un determinado producto, su producto. Un anuncio reciente es el que se transmitió por las diferentes cadenas de televisión de España, también entre mayo y junio de 1998, de leche R.A.M. El mismo se refería a madres que tenían el problema de que a sus hijos no les gustaba la leche, mientras que otras no tenían este problema porque sus hijos ni siquiera tenían leche. Patrocinado por la UNICEF se decía que comprando leche R.A.M. estaríamos ayudando a los niños del tercer mundo. Apelaba a la conciencia colectiva a partir de hacer sentir culpables a las personas, en una búsqueda manipulada y chovinista por obtener ganancias con un sentido superficial y frívolo de un problema más bien grave. Al margen de utilizar a los niños como medio para promocionar su producto. Esto mismo lo hemos visto más recientemente en un anuncio de Fairy, detergente líquido concentrado, en donde se veía a varios niños africanos enfermos, el texto decía:

camisetas, polos, chandals, juguetes, sellos, material de escritorio, comics, pegatinas, comestibles, etcétera, ha generado suculentos beneficios.

⁸⁵ Sobre la relación de los niños con este tipo de programas y la programación para adultos nos referiremos más ampliamente en Capítulo III: Trabajos Exploratorios y en las Conclusiones.

⁸⁶ Recuérdense las noticias sobre Bosnia, Somalia, América Latina, el atentado en el Ulster o más recientemente la forma en que la televisión nos ha tenido en vilo al prometer en cada noticiario la liberación, horas más tarde, de los españoles secuestrados en Sudán por narcotraficantes, cuando de hecho sabían que no estaba confirmado.

⁸⁷ Aquí también se puede ver el efecto sexista del anuncio: quienes compran esas cosas son las mujeres, los hombres, presumiblemente, se ocupan de otras cuestiones. Meses después, en noviembre del propio año, salió el mismo anuncio pero su protagonista era una adulta - niña, que decía que su marido había traído el gel a casa y le había dicho que lo probara. Existe gran diferencia entre los verbos traer y comprar. Gel Sanex.

*“UNICEF pide tu colaboración porque Fairy piensa enviar un millón de vacunas contra la tuberculosis a Senegal. Ahora comprando Fairy estarás vacunando a un niño. UNICEF, Fairy y tú contra la tuberculosis.”*⁸⁸

Al margen de esta situación, y aunque no halla sido publicitado directamente por la televisión, cabe señalar la propaganda que se hizo, durante 1998, de los cigarrillos Fortuna, en los cuales se decía que comprándolos estarías destinando el 0,7% del valor de cada paquete a una O.N.G. Es decir, que se pedía salvar vidas a costa de condenar otras, pues a nadie le son desconocidos los perjuicios del tabaco.

La televisión, cada vez más, se ha convertido en un aparato económico e ideológico. Los programas se plagan de publicidad, ya sea directa o indirecta.⁸⁹ Creando la concepción de que aquello que no ha sido promovido por televisión, que no se ha visto publicitado por ella, no es un producto tan fiable. A través de la publicidad se fomenta una visión irreal entre la eficacia o valor de un producto y su cuantía, además de la inclusión de la palabra “solo” en cuanto a los precios, como si su venta supusiese un regalo al alcance de todos.⁹⁰

La moda, ya sea en cuanto al vestuario como a la configuración física, el interés social hacia determinados problemas y no otros, la realidad más allá de nuestras fronteras, etcétera, es dictada y se impone según los medios masivos y en su mayor parte por la televisión y los intereses que juegan en su entorno. Es una carrera de poder y dinero. La televisión participa de esta lucha llevándose grandes ganancias y vendiéndose al mejor postor.

Otro factor a tener en cuenta es que la televisión ha utilizado y utiliza tanto el impacto informativo de catástrofes, guerras, y demás hechos violentos que puedan ocurrir, que a la larga esto podría conllevar a una cierta insensibilidad hacia los problemas. El interés y la expectativa de saber lo que pueda estar sucediendo en otro país o aún en el propio, puede estar cambiando por la simple curiosidad. Ello se debe a que los hechos son manipulados en función de vender la noticia, de tener la primicia publicitaria, de subir los niveles de audiencia y de captar mercados, en vez de informar y concientizar sobre lo que está sucediendo en nuestro mundo, en tratar de profundizar en las causas de estos conflictos, fenómenos o estallidos sociales. Las noticias se convierten de este modo en un

⁸⁸ Aparecido el 23 de agosto de 1999 en TVE 2 a las 18:00 horas.

⁸⁹ Publicidad directa es cuando un producto se promueve directamente mediante un anuncio publicitario. Publicidad indirecta es cuando un producto aparece enmascarado como parte del vestuario, escenografía o ambientación de un programa o película de televisión. En España está prohibido este tipo de publicidad, no obstante se utiliza. Los patrocinios son también un tipo de publicidad indirecta, aunque ésta, específicamente, no está prohibida.

⁹⁰ Existen leyes y regulaciones para la publicidad, tanto internacionales como más específicas, en España y en la Comunidad Europea; a ellas nos referiremos en el Capítulo II: El mundo frente a la problemática; aunque en cuanto al precio ver concretamente la Guía VII del Consejo Internacional de la Cámara de Comercio, citado en el tema antes referido.

espectáculo transmitido a todas horas y en circunstancias que a veces son más un montaje televisivo que una realidad. El hecho de que otro ser humano este sufriendo o padeciendo, aún en el propio país, se ha convertido en algo lejano y que no transmite más que cierto escándalo y compasión que termina al terminar el comentario.

Un ejemplo de este problema me remite a la situación en Somalia. Desde hace varios años atrás las cadenas televisivas de todo el mundo estuvieron transmitiendo imágenes aisladas del conflicto a que se enfrentaba ese país. Pero el estallido televisivo en Europa se efectuó cuando los cascos azules de la O.N.U. llegaron allí por la situación de hambre y miseria a que se enfrentaba la población civil, en guerra durante varios años. Luego de la retirada de los cascos azules la situación de Somalia volvió a ser parte de un algo desconocido y lejano, aún cuando la situación en ese país no ha cambiado nada.⁹¹

También habría que analizar como con la aparición y con el desarrollo tecnológico de la televisión ahora conocemos hechos que antes eran imposibles de saber, excepto encontrándose en el lugar del suceso o por referencias. No creemos que la violencia actual de nuestro mundo sea mayor o menor - que sí diferente, debido a las nuevas técnicas del armamento, de guerra psicológica, bacteriológica y el cambio operado en nuestras sociedades - que la de años y siglos anteriores; sin embargo, sobre lo que antes no se tenía conocimiento por falta de los medios de comunicación masivos, ahora podemos saberlo desde el momento que ocurren y aún ser transportados al lugar del hecho en el mismo momento que los acontecimientos suceden. McLuhan lo explica de este modo:

*“El mundo instantáneo de los medios informativos electrónicos nos implica a todos, a un tiempo”.*⁹²

En los países subdesarrollados, como Cuba y México - por solo citar dos ejemplos - la televisión está en manos de grandes cadenas que no admiten competencias y que cuentan con el apoyo del grupo político en el gobierno, como Televisa, en México. O como en el caso particular de Cuba que cuenta con una televisión estatal puesta al servicio de los intereses gubernamentales, por lo que la programación, incluidos los noticiarios, se encuentran en función de estos intereses. Este hecho no admite otros puntos de vista.

⁹¹ Al margen de las noticias, conocidas luego, del comportamiento deshonesto de los efectivos de la O.N.U. Debemos señalar también como parte del ejemplo y paralelo al conflicto somalí, el de los saharagüíes, si bien en España ya no es un tema que interese a los Medios Masivos.

⁹² M. McLuhan. “La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas”. Madrid, Akal. Cit. en Revista Comunicar 4. Op. Cit. Enrique Martínez Sánchez. Op. Cit. Pág. 50.

Tampoco consiste, ni se trata, de mostrar la realidad sólo con el fin de ser realista, sino con la intención, consciente, de fomentar valores que ayuden a crear un ser social más agudo, crítico, perceptivo y solidario, un mejor ser humano. Tampoco se trata de esconder la violencia que existe en nuestras sociedades e independientemente de nuestra voluntad, sino de promover valores que ayuden a la socialización, educación y desarrollo de los niños. Sin embargo la televisión, parece, que ha pasado a ser solo una forma de obtener dinero.

2.1 CONTEXTO ACTUAL :

Mercado, Globalización e Influencia de la tecnología.

Actualmente no hay comentarios entre vecinos que no nos remita a lo dicho por la televisión; aquello de lo que no se tienen imágenes deja de ser automáticamente, para la sociedad, un problema de primer orden de actualidad. No importa la magnitud del hecho. Las noticias entonces cobran actualidad a partir de ser difundidas por los medios de comunicación, y en este caso por la televisión. Sin embargo es sólo una realidad a partir de la política de los directivos del canal, por lo cual “la realidad” se ve restringida a este marco.

En esta búsqueda por captar la atención del público se le da mayor relevancia a aquellas noticias que produzcan más ventas; siguiendo criterios de programación según el interés individual de grupos políticos o financieros. Teniendo en cuenta, además, que la competencia entre las cadenas pasa por una lucha implacable para ganar audiencia, lo que ha derivado que se imiten entre ellas, sobre todo en las noticias y tipos de programas en los horarios de “*Prime Time*”.

Sartori observa ⁹³ que, *ocho de cada diez noticias son las mismas en todas las cadenas. Los supuestos competidores juegan sobre seguro: en lugar de diferenciarse se superponen.*

Cuando una cadena de televisión observa que funciona un determinado tipo de programa, trata de hacerse con uno parecido en el mismo horario, obviando que el público no es solo mercado. La pantalla se llena así de programas repetitivos y cada vez más simplistas que no aportan nada nuevo, lo cual produce un deterioro en la programación y provoca un facilismo en los guiones. Bourdieu ⁹⁴ apunta sobre este tema que la competencia tiende a incrementar la uniformidad en vez de favorecer la originalidad o la diversidad.

⁹³ G. Sartori. Op. Cit., pág. 141.

⁹⁴ P. Bourdieu. Op. Cit. Pp. 107 - 110.

En el caso de la programación en España, por ejemplo, la apertura de los canales es en el horario de la mañana entre las 6:00 y las 7:00 horas. En general las cadenas empiezan con noticiarios, luego series de animados y series familiares, entre las 14:00 y las 15:00 horas vuelven los noticiarios. El espacio de la tarde es dedicado en su mayoría a programas de participación y revistas del corazón (exceptuando TVE 2 que lo dedica a series documentales de la naturaleza y Canal + que emite películas). Entre las 20:00 y las 21:00 horas los noticiarios de la noche, que generalmente retransmiten las noticias de la tarde, y por último los reality show, programas de concursos, de variedades y las series (como Sorpresa, sorpresa; Lo que necesitas es amor; Tío Willy; Médico de Familia; A las once en casa; Periodistas; Hermanas; etcétera).⁹⁵ En el particular de los noticiarios, las noticias pueden verse repetidas en las diferentes cadenas.

Sin embargo, la respuesta no parece estar en más canales de televisión. Sobre este tema Sartori⁹⁶ apunta que la competencia entre las cadenas no produce beneficios concurrentes, sino más bien un deterioro en los productos. Este deterioro viene marcado por diferentes factores, entre ellos por una unidad de medida de la audiencia indiferenciada. En un ejemplo del mismo autor se explica como para Auditel contar con Churchill entre su público es igual que contar con su portero. El incremento de la audiencia se consigue homogeneizando los productos, pero para ello la televisión debe bajar el nivel cultural e intelectual de los mismos; es decir que se pierde a un Churchill con tal de ganar dos porteros (Utilizamos el ejemplo no para referirnos a programas aislados, sino a toda la producción de un canal).

En síntesis, los programas se estandarizan en función de llegar a más cantidad de público y se fomenta, con la competencia desmedida entre las cadenas y en la búsqueda de la audiencia, una gran saga de televidentes que se conforman con lo que se les ofrece, sin importar la ceguera intelectual y cultural que se promueve. Según Bourdieu ⁹⁷ *la competencia, lejos de ser automáticamente generadora de originalidad y diversidad, tiende a menudo a favorecer la uniformidad de la oferta.*

Aún cuando la televisión nunca ha pretendido homogeneizar y banalizar, este es el efecto que vienen provocando dichos mecanismos de competencia, crear un espectador conformista.⁹⁸ También cabe señalar que tampoco importa si la meta es subir los índices de audiencia. Los programas se hacen en vigor de esa masa homogénea e indiferenciada. La respuesta estaría más bien

⁹⁵ Ver Capítulo II: Análisis de programas.

⁹⁶ G. Sartori. Op. Cit., pp. 141 y 142.

⁹⁷ P. Bourdieu. Op. Cit. Pág. 109.

⁹⁸ Ídem. Pp. 70 - 78.

en la toma de conciencia de los problemas, rechazando el deterioro y buscando alternativas consecuentes.

Con el desarrollo tecnológico la televisión se enfrenta a una nueva etapa. La revolución en las comunicaciones nos ha llevado a la explotación de nuevos mercados y ha creado un nuevo tipo de relación comercial, por lo que los productos han adquirido un carácter más global y trascendente. La comercialización, tanto de los programas televisivos como de los anuncios publicitarios, se puede realizar de forma más inmediata, creando una relación entre la imagen de televisión y el televidente que incrementa la aparente realidad y cercanía. Pérez Tornero apunta:

*“... la socialización que ejerce la televisión se hace en términos globales, planetarios. Los ciudadanos televidentes habitan en un campo mundial, sintonizan con una sensibilidad transnacional y amplían sus horizontes imaginarios en la medida en que la televisión, como medio, va conquistando paulatinamente nuevos territorios”.*⁹⁹

Este desarrollo se ve reflejado en el aumento de canales, de las posibilidades de elección y de la diversidad.

Con los satélites de transmisión se rompe con el mito de la televisión nacional. Las cadenas de televisión pueden llegar a cualquier parte del mundo donde se halle un receptor de antena parabólica. A este proceso se le ha llamado de globalización.

Este mismo desarrollo en la tecnología hace que haya una mayor elaboración en los productos; sin embargo, muchas veces se satura la imagen con efectos tecnológicos que no ayudan a la comprensión por parte del espectador. Y, como hemos planteado en capítulos anteriores, el uso indiscriminado de estos medios técnicos y la utilización de los mismos para fines políticos o exclusivamente de espectacularidad, nos ha llevado a fomentar una visión de nuestro entorno cada vez más lejana y meramente teatral. Lo cual se ve reflejado en la desconfianza de los espectadores por las noticias transmitidas a través de la televisión y en cierta insensibilidad hacia los problemas del mundo circundante.

El proceso de globalización, además, enfrenta a los países subdesarrollados a una lucha desigual con las grandes cadenas de televisión estadounidenses, europeas y japonesas, lo cual trae como consecuencia la producción de patrones ideológicos que se imponen a través de los medios de difusión masiva.

⁹⁹ J. M. Pérez Tornero. Op. Cit. Pág. 72.

Ya en 1964, el documento oficial “Winning the Cold War. The U.S. Ideological Offensive”¹⁰⁰ planteaba que “... mediante el uso de los instrumentos y las técnicas modernas de comunicación, es posible hoy día alcanzar amplios e influyentes sectores de las poblaciones de otras naciones para informarles, influir sobre sus actitudes, y al mismo tiempo, incluso, quizá motivarlos hacia determinadas conductas o determinado tipo de acción”. La penetración cultural de los países más desarrollados hacia los subdesarrollados - o como se les ha querido llamar “en vías de desarrollo”- no es en absoluto con intereses objetivos ni neutrales.

También se debe proferir que los países europeos se enfrentan a la penetración tanto económica como cultural de Estados Unidos y de Japón; sin embargo han tratado de proteger su industria con Directivas que imponen el producto de la Comunidad en primer orden,¹⁰¹ además de que en junio de 1998 la Conferencia Audiovisual Europea,¹⁰² reunida en Birmingham, recomendó en su sesión final adoptar distinciones legislativas “entre contenidos y los sistemas técnicos por los que se emiten éstos y un mayor compromiso financiero para promover la competitividad y combatir el déficit comercial con Estados Unidos” y exigió a su vez “una gestión transparente a las cadenas públicas para que existiera verdadero juego limpio entre los operadores”.

La situación económica y política de dependencia de Estados Unidos en América Latina, no da cabida a este tipo de acuerdo más que a niveles individuales, teniendo en cuenta además que las grandes compañías en estos países se encuentran en manos de inversores extranjeros. Aún así, dentro de los propios países la tecnología del cable, sobre todo, ha abierto un espacio a la integración de productoras locales. Ya que esta es una tecnología terrestre, permite la existencia de canales de participación en las que un colectivo o una comunidad pueden expresar sus opiniones y sus intereses, y que dependiendo de su complejidad tecnológica puede tener algún tipo de interactividad entre receptor y emisor.¹⁰³

Más allá de cualquier vaticinio nos encontramos a las puertas de toda una revolución en las comunicaciones que nos lleva al mundo digital y que agudizará las diferencias entre nuestras naciones, al estar los países subdesarrollados en desventaja con relación al avance tecnológico de los

¹⁰⁰ Manuel Alonso y Luis Matilla. *Imágenes en Libertad 1. Serie PEDAGOGÍA - HACER LA ESCUELA*. “Televisión y Educación”. Colección Mano y Cerebro. Editorial Nuestra Cultura, S.A. España, junio 1980. Pág. 14.

¹⁰¹ Directiva 65/264 de 13 de mayo; Directiva 68/369 de 15 de octubre; Directiva 70/45 de 29 de julio..., basadas en los artículos 9 y 12 del Tratado de la Comunidad Europea para apoyar la industria audiovisual y en especial los productos cinematográficos. Directiva 89/552, artículos 4 y 5, para la defensa y promoción de la industria de producción audiovisual europea. Cit. en “Audiencia y programación” Varios. Ponencia “Leyes y programación” de J. M^º. Vidal Beltran. Pp. 275 y 276. 280 - 283. Ponencia “Realidad y utopía. Audiencia y programación” de Manuel Prieto Barrero. Pág. 26.

¹⁰² Periódico “EL PAÍS”. SOCIEDAD. COMUNICACIÓN. Jueves 9 de abril de 1998. Pág. 25.

¹⁰³ J. M. Pérez Tornero. Op. Cit. Pp. 73 - 75.

desarrollados. Esta polaridad, cada vez más marcada, se reitera en nuestros tiempos. Sin embargo, con la televisión digital se abre el camino hacia la interactividad; no obstante hasta ahora no ha sido más que una extensión de la publicidad, de la lucha por captar la audiencia o simplemente para seleccionar un menú, comprar determinado programa o abonarse. Con las autopistas de la información el uso que hacemos actualmente de la televisión debe cambiar. Pérez Tornero comenta al respecto:

*“ (...) Los usuarios cambiarían el consumo pasivo y la recepción de una simple difusión de información por la selección personalizada y la “navegación” que permiten los hipertextos, eligiendo menús, seleccionando alternativas y recreando situaciones. Progresivamente, la utilización de programas - que en cierta manera se parecería al consumo que en la actualidad hacemos de los libros (nos referimos a la libertad de selección y uso) - sería mucho más libre y, sobre todo, mucho más creativa: se iría acercando a los denominados lenguajes de autor, es decir, la utilización de la televisión distribuida en la red permitiría la exploración activa, y la lectura de un programa se convertiría en una especie de recreación participativa”.*¹⁰⁴

Pero aún no hemos llegado allí, y al margen de esto, la televisión digital propone una programación más personalizada, sin embargo las ofertas de programas seguirán siendo las mismas y al estar la programación más centrada por sectores del mercado, los niños continuarán con una programación que exalta la violencia, el individualismo y el egoísmo como filosofía de vida.

2.2 ANÁLISIS DE PROGRAMAS

2.2.1 Metodología de investigación:

Para llevar a cabo nuestro trabajo nos hemos centrado en la programación ofrecida por las cadenas nacionales de España, Televisión Española 1 (TVE 1), Televisión Española 2 (TVE 2), Antena 3 Televisión (Antena 3), Tele 5 (Tele 5) y Canal Plus (Canal +), aunque este último canal tenga parte de su programación codificada, siendo un canal de pago, hemos hallado que una gran parte de las familias de los niños encuestados¹⁰⁵ están abonadas al mismo.

¹⁰⁴ Ídem. Pp. 79 y 80.

¹⁰⁵ Ver “Capítulo III: Trabajos Exploratorios”.

El período de tiempo estudiado ha sido del 13 al 24 de julio de 1998, del 28 de diciembre de 1998 al 4 de enero de 1999 y del 30 de enero al 8 de febrero de 1999. La programación visionada ha sido la de los horarios entre 7: 30 de la mañana hasta las 10: 30 de la noche. Todo ello hace un total de 15 horas diarias en 29 días, lo cual nos ofrece un porcentaje general de 335 horas, visionadas entre mediados y finales de 1998 y principios de 1999.

Este período de tiempo ha sido escogido aleatoriamente y sin tener en cuenta las semanas convencionalmente, debido a que nos hemos centrados en los programas que, como resultado de encuestas y entrevistas a niños, padres y profesores, hallamos que eran los más vistos por los educandos.

Según el estudio más importante que se halla llevado a cabo recientemente sobre el tipo de violencia que se transmite en los medios de comunicación y su impacto en la audiencia, realizado por un grupo de investigadores estadounidenses ¹⁰⁶ tras tres años consecutivos de estudios longitudinales sobre la cantidad y contexto en que aparecía la violencia en la televisión de Estados Unidos, se llegó a la conclusión de que no toda manifestación violenta en la televisión tiene el mismo riesgo de perjudicar a los espectadores. Es por ello la importancia de especificar el contexto en que se desarrolla, ya que *las diferencias entre contextos es lo que influye de forma decisiva en el impacto que la escenificación de la violencia tenga sobre la audiencia.*¹⁰⁷ Es decir, que los efectos que contribuyen a la aparición de actitudes antisociales o perjudiciales para muchos espectadores, no son uniformes en el caso de todas las representaciones. Las situaciones violentas pueden mostrarse de distinta forma en la televisión. Este hecho, sumamente importante, ha permitido a los investigadores estadounidenses identificar nueve rasgos contextuales diferentes que pueden influir en el aprendizaje de la agresión, el miedo y/o la insensibilidad emocional. Ellos son:

- 1) La naturaleza del agresor.
- 2) La naturaleza de la víctima.
- 3) La justificación de la violencia.
- 4) La presencia de armas.
- 5) La extensión y carácter gráfico de la violencia.
- 6) El grado de realismo de la violencia.
- 7) La recompensa y castigo de la violencia.
- 8) Las consecuencias de la violencia.
- 9) El humor como acompañante, o no, de la violencia.

¹⁰⁶ Varios. "Violencia, televisión y cine". Edward Donnerstein. "¿Qué tipos de violencia hay en los medios de comunicación? El contenido de la televisión en los Estados Unidos" (Estudio de la Universidad de California, auspiciado por el National Television Violence Study. Kunkel et.al., 1995. Wilson et. al., 1997, 1998.). Op. Cit. Pp. 43 y ss.

¹⁰⁷ Ídem. Pág. 48.

Estos rasgos contextuales tienen especial importancia en el estudio del impacto que la violencia tiene sobre la audiencia, ya que según como sean expuestos por la televisión, potenciarán o no el aprendizaje de la agresión, el temor a la violencia o la insensibilidad ante ella.

El National Television Violence Study, los define de este modo:¹⁰⁸

- Agresor atractivo: Probablemente aumenta el efecto de Aprendizaje de la agresión.
- Víctima atractiva: Probablemente aumenta el efecto de Temor.
- Violencia justificada: Probablemente aumenta el efecto de Aprendizaje de la agresión.
- Violencia injustificada: Probablemente disminuye el efecto de Aprendizaje de la agresión y aumenta el de Temor.
- Armas convencionales: Probablemente aumenta el efecto de Aprendizaje de la agresión.
- Violencia gráfica y extensiva: Probablemente aumenta el efecto de Aprendizaje de la agresión, Temor e Insensibilidad.
- Violencia realista: Probablemente aumenta el efecto de Aprendizaje de la agresión y el Temor.
- Premios: Probablemente aumenta el Aprendizaje de la agresión y el Temor.
- Castigos: Probablemente disminuye el efecto de Aprendizaje de la agresión y el Temor.
- Consecuencias dolorosas y perjudiciales: Probablemente disminuye el Aprendizaje de la agresión.
- Humor: Probablemente aumente el efecto de Aprendizaje de la agresión y la Insensibilidad.

Estos resultados se deben al análisis de cada uno de los rasgos. Por ejemplo, que el agresor sea atractivo para el público, influirá decisivamente en la respuesta de los espectadores ante la escena visionada. No es lo mismo que la violencia parta del protagonista del programa, por ejemplo Michael Knight de “El coche fantástico”, Xena de “Xena, la princesa guerrera” o de Goku de “Goku. Bola de Dragón”, que de uno de los personajes contra los que ellos luchan. Con lo cual se desprende que el aprendizaje de la violencia está profundamente vinculado a las características del agresor. Por otra parte es importante también las características de la víctima ya que una víctima atractiva potenciará el miedo y el no aprendizaje de la agresión, debido a que el espectador siente que podría ser él mismo la víctima si comparte con ella sus emociones a partir de la simpatía que le tiene.

No obstante, si los personajes que llevan a cabo la violencia tienen una justificación, que comparten con el espectador, es probable que el efecto de aprendizaje se incremente. Ello se debe, sobre todo, a los motivos de autodefensa, venganza, o defensa de seres queridos, por lo cual en la medida que los espectadores sientan que está justificada la acción aprenderán de ella. Contrariamente, si los espectadores sienten que la violencia no es justificada, debe aumentar el efecto del temor a ser

¹⁰⁸ Ídem. Pág. 49.

víctima de ella y disminuir el de aprendizaje. Asimismo si esta violencia es llevada a cabo con armas convencionales como pistolas o cuchillos, es probable que aumente el aprendizaje. Los investigadores estadounidenses consideran que dichas armas están asociadas con sucesos violentos anteriores que los humanos guardamos en la memoria. Sin perjuicio de lo anterior, algunos estudios ¹⁰⁹ plantean que la presencia de armas contrarresta los mecanismos naturales de inhibición de la agresividad.

Otro factor que incrementa la posibilidad de aprendizaje de la agresión, insensibilidad o temor ante la misma, es la forma en que es representada. Ejemplo de ello es un programa que contenga escenas con una violencia explícita, frecuente y generalizada. Por otra parte, influye notablemente el que la interacción agresiva sea representada de forma realista o no, ya que una violencia realista favorece el aprendizaje de actitudes y comportamientos agresivos, aunque también aumenta el sentimiento de temor a ser víctima de la misma. Cabría señalar que aunque la violencia de los dibujos animados no sea muy realista, sino más bien fantástica, las investigaciones científicas ¹¹⁰ han puesto de manifiesto la posibilidad de que esta pueda ser una conclusión precipitada, ya que estudios con niños entre 2 y 6 años han puesto de manifiesto que lo que puede parecerle irreal a un espectador adulto puede parecerle totalmente real a un niño, lo cual nos parece una característica importante a tener en cuenta en el análisis del impacto que las escenas de contenidos violentos tienen sobre los niños.

También interesante es el análisis de los premios y castigos que pueda tener la violencia representada en televisión. La violencia que es recompensada o la que no es plenamente castigada, favorece el aprendizaje de actitudes agresivas, mientras que una violencia castigada sirve para inhibir este efecto. No obstante, si este castigo es proyectado mucho tiempo después de la acción violenta, ello favorecerá la aparición del temor, al no observarse una consecuencia directa, así mismo sucede si esta violencia queda impune. Algunos estudios ¹¹¹ señalan que la violencia que queda impune produce dosis más elevadas de ansiedad y pesimismo en los espectadores, al observar las consecuencias que la violencia real puede tener. Con lo cual se desprende la importancia de las consecuencias de dichas acciones, ya que una acción violenta que produzca de forma explícita daño, dolor o perjuicio inhibe el aprendizaje de actitudes y comportamientos agresivos, aunque aumenta las posibilidades de sentir, por parte del espectador, temor o miedo, además que una acción violenta reiterada, sin justificación aparente, y con grandes dosis de daño, dolor o perjuicio, puede llevar al espectador a ser insensible hacia la violencia. Este último podría ser el caso de los informativos.

¹⁰⁹ “Violencia, televisión y Cine”. José Sanmartín, “Violencia: Factores biológicos y ambientales, con especial referencia al cine y a la televisión”. Op. Cit. Pp. 11 y ss.

¹¹⁰ “Violencia, televisión y cine” Op. Cit. Pág. 53.

¹¹¹ *Ibidem*.

Así mismo si las escenas en donde se representa la violencia están salpicada con pinceladas de humor, ello favorecerá la insensibilidad hacia la violencia y el aprendizaje de la misma, ya que el humor alivia el dramatismo, haciendo que las escenas parezcan menos serias y violentas.

Además de estos factores hemos incluido en nuestro trabajo otros rasgos que consideramos también importantes, como por ejemplo si el agresor es hombre o mujer y si es niño, adolescente o adulto. Apreciamos que estos rasgos influyen en el público infantil de forma que si la agresión es llevada a cabo por hombres favorecerá la aparición de actitudes agresivas en los niños, mientras que si la víctima de esta violencia es una mujer favorecerá la aparición de actitudes machistas e insensibilidad, y de temor por parte de las niñas. Así mismo si la violencia es llevada a cabo por un niño, en vez de por un adolescente o adulto, favorecerá la identificación por parte de los más pequeños y por tanto un aprendizaje mayor de la agresión, aunque se debe señalar que los niños imitan, en general, la actitud de los mayores. Por otra parte estas conclusiones no son definitivas, ya que no hemos analizado aún el impacto real que estas características puedan tener en los espectadores infantiles.

Nuestro estudio, entonces, se basa en los siguientes rasgos:

- Catalogar el tipo de violencia transmitida:
 - . Violencia realista o no.
 - . Violencia explícita y gráfica o implícita.
- Teniendo en cuenta si esta violencia es:
 - . Castigada o no. Tiempo que transcurre entre la violencia y su castigo.
 - . Justificada o no.
 - . Premiada o no.
- Consecuencias de la violencia:
 - . Dolor, perjuicio, daño.
 - . Sin consecuencias.
- Naturaleza del agresor:
 - . Simpático o antipático.
 - . Femenino o masculino.
 - . Niño, adolescente, adulto.
- Forma en que se lleva a cabo la violencia:
 - . Con armas convencionales (armas de fuego, armas blancas).
 - . Con palabras.
 - . Con las manos.
- Escenas violentas donde interviene el humor.
- Escenas violentas donde aparece la sangre.

Hemos incluido también en nuestro trabajo la intencionalidad del agresor, puesto que de lo contrario deberíamos analizar aquellos actos que normalmente no lo son, como accidentes, desastres naturales, determinados deportes o situaciones cómicas, operaciones quirúrgicas, etcétera. Aunque como en los informativos no existe muchas veces un agresor identificable, nos hemos centrado en la intencionalidad de quien construye la noticia, es decir el impacto informativo que las imágenes que se transmiten pueden causar en la audiencia.

Por otra parte, nos hemos centrado en aquella violencia que produce daño físico o psicológico, ya sea mediante actos o palabras, ciñendo nuestro interés en los programas de los horarios dedicados a los niños o aquellos que, aún siendo para adultos, gozan de gran popularidad entre el público infantil.¹¹² Aunque los informativos no son mayoritariamente del agrado de los niños, hemos decidido incluirlos, además de por transmitirse en horarios infantiles y familiares, porque son vistos en general por la familia en los horarios de comida y cena.

Para la mejor comprensión del trabajo hemos decidido dividir los tipos de programas que más nos interesan analizar en cuatro grandes grupos:

1. Dibujos animados (incluye series de dibujos animados).
2. Series (todas las que no sean de dibujos animados).
3. Noticiarios (Todos los informativos nacionales, de conexión regional e internacionales transmitidos por los canales analizados).
4. Otros programas (el resto de la programación sin incluir los anuncios publicitarios).

Durante todo el trabajo se establece una comparación entre las cadenas de televisión cuyos programas han sido visionados, tratando de establecer las diferencias que existen entre ellas en cuanto a los programas que contienen más escenas violentas y que gozan de mayor aceptación entre la población infantil.¹¹³ Estableciendo al final de cada análisis un total general entre todas las cadenas.

La Publicidad ha sido analizada de forma superficial, ya que se necesitaría un estudio aparte, con lo cual nuestro análisis, básicamente, estudia la cantidad de páginas publicitarias que ven los niños cada día, intervalos de tiempo entre cada página y tiempo de duración de las mismas, haciendo un análisis muy por encima de los contenidos, aunque se hace un análisis de las leyes de

¹¹² Nuestro estudio incluye solamente los programas, exceptuando los anuncios publicitarios debido a que consideramos que debe dedicárseles un estudio específico aparte.

¹¹³ Ver Capítulo III de este trabajo.

publicidad que se incumplen. Un estudio más profundo del contenido y el contexto en que es representada la violencia en los anuncios quedará pendiente para un estudio más amplio.

2.2.2 RESULTADOS

- Análisis de programas:

Del cien por ciento de la programación de todas las cadenas, visionadas durante 29 días diferentes, entre los horarios de 7:30 a 22:30 horas, encontramos que un 35'40 por ciento,¹¹⁴ aproximadamente, de ella incluía programas con alguna escena de interacción violenta.

Para llegar a esta conclusión contabilizamos la cantidad de programas emitidos por las diferentes cadenas en los 29 días y extrajimos los programas que contenían alguna escenas violentas. De este estudio inferimos que de 456 programas transmitidos por Televisión Española 1 (TVE 1), 158 presentaban algún tipo de interacción violenta, lo cual hace un promedio del 34'65 por ciento de su programación total. Por su parte Televisión Española 2 (TVE 2) transmitió en total de 461 programas, de los cuales 105 presentaban escenas violentas, lo cual hace un 22'78 por ciento de su programación general. Antena 3 Televisión (Antena 3) transmitió 369 programas aproximadamente, de los cuales hallamos que 181 contenían escenas violentas, para un 49'05 por ciento de su programación. Mientras que Tele 5 (Tele 5) transmitió un total aproximado de 406 programas, de los cuales 187 presentaban algún tipo de escena violenta, lo cual equivale al 46'05 por ciento de su programación total. Por su parte Canal plus (Canal +) transmitió un total de 506 programas, de los que 147 presentaban alguna interacción violenta, lo que hace un aproximado de 29'05 por ciento.

De estos datos obtuvimos que TVE 1 transmitió un aproximado entre 5 y 6 programas que contenían violencia, cada día, de ellos 1 ó 2 pertenecieron a noticiarios, 1 a dibujos animados, 1 ó 2 a series y 1 a otros programas como programas de sobremesa y videográficos (“Videos de 1^{er}”).

TVE 2 transmitió aproximadamente entre 4 y 5 programas diarios que contenían algún tipo de violencia, de ellos 1 ó 2 pertenecieron a noticiarios, 1 ó 2 a dibujos animados, 1 a series y 1 a otros programas como las películas del espacio “La película de la mañana”.

Antena 3 transmitió entre 5 y 6, aproximadamente, programas diariamente que contenían algún tipo de violencia, de estos 1 ó 2 pertenecieron a noticiarios, 1 ó 2 a dibujos animados, 1 ó 2 a series y 1 ó 2 a otros programas como las películas, reality show, de sobremesa y videográficos como “Impacto Tv”. Tele 5 por su parte transmitió cada día un promedio de 6 programas con contenidos violentos,

¹¹⁴ Y recuérdese que no incluye a los anuncios publicitarios, con lo cual nos atrevemos a decir que de estar incluidos estos la cifra aumentaría notablemente.

de los cuales 1 ó 2 correspondieron a noticiarios, 1 a dibujos animados, 1 ó 2 a series y 1 ó 2 a otros programas como los de sobremesa (“Día a día”) y las películas.

Canal + transmitió un promedio entre 5 y 6 programas con algún tipo de violencia, de ellos 2 ó 3 correspondieron a noticiarios, 1 a animados, 1 a series y 2 ó 3 a otros programas como las películas.

Hallamos también que los horarios en que se transmiten estos programas con escenas violentas varían según las cadenas y los días. Para determinar este dato dividimos la programación en dos horarios, uno comprendido entre las 7:30 y las 15:00 horas y otro entre las 15:00 y las 22:30 horas. De lo cual obtuvimos que TVE 1 y Canal + transmitieron más programas con escenas violentas en el horario de la mañana, mientras que TVE 2, Antena 3 y Tele 5 en el horario de la tarde.

No obstante, estos datos no demuestran más que la cantidad de programas con escenas violentas que existen en la programación nacional española. Para investigar la influencia que este tipo de programas ejerce sobre el espectador y más aún en el público infantil, hemos analizado el tipo de violencia que presenta cada escena del programa. Cabe señalar que no encontramos en nuestro estudio un porcentaje digno de señalar en cuanto a programas con temáticas exclusivamente violentas, asimismo tampoco encontramos ningún programa, que pudiera influir en el porcentaje general, con temática antiviolenta, aunque encontramos que algunos días en la programación de TVE 2 se incluían programas educativos y un noticiero para sordomudos en el horario de la mañana.

- Análisis de escenas con contenidos violentos:

Para llevar acabo nuestro objetivo hemos clasificado las escenas según correspondan a alguno de los grandes grupos de programas que nos interesa estudiar, es decir, Animados, Series, Noticiarios y Otros programas. Con lo cual hemos obtenido los siguientes resultados aproximados:

De los programas considerados violentos en 29 días, contabilizamos los siguientes datos:

TVE 1 : 899 escenas con algún tipo de violencia:

- Animados: 174 escenas = 19.35 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Series: 261 escenas = 29.03 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Noticiarios: 348 escenas = 38.70 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Otros: 116 escenas = 12.90 % de todas las escenas consideradas violentas.
-

TVE 2: 783 escenas con algún tipo de violencia:

- Animados: 290 = 37.04 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Series: 46 = 5.12 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Noticiarios: 145 = 18.52 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Otros: 87 = 11.11 % de todas las escenas consideradas violentas.
-

Antena 3: 1421 escenas con algún tipo de violencia:

- Animados: 348 = 24.49 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Series: 406 = 28.57 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Noticiarios: 319 = 22.44 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Otros: 348 = 24.49 % de todas las escenas consideradas violentas.
-

Tele 5: 1206 escenas con algún tipo de violencia:

- Animados: 109 = 9.04 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Series: 464 = 38.47 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Noticiarios: 320 = 26.53 % de todas las escenas consideradas violentas.
 - Otros: 313 = 25.95 % de todas las escenas consideradas violentas.
-

Canal +: 1392 escenas con algún tipo de violencia:

- Animados: 290 = 20.83 % de todas las escenas consideradas violentas.
- Series: 261 = 18.75 % de todas las escenas consideradas violentas.
- Noticiarios: 348 = 25.00 % de todas las escenas consideradas violentas.
- Otros: 493 = 35.42 % de todas las escenas consideradas violentas.

Cabe señalar que Tele 5 sólo proyectó dibujos animados los viernes y fines de semanas (Programa: “Club Disney”), mientras que el resto de las cadenas tienen un espacio diario de dibujos animados. Por otra parte el porcentaje de Otros en Canal + corresponde mayoritariamente a películas y el de TVE 2 al espacio “La película de la mañana”.

De la tabla anterior se desprende que el total de escenas violentas entre todas las cadenas es de 5486 para 29 días, a los cuales les corresponderían, por grupos de programas, los siguientes datos:

- Animados: 1211 escenas.
- Series: 1438 escenas.
- Noticiarios: 1480 escenas.
- Otros: 1357 escenas.

No obstante, analizaremos a partir de las características particulares de cada escena (Tabla 1, 2, 3 y 4), el contexto y las circunstancias en que se expone la violencia en cada canal de televisión y sus resultados generales.

Tabla 1

Dibujos Animados

Cantidad de escenas y porcentajes.

<i>Contexto de representación.</i>	TVE 1	TVE 2	Antena 3	Tele 5	Canal +	Total
Violencia realista	62 = 35'63%	42 = 14'48%	28 = 8'05%	36 = 33'03%	59 = 20'34%	227 = 18'74%
No realista	112 = 64'37%	248 = 85'52%	320 = 91'95%	73 = 66'97%	231 = 79'66%	984 = 81'26%
Explicita/ Gráfica	109 = 62'64%	198 = 68'28%	221 = 63'51%	83 = 76'15%	165 = 56'90%	776 = 64'08%
Violencia implícita	65 = 37'36%	92 = 31'72%	127 = 36'50%	26 = 23'85%	125 = 43'10%	435 = 35'92%
Violencia justificada	121 = 69'54%	242 = 82'76%	290 = 83'33%	64 = 58'62%	193 = 66'55%	910 = 75'14%
No justificada	53 = 30'46%	8 = 16'55%	58 = 16'66%	45 = 41'28%	97 = 33'45%	301 = 24'86%
Violencia premiada	70 = 40'23%	97 = 33'45%	104 = 29'88%	48 = 44'04%	101 = 34'83%	420 = 34'68%
Castigada inmediate.	25 = 14'37%	29 = 10%	52 = 14'94%	13 = 11'93%	21 = 7'24%	140 = 11'56%
Tiempo después	59 = 33'91%	74 = 25'52%	79 = 22'70%	22 = 20'18%	83 = 28'62%	317 = 26'18%
No Castig. ni Prem.	20 = 11'49%	90 = 31'04%	113 = 32'47%	26 = 23'85%	85 = 29'31%	334 = 27'58%
Consecuencias:						
Daño	30 = 17'24%	42 = 14'48%	77 = 22'13%	36 = 33'03%	36 = 12'41%	221 = 18'25%
Dolor	15 = 8'62%	21 = 7'24%	38 = 10'92%	29 = 26'61%	29 = 10%	132 = 10'90%
Perjuicio	4 = 2'30%	18 = 6'21%	21 = 6'03%	14 = 18'84%	15 = 5'17%	72 = 5'92%
No daño,dolor, perj.	125 = 71'83%	209 = 69'31%	212 = 60'92%	30 = 27'52%	210 = 72'41%	786 = 64'90%
Agresor simpático	97 = 55'75%	174 = 70%	236 = 67'82%	84 = 77'06%	183 = 83'10%	780 = 64'41%
Antipático	77 = 44'25%	116 = 40%	112 = 32'18%	25 = 22'94%	107 = 36'90%	437 = 36'09%
Masculino	98 = 56'32%	189 = 65'17%	235 = 67'53%	81 = 74'31%	187 = 64'48%	790 = 65'24%
Femenino	76 = 43'68%	101 = 34'83%	113 = 32'47%	25 = 22'94%	103 = 35'52%	418 = 34'52%
Niño	58 = 33'33%	73 = 25'17%	134 = 38'51%	36 = 33'03%	69 = 23'79%	370 = 30'55%
Adolescente	45 = 25'86%	82 = 28'29%	99 = 28'45%	21 = 19'27%	55 = 18'97%	302 = 24'94%
Adulto	31 = 17'82%	95 = 32'76%	78 = 22'41%	23 = 21'10%	46 = 15'86%	273 = 22'74%
Con Armas	101 = 58'05%	210 = 72'41%	256 = 73'56%	58 = 53'21%	207 = 71'38%	832 = 78'70%
Con palabras	62 = 35'63%	56 = 19'31%	73 = 20'98%	35 = 32'11%	48 = 16'55%	274 = 22'63%
Con las manos	11 = 6'32%	24 = 8'28%	19 = 5'46%	16 = 14'68%	35 = 12'07%	105 = 8'67%
Interviene humor.	148 = 85'06%	257 = 88'26%	292 = 83'91%	97 = 88'99%	263 = 90'69%	1057 = 87'28%
Escenas donde se						
derrama sangre.	22 = 12'64%	43 = 14'83%	69 = 19'83%	27 = 24'77%	31 = 10'69%	192 = 15'85%

Como podemos apreciar en la Tabla 1 el porcentaje de las características de las escenas violentas varía según cada canal de televisión. TVE 1, por ejemplo, ofrece el menor porcentaje, en cuanto a los tipos de violencia y sus consecuencias, comparado con el resto de los canales. Ello se debe en gran medida al espacio “Clásicos Disney”, en donde podemos encontrar dibujos como “Popeye el marino” y “La pequeña Lulú”. Consideramos que la violencia de los dibujos animados actuales, supera con creces la tímida violencia de los dibujos más antiguos. Así mismo

consideramos que dibujos como “David el gnomo”, ofrecidos por este mismo canal, son dibujos antiviolentos y que ayudan a que los más pequeños aprendan a valorar la naturaleza. No obstante el porcentaje de TVE 1 se debe a otros dibujos como “Los Crocos”, “Los inmortales” o “Loggerheads”.

Por su parte los mayores porcentajes de escenas con contenidos violentos lo ostentan TVE 2, Antena 3 y Canal +. En el caso de Antena 3 debido en su mayoría al programa Club Megatrix que proyecta dibujos como “Sissi”, “Goku. La bola del Dragón”, “Transformers”, “Spiderman”, “Power master”, “Batman”, “Capitán N” o “Street Shark”. Así mismo el dibujo, que consideramos para adultos, “Los Simpson”, anunciado como serie de animación y que por su horario y diseño goza de gran popularidad entre los niños.

El porcentaje de TVE 2 se debe al programa “Mucha Marcha”, en donde se pueden encontrar animados como “Gárgolas”, “Superman”, “La pajarería de Transilvania” o “Reena y Gaudy”, y al programa “Hyakutake” con algunas escenas de “La familia crece”. No obstante nos parecen interesantes y educativas, series como “Aventuras en pañales”, del programa Mucha Marcha.

Canal + no obstante haber obtenido la misma cantidad de escenas con interacciones violentas que TVE 2, varía en algunos puntos del contexto de representación de la violencia, como el tipo de agresor y consecuencias de la violencia, ya que en muchos casos la violencia es castigada.

Tabla 2

Series

Cantidad de escenas y porcentajes

Contexto de

<i>representación.</i>	TVE 1	TVE 2	Antena 3	Tele 5	Canal +	Total
Violencia realista	191 = 73'18%	26 = 56'52%	298 = 73'40%	301 = 64'87%	179 = 86'58%	995 = 69'19%
No realista	70 = 26'82%	20 = 43'48%	108 = 26'60%	163 = 35'13%	82 = 31'42%	443 = 30'81%
Explícita/ Gráfica	153 = 58'62%	9 = 19'57%	264 = 65'02%	239 = 51'51%	132 = 50'57%	797 = 55'42%
Violencia Implícita	108 = 41'38%	37 = 80'43%	142 = 34'98%	225 = 48'49%	129 = 49'43%	641 = 44'58%
Violencia Justificada	174 = 66'66%	33 = 71'74%	275 = 67'73%	328 = 70'69%	192 = 73'56%	1002 = 69'68%
No justificada	87 = 33'33%	13 = 28'26%	131 = 32'27%	136 = 29'31%	69 = 26'44%	436 = 30'62%
Violencia Premiada	132 = 50'57%	24 = 52'17%	201 = 49'51%	231 = 49'78%	125 = 47'89%	713 = 49'58%
Castigada inmediate.	28 = 10'73%	6 = 13'04%	98 = 24'14%	70 = 15'09%	98 = 37'55%	300 = 20'86%
Tiempo después	51 = 19'54%	4 = 8'70%	63 = 15'52%	73 = 15'73%	18 = 6'90%	209 = 14'53%
No Prem. ni castig.	50 = 19'16%	12 = 26'09%	44 = 10'84%	128 = 27'58%	20 = 7'66%	254 = 17'66%
<i>Consecuencias:</i>						
Daño	48 = 18'39%	11 = 23'91%	193 = 47'54%	231 = 49'78%	57 = 21'84%	540 = 37'55%
Dolor	72 = 27'59%	5 = 10'87%	75 = 18'47%	98 = 21'12%	49 = 18'77%	299 = 20'79%
Perjuicio	51 = 19'54%	7 = 15'22%	68 = 16'75%	74 = 15'95%	51 = 19'54%	251 = 17'45%
No daño,dolor,perj.	90 = 34'48%	23 = 50%	70 = 17'24%	61 = 13'15%	104 = 38'85%	348 = 24'20%
Agresor simpático	167 = 63'98%	32 = 69'57%	325 = 80'05%	348 = 75%	188 = 72'03%	960 = 66'76%

Antipático	94 = 36'02%	14 = 30'43%	81 = 19'95%	166 = 25%	73 = 27'97%	428 = 29'76%
Masculino	167 = 63'98%	29 = 63'04%	320 = 68'22%	411 = 88'58%	173 = 66'28%	1100 = 76'50%
Femenino	94 = 36'02%	17 = 36'96%	86 = 21'18%	53 = 11'42%	88 = 33'72%	338 = 23'50%
Niño	22 = 8'43%	5 = 10'87%	77 = 18'97%	99 = 21'34%	33 = 12'64%	259 = 15'67%
Adolescente	94 = 36'02%	12 = 26'09%	91 = 22'41%	108 = 23'28%	85 = 32'57%	390 = 27'12%
Adulto	145 = 55'56%	29 = 63'04%	201 = 49'51%	209 = 45'04%	118 = 45'21%	702 = 48'82%
Con Armas	130 = 48'81%	3 = 6'52%	197 = 47'04%	221 = 47'63%	108 = 41'38%	659 = 45'83%
Palabras	67 = 25'67%	24 = 52'17%	112 = 27'59%	170 = 36'64%	94 = 30'02%	467 = 32'48%
Manos	64 = 24'52%	9 = 19'57%	97 = 23'89%	73 = 15'73%	59 = 22'61%	302 = 21%
Interviene humor	198 = 75'86%	35 = 76'09%	299 = 73'65%	319 = 68'75%	210 = 80'46%	1061 = 73'78%

Escenas donde se

derrama sangre.	121 = 46'36%	7 = 15'22%	274 = 67'49%	299 = 65'44%	174 = 66'66%	875 = 60'85%
-----------------	--------------	------------	--------------	--------------	--------------	--------------

Las series sobresalen por la cantidad de escenas con interacciones violentas. Dentro de los canales las series en que más escenas de este tipo hemos encontrado han sido en TVE 1 (“Kun Fu”, “Xena, la princesa guerrera” y “Hércules”), Antena 3 (“El coche fantástico”, “Los vigilantes de la playa”, “Pesadillas”, “Rex, un policía diferente” y “Apocalipsis”) Tele 5 (“Diagnóstico: Asesinato” y “Walker”) y Canal + (“Superman”, “Capitán Stark” y “¡Mars attacks!”).

Es notorio que TVE 2 obtenga un porcentaje tan bajo. El número de escenas que hemos podido contabilizar, se debe a algunos capítulos de “El chavo del ocho”, “Bullpen”, “Blossom” y “Vivir con Mr. Cooper” en donde la violencia que se lleva a cabo es mayormente de palabra, con lo cual es una violencia implícita.

Es importante hacer notar, aunque no lo hallamos incluido en el análisis, que series como “Vivir con Mr. Cooper” de TVE 2, “Cosas de casa” y “La Familia Hogan” de Antena 3, transmiten una visión racista del mundo. En las dos primeras los personajes protagónicos y de apoyo son negros, mientras los blancos solo aparecen como personajes negativos o secundarios y extras, mientras que en “La familia Hogan” ocurre al revés. Este tipo de serie difunde una perspectiva marcada por dos mundos que se relacionan lo menos posible, el de los negros y el de los blancos, emitiendo una visión irreal del entorno donde se desarrollan. Así mismo la mayoría de las series estadounidenses como “Blossom” (TVE 2), “Padres forzosos” (Antena 3), “Salvados por la campana” (Antena 3), “El mundo de Dave” (Canal +), “Friends” (Canal +), “Garfield” (Canal +) o “Una chica explosiva” (TVE 1), entre otros, no muestran personajes negros en papeles protagónicos, coprotagónicos o de apoyo, tan presentes en una sociedad multirracial como la de Estados Unidos.

Tabla 3*Noticiarios / Cantidad de escenas y porcentajes**Contexto de*

<i>representación.</i>	TVE 1	TVE 2	Antena 3	Tele 5	Canal +	Total
Violencia realista	273 = 78'45%	121 = 83'45%	255 = 79'94%	258 = 80'62%	298 = 85'63%	1205 = 81'42%
No realista	75 = 21'55%	24 = 16'55%	64 = 20'06%	62 = 19'37%	50 = 14'17%	275 = 18'58%
Explícita/ Gráfica	292 = 83'91%	104 = 71'72%	257 = 80'56%	264 = 82'5%	270 = 77'59%	1187 = 80'20%
Violencia Implícita	56 = 16'09%	41 = 28'28%	62 = 19'44%	56 = 17'50%	78 = 22'41%	293 = 19'80%
Violencia Justificada	94 = 27'01%	57 = 37'31%	120 = 37'62%	147 = 45'94%	115 = 33'05%	533 = 36'01%
No justificada	254 = 72'99%	88 = 60'69%	199 = 62'38%	173 = 54'03%	233 = 66'95%	947 = 63'69%
Violencia Premiada	19 = 5'46%	7 = 4'33%	15 = 4'70%	18 = 5'62%	12 = 3'45%	71 = 4'80%
Castigada inmediate.	8 = 2'30%	3 = 2'07%	7 = 2'19%	11 = 3'44%	9 = 2'59%	38 = 2'57%
Tiempo después	29 = 8'33%	15 = 10'34%	22 = 6'90%	13 = 4'06%	31 = 8'91%	110 = 7'43%
No Prem. ni castig.	292 = 83'91%	120 = 82'76%	275 = 86'21%	278 = 86'89%	296 = 85'06%	1261 = 85'20%
Consecuencias:						
Daño	96 = 27'59%	43 = 29'66%	150 = 49'02%	157 = 49'06%	138 = 39'66%	584 = 39'46%
Dolor	45 = 12'93%	24 = 16'55%	91 = 28'53%	80 = 25%	53 = 15'23%	293 = 19'80%
Perjuicio	158 = 45'40%	52 = 35'86%	50 = 15'67%	75 = 23'44%	99 = 28'45%	434 = 29'32%
No daño,dolor,perj.	49 = 14'08%	26 = 17'93%	28 = 8'78%	8 = 2'50%	58 = 16'67%	169 = 11'42%
Masculino	247 = 70'98%	101 = 69'66%	233 = 73'04%	256 = 80%	255 = 73'28%	1092 = 73'78%
Femenino	101 = 29'02%	44 = 30'34%	86 = 26'76%	64 = 20%	93 = 26'72%	388 = 26'22%
Adolescente	127 = 36'49%	46 = 31'72%	91 = 28'53%	101 = 31'56%	101 = 29'02%	466 = 31'49%
Adulto	221 = 63'51%	99 = 68'28%	228 = 71'47%	219 = 68'44%	247 = 70'98%	1014 = 68'51%
Con Armas	298 = 85'63%	87 = 60%	285 = 89'34%	293 = 91'56%	299 = 85'92%	1262 = 85'27%
Palabras	37 = 10'63%	42 = 28'97%	21 = 6'83%	12 = 3'75%	39 = 11'21%	151 = 10'20%
Manos	13 = 3'74%	16 = 11'93%	13 = 4'08%	25 = 7'81%	10 = 2'87%	77 = 5'20%
Escenas donde se						
derrama sangre	195 = 56'03%	70 = 48'29%	213 = 66'77%	248 = 77'5%	200 = 57'47%	926 = 62'57%

La mayoría de los canales de televisión transmiten dos telediarios al día, aunque Tele 5 transmite tres. TVE 1, TVE 2, Antena 3 y Tele 5 emiten, además, informativos territoriales, a su vez que Canal +, TVE 1 y TVE 2 difunden noticiarios en las primeras horas de la mañana en los programas ABC World News, Canal 24 horas y Euronews, respectivamente. No obstante, el noticiario de las primeras horas de la mañana de TVE 2 que se incluye en este trabajo, es solamente el de algunos sábados, ya que el resto de la semana se transmite antes de las horas que incluye el estudio.

En todas las cadenas se emiten a su vez avances de los telediarios que se verán a continuación, las imágenes que se muestran suelen ser las más impactantes de las noticias que se transmitirán. Hay una similitud entre las imágenes y noticias de los telediarios, aunque pertenezcan a diferentes cadenas.

Los telediarios sobresalen como los que mayor cantidad de imágenes violentas muestran, siendo esta violencia en su mayoría realista, explícita y no justificada, además de que no se suele ver el castigo o premio de esa violencia de forma inmediata. Consideramos que los telediarios transmiten escenas con una violencia que tiene el sólo fin de el impacto informativo.

Tabla 4

Otros programas

Cantidad de escenas y porcentajes

<i>Contexto de representación.</i>	TVE 1	TVE 2	Antena 3	Tele 5	Canal +	Total
Violencia realista	74 = 63'79%	56 = 34'27%	239 = 68'68%	209 = 66'77%	351 = 71'20%	929 = 68'46%
No realista	42 = 36'21%	31 = 35'63%	109 = 31'32%	104 = 33'23%	142 = 28'80%	428 = 31'54%
Explícita/ Gráfica	67 = 57'76%	45 = 51'72%	273 = 78'45%	203 = 64'86%	395 = 80'12%	983 = 72'44%
Violencia Implícita	49 = 42'24%	42 = 48'28%	75 = 21'55%	110 = 35'14%	98 = 19'88%	374 = 27'56%
Violencia Justificada	91 = 78'45%	69 = 79'31%	286 = 82'18%	266 = 84'98%	409 = 82'96%	1121 = 82'61%
No justificada	25 = 21'55%	18 = 20'69%	62 = 17'82%	47 = 15'02%	84 = 17'04%	236 = 17'39%
Violencia Premiada	38 = 32'76%	28 = 32'18%	177 = 50'86%	147 = 46'96%	315 = 63'89%	705 = 51'95%
Castigada inediat.	12 = 10'34%	7 = 8'05%	55 = 15'80%	35 = 11'18%	22 = 4'46%	131 = 9'65%
Tiempo después	29 = 25%	18 = 18'39%	101 = 29'02%	74 = 23'64%	89 = 18'05%	309 = 23%
No Prem. ni castig.	37 = 31'90%	36 = 41'38%	15 = 4'31%	57 = 18'21%	67 = 13'59%	212 = 15'62%
<i>Consecuencias:</i>						
Daño	33 = 28'45%	21 = 24'14%	101 = 29'02%	97 = 30'99%	163 = 33'06%	415 = 30'58%
Dolor	10 = 8'62%	3 = 3'45%	121 = 34'77%	49 = 15'65%	142 = 28'80%	325 = 23'95%
Perjuicio	25 = 21'76%	29 = 33'33%	80 = 22'99%	105 = 33'55%	100 = 20'28%	339 = 24'98%
No daño,dolor,perj.	48 = 41'38%	34 = 39'08%	46 = 13'22%	62 = 19'81%	88 = 17'85%	278 = 20'49%
Agresor simpático	79 = 68'10%	59 = 67'82%	254 = 72'99%	250 = 79'87%	419 = 84'99%	1061 = 78'19%
Antipático	37 = 31'90%	28 = 32'18%	94 = 27'01%	63 = 20'13%	74 = 15'01%	296 = 21'81%
Masculino	69 = 59'48%	65 = 74'71%	275 = 79'02%	251 = 80'19%	409 = 82'96%	1069 = 78'78%
Femenino	47 = 40'52%	22 = 25'29%	73 = 20'98%	62 = 19'81%	84 = 17'04%	288 = 21'22%
Niño	19 = 16'38%	10 = 11'49%	84 = 24'14%	35 = 11'18%	22 = 4'46%	170 = 12'53%
Adolescente	39 = 33'62%	35 = 40'23%	118 = 33'91%	110 = 35'14%	159 = 32'25%	461 = 33'97%
Adulto	58 = 50%	42 = 48'28%	146 = 41'95%	168 = 53'67%	312 = 63'29%	726 = 53'50%
Con Armas	78 = 67'24%	37 = 42'53%	255 = 73'28%	185 = 59'11%	351 = 71'20%	906 = 66'76%
Palabras	27 = 23'28%	36 = 41'38%	59 = 16'95%	100 = 31'95%	84 = 17'04%	306 = 22'55%
Manos	11 = 9'48%	14 = 16'09%	34 = 9'77%	28 = 8'95%	58 = 11'76%	145 = 10'69%
Interviene humor	61 = 52'59%	56 = 64'37%	257 = 73'85%	168 = 53'67%	405 = 82'15%	947 = 69'79%
<i>Escenas donde se</i>						
derrama sangre	20 = 17'24%	11 = 12'64%	90 = 25'86%	67 = 21'41%	163 = 33'06%	351 = 5'87%

La mayoría de los programas que se han analizado en Otros, se refieren a películas, programas de sobremesa y magazines, telenovelas y videográficos. Entre ellos podemos mencionar a “Digan lo

que digan”, “Luz María” y “Videos de 1^a” de TVE 1; “La película de la mañana” de TVE 2; “Impacto Tv”, “La cara divertida” y “Cine” de Antena 3; “Día a día” y “Cine” de Tele 5; y la mayoría de las películas codificadas de Canal +.

Nos parece interesante señalar a programas como “Waku waku” (concurso) de TVE 1, por su contenido educativo en cuanto al valor de la naturaleza, así como los documentales de TVE 2 y Canal +.

Tabla 5

Anuncios publicitarios

Horario analizado: 7:30 a 15:00 horas (Datos aproximados)

	TVE 1	TVE 2	Antena 3	Tele 5	Canal +	Total
Número de páginas publicitarias por día.	13	12	12	15	4	11.2
Número de páginas en 29 días.	377	348	348	435	116	324.8
Duración general de las páginas	5 minutos	4 minutos	6 minutos	7 minutos	3 minutos	5 minutos
Duración general entre páginas.	24 minutos	23 minutos	18 minutos	24 minutos	72 minutos	32.2 minutos
Tiempo mayor entre páginas publicitarias.	30 mtos.	29 mtos	44 mtos.	35 minutos	115 mtos.	50.6 minutos
Tiempo menor entre páginas publicitarias.	18 mtos.	14 mtos.	4 mtos.	11 mtos.	27 mtos.	14.8 mtos.
Tiempo menor de página	2 mtos.	4 mtos.	3 mtos.	5 mtos.	2 mtos.	3.2 mtos.
Tiempo mayor de página	9 mtos.	7 mtos.	8 mtos.	8 mtos.	3 mtos.	7 mtos.

El mayor tiempo entre páginas publicitarias de Antena 3 Televisión, lo hemos encontrado en el programa Club Megatrix. Este programa cuenta con patrocinadores, con lo cual entre una sección y otra del mismo se publicitan el o los productos de dicho patrocinador, aunque no hemos incluido en el análisis este tipo de propaganda.

Por otra parte, al ser Canal + un canal de pago, las páginas publicitarias son prácticamente nulas. La mayoría de los anuncios se refieren a programas del propio canal y duran entre 30 segundos y 1 minuto, por lo que no podemos considerarlos una página publicitaria. Estos anuncios de programas en el horario de 7:30 horas a 22:30 horas suelen ser, en cuestión de cantidad, entre 14 y 15. Debemos señalar además que las películas no son interrumpidas para poner publicidad. Los datos contabilizados en la tablas 5 y 6 se deben a las que podrían considerarse páginas publicitarias y que hemos hallado entre películas y después o durante las series, noticiarios y otros programas.

Tabla 6***Anuncios publicitarios****Horario analizado: 15:00 a 22:30 horas (Datos aproximados).*

	TVE 1	TVE 2	Antena 3	Tele 5	Canal +	Total
Número de páginas publicitarias por día.	15	14	15	15	6	13
Número de páginas en 29 días.	435	406	435	435	174	365
Duración general de las páginas	6 mtos.	5 mtos.	9 mtos.	8 mtos.	3 mtos.	6.2 mtos.
Duración general entre páginas.	20 mtos.	19 mtos.	16 mtos.	17 mtos.	60 mtos.	26.4 mtos.
Tiempo mayor entre páginas publicitarias.	37 mtos.	30 mtos.	39 mtos.	36 mtos.	115 mtos.	51.4 mtos.
Tiempo menor entre páginas publicitarias.	7 mtos.	6 mtos.	7 mtos.	10 mtos.	29 mtos.	11.8 mtos.
Tiempo menor de página	2 mtos.	2 mtos.	2 mtos.	2 mtos.	2 mtos.	2 mtos.
Tiempo mayor de página.	9 mtos.	8 mtos.	13 mtos.	13 mtos.	4 mtos.	9.4 mtos.

Cabe señalar que cuando hay fútbol en alguno de los canales el tiempo entre páginas publicitarias aumenta, siendo este tiempo el mayor que se pueda encontrar a lo largo del día. No obstante, dentro de los partidos de fútbol, se promocionan también productos, ya sea mediante las vallas del estadio o directamente en imágenes al borde de la pantalla de televisión, aunque estos anuncios y patrocinios no han sido contabilizados.

La mayoría de los anuncios para niños se transmiten en el horario de la mañana, entre 7:30 y 9:00 y luego entre 10:00 y 12:00 horas, aunque también se intercalan anuncios destinados a otras edades. Sin embargo, ello no quiere decir que no encontráramos anuncios para niños en otras franjas horarias, como por ejemplo la de la tarde o la noche, aunque en la noche son menos frecuente.

En los programas de mayor audiencia las páginas publicitarias son más largas, es por ello que varía tanto el tiempo de las páginas a lo largo del día. Aunque hemos hecho un parámetro para los 29 días visionados, la cantidad de anuncios varía entre un día y otro. No existe un parámetro fijo para cada día, sino que varía en función de la audiencia del programa, es por ello que los datos expuestos son aproximados.

2.2.3 CONCLUSIONES

Las investigaciones en cuanto a las consecuencias de los contenidos violentos dentro de la programación televisiva, identifican un conjunto de rasgos que, asociados, aumentan la posibilidad del aprendizaje de la agresión. Estos rasgos contextuales son los siguientes:¹¹⁵

- Agresión ejecutada por un personaje atractivo,
- Por razones justificadas,
- Bajo un ambiente realista,
- Recompensado por sus actos,
- Usando armas convencionales,
- Las consecuencias de sus actos no son aparentemente visibles en cuanto a dolor o daño,
- Sus acciones están envueltas en cierto sentido del humor.

Por el contrario una escena que debe reducir o inhibir el riesgo del aprendizaje de la agresión es aquella que presente los siguientes rasgos:

- Agresión ejecutada por un personaje carente de atractivo,
- Movidado por la codicia o el odio,
- que comete actos con consecuencias negativas para sus víctimas,
- Es castigado por sus acciones.

A su vez una escena que contenga acciones violentas reiteradas e impregnadas de humor, acrecienta la posibilidad de insensibilidad ante la violencia; mientras que una escena en donde la violencia no este justificada, quede sin castigo y se ejerza sobre una víctima atractiva o indefensa, aumenta la posibilidad de inducir sobre la audiencia el temor o miedo ante la violencia.

Nuestra investigación ha encontrado en la programación analizada que esta combinación de rasgos está presente en ella, aunque como es notorio varía según el tipo de programa, como lo demuestran las Tablas 7 y 8.

¹¹⁵“Violencia, televisión y cine”. Op. Cit. Capítulo 3. Edward Donnerstein. “¿Qué tipos de violencia hay en los medios de comunicación? El contenido de la programación en Estados Unidos”. Pp. 54 y ss.

Tabla 7

	Animados	Series	Noticiarios	Otros	Total
Agresor Atractivo	64'41%	66'76%		78'19%	52'34%
Violencia Justificada	75'15%	69'68%	36'01%	82'61%	65'86%
Violencia Realista	18'74%	69'19%	81'42%	68'46%	59'45%
Violencia Premiada	34'68%	49'58%	4'80%	51'95%	35'25%
Armas	68'70%	45'83%	85'27%	66'76%	66'64%
Sin consecuencias	64'90%	24'20%	11'42%	20'49%	30'25%
Interviene el Humor	87'28%	73'78%		69'79%	57'71%
Total	59'12%	57%	31'28%	62'61%	52'50%

Los resultados que hemos hallado demuestran que el mayor riesgo de inducir a comportamientos agresivos se encuentra en las Series. Sin perjuicio de ello, en las mismas la mayoría de las escenas con interacciones violentas son cometidas por hombres, con consecuencias dañinas, dolorosas o perjudiciales, en donde podemos encontrar además un gran porcentaje de sangre, siendo la violencia explícita, gráfica y reiterada, lo cual favorece el temor o miedo que pueda ejercer este tipo de interacciones violentas en algunos espectadores o el aprendizaje de esta actitud en otros. Existen además un conjunto de series que, haciendo un balance entre las cadenas, abarcan la mayoría de las series transmitidas por televisión, y que son extranjeras, mayormente estadounidenses. Este hecho nos parece notorio, pues consideramos que se debería promover más la producción propia. Este mismo hecho sucede con los dibujos animados que, excepto algunos de TVE, en general son japoneses o estadounidenses, sobre todo aquellos que más gustan a los niños.¹¹⁶

Por otra parte, el alto porcentaje de agresores atractivos pertenece principalmente a los protagonistas de los programas, lo cual es un dato preocupante si tenemos en cuenta que la violencia de los personajes negativos es contrarrestada con una mayor violencia, aparentemente positiva, del personaje protagónico, con lo que esta violencia es, además de premiada, justificada. No obstante, sobresale que en los Dibujos Animados la violencia se presente sin muestras aparentes de dolor o daño, aunque se desarrolle con armas convencionales, lo cual puede ser considerado como una muestra de violencia embellecida y saneada.¹¹⁷ En general en los Dibujos Animados donde encontramos la mayor cantidad de interacciones violentas, los personajes protagónicos eran super-héroes en lucha constante contra el mal, practicando una violencia sin consecuencias

¹¹⁶ Ver Capítulo III: Trabajos exploratorios.

¹¹⁷ “Violencia, televisión y cine”. Op. Cit. Pp. 61 - 63.

aparentemente dolorosas y dañinas pero siempre venciendo a sus oponentes, envueltos en situaciones de humor.

Los dibujos animados ejercen gran influencia en el público infantil, y se debe tener en cuenta que los niños más pequeños - en este caso los de 6 - responden a los rasgos contextuales de forma diferente a los de edades superiores, con lo cual la violencia fantástica de los dibujos puede parecerles real, lo cual aumenta las posibilidades de aprendizaje de estas escenas violentas o el temor a las mismas. Por otra parte, los niños más pequeños tiene dificultades en relacionar escenas que estén temporalmente separadas, con lo cual si el castigo no es inmediatamente después del acto violento, puede no servir para inhibir en ellos la posibilidad del aprendizaje agresivo.

Los Noticiarios por su parte, presentan una violencia realista, reiterada y con grandes muestras de sangre, dolor, daño y perjuicio, lo cual favorece el miedo o pavor hacia una realidad mal tratada por la televisión. Si bien Otros programas como las películas, presentan una violencia parecida a la de las Series, donde la misma está embellecida a través del personaje protagónico que comete tanto o más acciones violentas que su oponente. Sin embargo, los programas videográficos, como los que hemos hecho referencia, ofrecen un tipo de violencia que conmueve a la risa, a pesar de que muchas veces la misma tiene consecuencias dolorosas y perjudiciales, con lo cual se puede inducir a la insensibilidad por parte del espectador. Amen de que algunos espectadores se podrían sentir atraídos a repetir la violencia para grabarla y poder participar en el programa.

Tabla 8

	Animados	Series	Noticiarios	Otros	Total
No atractivo	36'09%	29'76%		21'81%	21'91%
Violencia no justificada	24'86%	30'62%	63'99%	17'39%	34'21%
Consecuencias negativas	35'10%	75'79%	88'58%	79'51%	69'74%
Violencia castigada	37'74%	35'39%	10%	32'65%	28'94%
Total	33'45%	42'89%	40'64%	37'84%	30'70%

El contexto en que se desarrolla la violencia representada en la Tabla 8, supone la inhibición de las actitudes agresivas, pero al ser tan pequeño el índice de violencia castigada aumenta el riesgo de provocar en el espectador miedo o pavor hacia la realidad. Este hecho marca sobre todo a los Noticiarios, donde el peso de la justicia, caso de ser perceptible, es mucho después de haberse cometido el acto.

Es significativo el hecho de que los canales de Televisión Española 1 y 2 hallan obtenido índices de interacciones agresivas tan elevados, al pertenecer ambos a una cadena pública y, por tanto, con un supuesto mayor compromiso social. Por otra parte, es de notar que la cantidad de

anuncios publicitarios entre estos canales y las cadenas privadas (Antena 3 y Tele 5) sean tan parecidos, lo que implica una competencia desleal entre las cadenas, ya que las públicas, además de los beneficios de la publicidad, obtienen su presupuesto del Estado.

La publicidad, no obstante, no está exenta de violencia. Hemos hallado que muchos de los anuncios de juguetes para niños exaltan el belicismo. Así mismo los anuncios no cumplen con el Código de publicidad¹¹⁸ al no mostrar nunca el precio de los juguetes, ni las edades a las que está destinada el mismo. Por otra parte, en la gran mayoría de los anuncios de enciclopedias y diccionarios destinados a niños/as, aparece la palabra solo en el precio, lo cual también incumple con las normas de publicidad establecidas, al incentivar la idea de estar al alcance de cualquier presupuesto. Así mismo se emiten anuncios de bebidas alcohólicas en horario infantil, de películas de cine para adultos, en donde para su mejor publicidad se escogen las imágenes más impactantes, y series y películas de televisión de los mismos canales, tampoco actas para niños, como “JAG: Alerta roja” (Antena 3), “NiKita” (Tele 5), “Expediente X” (Tele 5), “Crónicas marcianas” (Tele 5) y “Marea Roja” (Película de TVE 1). Así mismo aunque la publicidad de tabaco está prohibida en la televisión, diferentes deportes de competición como el Rally de coches, el Motocross o el Fórmula 1, exhiben en sus camisetas, motos o coches las marcas de estos productos y dichos eventos competitivos son transmitidos por la televisión.

Independientemente de estas normas de publicidad, comunes a todas las cadenas, Televisión Española cuenta con normas de admisión de publicidad propias. Una de ellas comenta que se rechazara toda publicidad relativa a juguetes que impliquen exaltación de belicismo, violencia o que sean reproducciones de armas. No obstante anuncios como “War planet” (planetas que dentro contienen guerreros), “Extreme Dinosaurs”(dinosaurios guerreros) y “Air Vectors” (autos que se transforman en guerreros voladores),¹¹⁹ contradicen esta normativa, por solo mencionar algunos ejemplos.

Las conclusiones de este trabajo nos permiten afirmar que existe un índice preocupante de violencia reiterada en los programas de la franja horaria infantil en España. Esta violencia además transmite valores sexistas, racistas, individualistas y de supervivencia, que no tienen castigo inmediato, sino que por el contrario son premiados y cometidos por personajes atractivos, dignos de imitar.

¹¹⁸ Código de Ética Publicitaria del Consejo Ejecutivo de la Cámara de Comercio, aprobado en Nueva Delhi el 10 de febrero de 1987. Capítulo IV: “El mundo frente a la problemática” de este trabajo.

¹¹⁹ Transmitidos por TVE el jueves 16 de julio de 1998. Para más información ver en este mismo trabajo Capítulo IV. El mundo frente a la problemática.

Existe una crítica, minoritaria, que sostiene que media un sesgo conservador en quienes investigan la equidad entre la violencia televisiva y la violencia real,¹²⁰ no obstante cada vez más las investigaciones al respecto se hacen categóricas al plantear que, si los contenidos violentos no son diferentes del resto de contenidos emitidos por la televisión, debemos suponerles su capacidad de influir en el público, tanto como lo haría en principio un anuncio publicitario. De no ser así quienes anuncian sus productos en la televisión pensando en la seducción de estos espacios, estarían perdiendo dinero y por el contrario la práctica del mercado demuestra que aumentan sus ganancias.¹²¹

Si aceptamos además que los niños desarrollan su capacidad de asociación visual con el tiempo, debemos aceptar que aprenderán tanto de los modelos de la vida real como de las imágenes y palabras que les muestra la televisión.¹²² No es casualidad, ni casos aislados, la cantidad de niños que en nuestros días imitan los modelos violentos que les ofrecen los medios de comunicación, sobre todo en aquellos países donde existe un mayor índice de violencia real y como hemos señalado entre la violencia real y la televisiva se da una relación bidireccional. No es de extrañar entonces que el país con más investigaciones sobre este tema sea EE.UU.

Según el último estudio realizado al respecto,¹²³ entre el 58% y el 61% de la programación emitida entre 1994 y 1996 en Estados Unidos contenía escenas violentas, en las cuales se empleaba la fuerza física o se amenazaba con usarla. Por otra parte se menciona en este trabajo que un niño estadounidense menor de 13 años ve la televisión, por término medio, 3 horas diarias, lo cual implicaría un promedio de 20 horas por semana, 60 horas al mes y 720 horas al año. Estimaciones de la UNESCO aseguran que un niño español ve un promedio parecido de televisión, lo cual según datos de la Secretaría de Estado de Seguridad del Ministerio del Interior, se revierte en que en 1996 un niño español vio semanalmente en televisión 887 homicidios, 155 asesinatos, 70 parricidio y 1.308 violaciones.¹²⁴

¹²⁰ Véase Jonathan L. Freeman. "Television violence and aggression: a rejoinder". *Psychological Bulletin*, 100, 1986. Cit. en "Violencia, televisión y cine". Op. Cit. Pág. 20. Y Harmut Schweitzer. "Evaluación de la violencia en los medios de comunicación. Consideraciones metodológicas". *Políticas Sociales en Europa*, 1. 1997. National Television Violence Study. Kunkel et.al., 1995. Wilson et. al., 1997, 1998.

¹²¹ "Violencia, televisión y cine". J. Sanmartín, J. S. Grisolia y S. Grisolia. Op. Cit. Pp. 20 - 21.

¹²² Ver Capítulo IV: Televisión y Educación.

¹²³ J. Federman. "National Television Violence Study (Executive Summary)". Op. Cit. Pp. 22, 25 y ss.

¹²⁴ "Violencia, televisión y cine" Op. Cit. Pág. 22.

CAPÍTULO III

3. TRABAJOS EXPLORATORIOS

Autores como Huesmann ¹²⁵ han planteado la hipótesis, a partir de estudios de campo, de que *ver televisión violenta de pequeño* (sin importar el nivel de agresividad) *induce agresividad más tarde*,¹²⁶ mientras que ser agresivo de niño y ver televisión violenta de mayor no arroja un dato significativo. Ello sugiere la hipótesis de que ver de niño representada la violencia en los medios de comunicación, incrementa los comportamientos agresivos de mayor y deshecha la tesis de que *la agresividad precoz induce a una atracción mayor por la violencia televisiva*.¹²⁷ Ello no quiere decir que no existan otros factores que, unidos a la violencia transmitida por la televisión, estén interactuando, ellos pueden ser factores ambientales, genéticos, perinatales, culturales, fisiológicos y familiares.¹²⁸

Hasta ahora las investigaciones más relevantes sobre este tema han puntualizado en esos factores, sin llegar a catalogar a la violencia en la sociedad como causa de la violencia en la televisión.¹²⁹

No obstante, la crítica opuesta a estas investigaciones, se fundamenta en que la mayoría de los trabajos realizados hasta el momento se basan en estudios de laboratorio, con lo cual el entorno cambia completamente, lo cual no es categóricamente así. Como hemos demostrado existen otro tipo de estudios que no son de laboratorio y que han llegado a las mismas conclusiones por diferentes vías.

Como los anteriores, nuestra investigación podrá tener muchas críticas o limitaciones, pero de más está decir que esperamos que los resultados que ofrece sirvan para dar un paso más en este campo.

¹²⁵ “Violencia, televisión y cine”. Op. Cit. L. R. Huesmann, “Conexión entre violencia en cine y televisión”. Pp. 87 y ss. Eron, Huesmann, Lefkowitz y Walder, 1972, 1973 y 1984.

¹²⁶ Ídem. Pág. 106.

¹²⁷ *Ibidem*.

¹²⁸ Kagan, 1988. Parke y Slaby, 1983. Ensminger, Kellan y Rubin, 1983. Farrington, 1990. Huesmann, Eron, Lefkowitz y Walder, 1972, 1973 y 1984. Moffit, 1990. Loeber y Dishion, 1983. Magnusson, Duner y Zetterblom, 1975. Olweus, 1975. Cit. en “Violencia, televisión y cine”. Harmut Schweitzer. “Evaluación de la violencia en los medios de comunicación. Consideraciones metodológicas”. Políticas Sociales en Europa, 1. 1997. National Television Violence Study. Kunkel et.al., 1995. Wilson et. al., 1997, 1998. Op. Cit. Ídem. Pp. 99 - 101.

¹²⁹ “Violencia, televisión y cine”. Op. Cit. Edward Donnerstein, “Tipos de violencia en los medios de comunicación”. Pp. 46 y ss.

3.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización de la siguiente investigación, hemos encuestado a niños comprendidos en las edades de 7 a 9 años, así como entrevistado a niños más pequeños, de 6 años. A maestros y a padres también se les efectuaron encuestas, con el fin de comparar las respuestas de los niños, conocer el entorno familiar, el contexto en que son percibidos los programas de televisión y las posibles connotaciones de éstos dentro de la familia. En el caso de los maestros nuestro objetivo se refirió, principalmente, a la relación entre juegos y televisión - saber si los niños imitaban en sus juegos los personajes o conductas televisivas - y conocer si dentro de las aulas los maestros utilizaban de alguna forma los contenidos transmitidos en televisión.¹³⁰ Las encuestas se practicaron de forma personal y comprendieron preguntas abiertas y cerradas, mientras que las entrevistas se efectuaron en grupos, en ambos casos se llevaron a cabo tanto en las escuelas como en las casas y lugares de recreo.

Nuestros objetivos específicos se basaron en las siguientes características:

1. Hábitos:

a) Influencia del hogar y la familia:

- Control de la televisión por los adultos.
- Compañía en que ven la televisión los niños/as.
- Horario de exposición a la televisión del niño/a.
- Preferencia de programas por parte de los adultos y posible influencia en el niño/a.

2. Preferencias de los niños/as, familiares y maestros:

a) En cuanto a canales.

b) En cuanto a programas (Preferencia y tipo).

c) Posible influencia de los gustos de los adultos en los niños/as.

d) En cuanto a personajes (solo niños/as):

- Características que más gustan.
- Características que menos gustan.
- Características que imitan.

3. Efecto personal (en niños/as):

a) Capacidad de asociación:

- En cuanto a similitud con la vida real.

b) Características según criterio de héroes o heroínas.

¹³⁰ Ver plantilla de encuestas al final de este Capítulo.

c) Efectos recordatorios:

- Características del personaje preferido.
- Características del personaje que menos gusta.

4. Desplazamiento de otras actividades:

- Otras funciones que realizan los niños/as (juegos, lectura, labores del hogar, estudio, etcétera).

5. Asociación entre televisión y escuela.

6. Papel de la publicidad.

La muestra comprendió cuatro localidades españolas: Molina de Segura, Murcia; Huelva y Palos de la Frontera, Huelva; y Calatayud, Zaragoza. En ellas pudimos contabilizar los siguientes datos:

- MOLINA DE SEGURA, MURCIA1. Colegio Público *Comarca San Miguel*:

- Encuestas a niños:	- Entrevistas a niños de 6 años:
7 años: 28 (14 niñas y 14 niños)	Total niñas: 38
8 años: 50 (25 niñas y 25 niños)	Total niños: 42
9 años: 42 (21 niñas y 21 niños)	Total: 80
<u>Total: 120 (60 niñas y 60 niños)</u>	

Total niños entre 6 y 9 años: 200

- Encuestas a familiares:

6 años: 32
7 años: 30
8 años: 35
9 años: 32
Total: 129 niños.

Total de familiares: 127

- Encuesta a maestros:

Maestros de niños entre 5 y 6 años: 3
Maestros de niños entre 7 y 8 años: 3
Maestros de niños entre 8 y 9 años: 3
Maestros de niños entre 9 y 10 años: 3

Total de maestros: 12

2. Colegio Público *Nuestra Señora de la Consolación*:

- Encuestas a niños:	- Entrevistas a niños de 6 años:
7 años: 24 (10 niñas y 14 niños)	Total niñas: 18
8 años: 35 (16 niñas y 19 niños)	Total niños: 19
<u>9 años: 33 (16 niñas y 17 niños)</u>	Total: 37
Total: 92 (42 niñas y 50 niños)	

Total niños entre 6 a 9 años: 129

- Encuestas a familiares:

6 años: 11

- Encuestas a maestros:

7 años: 18
 8 años: 20
 9 años: 26
 Total: 75 niños

Total de familiares: 75

Maestro de niños entre 5 y 6 años: 2
 Maestro de niños entre 6 y 7 años: 2
 Maestro de niños entre 8 y 9 años: 2
 Maestros de niños entre 9 y 10 años: 2
 Total de maestros: 8

3. Colegio Público *Miguel de Cervantes*:

- Encuestas a niños:

7 años: 11 (6 niñas y 5 niños)

8 años: 22 (11 niñas y 11 niños)

9 años: 15 (8 niñas y 7 niños)

Total: 48 (25 niñas y 23 niños)

- Entrevistas a niños de 6 años:

Total niñas: 21

Total niños: 22

Total: 43

Total niños entre 6 y 9 años: 91.

- Encuestas a familiares:

6 años: 8

7 años: 10

8 años: 10

9 años: 7

Total niños: 35

Total familiares: 35

- Encuestas a maestros:

Maestros de niños entre 5 y 6 años: 1

Maestros de niños entre 7 años: 1

Maestros de niños entre 8 años: 1

Maestros de niños entre 9 y 10 años: 1

Total maestros: 4

- HUELVA, HUELVA

Colegio Público *José Oliva*:

- Encuestas a niños:

7 años: 32 (17 niñas y 15 niños)

8 años: 27 (14 niñas y 13 niños)

9 años: 41 (20 niñas y 21 niños)

Total : 100 (51 niñas y 49 niños)

- Encuestas a familiares:

6 años: 8

7 años: 15

8 años: 12

9 años: 7

Total niños: 42

Total familiares: 42

- Encuestas a maestros:

Maestros de niños 7 años: 2

Maestros de niños 8 años: 1

Maestros de niños 9 y 10 años: 3

Total maestros: 6

- PALOS DE LA FRONTERA, HUELVA

Colegio Público *Hermanos Pinzón*:

- Encuestas a niños:	- Entrevistas a niños de 6 años:
7 años: 43 (22 niñas y 21 niños)	Total niñas: 15
8 años: 50 (28 niñas y 22 niños)	Total niños: 15
9 años: 45 (21 niñas y 24 niños)	Total: 30
<u>Total: 138 (71 niñas y 67 niños)</u>	

Total niños entre 6 y 9 años: 168

- Encuestas a familiares:	- Encuestas a maestros:
6 años: 12	Maestros de niños de 6 años: 3
7 años: 18	Maestros de niños de 7 años: 2
8 años: 20	Maestros de niños de 8 años: 3
9 años: 21	Maestros de niños de 9 años: 3
Total niños: 71	Total maestros: 11
Total familiares: 69	

- CALATAYUD, ZARAGOZAColegio Público *Salvador Minguijón*:

- Encuestas a niños:	- Entrevistas a niños de 6 años:
7 años: 12 (5 niñas y 7 niños)	Total niñas: 12
8 años: 11 (7 niñas y 4 niños)	Total niños: 10
9 años: 21 (10 niñas y 11 niños)	Total: 22
<u>Total: 44 (22 niñas y 22 niños)</u>	

Total niñas y niños entre 6 y 9 años: 66

- Encuestas a familiares:	- Encuesta a maestros:
6 años: 6	Maestros de niños entre 5 y 7 años: 1
7 años: 4	Maestros de niños entre 6 y 12 años: 1
8 años: 7	Maestros de niños entre 8 y 9 años: 1
9 años: 10	Maestros de niños entre 9 y 10 años: 1
Total niños: 27	Total maestros: 4
Total padres: 24	

Colegio Público *Augusta Bilbilis*:

- Encuestas a niños:	- Entrevistas a niños de 6 años:
7 años: 14 (7 niñas y 7 niños)	Total niñas: 16
8 años: 15 (5 niñas y 10 niños)	Total niños: 11
9 años: 27 (10 niñas y 17 niños)	Total: 27
<u>Total : 56 (22 niñas y 34 niños)</u>	

Total niños entre 6 y 9 años: 83

- Encuestas a familiares:

6 años: 6

7 años: 5

8 años: 9

9 años: 10

Total niños: 30

Total familiares: 30

- Encuestas a maestros:

Maestros de niños de 6 años: 1

Maestros de niños entre 6 y 7 años: 2

Maestros de niños entre 7 y 8 años: 2

Maestros de niños entre 8 y 10 años: 1

Maestros de niños entre 9 y 10 años: 2

Total maestros: 8

Colegio Concertado *Santa Ana*:

- Encuestas a niños:

7 años: 22 (14 niñas y 8 niños)

8 años: 28 (12 niñas y 16 niños)

9 años: 45 (19 niñas y 26 niños)

Total : 95 (45 niñas y 50 niños)

- Entrevistas a niños de 6 años:

Total niñas: 15

Total niños: 10

Total: 25

Total niños entre 6 y 9 años: 120

- Encuestas a familiares:

6 años: 9

7 años: 5

8 años: 12

9 años: 18

Total niños: 44

Total familiares: 42

- Encuesta a maestros:

Maestros de niños de 6 años: 2

Maestros de niños entre 6 y 7 años: 2

Maestros de niños entre 8 y 9 años: 2

Total maestros: 6

Estos datos nos reportan un total de 957 niños, distribuidos entre 473 niñas y 484 niños, de los cuales 135 son niñas de 6 años, 95 de 7 años, 118 de 8 años y 125 de 9 años, mientras que 129 son niños de 6 años, 91 de 7 años, 120 de 8 años y 144 de 9 años. El total de familiares encuestados es de 444, distribuidos en 92 de niños/as de 6 años, 105 de 7 años, 125 de 8 años y 131 de 9 años, para un total de 453 niños/as. Los maestros que recoge la muestra son un total de 59, de los cuales 6 son de niños/as entre 5 y 6 años, 6 de niños/as de 6 años, 1 de niños/as entre 5 y 7 años, 6 de niños/as entre 6 y 7 años, 1 de niños/as entre 6 y 12 años, 5 de niños/as de 7 años, 5 de niños/as entre 7 y 8 años, 5 de niños/as de 8 años, 1 de niños/as entre 8 y 10 años, otros 8 de niños/as entre 8 y 9 años, 3 de niños/as de 9 años y por último 12 de niños/as entre 9 y 10 años.

Las encuestas y entrevistas fueron realizadas en el período del 15 de junio de 1998 al 30 de febrero de 1999.

3.2. RESULTADOS¹³¹***- Resultados de encuestas de niños/as entre 7 y 9 años:***

Hemos hallado en nuestra muestra que la actividad que más realizan, tanto niñas como niños, en su tiempo libre es jugar (100%). Entre los juegos, dentro y fuera del colegio, los más significativos son el Pille - pille, el escondite, el fútbol, el mate, la comba, el baloncesto, las canicas, el veo - veo, la rayuela, el salta alturas, los coches, las muñecas o los muñecos, y policía y ladrón. No obstante, hemos encontrado que el 65'25 por ciento de los niños posee un ordenador, una vídeo consola o una Play Station, por lo que los juegos con estos aparatos abarcan también parte del tiempo fuera del colegio. Los programas más jugados pertenecen al Fútbol, Supermario Bros 1, 2 y 3, Carreras de coches, Mortal combat, Tekken 2 y 3, Cartas, Rompecabezas, Buscaminas, Pandemonium y Tetris, entre otros.

Sin embargo las niñas también prefieren juegos como profesoras y maestras y las cartas.

Así mismo el 54'34% de las niñas ayuda en las labores hogareñas, mientras que sólo el 45'66% de los varones realiza algún tipo de tarea relacionada con el hogar. Debemos señalar que los niños más pequeños manifiestan más iniciativa en cuanto a las labores de la casa que los más mayores.

El 88'30% de los niños/a ve películas de vídeo, por lo que valoramos que aproximadamente esa misma cantidad tiene, por lo menos, un aparato de vídeo en su casa. Sin embargo solamente el 55'08% van al cine, de los cuales 22'03% pertenece a niñas y 33'05% a niños.

Los deportes más realizados son el fútbol y el baloncesto. Únicamente un 23'73% de las niñas dicen realizar algún deporte, frente a un 41'53% de los varones, lo que hace un total de 65'26% de niños/as.

Las visitas, pasear e ir a la playa, varía según cada niño y los días, generalmente algunos fines de semana y en vacaciones escolares.

Por su parte escuchar la radio ocupa un 54'24%, de los cuales 30'51% pertenece a las niñas, frente a un 23'73% de los varones.

Otras actividades citadas por los niños/as fueron ir al parque y ver la televisión.

Encontramos que todos los niños/as ven la televisión. La mayoría lo hace porque le gusta (33'44%), porque no se aburre o se entretiene (31'35%), por divertirse (29'88%) y por otras razones

¹³¹ Para una mejor comprensión utilizaremos la palabra niños para referirnos sólo a los varones.

como para aprender o por ser chula ocupa un 5'33%. La frecuencia predominante de ver televisión es la de 7 días por semana. A esta última le correspondió un 69'16%, a cinco días 18'69%, a tres días 9'35% y a 1 día 2'80%.

Los programas más vistos correspondieron a los que más gustan, siendo estos, por canales de televisión y tipos de programas, los siguientes:

TVE 1

- El loco mundo de Tex Avery (animado)
- El patito feo (animado)
- Peque Prix (concurso)
- Leonela. Muriendo de amor (telenovela)
- Luz María (telenovela)
- Digan lo que digan (participación)
- Waku, waku (concurso)
- Videos de 1ª (videográfico)
- Una de dos (serie)
- Hermanas (serie)
- A las 11 en casa (serie)

Antena 3 Televisión

- Club Megatrix:
- Sissi (animado)
- Pesadillas (serie)
- Goku. Bola de Dragón (animado)
- Mortadelo y Filemón (animado)
- Spiderman (animado)
- Tortugas Ninja (animado)
- Power Rangers (serie)
- Punky Brewster (serie)
- Series:
- Los vigilantes de la playa
- El coche fantástico
- Padres forzosos
- Cosas de casa
- Alta tensión (concurso)
- Los Simpson (animado)
- La cara divertida (videográfico)

TVE 2

- Mucha Marcha:
- El príncipe valiente (animado)
- La pajarería de Transilvania (animado)
- El inspector Gachet (animado)
- Calimero (animado)
- Gárgolas (animado)
- Reena y Gaudy (animado)
- Aventuras en pañales (animado)
- Los osos del bambú (animado)
- Hyakutake:
- Blossom (serie)
- El chavo del ocho (serie)
- Federrico (serie)
- La familia crece (serie de animación)
- Vivir con Mr. Cooper (serie)

Tele 5

- Club Disney (Programa semanal con series de animados y concursos).
- La banda del patio (animado)
- El Zorro (serie)
- Al salir de clase (serie)
- El Súper (serie)
- Médico de familia (serie)
- Walker (serie)

Canal +

- Superman (serie)
- Loca academia de policía (serie)

- Impacto Tv (videográfico)
- Rex, un policía diferente (serie)
- Furor (concurso)
- Manos a la obra (serie)
- Compañeros (serie)

De estos programas los personajes que más gustan son:

TVE 1

Ramón García (¿Qué apostamos)

Nuria Roca (Waku, waku)

Lina Morgan (Una de dos)

TVE 2

Leticia Sabater (Mucha Marcha)

Tomy (Aventuras en pañales)

Reena (Reena y Gaudy)

Gaudy (Reena y Gaudy)

El Chavo (El chavo del ocho)

Federico (Federrico y El Chavo del ocho)

Miki (La familia crece)

Yu (La familia crece)

Blossom (Blossom)

Canal +

Superman (Superman)

Antena 3 Televisión

Sissi (Sissi)

Goku (Goku. Bola de Dragón)

Mortadelo (Mortadelo y Filemón)

Mikel Night (El coche fantástico)

Steve Urkel (Cosas de casa)

Michelle (Padres forzosos)

Bart Simpsons (Los Simpsons)

Benito (Manos a la obra)

Alonso Caparrós (Furor)

Punky (Punky Brewster)

Tele 5

Emilio Aragón (Médico de familia)

Chechu (Médico de familia)

Alicia (Médico de familia)

Anita (Médico de familia)

Ranger Walker (Walker)

Las razones que tienen para que les gusten esos personajes varían. 34'78% responden que les gustan porque son graciosos o porque hacen gracia; 20'65 porque son fuertes, valientes, pelean bien, o son superguerreros, que lanzan bolas de fuego y tienen una espada de luz; 16'04% porque son divertidos; 12'78% porque son guapos/as, y 15'75% responde que les gustan como hablan, o son los protagonistas, o por sus formas de ser, o porque son cariñosos, o porque son buenos actores o actrices, o porque les asombra, o porque son gandules, o porque les da miedo, o porque dicen palabrotas, etcétera.

La muestra refleja que un 59'78% quiere ser como su personaje preferido. 16'36% de niños/as exponen que las razones que tienen para ello son porque les gustaría ser famosos, ganar mucho dinero, salir por la tele, o porque los ricos tienen menos guerras, y son estrellas. 18'18% responde que porque son guapos/as; esa misma cantidad manifiesta que porque podrían ser superguerreros, porque podrían volar, porque tendrían una espada de luz, porque quieren ser iguales de fuertes y poder resucitar, porque podrían lanzar bolas de fuego con las manos, porque pelearían para vencer al mal, porque serían muy grandes. 14'54% porque son graciosos y divertidos. El 32'76% restante tiene razones diferentes entre las que se pueden encontrar respuestas como para ser el preferido de todos, por ir solo a todos lados, porque les gusta, porque es bueno, porque lleva pendientes, por meter muchos goles, etcétera.

El 40'22% que responde que no les gustaría ser como su personaje preferido, expone diversas razones. Las más comunes son porque no quieren ser famosos (34'78%), simplemente porque no (26'22%) y porque nacieron así o porque no quieren cambiar (19'76%). El 19'24% restante expuso respuestas como porque hacen tonterías, porque no les gusta como es el personaje o no respondió.

Sin embargo no todos los programas les gustan. Existen un 75% que encuentra algún programa que no es de su agrado, frente a un 25% que no tiene ninguna queja. De los programas que no gustan los más mencionados son los magazine como Sabor a ti, Día a día, Extra Rosa, Ana, Digan lo que digan, De tarde en tarde, Lo que necesitas es amor (18'48%). Los telediarios obtienen un 15'22%, el resto corresponde a diferentes programas como Expediente X, El coche fantástico, Impacto tv, Mucha marcha, Esos locos bajitos, los documentales en general, etcétera. Solo las niñas mencionan también a dibujos animados como Goku y los partidos de fútbol.

Las razones para que no les gusten estos programas son porque son aburridos o sosos (19'57%), porque dan lástima o son tristes las imágenes que salen (8'70%), porque son o dan miedo (7'60%), porque son un rollo (7'60%), porque hay violencia en ellos, salen muertos o hay mucha sangre (5'43%), porque no les gusta (4'35%), porque son tontos (3'26%), porque tienen mucha música (3'26%). El resto tiene respuestas como porque no tienen sentido, porque salen animales asquerosos, porque no son de risa, porque son muy variados, porque no pueden ver los programas que les gustan, porque son muy largos, porque son de mujeres, etcétera.

Los anuncios de televisión tampoco entran dentro de sus programas favoritos. La mayoría de los niños/as responden que solo les gustan a veces (70'65%) o que no les gustan (20'65%), frente a un 8'70% que manifiesta gustarles siempre. Los anuncios que más atracción les causan son variados, solo en los de juguetes, 22'83%, se puede encontrar que la razón es el propio producto anunciado, ya que el resto de los anuncios les agrada porque son divertidos o marchosos (15'22%), porque les gustan sus protagonistas, generalmente algún cantante, actriz, actor o futbolista famoso (15'22%), porque dan risa (9'78%), porque les gustan simplemente (7'60%), por la música

(5'43%), porque son bonitos (4'35%) o porque habla de la Navidad o sale Papá Noel (4'35%). El resto de respuestas de la muestra no obtiene datos significativos, no obstante, algunas de las contestaciones fueron porque son espectaculares, porque lo ven todos los días, porque poseen el producto que anuncian o porque no saben o no responden.

Para los anuncios que no gustan (56'52%) exponen razones como porque no les gusta el producto anunciado (17'39%), porque son de adultos (10'87%), porque los repiten muchas veces (6'52%) o porque son aburridos o sosos (5'43%). No obstante, los varones emitieron respuestas como porque son de muñecas, de crías, o de niñas (3'26%).

A la pregunta de quién enciende el televisor para que vean los programas que mas les atraen, el 85'87% de los encuestados respondió que es él quien enciende el televisor para verlos, aunque el 41'30% indicó que también lo hacen sus padres o hermanos, respectivamente. No obstante, 40'22% ve en algún momento los programas que más le apetecen sin compañía, es decir, solo. Sin embargo el 50% contestó que también lo hace con sus padres, con sus abuelos (22'83%) o con otro familiar (23'91%). Sin embargo, la compañía con que más perciben la televisión es con los hermanos, que alcanza un 70'65%. Los amigos también obtienen índices considerables, por encima de abuelos u otro familiar, 28'26%.

Entre las críticas, opiniones o sugerencias de los niños/as en cuanto a la televisión las que mayor porcentaje alcanzaron son: la molestia que les causan los anuncios (15'22%), el que no pongan más dibujos animados (11'96), el que no quiten algunos programas que no les gustan (9'78) y el que haya tanta violencia (8'70%); en este caso último mencionan a programas como el telediario, las películas y algunos dibujos como Goku o series como Power Rangers, si bien también dicen que estas cosas las han oído decir o son opiniones de los adultos. Un 13'04% responde que le divierte la televisión, que es chula, que le entretiene, que es divertida o que es bonita, frente a un 9'78% que no tiene ninguna opinión y un 16'30% que no responde. No obstante, un 3'26% de las niñas opinan que debe haber menos fútbol en la televisión, mientras un 2'17% de los niños quieren que existan más espacios dedicados a este deporte.

- Resultados entrevistas de niños/as de 6 años:

En general la actividad que más realizan en su tiempo libre, tanto dentro como fuera del colegio, es jugar (94'33%). Los juegos más mencionados son los muñecos o muñecas (16'04%), el escondite (15'09%), juegos de mesa y construcciones (14'15%), correr (14'15%), carros o coches (11'32%), el fútbol (8'49%), a princesas (6'60%), a maestras (5'66%) y el baloncesto (2'83%). La segunda actividad que más realizan es ver películas de vídeo (70'75%), entre las que sobresalen

filmes como “Pocahontas”, “La sirenita”, “Cenicienta”, “El rey león II”, “Hércules” y “Titanic”. Además juegan con el ordenador o la vídeo consola (37’74%), los programas más jugados son Supermario 1, coches, fútbol, de peleas, cartas y buscaminas. Ir al cine, leer, escuchar la radio, pasear o hacer visitas u otras actividades alcanzó tan solo un 22’64%.

No obstante, todos ven la televisión y las razones que tienen para ello son que les gusta (23’58%), no responden (20’75%), es divertida (19’81%), no saben por qué (18’87%), o aprenden algo mediante ella (14’15%). El aprendizaje puede ser de peleas o luchas (4’71%), para ser fuertes o valientes (3’54%. Mediante los animados, series y películas) y de conocimientos sobre el mundo (5’90%. Mediante los telediarios, documentales y programas de concursos como “Waku, waku”, “Cuatro” y “Alta tensión”).

Hemos hallado que los programas que prefieren son:

TVE 1

- Casper (animado)
- Clásicos Disney:
 - Popeye el marino (animado)
- Peque Prix y Gran Prix (concurso)
- Una chica explosiva (serie)
- Xena, la princesa guerrera (serie)
- Waku, waku (concurso)
- Telenovelas:
 - Leonela. Muriendo de amor
 - Luz María
- ¿Qué apostamos? (Concurso)
- Hermanas (serie)
- A las once en casa (serie)
- Videos de 1ª (videográfico)

TVE 2

- Mucha Marcha (animados)
 - Calimero
 - Inspector Gachet
 - Oliver y Benji
 - Gárgolas
 - Reena y Gaudy
 - Aventuras en pañales
- Hyakutake:
 - El chavo del ocho (serie)
- Documentales

Antena 3 televisión

- Club Megatrix
 - Sissi (animado)
 - Las tortugas ninjas (animado)
 - Goku. La bola del dragón (animado)
 - Spiderman
- Series:

Tele 5

- Club Disney (animados):
 - Pato Donald
 - Mike Mause
 - Pato Lucas

Los vigilantes de la playa	Correcaminos
El coche fantástico	- El Zorro (serie)
Cosas de casa	- Walker (serie)
- Simpson (serie de animación)	- Médico de familia (serie)
- Alta tensión (concurso)	
- Rex, un policía diferente (serie)	Fútbol en cualquier canal
- Impacto Tv (videográfico)	
- Esos locos bajitos (participación)	
- La casa de los líos (serie)	
- Manos a la obra (serie)	

Las razones por las que disfrutan de estos programas varían poco. En general respondieron que son divertidos (39'62%), bonitos o chulos (20'75%), de peleas (15'09%). El resto mantuvo respuestas como porque dan risa o son graciosos, porque cantan bien o porque les gustan las canciones, porque son los mejores, porque pueden volar, porque les gustan, porque son de competencias, etcétera.

Los personajes que más les interesan, por canales de televisión, son los siguientes:

TVE 1

Popeye (Popeye el marino)
 Casper (Casper)
 Xena (Xena, la princesa guerrera)
 Back Street Boys (Música Si)
Antena 3 televisión
 Presentador Club Megatrix
 Spiderman (Spiderman)
 Goku (Goku. La bola del dragón)
 Sissi (Sissi)
 Mikel Night (El coche fantástico)

TVE 2

Leticia Sabater (Presentadora Mucha Marcha)
 Gachet (Inspector Gachet)
 Calimero (Calimero)
 Reena (Reena y Gaudy)
 Gaudy (Reena y Gaudy)
 Tomy (Aventuras en pañales)
 El Chavo (El chavo del ocho)

Tele 5

Steve Urkel (Cosas de casa)
 Bart Simpsons (Los Simpson)
 Lisa Simpsons (Los Simpson)
 Jomer Simpson (Los Simpson)
 Benito (Manos a la obra)
 Tom (Tom y Jerry)
 Jerry (Tom y Jerry)
 Chuck Norris (Walker)

Jugadores de fútbol como Rivaldo, Ronaldo, Morientes, Raúl, Guardiola, Suker, Roberto Carlos y Denilson, también entran dentro de sus personajes preferidos.

Los fundamentos que exponen para que les gusten estos personajes son porque son graciosos, divertidos o les hacen reír (25'47%), porque son guapos o guapas (19'81%), porque son valientes o fuertes (18'87%), porque pueden volar, se convierten en superguerreros o pueden trepar por las paredes (14'15) y porque luchan contra los malos (11'32%). Otras respuestas fueron porque les gusta, porque come espinacas, porque les gustan los animales, porque les gusta su música o como cantan, porque son buenos, porque les gusta el fútbol, porque salen monstruos, porque es de miedo, porque son majos, porque son increíbles, porque son listos, etcétera.

A la pregunta de si les gustaría ser como ellos un 78'30% respondió que Si, debido a móviles como porque salen en la tele (28'92%), porque les gustan simplemente (25'30%), porque les gustaría ser como ellos/as (22'89%), porque les gustaría volar, jugar al fútbol, ser famosos, muy fuertes, guapos o guapas, etcétera (22'89%).

Solo el 28'30% responde que existe algún programa de televisión que no les gusta. Algunos de ellos son "Impacto Tv", "Expediente X", algunas películas para adultos, "El coche fantástico", "Goku. La bola del Dragón", el fútbol, el telediario, y los anuncios. Dicen que son aburridos, sosos, que interrumpen los programas que ellos están viendo, que dan lástima, que los pone tristes, que no les gusta la música que sale, que no les gusta el presentador o presentadora, que dan miedo, etcétera.

Un 61'32% de los niños/as responde que es un adulto - madre, padre, abuelo o tío - el que pone la televisión para que puedan ver los programas, un 26'42% dicen ponerla sus hermanos o primos y un 12'26% dice encenderla él o ella misma. La mayoría de los programas los ven en compañía de los hermanos (28'30%) o padres (23'58%), si bien sin compañía alguna alcanza un 26'41% y con algún amigo un 12'26%. El resto, 9'45% no responde.

Los anuncios de televisión sólo gustan a veces (51'89%). Aunque un 28'30% de niños/as responde que los anuncios publicitarios que se exhiben por la televisión les gustan siempre, frente a un 19'81% que dicen no gustarle nunca.

Los anuncios que más les atraen por los productos que muestran son los de juguetes, ropa o comida para niños (14'15%), sin embargo otros anuncios les atraen más por las historias que cuentan, con situaciones graciosas o divertidas (33'02%), por la música (26'41%) y por los protagonistas del anuncio (23'58%). Otras respuestas fueron porque les gusta a sus padres, porque sí, porque son buenos jugando, por el colorido, no saben, no responden, etcétera (2'84%).

Los publicitarios en general les gustan (75'47%), aunque en las críticas, opiniones o sugerencias a la televisión lo que más les molesta es que duren tanto, no saquen más cosas para

niños/as o interrumpen el programa que están viendo (31'13%). No obstante, también en las críticas o sugerencias dicen que les desagrada que no pongan más dibujos animados (27'36%), que pongan cosas tristes en algunos programas como el telediario, los documentales, videográficos y películas (15'09%), mientras que otros niños/as dicen que la televisión hace daño a la vista, que hay violencia en ella, que sus padres dicen que esta bien verla solo un rato, que produce ceguera o que han escuchado que hace daño (5'66%), otros no saben que decir (8'49%) o no responden (4'72%). Sin embargo un 7'55% opina que la televisión es bonita, que les gusta mucho, que es buena, que les enseña, que salen cosas interesantes y que les entretiene.

- Resultados de encuestas a familiares:

De los familiares que respondieron al cuestionario, 57'89% fueron madres, 38'60% padres y 3'51% hermanos, abuelos, tíos u otros familiares.

Hallamos que el entorno familiar del niño/a se compone, por regla general, de madre y padre (71'93%), aunque un 3'51% vive solo con su madre, hermanos (56'14%), abuelos (14'03%), tíos (10'53%), primos (7'02%) u otro familiar (1'76%).

Según estos datos, la actividad que más realiza el niño/a en su tiempo libre es jugar (77'19%), el segundo lugar lo ocupa ver televisión (66'66%), el tercer lugar lo ocupan dibujar, leer y hacer deberes (26'32%, 28'07% y 36'84%, respectivamente), las restantes actividades varían. Entre estas últimas mencionan, por orden, ayudar en las labores de la casa (12'28%), ir a clases de natación, música, ballet, danza u otras (12'28%), pasear y hacer ejercicios (10'53% cada una), jugar con el ordenador o vídeo consola (7'02), colorear, ver películas de vídeo, cuidar de sus hermanos/as, comer golosinas, escuchar o practicar música, cuidar los animales caseros (perros, pinkis, hanstel, pájaros, etcétera), ir al campo, copiar cuentos, dialogar con su familia, etcétera.

Como dato significativo cabe mencionar que un 17'54% de los familiares respondió que la televisión ocupa la mayoría del tiempo libre de los niños/as, anteponiendo la misma a los juegos u otras actividades.

La frecuencia con que ven televisión los pequeños varía entre 7 (43'86%) y 5 (33'33%) días a la semana. La cantidad de horas también varía entre 1 hora y 7 horas diarias, aunque el tiempo que más se mantiene es el de 2 ó 3 horas diariamente. Ello lo hemos obtenido de los siguientes datos:

1 hora: 15'79%	4 horas: 10'53%	6 horas: 1'75%
2 horas: 28'07%	5 horas: 5'26%	7 horas: 1'75%
3 horas: 26'32%		

Un 10'53% de familiares no respondió la pregunta.

La mayoría de los niños/as terminan de ver la televisión entre las 20:00, 21:00, 22:00 y 23:00 horas, aunque el horario que más se mantiene es entre las 9:00 y 10:30 de la noche. Estos datos corresponden a los siguientes resultados:

20:00 horas = 8'77%	21:30 horas = 17'54%	23:00 horas = 7'02%
20:30 horas = 5'26%	22:00 horas = 21'05%	
21:00 horas = 22'81%	22:30 horas = 10'53%	

Según los encuestados los programas que más ven los niños/as, por canales de televisión son:

TVE 1

- Dibujos animados
- Peque Prix (concurso)
- ¿Qué apostamos? (concurso)
- Gran Prix (concurso)
- Waku, waku

Antena 3 televisión

- Club Megatrix (programa de animados, series y concursos)
- Goku. Bola de Dragón (animado)
- Series:
 - El coche fantástico
 - Cosas de casa
- Los Simpson (serie de animación)
- Alta tensión (concurso)
- Impacto tv (videográfico)
- Furor (concurso)
- Compañeros (serie)
- Manos a la obra (serie)
- Películas infantiles

TVE 2

- Mucha Marcha (programa de animados y concursos)
- Dibujos animados
- Aventuras en pañales (animado)
- Documentales
- Saber y ganar
- Hyakutake (programa de animados, series y concursos)
- El chavo del ocho (serie)
- Cuatro (concurso)

Tele 5

- Dibujos animados
- Cine Disney (películas infantiles)
- Médico de familia (serie)
- Periodistas (serie)

Canal +

- Documentales de animales
- Dibujos animados
- Películas infantiles

Fútbol y documentales en cualquier canal

A la pregunta de con quién ve el niño/a los programas que a él le gustan de la televisión, respondieron que en su mayoría la ven con algún adulto (59'65%), ya sea padre, madre, tío o abuelo, aunque también la ven con sus hermanos (50'88%), o solos (29'82%). Los programas que responden los familiares que son los que más les gustan y ven en compañía de los adultos son:

TVE 1

TVE 2

- Peque Prix (concurso)
- Música sí (musical)
- Waku, waku (concurso)
- Hermanas (serie)
- Documentales
- Saber y ganar (concurso)
- El chavo del ocho (serie)

Tele 5

- Día a día (magazine)
- Médico de familia (serie)
- Ana (magazine)
- Periodistas (serie)

Antena 3 Televisión

- Cosas de casa (serie)
- Simpson (serie de animación)
- Sabor a ti (magazine)
- Alta tensión (concurso)
- Impacto tv (videográfico)
- Manos a la obra (serie)
- Compañeros (serie)

Telediaris, partidos de fútbol, documentales y películas infantiles de cualquier canal.

Los programas que ven en compañía de sus hermanos son los siguientes:

TVE 1

Dibujos animados

TVE 2

- Mucha Marcha (Programa de animados y concursos)
- La familia crece (serie)
- El chavo del ocho (serie)

Antena 3 Televisión

- Club Megatrix (programa de series y concursos)
- Cosas de casa (serie)
- Padres forzosos (serie)
- Alta tensión (concurso)
- Los Simpson (serie de animación)
- Impacto tv (videográfico)

Tele 5

- Médico de familia (serie)
- Compañeros (serie)

Un gran porcentaje de los familiares indican que *Casi Siempre* comentan con los niños/as programas, mensajes u otras cosas que halla visto el/a en la televisión (61'40%), mientras que *Casi Nunca* alcanza un 29'83%, *Siempre* un 8'77% y *Nunca* no alcanza ningún porcentaje. También opinan que el niño/a les comenta a ellos los mensajes, programas u otras cosas que ve en la televisión (64'91%), y para corroborarlo citan programas como:

TVE 1

- Luz María (telenovela)
- ¿Qué apostamos? (concurso)

- Waku, waku (concurso)

TVE 2

- Documentales

Antena 3 Televisión

- Saber y ganar (concurso)

- Cosas de casa (serie)

- Alta tensión (concurso)

Tele 5

- Impacto tv (videográfico)

- Médico de familia (serie)

Documentales, películas infantiles, noticiarios y deportes de cualquier canal.

Al ser cuestionados sobre si le compran a los niños/as alguna de las cosas que anuncian por televisión, el 82'46% respondió afirmativamente. Los productos más comprados son juguetes (63'83%), cintas o películas de vídeo (23'40%), juegos educativos o didáctico, ya sean de mesa o de ordenador (14'89%), ordenadores infantiles(6'38%), libros (4'26%), compactos o cintas de música (4'26%) y ropa (2'13%).

Las personas que responden al cuestionario indican que de los programas que a ellos les gustan y que el niño/a observa los siguientes:

TVE 1

- ¿Qué apostamos? (concurso)

- A las once en casa (serie)

- Gran Prix (concurso)

- Peque Prix (concurso)

- Música si (musical)

TVE 2

- Cuatro (concurso)

- Saber y ganar (concurso)

- Documentales

Antena 3 Televisión

- Sabor a ti (magazine)

- Alta tensión (concurso)

- Manos a la obra (serie)

- Compañeros (serie)

- Furor (concurso)

- La casa de los líos (serie)

Tele 5

- Ana (magazine)

- Médico de familia (serie)

- Todos los hombres sois iguales (serie)

Telediaros, documentales, deportes y películas en general, de cualquier canal.

En cuanto a las críticas, sugerencias u opiniones sobre la programación que la televisión dedica a los niños/as, los familiares critican duramente la violencia o agresividad que dicen que existe en los programas dedicados a ellos (61'40%). De estos resultados pertenece a los dibujos animados un 31'58%, a películas infantiles un 8'77%, a los anuncios un 12'28% y a la

programación infantil en general un 8'77%. Opinan además que la programación infantil es deficiente (26'32%), que se dedican pocos espacios a la educación (33'33%), que está pensada más para vender más que para educar (10'53%, aunque exceptúan a los documentales y a algunos dibujos animados como “Los inventores” y “El cuerpo Humano” de TVE 2), que se transmiten o publicitan programas para adultos en horario infantil (8'77%). Critican también la cantidad de anuncios de juguetes bélicos y de armas (12'28%) y piensan que la publicidad es engañosa ya que les hace creer a los niños/as que van a ser mejores por poseer el producto anunciado (7'02%). Otras opiniones de los familiares fueron que las películas que se exhiben o se comercializan en la televisión tienen temáticas muy comerciales (5'26%), que las películas de cine o vídeo anunciadas en televisión vienen acompañadas de una serie de artículos que luego les incitan a comprar a los niños/as (5'26%) y que la televisión está bien (3'50%). Un 1'75% no conoce la programación infantil, por lo que no tiene opinión.

- Resultado de encuestas a maestros:

Según los maestros los juegos que más realizan los niños/as en el colegio a la hora del recreo son las canicas (45'76%), el fútbol (33'90%), el baloncesto (32'20%), el escondite (28'81%), el pille - pille (28'81%), correr, saltar, gritar (15'25%), cantar canciones de anuncios (6'78%). Mientras que en las aulas realizan actividades como juegos de mesas, educativos tipo construcciones e intelectuales (16'95%).

Un 57'63% de los maestros opinan que los niños/as no reproducen en los juegos que realizan en el recreo a ninguno de los personajes de televisión, mientras un 42'37% opina que sí lo hacen. Entre estos personajes señalan a futbolistas (37'29%), a dibujos animados como Goku, Powers Ranger, Tortugas Ninjas, Pequeños guerreros y Batman (32'20%), y a presentadores de televisión como el del programa Furor, el de “Alta tensión” en el anuncio del paté, Leticia Sabater de “Mucha Marcha” o los presentadores del Club Megatrix (25'42%).

La mayoría de los profesores, 93'22%, no ven la programación infantil, aunque emiten opiniones en cuanto a la misma. Consideran que los dibujos infantiles son poco educativos (83'05%), que propugnan falsos valores (33'90%) y en general que son violentos (28'81%). También opinan que las series no se ajustan a la realidad (28'81%) y que la programación infantil en general influye en los niños/as con comportamientos agresivos (25'42%). Otras opiniones fueron que las series y dibujos infantiles hacen creer que lo único importante es ser fuerte, guapo o guapa, y tener muchas cosas materiales para triunfar en la vida, que la programación dedicada a los niños/as

marea a los niños con tanto movimiento y color, que su única función es vender, que la televisión es negativa, etcétera.

A la pregunta de si utilizaban en sus clases algún programa o contenido emitido por la televisión, un 76'27% de los maestros contestó que No. El 23'73% restante utiliza programas como los documentales, telediarios o algún programa de inglés, en asignaturas como Educación física, Conocimiento del medio, Lengua o Inglés.

Un 50'85% de los maestros desconoce los programas que ven sus alumnos, frente a un 49'15% que menciona que ven programas como dibujos animados (100%. Entre los que destacan a Goku y Los Simpson), series como "Cosas de casa" (37'93%), "Manos a la obra (34'48%), series en general (72'41%), películas como "Hércules" (17'24%) y concursos (55'17%).

Por último les preguntamos sobre qué opinión, sugerencia o crítica les merecía la programación de televisión dedicada a sus alumnos, a lo cual respondieron que les parecía que los programas contenían mucha violencia (86'44%), que eran poco educativos (72'88%) y fomentaban valores sexistas (59'32%). Otras respuestas fueron que consideraban que la competencia entre las cadenas provocaba una lucha por ganar público antes de que los programas fueran educativos, que los programas carecían de valores positivos, que debían suprimirse de la franja horaria infantil los programas para adultos y anuncios de películas de cine para adultos, que la televisión era dañina, que los padres no se preocupaban por los contenidos televisivos y le dejaban todo a la escuela, que consideraban educativos a programas como "Barrio Sésamo" o dibujos como "Los inventores", pero que por el horario los niños no podían verlos.

3.3. CONCLUSIONES

Al principio del estudio de nuestra muestra pensamos que tal vez los resultados fueran diferentes para cada región de España, debido a ello decidimos investigar las posibles variables contrarias y las que eran iguales para todo el conjunto. Sin embargo, esto no sucedió así, los resultados que encontramos fueron semejantes o iguales en las cuatro regiones, por lo que resolvimos agrupar todos los resultados en uno solo.

El análisis de las encuestas y entrevistas realizadas demuestra que estos niños y niñas ven la televisión cada día, o por lo menos casi todos, y que los programas más visionados son aquellos que

pertenece al horario antes de ir al colegio, después de este y antes de acostarse. No obstante, durante el fin de semana el consumo televisivo aumenta considerablemente, por lo que la hora de acostarse sobrepasa las 23:00 horas¹³² y en algunos casos hasta las 24:00 horas.¹³³

Los programas que más les atraen son los dibujos animados, en donde hallamos que los favoritos son “Goku. Bola de Dragón”, “Sissi”, “Reena y Gaudy” y “Los Simpson”, aunque a los niños más pequeños les gusta también “El inspector Gachet” y “Calimero”. Esto mismo sucede con las telenovelas, mientras los niños entre 7 y 9 años muestran reticencias a verlas, excepto las niñas, a los de 6 años les gusta, incluso está dentro de los programas que más les agradan. También hallamos que les gustan las series que sean de aventuras o de peleas (“Xena, la princesa guerrera”, “Hércules”, Rex, un policía diferente”, “Walker”, “El coche fantástico”, “Pesadillas”, etcétera), pero además todos los programas que les hagan reír, sean divertidos o intervengan niños, como “Cosas de casa”, “Padres forzosos”, “Blossom”, “Punky Brewster”, “Los problemas crecen”, “Una chica explosiva”, “Impacto tv”, “Médico de familia”, “Manos a la obra”, “La cara divertida”, presentadores de “Club Megatrix”, presentadora de “Mucha marcha”, etcétera. La mayoría de estos programas son extranjeros, en general estadounidenses, la producción propia es prácticamente nula en los espacios dedicados, exclusivamente, a la programación infantil. Los intereses de los niños españoles no necesariamente son los de los niños de estos países, y si contamos además que Estados Unidos es el país que más ha investigado la violencia transmitida por la televisión a través de estos espacios, deberían las cadenas tener más en cuenta estos hechos cuando decidan que programas transmitir.

Los anuncios no entran dentro de los favoritos de los niños. Excepto los de juguetes, en fechas como la Navidad o Reyes, la mayoría no recuerdan el producto a que hacen referencia, si bien las historias que cuentan, si les parecen divertidas o graciosas, llaman su atención. La influencia por parte de los productos de los anuncios publicitarios está mucho más presente en los familiares de los niños que en ellos mismos.

Por otra parte, un gran número de programas que son populares entre la población adulta, no lo son en la de los niños. Estos últimos declararon que son un rollo, aburridos, sosos, no divertidos o tristes. Los telediarios, magazines y algunos concursos son un ejemplo de ello. Si bien las teleseries como “Médico de familia”, “Periodistas”, “A las once en casa”, “Compañeros” y “Al salir de clases”, gustan tanto a adultos como a niños.

¹³² 56'14%, resultado del análisis de las encuestas a familiares.

¹³³ 11'16%, de los resultados de encuestas y entrevistas a niños. Encontramos que un 4'46% de niños/as han visto alguna vez programas como “Expediente X”, “Nikita”, “J.A.G: Alerta roja” y películas de adultos, aunque en general no les han gustado porque dicen les ha dado miedo (3'57%), si bien un 0'89% dice que les gusto precisamente porque les dio miedo o salen monstruos.

Aunque hemos encontrado que un gran número de los programas infantiles los niños los ven con sus hermanos o solos, existen un conjunto de programas que son visionados por toda la familia, como las teleseries antes mencionadas, con lo cual el consumo televisivo más que una acción independiente del niño, se convierte en una actividad de conjunto. La televisión no actúa sola, sino que refuerza las tendencias existentes en el ámbito inmediato de los más pequeños, con lo cual la relación del niño con la televisión no puede estudiarse al margen del ambiente social en que se desenvuelve el mismo. Aunque los gustos y demandas de los miembros de la familia puedan diferir, el uso de la misma es típico, propio y de toda la familia. Las investigaciones realizadas tanto en Cuba ¹³⁴ como en otras partes del mundo, a las que hemos hecho referencia en este trabajo, ponen de manifiesto la existencia de una estrecha relación entre los hábitos infantiles de utilización de la programación televisiva y las características de este consumo por parte de los adultos. Existen, por tanto, un conjunto de programas en cuyo consumo intervienen tanto los adultos como los niños. Ellos son los humoristas, las teleseries, los reality show, los filmes televisados y en particular los que incluyan una gran dosis de acción. Estos programas despiertan igual interés tanto en el público infantil como en el adulto, debido a que no existe una línea definida entre los programas denominados para adultos y los que son para niños. La gran aceptación que ha causado este modelo de programa en los dos tipos de públicos, ha hecho que se les denomine “familiares”.

La influencia por parte de la familia lleva a muchos padres a grabar los programas que algunos niños no pueden ver durante la semana por el horario escolar, entre ellos hemos hallado a series como “Médico de familia” (7’02%) u otras series (8’77%) y películas de televisión (15’79%).

Aún cuando los resultados de las encuestas a los familiares halla arrojado diversas críticas a la programación infantil de televisión, se desprende también de ellos, que los familiares no conocen muy bien la programación que ven los más pequeños, señalan más a los concursos o programas educativos, que las series y dibujos que en realidad les gustan. También responden que siempre comentan con los niños la programación televisiva, sin embargo al no conocer bien los programas que los más pequeños ven, ni verlos con ellos, nos parece una respuesta engañosa.

Por otra parte, enviamos encuestas, a través de las escuelas, a los familiares del 100% de los niños que incluimos en la muestra, sin embargo menos de la mitad de familiares respondió al cuestionario, por lo que inferimos que un gran número de ellos, aunque dice estar preocupado, piensa que lo de la televisión no es para tanto, a fin de cuentas es una niñera efectiva. Los familiares consideran que la televisión entretiene y también les aporta a los niños algunos conocimientos útiles, si bien consideran que la escuela es la primera fuente de conocimientos útiles y serios.

¹³⁴ Grupo de Investigaciones Aplicadas. Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de Radio y Televisión. Ciudad de la Habana, Cuba.

Aunque la aptitud de los maestros tiene también gran influencia en estas edades, no hemos podido hallar un acercamiento efectivo por parte del profesorado en cuanto a los espacios televisivos, incluso existe un rechazo y desconocimiento casi total hacia la programación que la televisión dedica a sus alumnos. Si bien en el análisis de sus respuestas hemos encontrado que los niños imitan muchas veces, en actitudes o palabras, a los personajes de televisión que les son más atractivos.

Las conclusiones de las encuestas a los niños entre 7 y 9 años muestran que en general parecen discernir perfectamente dentro de la programación de televisión lo que es real y lo que no lo es, mientras que a la edad de 6 años no siempre sucede así. Hallamos que un 33'96% de los niños/as entrevistados respondían que ese personaje de dibujo animado existía o que era real. Aunque estos niños y también los más mayores respondieron que "el chavo" - de "El Chavo del ocho" - no vivía en un barril, que eso no era real. No obstante, los niños saben perfectamente cuales son los programas que les gustan y cuales no, es decir, que sus gustos están muy bien definidos. Encontramos también que los niños no perciben la televisión como algo diferente, sino que está integrada en sus actividades cotidianas. Aunque la televisión pueda influir en sus juegos, continúan jugando a los tradicionales pille - pille, escondite, comba, canicas, rayuela, veo - veo y salta alturas.

Existen, por otra parte, un conjunto de programas que el niño ve, aunque no sean de los que más le agraden. Ello se debe en gran medida a que muchas veces no tienen otra actividad que realizar. Entre sus respuestas hemos encontrado que muchos niños responden que ven la televisión para no aburrirse o porque les entretiene, aunque si tienen otra cosa que hacer como salir de paseo, jugar con sus amigos, visitar familiares, hablar con sus padres, etcétera, no les importa ver menos televisión. Sin embargo, el ritmo de vida actual no permite a los padres pasar demasiado tiempo con sus hijos, excepto que estén de vacaciones, en paro o que no trabajen en la calle, con lo cual los niños pasan mayor tiempo frente a la televisión y cada vez menos realizando otras actividades. La escuela tampoco ha sabido adaptarse al ritmo actual, con lo cual los maestros obvian completamente la televisión. Por su parte consideramos que la televisión es un aparato económico, donde prima, cada vez más, la necesidad de ganar audiencia antes que las connotaciones de los contenidos de los programas puedan tener en la audiencia infantil. Es por ello la necesidad de ampliar estudios que permitan tanto a los padres, como maestros y profesionales de los medios, tener una visión objetiva de este fenómeno y en donde toda la sociedad debe ser partícipe.

Plantillas de encuestas:

ENCUESTA PARA NIÑOS Y NIÑAS
Para saber sobre como perciben la televisión

DATOS GENERALES:

- Edad: _____

- Sexo (Marcar con una X): Hembra _____ Varón _____

1- Actividades que realizas en el tiempo libre (Marcar con una X):

. Jugar _____ ¿A qué juegas? _____

. Practicar deportes _____

. Leer _____

. Ayudar en las labores de la casa _____

. Ver películas (Video) _____

. Ir al cine _____

. Jugar con la video consola o el ordenador _____ ¿Qué juegos? _____

. Ir a la playa _____

. Visitar familiares, amigos _____

. Pasear _____

. Oír radio _____

. Otras _____

¿Cuáles? _____

2- ¿ Ves televisión? (Marcar con una X) Si _____ No _____

3- ¿ Por qué ves televisión?

4- ¿ Con qué frecuencia ves televisión durante la semana? (Marcar con una X)

Todos los días (7) _____

Casi todos los días (5) _____

Algunos días (3) _____

Muy pocos días (1) _____

5- ¿ Cuáles son los programas de televisión que ves? (Menciona 5 programas)

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

6- ¿ De todos los programas que ves, cuáles son los que más te gustan? (Menciona 5 programas)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

7- Dime cuales son los personajes de televisión que más te gustan. Menciona 3.

1. _____
2. _____
3. _____

8- Dime cual es el que más te gusta de los 3 personajes que mencionaste.

9- ¿ Por qué te gusta ese personaje?

10- ¿ Te gustaría ser como tu personaje preferido? (Marca con una X)

Si _____ No _____

Si tu respuesta es Si dime por qué: _____

11- ¿ Existe algún programa de televisión que no te guste? (Marca con una X)

Si _____ Escribe aquí su nombre: _____

No _____

12- Si respondiste que Si, dime por qué no te gusta ese programa.

13- ¿ Quién pone los programas de televisión que ves? (Marca con una X)

Yo mismo _____	Hermanos _____
Mi madre, mi padre _____	Amigos _____
Mi abuela, mi abuelo _____	Otro familiar ¿Quién? _____
Mis tíos, primos _____	

14- ¿ Con quién ves la televisión? (Marcar con una X).

Solo _____	Con mi madre, con mi padre _____
Con mis amigos _____	Con mi abuela, con mi abuelo _____
Con mis hermanos _____	Otro familiar ¿Quién? _____

15- ¿ Te gustan los anuncios de televisión? (Marcar con una X)

Si _____ No _____ A veces _____

16- ¿Cuál es el anuncio que más te gusta? Descríbelo

ENCUESTA A MAESTROS
Para saber como perciben la televisión los niños

DATOS GENERALES:

Edad de los niños que componen su grupo (Intervalos de edades) : _____

1- ¿ A qué juegan sus alumnos? Enumere los juegos.

2- ¿ Reproducen en sus juegos algún personaje de televisión?

Si _____ ¿ Cuáles? _____

No _____

3- ¿ Ve usted la programación infantil?

Si _____ No _____

4- Evalúe la programación infantil de televisión.

5- ¿ Utiliza en sus clases la programación de televisión o algún programa?

Si _____ ¿Cuál o cuáles ? _____

Gracias por su ayuda

ENCUESTA A FAMILIAR
Para saber como perciben los niños la televisión

DATOS GENERALES:

- Edad del niño (a) o de los niños (Entre 6 y 9 años) _____

- Edad del familiar que responde al cuestionario _____

- Parentesco que tiene con el niño (a) el familiar que responde al cuestionario:

 Madre _____

 Padre _____

Abuelo (a) _____

 Tío (a) _____

Otro ¿Cuál? _____

- Mencione el parentesco que tienen los miembros del núcleo familiar con el niño (a).

1- ¿ Cuáles son las actividades que más realiza el niño (a) en su tiempo libre? Enumere de la que más a la que menos realiza.

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

2- ¿ Ve el niño (a) televisión? (Marcar con una X)

Si _____ No _____

3- ¿ Con qué frecuencia el niño (a) ve televisión en la semana?

 Todos los días (7) _____

 Casi todos los días (5) _____

 Algunos días (3) _____

 Muy pocos días (1) _____

4- ¿ Del conjunto de programas que el niño (a) ve, cuáles son los que más le gustan? (Si puede diga las cadenas de televisión en que se transmiten dichos programas)

5- ¿ Cuántas horas aproximadamente dedica el niño (a) diariamente a ver televisión? Intervalos de horas.

De _____ a _____ De _____ a _____ De _____ a _____

De _____ a _____ De _____ a _____ De _____ a _____

De _____ a _____ De _____ a _____ De _____ a _____

6- ¿ Quién pone los programas de televisión que el niño (a) ve? (Marcar con una X)

- El mismo _____
- La madre, el padre _____
- La abuela, el abuelo _____
- Otro familiar ¿Quién? _____

7- ¿ Cómo ve el niño la televisión? (Marcar con una X)

- Solo _____
- Con amigos _____
- Con sus hermanos, primos _____
- Con algún adulto _____ ¿Cuáles programas? _____

8- ¿ Pudiera evaluar la programación infantil que la televisión dedica a su hijo?

Si _____

No _____

9- ¿ Comenta con el niño (a) algún programa, mensaje u otra cosa que halla visto él (a) por televisión?

- Siempre _____
- Casi siempre _____
- Casi nunca _____
- Nunca _____

Si su respuesta es alguna de las tres primeras: ¿Qué le comenta?

10- ¿ Le ha comentado alguna vez el niño (a) algún programa que vio en televisión?

Si _____ ¿ Cuáles programas? _____

No _____

11- Le ha comprado alguna vez al niño(a) (usted u otro familiar) alguna cosa que este halla visto anunciada en televisión? ¿Podría citar ejemplos?

12- Mencione los programas de televisión que usted prefiere y las cadenas por las que se transmiten.

13- El niño (a) ve alguno de los programas de televisión que usted prefiere. Si su respuesta es afirmativa, por favor menciónelos.

Si _____

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

No _____

14- Le agradecería que escribiera cualquier opinión, crítica o sugerencia que tenga acerca de la programación de televisión dirigida a los niños (a).

Gracias por su ayuda

CAPÍTULO IV

4. EL MUNDO FRENTE A LA PROBLEMÁTICA

Diferentes Organizaciones y personas, desde hace años, se vienen preocupando por el tema de la violencia en los programas de televisión y su incidencia en los niños. Desde que surgió la televisión se levantaron voces de protesta en cuanto a este tema; sin embargo, por entonces se demostró que provenían, sobre todo, de un miedo natural hacia lo nuevo.

En nuestros días y con el desarrollo de la televisión, quien ha adquirido un poder que llega a influir en todos los campos de la vida social, económica, jurídica, filosófica, política, etcétera, dado por las causas expuestas en capítulos anteriores, la preocupación vuelve con nuevas y marcadas diferencias.

Según se tienen noticias, la primera Liga para la Protección de la infancia fue fundada a finales del siglo pasado en Nueva York, EE.UU.,¹³⁵ a raíz del primer proceso judicial por causa de malos tratos inferidos a una niña por sus padres. La parte civil en la demanda fue la Sociedad para la Protección de Animales.

Desde entonces, la institución internacional que más se ha interesado por los derechos de los niños ha sido la Organización de Naciones Unidas (O.N.U.) y más concretamente a través del Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). Ya desde 1959, en la **Declaración de los Derechos del Niño**, el Principio 10 planteaba *“preparar al niño para asumir una vida responsable en una sociedad libre, con espíritu de comprensión, paz, tolerancia, igualdad de los sexos y amistad entre los pueblos, grupos étnicos, nacionales y religiosos, y personas de origen indígena”*. Posteriormente en la **Convención Internacional de los Derechos del Niño**,¹³⁶ 1989, se trata directamente sobre los Medios de Comunicación en el Artículo 17.

¹³⁵ Revista “LATINOAMÉRICA INTERNACIONAL”. Informe. “Maltrato infantil”, por Amalia Guerra. N° 24. 1994. Pp. 56 y 57.

¹³⁶ Firmada por 61 países. Tiene rango de Derechos Humanos y Status Constitucional desde 1994, Artículo 65, inciso 2. Artículo 1: *Para los efectos de la presente Convención, se entiende por niño todo ser humano menor de dieciocho años, salvo que, en virtud de la ley que le sea aplicable, haya alcanzado antes la mayoría de edad.*

Artículo 17:

Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán porque el niño tenga acceso a la información y material de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y material que tenga por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto, los Estados Partes:

- a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y material de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del Artículo 29;*
- b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales;*
- c) Alentarán la producción y difusión de libros para niños;*
- d) Alentarán a los medios de comunicación a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño minoritario o que sea indígena;*
- e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar, teniendo en cuenta las disposiciones de los Artículos 13 y 18.*

Asimismo los Artículos referidos en el anterior resuelven que:

Artículo 13:

1.- El niño tendrá derecho a la libertad de expresión: ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones o ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, de forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño.

2.- El ejercicio de tal derecho podrá estar sujeto a ciertas restricciones, que serán únicamente las que la Ley prevea y sean necesarias:

- a) Para el respeto de los derechos y reputación de los demás;*
- b) Para la protección de la seguridad nacional o el orden público o para proteger la salud o moral públicas.*

Artículo 18:

Los Estados Partes pondrán máximo empeño en garantizar el reconocimiento del principio de que ambos padres tienen obligaciones comunes en lo que respecta a la crianza y desarrollo del niño.

Artículo 19:

1.- Los Estados Partes adoptarán las medidas legislativas, administrativas, sociales y educativas apropiadas para proteger al niño contra toda forma de prejuicio o abuso físico o mental (...).

Artículo 29:

1.- Los Estados Partes convienen en que la educación del niño debe estar encaminada a:

a) Desarrollar la personalidad, las actitudes y la capacidad física y mental del niño hasta el máximo de sus posibilidades;

b) Inculcar al niño el respeto por los Derechos Humanos y las libertades fundamentales y los principios consagrados en la Carta de las Naciones Unidas;

c) Inculcar al niño el respeto de sus padres, de su propia identidad cultural, de su idioma y de sus valores, de los valores nacionales del país en que vive, del país que sea originario y de las civilizaciones distintas de la suya;

d) Preparar al niño para una vida responsable en una sociedad libre, con espíritu de comprensión, paz, tolerancia, igualdad de los sexos y amistad entre los pueblos, grupos étnicos, nacionales y religiosos y personas de origen indígena;

e) Inculcar al niño el respeto del medio ambiente natural.

Con respecto a los incisos a y b del Artículo 17, no existe (a excepción de la programación de la tarde en TVE 2) informaciones o materiales de interés social o cultural dirigido, especial o exclusivamente, a los niños desde la televisión. Asimismo, los libros, en general, y los dirigidos a los niños, en especial, son cada vez más onerosos, por lo que no están al alcance, ni mucho menos, de todas las familias (Art. 17. Inc. c). En cuanto al reconocimiento por ambos padres de las obligaciones comunes en la crianza y desarrollo de los niños (Art. 18), se debe reconocer que nuestras naciones, tanto España como Cuba, siguen siendo sociedades machistas, por lo que son las mujeres quienes desempeñan mayor responsabilidad. En caso de separación de la pareja, y si no media una demanda del padre, son las mujeres quienes se ocupan del desarrollo y crianza de los hijos, al pasar mayor tiempo con ellos. Las labores familiares siguen siendo distribuidas, para la mayoría de la sociedad, bajo la mirada del hombre, aunque cada vez más se levantan voces de protesta. Sin embargo, este cambio de mentalidad social requiere de tiempo; los programas de televisión muchas veces no contribuyen a este avance.

Otro inciso a cuestionar es el c, referido en el Artículo 29, donde se reconoce como positivo el inculcar en el niño el respeto de su propia identidad cultural, de su idioma y de sus valores nacionales. Sin embargo, algunos de los programas dirigidos específicamente a los niños, son conducidos por presentadores que utilizan un lenguaje lleno de palabras inventadas, en función del nombre del programa, o de vocablos estadounidenses (“Club Megatrix”, de Antena 3 Televisión; “Con mucha marcha”, de TVE 2; y Club Disney, de Tele 5). Además de que estos programas, que pertenecen a cadenas generalistas y abiertas, utilizan el lenguaje que, mayoritariamente, usan los niños madrileños, con lo cual los niños de otras regiones del país o se sienten excluidos o comienzan a utilizar estas expresiones, imitando las propuestas de la televisión y dejando de lado las palabras propias de sus regiones.

Igualmente y con respecto al inciso d del mismo artículo, sobre la comprensión, la tolerancia, la amistad entre los pueblos, grupos étnicos, etcétera; los medios de comunicación, y en especial los

informativos, se dedican tan sólo a la información sobre los hechos y a sacarle el mejor partido a la noticia, sin buscar las causas que los provocan. Un ejemplo de ello es la situación de los marroquíes y las pateras o el de los pescadores españoles en el estrecho de Gibraltar, hasta ahora a ninguno de los periodistas se les ha ocurrido entrevistar a los gobernantes de Marruecos, o en su defecto, a las agencias policiales, aduanales o pesqueras de ese país. Sólo se da la visión de una de las partes, en este caso la española, o lo que los españoles entienden de la situación.

Aún así, en 1990 en Nueva York, a través de la UNICEF y con la participación de 70 presidentes y jefes de estado del mundo, se realizó una cumbre mundial a favor de la infancia. En ella se firmó la declaración para la supervivencia, la protección y el desarrollo de los niños. Dicha declaración tiene un plan de acción hasta el 2000, por lo que en 1991 se inició en Roma el Movimiento Mundial de Alcaldes Defensores de la niñez, con el objetivo de promover y hacer efectivas las metas convenidas para el 2000. Estos mismos alcaldes firmaron en enero de 1992, la Declaración de Dakar y en julio de 1993, la Declaración de México. Los 34 alcaldes de América Latina y el Caribe, participantes del coloquio internacional de México, se comprometieron a seguir los acuerdos acordados, a impulsar acciones en favor de la infancia y a promover una red de alcaldes defensores de la niñez de América Latina.¹³⁷

En países como Cuba la UNICEF ha llevado a cabo, junto con el gobierno, campañas nacionales en pro de la educación, tanto de los niños como de los padres y la sociedad en general. Algunas de estas campañas han sido posibles gracias al apoyo del Instituto Cubano de Radio y Televisión y se han visto revertidas en series audiovisuales, de entre 2 y 5 minutos, como “Para la vida” y “¿Por qué?”.

La serie de cortometrajes “Para la vida”, estuvo referida, en su mayor parte, a temas como la educación de los niños dentro del seno de la familia, la escuela y la sociedad; la programación de televisión y la responsabilidad de los padres; el alcoholismo, el tabaquismo y su repercusión social y personal; el deber y obligación de los padres, divorciados o no, en cuanto a la educación de sus hijos y la trascendencia de la misma en la vida posterior del niño; a favor del papel de la mujer dentro de la sociedad y la familia; el deber y responsabilidad de los padres de incentivar la imaginación y fantasía de sus hijos mediante la lectura y otras alternativas a su alcance; etcétera. Ésta serie comenzó a transmitirse a partir del año 1993 hasta 1997, en el horario familiar y adulto.¹³⁸

¹³⁷ Amalia Guerra. Revista Cit. Pág. 57.

¹³⁸ La televisión en Cuba tiene características particulares. Existen dos canales de televisión estatales y públicos a nivel nacional, el Canal 6 o “CubaVisión” y el Canal 2 o “TeleRebelde”. El Canal 2 es referido, en su mayor parte, al deporte, revistas culturales, programas científicos, series policiales, debates públicos, documentales, etcétera, exceptuando el domingo en la mañana que se dedica exclusivamente a los niños; el Canal 6 incluye el resto de la programación, programas musicales, variados, series, telenovelas, películas para toda la familia y para adultos, programas habituales infantiles, aventuras para niños y jóvenes, debates sobre temas de actualidad y política, revistas culturales, animados, etcétera. Los noticieros estelares se transmiten por ambas cadenas. La programación comienza en el horario entre las 18:00 y 18:30 horas hasta las 24:00 ó 24:30 horas para los días entre semanas, aunque existe un noticiero a nivel nacional en el horario

La serie audiovisual de animados “¿Por qué?”, estuvo referida a las razones o los por qué de las cosas, es decir los motivos por los que estas suceden, y abarcó temas como la historia, la literatura universal y popular, la música, la sabiduría popular, la astronomía, etcétera. De esta forma se educa desde a los niños hasta a los adultos. Comprendió los horarios de la programación infantil y familiar.

Asimismo, y a pesar de que ya desde el I Congreso del Partido Comunista de Cuba se hicieran referencias generales en cuanto a la programación de los medios audiovisuales y en defensa de los niños y jóvenes, no es hasta principios de 1998 que se divulga y firma, por parte de los profesionales y directivos del medio, una Política de Programación referida a la Radio y a la Televisión.¹³⁹ Dicha Política se basa en:

- *Influir activamente en la formación y orientación político ideológica de toda la población.*
- *Participar con eficacia en el proceso de superación educacional, histórica, científico - técnica y cultural de la población.*
- *Intervenir en la formación de hábitos y gustos de elevado rigor estético.*
- *Promover el arte, la literatura y la cultura universal como formas de enriquecimiento espiritual del hombre.*
- *Contribuir a la generalización de los elementos de la educación formal más necesarios e imprescindibles.*
- *Propiciar las más sanas formas de promover el deporte, la recreación y el esparcimiento.*¹⁴⁰

Si algo se le puede criticar a dichas bases, es que no permite otro tipo de política, o filosofía, ajena a la estatal. Si aceptamos el primer punto de las bases, habría que cuestionar, entonces, que la formación y orientación política del pueblo, si realmente se quiere ser democrático, no debe estar influenciada, exclusivamente, por una tendencia ideológica. Habría que cuestionar, por otra parte, si los medios de comunicación, en este caso la radio y la televisión, deben estar influenciados, en alguna medida, por los partido políticos o filosofías mayor tendencia en la sociedad. Aunque en realidad, la programación de los medios de comunicación en los países llamados democráticos, no

entre las 12:00 y las 13:00 horas, y a partir de 1999 un programa de revista que se transmite por el Canal 2, en el horario de la mañana los días laborables. El sábado la programación cumple estos mismos requisitos pero termina entre las dos o tres de la mañana. Los domingos comienza a las nueve de la mañana, para TeleRebelde, y a las doce del día para CubaVisión, culminando ambas entre las dos de la mañana y las doce de la noche respectivamente. Se considera entonces horario infantil para los días entre semanas y el sábado, el referido entre las 18:00 hasta las 20:00 horas, y familiar a partir de las 20:00 hasta las 22:00 horas, el resto se entiende como programación propia de adultos. Para los domingos el horario referido entre las nueve de la mañana y la una de la tarde se entiende como horario infantil, y familiar entre ésta última hora y las nueve o nueve y media de la noche. Existen, además, canales regionales, que transmiten en el horario entre cinco y seis y media de la tarde a través de la frecuencia del Canal 2; su programación ésta referida, en su mayoría, a los problemas de su entorno y solo se reciben en sus respectivas provincias.

¹³⁹ POLÍTICA DE PROGRAMACIÓN DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN CUBANA. 1998. Biblioteca de la Radio y Televisión. Centro de Estudios de la radio y la televisión. La Habana, Cuba.

¹⁴⁰ Ídem. Pp. 1 y 2.

se encuentra despolitizada, simplemente este hecho no se menciona, si bien se puede notar en las programaciones de las cadenas la influencia de alguna tendencia hacia un determinado partido político o filosofía.

En dicha Política de Programación se refieren también las premisas de la misma, que proclaman la *elevación constante de la calidad de cada uno de los espacios; la adecuación de sus programaciones a los mejores horarios, teniendo en cuenta sus objetivos, intereses y potencialidades de audiencia y teleaudiencia; así como el perfeccionamiento sistemático de sus esquemas cíclicos de transmisión.*¹⁴¹

Con respecto a los horarios de transmisión, estos se especifican por grupos de edades. Aunque se aclara que es sumamente difícil para la televisión establecer los mismos, por lo que:

- Será *obligatorio poner en pantalla avisos que alerten a los padres, familiares o terceras personas, de aquella programación restringida o impropia para menores, con independencia del horario en que se transmita, sin que ello conduzca a una excesiva utilización de este recurso sin una plena justificación.*

- *Los horarios de los programas específicos para niños y jóvenes estarán ubicados entre la apertura de los canales y las 21:00 horas. No obstante, deberá considerarse que los horarios vespertinos y matutinos de los fines de semana son de teleaudiencia general (o familiar), por lo que estarán sujetos a lo enunciado anterior principio.*

- *Los espacios comprendidos entre las 21:00 y las 22:30, se consideraran de teleaudiencia general, por lo que abarcan cualquier grupo social, cultural y de edades. En el caso de que sean aconsejables avisos, se pondrán al inicio del programa que lo requiera.*

- *El principio anterior no excluye que la televisión establezca con claridad las posibles restricciones por tipos de programación. Los espacios cinematográficos en todos los casos y horarios, deberán tener al inicio el patrón clasificador.*¹⁴²

En cuanto a los contenidos referidos a la programación específica para niños y jóvenes se recoge lo siguiente:

- (...) *estarán dirigidos a su adecuada educación. Su objetivo esencial será el de fomentar hábitos que concuerden con los preceptos (...) tales como la honradez, el respeto, el buen hablar, la*

¹⁴¹ Ídem. Pág. 2.

¹⁴² Ídem. Pp. 4 y 5.

solidaridad humana, la cooperación, la limpieza, la tenacidad, el amor al trabajo, la cultura general, así como los valores universales de la vida espiritual.

- Los temas que se traten en los horarios de teleaudiencia general, deben ser asumidos desde una perspectiva que permita su asimilación por los más variados espectadores. Se evitarán tópicos excesivamente minoritarios para públicos específicos.

- El balance temático estará dado por una mayor adecuación del esquema de programación a las prioridades que en el tema informativo, educativo, cultural, deportivo y recreativo, establece el Estado cubano para cada etapa de su desarrollo. Predominará lo cubano sobre lo extranjero. En los casos en que esto no sea posible - como la programación cinematográfica de tv.- el balance estará a favor de temas que no denigren la condición humana en ninguna de sus formas.¹⁴³

Es mucho más explícito cuando se trata la sexualidad y el desnudo en televisión. Donde se recogen las siguientes líneas de principios, entre otros.

- La presencia del sexo en la radio y la televisión, de manera explícita, estará debidamente justificada en el contenido y la estética del programa, y tendrá en cuenta si su expresión es adecuada para el horario en que se transmite.

- Los temas erótico-sexuales no podrán ser utilizados en asociación con el consumo de drogas, el alcoholismo o el uso de cualquier producto o sustancias que puedan interpretarse como sugerencias estimulantes para el espectador.

- El sexo en la relación con la pareja se mostrará como constructivo, humano y espiritual. Se evitará toda referencia a cualquier tipo de aberración que pueda lesionar la sensibilidad del individuo.

- En ningún caso podrán ser beneficiados desde el punto de vista de la dramaturgia, personajes protagonistas que hayan obtenido su bienestar a partir de la explotación de su cuerpo como mercancía.¹⁴⁴

Respecto a esta última materia, consideramos que la programación no puede restringirse en este ámbito, sino permitir mediante el análisis conformar una mentalidad dirigida a no fomentar la prostitución, en cualquiera de sus variantes, pero sin ocultar su existencia o negar que es parte de nuestras sociedades, investigando sus causas y consintiendo en su crítica. Para ello, no es imprescindible que el personaje protagonista incurra en este hecho, pero si lo hace, que rectifique, sea castigado, o en cualquier caso se repudie su actuación o él mismo asimile que no es el camino

¹⁴³ Ídem, pp. 5 y 6.

¹⁴⁴ Ídem. Pp. 7 - 10.

correcto. Sin embargo, también debería plantearse, en el contenido, la época, la sociedad o las circunstancias en que este hecho se plantea.

Por otra parte, en los Lineamientos Generales se explican como prioritario los siguientes contenidos en la programación:

- *Garantizar que la vida del país sea reflejo obligado y mayoritario de nuestros medios.*
- *Incrementar los contenidos históricos de la programación, con prioridad para aquellos que por su relevancia constituyen patrimonio de la nación cubana y contribuyen al afianzamiento del patriotismo de nuestro pueblo, en especial, las nuevas generaciones.*
- *Propiciar el más alto nivel de credibilidad de los mensajes que se transmiten, garantizando que la conducción de los espacios cuenten con personas que conjuguen poder de comunicación con una imagen representativa del quehacer que difunden.*
- *Profundizar con rigor y seriedad en los conflictos propios de los diversos sectores del país, sin descuidar el reflejo en ellos del contexto social.*
- *Favorecer en los receptores de nuestros programas el desarrollo de actitudes, gustos, conceptos y tendencias que respondan a los principios, valores y lenguaje de los modelos que nuestra sociedad necesita, a partir del principio de que un producto radial o televisivo contribuye a preparar, en mayor o menor medida, a quien lo recibe.*
- *Eliminar cualquier exaltación innecesaria de la violencia y aún cuando esta se justifique dosificar su presencia en la programación, así como evitar la manipulación morbosa de las tensiones y frustraciones del hombre.*
- *Eludir cualquier manifestación favorable al tabaquismo y al alcoholismo. Su presencia sólo es justificable cuando contribuya, directa o tangencialmente, a erradicar su práctica o haya obras que lo requieran.*
- *Contribuir con objetividad al debate cultural que se desarrolla en nuestro país, ejercitando el derecho de réplica cuando el cuestionamiento de nuestra línea programática lo requiera.*
- *Sistematizar en nuestras programaciones la difusión de las mejores producciones de los Centros Territoriales (o Canales Regionales), como vía de divulgar con mayor amplitud el conocimiento y desarrollo económico, social y cultural del país.*
- *Contribuir a instaurar y consolidar las estructuras básicas del idioma español, así como de las normas fundamentales de su empleo, sin exclusión de las expresiones más típicas y originales del habla popular que, por serlo, enriquecen dicha lengua y matizan con el aporte nacional, partiendo del principio de que el lenguaje es vehículo concreto del pensamiento, de la ideología y el sentir de cada pueblo, en otras palabras, de la identidad nacional.*
- *Mantener en toda nuestra programación un adecuado balance étnico, representativo de nuestra sociedad en el que se sostengan valores políticos, éticos y estéticos, sin permitir ningún tipo de discriminación.*

- Cuando sea necesario tratar algún tema religioso no podrá hacerse con la intención de ridiculizarlo o con el objetivo de mostrar una preeminencia de una religión sobre otra, evitando en todo momento que cumplan una labor proselitista.

- Desarrollar todo el esfuerzo dirigido a inculcar en los niños rasgos de carácter, convicciones y moral comunista, asegurando con la programación una vía educativa que forme a los menores en la concepción científica del mundo, el amor a la patria y sus símbolos, la familia y a toda la sociedad, inculcándoles las ansias de saber.¹⁴⁵

Como se puede apreciar, volvemos a cuestionarnos si los medios de comunicación deben estar apoyados por solo un partido político o filosofía, y en todo caso, si deben estar influidos por cualquier partido político. Si aceptamos lo primero, entonces aceptaríamos que los enfoques de las noticias y los programas estarían dirigidos o encaminados en esa dirección, lo cual no dejaría oportunidad al espectador de formarse su propio criterio mediante la exposición clara y coherente de los hechos, al margen del criterio de quien concibe la noticia o programa.

No obstante, se dedica todo un epígrafe a analizar los preceptos en cuanto a la programación dirigida a los niños. En el mismo se dice que a fin de inculcarles rasgos de carácter, convicciones y moral comunistas, se debe realizar todo el esfuerzo posible, teniendo en cuenta lo siguiente:

1.- *Garantizar una programación que eduque a los pequeños en la concepción científica del mundo y el ansia de saber, base del desarrollo de una imaginación capaz de establecer un diálogo fecundo con los personajes y acciones más sorprendentes que pueda crear la fantasía. El desarrollo de la fantasía infantil no se puede confundir con el llamado oscurantismo y la superstición.*

2.- *Lograr la presencia de modelos idóneos del lenguaje que propicien la interiorización y el empleo correcto de las estructuras y normas de nuestra identidad.*

3.- *Difundir principalmente la temática de lo cubano presente en la literatura afín, mediante obras que despierten el interés de niños y adolescentes por el conocimiento y el respeto, amor y admiración de nuestra historia, la ciencia, la técnica, la geografía, la flora, la fauna, el medio ambiente y en general por nuestro entorno socio - cultural.*

4.- *Difundir dosificadamente la cultura de otros países tanto la clásica como la contemporánea, sobre todo aquella que dignifique los más altos valores universales, y se expresa en la hazaña de personajes relacionados con las ciencias, el arte, el deporte y las gestas independentistas y revolucionarias de los pueblos.*

5.- *Divulgar los mejores exponentes de la música cubana y universal, tradicional, popular o culta, adecuadamente seleccionada para el disfrute del público infantil y también aquella que se crea para los niños.*

¹⁴⁵ Ídem. Pp. 14 - 19.

- 6.- *Fomentar el buen gusto y el goce estético.*
- 7.- *Evitar las referencias a la suerte o al azar como modo de alcanzar los propósitos personales o colectivos.*
- 8.- *Mostrar conductas que promuevan el amor y el respeto, haciendo énfasis en la solidaridad y en la protección y ayuda a los ancianos y discapacitados.*
- 9.- *Promover el amor a la familia, y en particular el fomento de los valores vinculados con el amor a la Patria, las relaciones interpersonales, respeto a los padres, la moral, la vergüenza, la honestidad y la buena conducta.*
- 10.- *Eliminar todo tipo de discriminación, propiciando que las diferencias se fundamenten en razones de orden moral.*
- 11.- *Premiar el mejor desempeño en los programas competitivos o de participación de niños. No permitir hacerlo con quien por casualidad o por estar superdotados se impongan a los demás, o con los que ganen competencias tontas o respondan a preguntas triviales.*
- 12.- *Desalentar acciones tendientes a escapar de la escuela o de la familia, a desobedecer a la sociedad o a la autoridad.*
- 13.- *Estimular el cuidado de los animales, del entorno ecológico y del patrimonio histórico y cultural.*
- 14.- *Bajo ninguna circunstancia los directores podrán someter a los niños a tensiones o maltratos psíquicos o físicos para obtener buenos papeles o actuaciones.*
- 15.- *Bajo ninguna circunstancia se utilizará el desnudo infantil, sólo pudiera ser posible en aquellas casos de una obra artística que así lo requiera y siempre se hará en consulta con la dirección de la teletransmisora.*
- 16.- *Evitar en las tramas la presencia en pantalla de niños en relaciones violentas y agresivas y en cuanto ello sea imprescindible deben estar debidamente justificados.*
- 17.- *No incluir en los programas a los niños prodigios, inalcanzables como patrones.*
- 18.- *Eliminar todo tipo de discriminación entre lindos y feos, negros y blancos, etc. Cualquier diferencia se referirá al orden moral.*
- 19.- *Eludir el individualismo; destacar el colectivismo.*
- 20.- *Fomentar el buen comportamiento social en lugares públicos, el respeto a los mayores y entre ellos, a los ancianos.*
- 21.- *Estimular en los niños una programación participativa que contribuya a desarrollar la inteligencia, a la autovaloración, el espíritu crítico, la opinión personal y todas aquellas actitudes que los ayuden a desenvolverse en sociedad.*
- 22.- *Impedir que los niños desempeñen papeles o funciones ajenas o contrarias a las características y posibilidades de su edad cronológica y mental: niños imitando cantantes, etc. Ello no excluye el serio desempeño de los juegos de roles.*

23.- *Vincular la experiencia y la calidad artística de quienes realizan estos programas con las instituciones especializadas, en especial con la Organización de Pioneros. De igual forma, tener en cuenta la necesaria complementación de la programación con los planes de enseñanza del sistema nacional de educación y con los objetivos de trabajo del Ministerio de Educación.*¹⁴⁶

Como se puede advertir en el punto 4, referido a la cultura de otros países, no se menciona a la cultura latinoamericana, tan presente en la cubana y en la historia de este pueblo, sino que se engloba en ese todo de otros países. Asimismo el punto 6 se refiere al buen gusto y goce estético, sin embargo valdría aclarar a partir de quién, es decir, si se refiere a lo que regularmente se considera por estos nombres en la cultura universal o es alguna referencia en específico. El punto 17 menciona no incluir a los niños prodigios en los programas por ser inalcanzables como patrones, no obstante en el punto 10 se dice que se debe eliminar la discriminación siempre y cuando esta no se fundamente en razones morales. ¿Acaso ser un niño “prodigio” es sinónimo de discriminación? Además, ¿qué se considera ser un niño prodigio para esta Política de Programación? ¿Qué se entiende por moral socialista o comunista? Del mismo modo en el punto 18 se hacen dos relaciones entre parámetros opuestos, para finalizar con un etcétera, ¿significa que también se incluyen buenos y malos, por ejemplo? En algunos casos, como el punto 22, incluso llega a excluir la posibilidad de que en un determinado programa, por determinadas circunstancias, los niños puedan desempeñar juegos de roles que vayan en contra de su edad cronológica. Los niños, por citar solo un caso, imitan muchas veces a sus padres o, en el caso de las niñas, muchas veces les gusta pintarse como su madre. ¿Significa esto que los niños no puedan ser actores bajo estas circunstancias?

En resumen, consideramos que la Política de Programación de la Radio y la Televisión Cubana resulta bastante confusa e indefinida en general; en algunos puntos tendiente a la censura y al pensamiento único, lo cual limita seriamente la libertad de expresión. No obstante, en otros puntos es un logro con relación a la defensa de los niños contra la violencia o el maltrato, aval para el desarrollo de una cultura coherente con la sociedad en que viven, así como para el buen desempeño de la educación, lo cual, por demás, no los excluye de la manipulación, en este caso política.

En cuanto a la Comunidad Europea, ya en su Legislación y más específicamente en la Directiva 89/552¹⁴⁷ se regulan numerosas materias relacionadas con la publicidad y el patrocinio, prohibiendo el uso excesivo, fraudulento o peligroso de las mismas; la protección de los menores,

¹⁴⁶ Ídem. Pp. 38 - 41. (La numeración de cada uno de los puntos es nuestra).

¹⁴⁷ “Audiencia y Programación”. Varios. Ponencia “Realidad y utopía. Audiencia y Programación” Manuel Prieto Barrero. Pp. 25 y 26. J. M. Vidal Beltran. Op. Cit. Pp. 281 - 283.

vetando todo aquello que pueda resultar perjudicial para el desarrollo físico, mental o moral de los mismos; el derecho de réplica, defendiendo el legítimo derecho al honor y reputación de los ciudadanos frente a alegaciones incorrectas hechas en los medios de comunicación. Se regulan asimismo determinadas obligaciones y límites en la programación, fundamentalmente para la defensa y promoción de la industria de producción audiovisual europea. En el artículo 4 de dicha Directiva se establece que los Estados miembros velaran para que los organismos de radiodifusión televisiva, reserven para obras europeas una porción mayoritaria de su tiempo de difusión, aunque se establece que dicho objetivo debe lograrse paulatinamente. Por lo que en el artículo 5 se dispone que los Estados miembros velen para que los organismos de radiodifusión televisiva reserven un 10 por ciento de su tiempo de emisión o el 10 por ciento de su presupuesto de programas a obras no solamente europeas, sino también a producciones independientes de los propios organismos de difusión televisiva.

Aún así, desde 1984, existen regulaciones para la Unión Europea. Dichas regulaciones están contenidas en lo que se dio a llamar “Libro Verde”.¹⁴⁸ Específicamente en cuanto a la publicidad sobre tabaco en la televisión, el Artículo 13 establece que *“queda prohibido cualquier forma de publicidad por televisión de cigarrillos y demás productos del tabaco”*. No obstante, los anunciantes de tabacos patrocinan diferentes deportes y programas, con lo cual no aparece el producto pero si su marca, es un tipo de publicidad indirecta, que como ya hemos dicho está prohibida. Además de que si se cumple categóricamente con este artículo, el mero hecho de aparecer la marca del cigarrillo ya estaría incumpliendo con el mismo.

El Artículo 15 aborda el tema de la publicidad televisada de las bebidas alcohólicas y deja claro que se deberán respetar los siguientes criterios:

- a) *No podrá estar dirigida específicamente a los menores ni, en particular, presentar a menores consumiendo dichas bebidas.*
- b) *No deberá asociar el consumo de alcohol a una mejora del rendimiento físico o a la conducción de vehículo.*
- c) *No deberá dar la impresión de que el consumo de alcohol contribuye al éxito social o sexual.*
- d) *No deberá dar la impresión de que el consumo de bebidas alcohólicas tienen propiedades terapéuticas o un efecto estimulante o sedante o que constituyen un medio para resolver conflictos.*
- e) *No deberá estimular el consumo inmoderado de bebidas alcohólicas u ofrecer una imagen negativa de la abstinencia o de la sobriedad.*
- f) *No deberá subrayar como cualidad positiva de las bebidas su alto contenido alcohólico.*

¹⁴⁸ “LIBRO VERDE: Televisión sin fronteras. Libro Verde sobre el establecimiento del Mercado común de radio - difusión, especialmente por satélite y por cable”. Boletín de Derecho de las Comunidades Europeas, 2. Madrid, Secretaría General del Congreso de los Diputados, número extra. 1984.

Sin embargo, anuncios como el del whisky “Mateus” (transmitido en España entre julio y septiembre de 1998), por mencionar solo un ejemplo, homologan la bebida con la sexualidad y el éxito social. Pero su mayor peligro radica en que fue transmitido en el horario infantil - juvenil - 12:20 horas, día 23 de julio de 1998 - por Antena 3 Televisión.

Así mismo en España los organismos gubernamentales han incluido medidas de carácter general sobre la programación de televisión, que se recogen al amparo de la Constitución en el Estatuto de la Radio y la Televisión, las Leyes de Creación de las Radiotelevisiónes públicas, la Ley de Creación de la Televisión privada y la Ley de la Publicidad. Además de las respectivas leyes de creación de los Canales Autonómicos de las Radiotelevisiónes públicas y las Comisiones de Control de los respectivos parlamentos. En cuanto a las disposiciones estatales sobre el **Estatuto de la Radio y la Televisión** en la Ley 4/ 1980¹⁴⁹ se recoge que:

Art. 4.º. la actividad de los medios de comunicación social del Estado se inspirará en los siguientes principios:

- a) La objetividad, la veracidad e imparcialidad en las informaciones.*
- b) La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentas estas últimas y su libre expresión, con los límites del apartado 4 del artículo 20 de la Constitución.*
- c) El respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico.*
- d) El respeto al honor, la fama, la vida privada de las personas y cuantos derechos y libertades reconoce la Constitución.*
- e) La protección de la juventud y de la infancia.*
- f) El respeto al valor de igualdad recogidos en el artículo 14 de la Constitución.*

Art. 8.º. 1.- Corresponderán al Consejo de Administración de la siguientes competencias:

- d) Aprobar, a propuesta del Director general de RTVE,¹⁵⁰ el plan de actividades del Ente público, fijando los principios básicos y las líneas generales de la programación, así como el plan de actuación de las distintas sociedades de RTVE.*

Art. 11. Corresponde al Director general las siguientes atribuciones:

- d) La ordenación de la programación de conformidad con los principios básicos aprobados por el Consejo de Administración.*

Art. 15. El Delegado territorial, previa audiencia del Consejo Asesor de la Comunidad Autónoma, elevará al Director general de RTVE una propuesta anual sobre la programación y el

¹⁴⁹ B.O.E. nº 11. 12 marzo de 1980.

¹⁵⁰ RTVE: Radio Televisión Española.

horario de emisión en el ámbito territorial correspondiente. El Director general, junto con su informe, someterá la propuesta al Consejo de Administración de RTVE.

Art. 21. El Gobierno podrá fijar periódicamente las obligaciones que se derivan de la naturaleza de RTVE y, previa consulta al Consejo de Administración, hacerlas cumplir.

No obstante, en cuanto al inciso a, las informaciones nunca son imparciales, las mismas nunca están exentas de intencionalidad. Un ejemplo de ello ha sido la situación en Yugoslavia durante el año 1999, nunca los canales de televisión españoles explicaron fehacientemente la situación que allí se estaba desarrollando, se le dio mayor importancia a la participación de la OTAN en el conflicto, a la muestra de imágenes que reflejaban la limpieza étnica liderada por los serbios y a la ayuda humanitaria prestada por los países europeos a los pobres albaneses que huían de una muerte segura que a la explicación y esclarecimiento de los hechos; es por ello que ahora resulta muy extraño mostrar imágenes de la venganza que están llevando a cabo los albaneses contra los serbios. Valdría la pena explicar un poco más la situación que esta dando en este país.

Tampoco el inciso b, se cumple. Un ejemplo de ello es la forma en que, también los noticiarios, durante septiembre de 1999, trataron el tema del secuestro de varios españoles en Irán. Durante varios días estuvieron emitiendo informaciones sobre la liberación, en cuestión de horas, de los españoles, cuando esta información no era real, tanto es así que la diferencia entre esta primera información y la liberación real fue de cinco días y algunos canales se vieron obligados a emitir sus disculpas.

Sin embargo existe una **Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios**,¹⁵¹ 26/88, del 9 de julio que recoge en el artículo 17 que:

Los medios de comunicación social de titularidad pública dedicarán espacios y programas, no publicitarios, a la información y educación de los consumidores o usuarios. En tales espacios y programas, de acuerdo con su contenido y finalidad, se facilitará el acceso o participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y demás grupos o sectores interesados, en la forma que reglamentariamente se determine por los poderes públicos competentes en la materia.

O sea, que en primera instancia las asociaciones de consumidores y usuarios pueden protestar, en los programas dedicados a este fin, sobre las informaciones, programas, imágenes, etcétera, que transmite la televisión. El caso es que no existen programas dedicados a ello, si bien existe un Defensor del Pueblo al que se le puede escribir.

¹⁵¹ B.O.E. nº 176, de 24 de julio de 1984.

Por otra parte existe un **Reglamento técnico y de presentación del servicio de televisión por satélite y del servicio portador del mismo**,¹⁵² que recoge que:

Art. 5.

2. La programación emitida por las Entidades gestoras del servicio deberá respetar en cuanto a publicidad y producción las condiciones que establece la Legislación española y aquellas que se deriven de la normativa de la Comunidad Europea, cuando estas últimas sean de aplicación en función del ámbito territorial de cobertura de los programas.

En cuanto a la **Televisión Privada** y la programación, la Ley 10/88 del 3 de mayo¹⁵³ dice que:

Art. 15. *La publicidad emitida por los titulares de las concesiones no podrá ser superior al 10 por 100 del total de horas de la programación anual. En ningún caso, el tiempo de emisión destinado a publicidad podrá ser superior a diez minutos dentro de cada hora de programación.*

Para hacer cumplir dicho artículo, y otros, se prevén multas y sanciones según la Ley de Procedimiento Administrativo y su instrucción corresponderá al Ministerio de Transporte, Turismo y Comunicaciones.

No obstante, como hemos visto en el “Capítulo II: Análisis de programas”, las cadenas de televisión no cumplen con este artículo y si son sancionadas por ello, nadie lo divulga.

La Ley 46/ 1983 del 26 de diciembre, **Reguladora del Tercer Canal de Televisión**, no se diferencia mucho del *Estatuto de la Radio y la Televisión*, adoleciendo de sus mismas características:

Art. 5º.

La actividad de los terceros canales de televisión regulados en la presente Ley se inspirará en los siguientes principios:

- a) La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.*
- b) La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustenten estas últimas y su libre expresión con los límites del apartado cuarto del artículo 20 de la Constitución.*
- c) El respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico.*
- d) El respeto al honor, la fama, la vida privada de las personas y cuantos derechos y libertades reconoce la Constitución.*
- e) La protección de la juventud y la infancia.*
- f) El respeto a los valores de igualdad recogidos en el artículo 14 de la Constitución.*

¹⁵² Cit. en J. M. Vidal Beltran. Op. Cit. Pág. 312.

¹⁵³ B.O.E. nº 108. 5 de mayo de 1988.

Como se puede observar, ninguna de las regulaciones anteriores en cuanto a la programación, está referida directamente a la programación para niños, exceptuando algunos incisos que insisten en su protección pero que, además de generales, no aclaran cual es la protección que se les debe brindar; en el resto ni se mencionan.

En las Disposiciones Autonómicas se pueden encontrar algunas regulaciones de la misma índole. En la del país vasco, por ejemplo, se recoge que:

Ley 5/1982 de 20 de mayo, de **Creación del Ente Público de “Radio Televisión Vasca”**.¹⁵⁴

Art. 4º.

1. Para el debido cumplimiento de los principios de los artículos 2º y 3º¹⁵⁵ de la presente Ley y las obligaciones impuestas a los poderes públicos por el artículo 9.2 del Estatuto de Autonomía para el País Vasco se tenderá a evitar todo programa que pueda suponer:

a) La exaltación o apología de hechos o conductas atentatorias a la vida, la libertad y la igualdad de los individuos o grupos.

b) La presentación favorable o la apología de conductas legal o socialmente reprobables.

2. La publicidad y los programas dirigidos a niños deberán reunir las condiciones establecidas en la Ley sobre el “Estatuto del Consumidor” (R. 181, 802).

Art. 21.

2. El derecho de antena quedará también garantizado para los grupos políticos, sociales y culturales de menor significación.

En Cataluña, en la Ley 10/1983 del 30 de mayo, de **Creación del Ente Público “Corporación Catalana de Radio y Televisión” y de regulación de los servicios de Radiodifusión y Televisión de la Generalitat de Cataluña**¹⁵⁶ se dice en el Art. 14 - sobre los principios inspiradores de la programación - y en especial los incisos a, b, d, f y g, que se debe dedicar respeto y una especial atención a la juventud y a la infancia; respetar los principios de igualdad y de no discriminación por razón de nacimiento, raza, sexo o cualquier circunstancia personal o social; ser objetivos, veraces e imparciales en las informaciones; respetar los principios que informan la Constitución española (Rep. Leg. 1978, 2836), el Estatuto de Autonomía de Cataluña (R. 1979, 318) y los derechos y libertades que en ellos se reconocen; así como respetar el pluralismo político, cultural, lingüístico, religioso y social. Asimismo en la Ley 9/1984 del 11 de

¹⁵⁴ B.O.P.V. nº 71 del 2 de junio de 1982.

¹⁵⁵ Art. 3º Ídem. a Art. 4º de la Ley 4/1980 de los Estatutos de la Radio y la Televisión.

¹⁵⁶ DOGC. nº 337 del 14 de junio de 1983.

julio, de **Creación de la Compañía de Radio-Televisión de Galicia**,¹⁵⁷ artículo 16, incisos b, c, d, f y g, se recogen principios parecidos a los mencionados en la Creación del Ente Público “Corporación Catalana de Radio y Televisión”; del mismo modo se pueden encontrar referencias en la Ley 8/ 1987 del 9 de diciembre, de **Creación de la empresa pública de la radio y televisión de Andalucía y regulación de los servicios de Radiodifusión y televisión gestionados por la Junta de Andalucía**,¹⁵⁸ en la Ley 8/1987 del 15 de abril, de **Creación, organización y control parlamentario de la Corporación Aragonesa de Radio y Televisión**,¹⁵⁹ en la Ley 9/1988 del 11 de noviembre, de **Creación, organización y control parlamentario de Radio Televisión Murciana**,¹⁶⁰ y así sucesivamente en todo el resto de las provincias. Cabe señalar que en la Ley 7/1984 del 4 de julio, de **Creación de la Entidad Pública Radiotelevisión Valenciana (RTVV) y regulación de los servicios de Radiodifusión y televisión de la Generalitat Valenciana**,¹⁶¹ artículo 2º, inciso d, se advierte que además de proteger a la juventud y a la infancia, se debe evitar la exaltación de la violencia y la apología de hechos y conductas que atenten contra la vida, la libertad y la igualdad de los sexos.

Aún así, siguen siendo regulaciones muy generales y pobres, además, ¿qué se entiende por proteger a la infancia y a la juventud?, ¿protegerlos de qué o de quién? No obstante, se han creado organizaciones de autocontrol para hacer cumplir dichos principios y artículos. En 1993 se firmó, por parte de las televisiones, un Código de Autorregulación, entre los que se incluía, entre otros factores, los anteriormente mencionados en las diferentes Leyes y se dedicaba una especial atención a la programación infantil y a la publicidad. Del mismo modo, en 1997, la Asociación de Autocontrol de la Publicidad decidió aprobar un código de conducta publicitaria en cuyos artículos se dedicaba una relevante atención a la infancia. Uno de ellos se refería al extremo cuidado que debía tener la publicidad dirigida a los niños, teniendo en cuenta no explotar la natural credulidad de los mismos, ni abusar de su sentido de lealtad.¹⁶² Al margen de que el Consejo Ejecutivo de la Cámara Internacional de Comercio, reunido en Nueva Delhi el 10 de febrero de 1987, adoptó un Código de Ética Publicitaria con guías en torno a la publicidad y los niños. Algunas de ellas decían así:

¹⁵⁷ DOG. nº 148 del 3 de agosto de 1984.

¹⁵⁸ BOJA. nº 104 del 12 de diciembre de 1987.

¹⁵⁹ BOAR nº 46 del 22 de abril de 1987.

¹⁶⁰ BORM nº 262 del 15 de noviembre de 1988.

¹⁶¹ BOGV nº 176 del 9 de julio de 1984.

¹⁶² Periódico “LA VOZ DE HUELVA”. LA ÚLTIMA. “Manipulación de la infancia” por José María Roldan. Jueves 15 de mayo de 1997.

Guía I, identificación: debido a la particular vulnerabilidad de los niños y para proporcionar un vigor especial al artículo 2 del Código, si existe cualquier probabilidad de que algún anuncio sea confundido con material editorial o de programa, éste deberá ser etiquetado claramente como “anuncio” o deberá ser identificado de una manera igualmente efectiva.

Guía II, violencia: para proporcionar valor al artículo 13.2 del Código, debe tomarse en cuenta que no debe parecer que los anuncios toleran o perdonan la violencia en situaciones o acciones que puedan contrariar la ley y (o) las normas de conducta social generalmente aceptadas a nivel nacional.

Guía III, valores sociales: los anuncios no deben minar los valores sociales sugiriendo que la posesión o uso de un producto dará al niño una ventaja física, social o psicológica sobre otros niños de la misma edad, o que el no tener un producto pueda tener el efecto contrario.

“Los anuncios no deben minar la autoridad, responsabilidad, juicio y preferencias de los padres, tomando en cuenta los valores sociales del momento”.

Guía IV, seguridad: para vigorizar los artículos 12 y 13.2 del Código, los anuncios no deben contener ninguna afirmación o presentación visual que puedan tener el efecto de llevar a situaciones inseguras a los niños o que les anime a asociarse con extraños o a entrar en lugares desconocidos o peligrosos.

Guía V, persuasión: los anuncios no deben incluir ninguna apelación directa a los niños para que persuadan a otros a anunciar el producto anunciado por ellos.

Guía VI, presentación veraz: con el fin de proporcionar vigor al artículo 4 del Código, se debe tener especial cuidado en asegurarse de que los anuncios no desorienten a los niños sobre el verdadero tamaño, valor, naturaleza, durabilidad y rendimiento del producto anunciado. Si se necesitan artículos extras para usarlos (por ejemplo, pilas) o para producir el resultado mostrado o descrito (por ejemplo, pintura), esto se debe explicar de forma clara. Un producto que es parte de una serie, debe ser claramente indicado como tal, así como el modo de conseguir la serie.

“Los anuncios no deben explicar inadecuadamente el grado de destreza requerido para usar el producto. Donde los resultados del uso de un producto sean mostrados o descritos, el anuncio debe representar lo que es razonablemente comprensible para el niño promedio en el rango de edades para el que se ha propuesto el producto”.

Guía VII, precio: la indicación del precio no debe presentarse de tal forma que conduzca a los niños a una percepción irreal del verdadero valor del producto, por ejemplo, usar la palabra “solo”. Ningún anuncio debe dar a entender que el producto anunciado está al alcance de todos los presupuestos familiares.¹⁶³

¹⁶³ Cit. en María José Lorenzo y Carmen Pino Villalba. “DECIDE TUS JUEGOS. Propuesta de actividades para el alumnado. ¡Compartir es divertido!”. Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer y Ministerio de Educación y Ciencia. 1993.

Si analizamos la programación de televisión en España,¹⁶⁴ se puede apreciar que la mayoría de las Guías antes citadas, no se cumplen. En la Guía III, sobre los valores sociales, referido a que los anuncios no deben sugerir que la posesión de un producto dará una ventaja física, social o psicológica sobre otros niños, se podrían citar anuncios como *Zumosol* o *Galletas Príncipe*, por solo citar dos ejemplos, transmitidos entre marzo y julio de 1998. Asimismo en la Guía VI sobre la presentación veraz, insiste en que los anuncios no deben desorientar a los niños sobre el verdadero tamaño, valor, naturaleza, durabilidad y rendimiento del producto; sin embargo, en anuncios de juguetes como *Barbie*, los muñecos se mueven solos. Otros anuncios, como los de los productos *Chocapic* o *Nesquik*, hacen parecer que los animales que los representan van a salir del empaque o que nos llevarán a un mundo inimaginable si se utilizan.

De igual forma, en la Guía VII sobre el precio, se indica que el mismo no debe llevar a los niños a confusión, no obstante en los anuncios para niños nunca aparece el precio, creando la impresión de estar al alcance de cualquier presupuesto familiar. Asimismo, en muchos de los anuncios dedicados a adolescentes y adultos aparece la palabra “solo” para indicar el precio del producto, como si su compra supusiera un regalo, los ejemplos de ello sobran en la programación de televisión. Sin embargo, muchos de los anunciantes continúan olvidando estas premisas y la televisión no se preocupa por ello si la publicidad le reporta sus mayores ganancias.

Por otra parte Radio Televisión Española tiene, a su vez, normas de admisión de publicidad. Algunas de ellas dicen lo siguiente:

La publicidad a emitir por TVE, S.A., no deberá perjudicar a los menores y deberá respetar los siguientes criterios para su protección:

a) No incitará directamente a los menores a la compra de un producto o a la contratación de un servicio, explotando su inexperiencia o credibilidad, ni a persuadir a sus padres o a terceros para que lo hagan.

b) No se explotará la especial confianza de los menores en sus padres, profesores y otras personas.

c) No representará a menores en situaciones peligrosas o susceptibles de inspirar aptitudes violentas, injustas, insolidarias o antipedagógicas.

Sin perjuicio de lo expuesto en la norma anterior, se aplicarán a la publicidad de juguetes las siguientes reglas:

¹⁶⁴ Ver Capítulo II: Análisis de Programas.

a) *Se rechazará la relativa a juguetes que impliquen exaltación de belicismo o la violencia o que sean reproducción de armas. Asimismo de los que utilicen medios que puedan resultar peligrosos para los niños.*

b) *Caso de que en el anuncio se realice una exhibición de juguetes en construcción, modelaje, pintura o similares, no se exagerarán las facilidades en su construcción.*

c) *En las demostraciones de usos de los juguetes quedará muy claro si se accionan de manera manual o mecánica, evitando a los niños una confusión derivada de los efectos de la animación de los anuncios.*

d) *No se suscitará confusión entre los elementos que se vendan con los juguetes o separadamente del mismo.*

e) *Cuando los juguetes estén destinados a edades específicas se expresará esta circunstancia con toda claridad.*

f) *Los juguetes deberán presentarse en el anuncio de modo que produzcan una impresión real de su tamaño.*

g) *Los anunciantes acreditarán que los juguetes objeto del anuncio cumplen las normas establecidas sobre inocuidad.*

Los niños no pueden ser los actores principales del anuncio, salvo en productos dedicados exclusiva y preferentemente a la infancia o de los que ésta sea beneficiaria, o que se refieran a la salud, higiene, ropa, literatura, alimentación, elementos deportivos, juegos educativos y juguetes infantiles.

*Los niños actuarán y hablarán con naturalidad y no emitirán juicios o valoraciones impropias de su edad.*¹⁶⁵

Sin embargo, en las normas en cuanto a la publicidad de juguetes, inciso a, siguen existiendo muchos anuncios referidos a armas, incluso se inventan juguetes con armas inexistentes y personajes irreales que exaltan el belicismo (como “War planet”, planetas que dentro contienen guerreros; “Extreme Dinosaurs”, dinosaurios guerreros; Air Vectors, autos que se transforman en guerreros voladores; transmitidos por TVE el jueves 16 de julio de 1998). Si contamos además que en los horarios infantiles se transmiten anuncios exclusivamente para adultos y propagandas de películas para adultos (película “Marea Roja”, 12:25 horas. TVE 1, 4 de septiembre de 1998). Por otra parte el inciso b especifica que no se explotará la especial confianza que los niños le tienen a sus padres, profesores u otras personas, pero en un anuncio que estuvo apareciendo en las cadenas españolas durante los veranos de 1998 y 1999 - Fiat Brava Turbo Diesel - en horario infantil y

¹⁶⁵ Resolución del 17 de abril de 1990 de la Dirección General de Medios de Comunicación Social por la que se hacen públicas las normas de admisión de publicidad, aprobadas por el Consejo de Administración del Ente Público Radio-Televisión Española. BOE, nº 95, 20 de abril de 1990.

familiar, se trata a dos maestros como tontos por no conocer las aparentes facilidades de precio y características de un coche.¹⁶⁶ Así mismo en el inciso c de las normas de publicidad, no se aclara que significa el concepto de situaciones peligrosas. Podría interpretarse que se trata de situaciones peligrosas en cuanto al sentido físico, pero también podría incluir otros tipos de peligros, de sentido psíquicos, no morales pues estos son especificados más adelante. También, como puede verse en el Capítulo referido al análisis de programas, no existe un sólo anuncio que especifique claramente las edades para el que está destinado.

Otras organizaciones, como la Confederación Española de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (SEACCU), han elaborado estudios refiriéndose al tema de la programación de televisión, al margen del Decálogo de los derechos de los usuarios de los medios de comunicación, del cual hablaremos más adelante. En el caso de la SEACCU, ha analizado la programación infantil de TVE 1, TVE 2, Antena 3 y Tele 5, durante el período del 20 al 26 de octubre de 1997.¹⁶⁷ En este período, detectaron programas infantiles que reproducían valores racistas, hacían referencia al consumo de sustancias de efectos prodigiosos, ensalzaban la violencia o transmitían una imagen de la mujer relegada al ámbito doméstico y obsesionada con su propio aspecto físico. Para avalar los argumentos citan ejemplos de diálogos y anuncios de dichas cadenas. Aunque señalan que las televisiones públicas tienen menos descontrol en los contenidos, llegaron a la conclusión de que la programación infantil, en general, es sexista, discriminatoria, insolidaria y violenta. A juicio de la SEACCU este hecho se opone al Código de Autorregulación. Esta misma organización ha denunciado además, el incumplimiento de la normativa publicitaria¹⁶⁸ y a hecho campañas de concienciación para que los usuarios de la televisión exijan su cumplimiento.

También la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR) elaboró un informe sobre la programación en el último semestre de 1994.¹⁶⁹ En el mismo se incluían programas de TVE 1, Antena 3 y Tele 5. En él llegaron a la conclusión de que en el espacio comprendido entre las seis de la mañana y las diez de la noche, horario infantil y familiar, las cadenas transmitían programas que abusaban de las secuencias y relatos de intimidad de las personas.

¹⁶⁶ Aparece un niño que ha sido castigado por su profesor porque aparentemente ha dicho una mentira que consiste en el precio y las características de un coche. Llega otro profesor que también se burla de lo dicho por el niño, hasta que se dan cuenta que los tontos son ellos porque el chico decía la verdad.

¹⁶⁷ Periódico "EL PAÍS". Martes 12 de mayo de 1998. Pilar Ortega, "Las TV transmiten en la franja horaria infantil valores sexistas y violentos".

¹⁶⁸ *Ibidem*.

¹⁶⁹ Periódico "EL MUNDO". "Cartas al Director". 4 de enero de 1995.

En cuanto a la publicidad, mencionaron que se promocionaban, en el mismo horario antes mencionado, secuencias de series y películas que contenían imágenes violentas y de sexo gratuito. Asimismo encontraron que en el horario familiar - antes de las 23:00 horas - se transmitían programas cuyos contenidos estaban dirigidos exclusivamente a los adultos. Al margen de plantear las numerosas similitudes entre las programaciones ofrecidas por las diferentes cadenas, llegando a decir que tanto era así, que las mismas se querellaban por plagio.¹⁷⁰ Acusaron a las cadenas, además, por vulnerar lo dispuesto en la disposición de la Directiva europea de “TV Sin Fronteras”, en vigor en España desde 1993. Sin embargo, hasta ahora las cadenas no han dado respuestas a estas acusaciones.

En la Comunidad Valenciana se vienen realizando desde 1990,¹⁷¹ Jornadas de estudios sobre diferentes temas relacionados con la televisión. En el año 1993 estas jornadas se dedicaron a la audiencia y a la programación, entre cuyos temas se trató la programación de televisión y los niños. Sin embargo, con la creciente preocupación en el tema de la violencia y los medios de comunicación por parte de científicos de la comunicación, psicólogos, biólogos, profesionales de la televisión y el cine y consumidores de los medios, el 3 y el 4 de noviembre de 1997, en el marco de la Segunda Reunión Internacional sobre Biología y Sociología de la Violencia, se dedicaron las Jornadas de estudio a tratar este tema más específicamente. En dicha ocasión los participantes llegaron a la conclusión de que:

1º.- Los medios de comunicación audiovisual, y más en concreto la televisión, son preocupantemente violentos.

2º.- Un modo de aprender un comportamiento es observarlo.

3º.- La violencia exhibida por los medios de comunicación audiovisual contribuye a la aparición de efectos perjudiciales en los espectadores, aunque ello no implica aseverar que la violencia de los medios de comunicación es la causa principal o única de la violencia en el mundo real.

4º.- Entre dichos efectos perjudiciales, además del aprendizaje de comportamientos violentos, figura el aprendizaje de actitudes violentas y la aparición de fenómenos de insensibilidad hacia la violencia real.

5º.- No toda la escenificación de la violencia en los medios de comunicación tiene el mismo riesgo de causar estos efectos perjudiciales en el mundo real: la representación violenta más

¹⁷⁰ *Ibíd.*

¹⁷¹ Pueden encontrarse las publicaciones “Las Radiotelevisión en el espacio Europeo”, 1990. “Publicidad y Financiación de las Radiotelevisión públicas y privadas”, 1991. “El espacio televisivo a partir de la Directiva 89/552 de las Comunidades Europeas”, 1992. “Audiencia y Programación”, 1993. “Televisión. Niños y Jóvenes”, 1994. “Violencia, televisión y cine”, 1998. Entre otras publicaciones.

peligrosa, sobre todo en relación a niños y adolescentes, parece ser la que está embellecida y depurada.

6º.- Refiriéndonos en concreto a niños y adolescentes, numerosos estudios contradicen la creencia, muy extendida, de que los dibujos animados no son un problema en este contexto, dado su carácter irreal. Hay que tener en cuenta, en particular, que los niños menores de 7 años parecen tener dificultades a la hora de distinguir entre lo real de lo que no lo es.

Por lo que se propusieron las siguientes recomendaciones:

1ª Recomendación. Producir más programas sin escenas violentas.

2ª Recomendación. Procurar que en todo programa que contenga violencia se cumplan ciertas normas, indicadas por la ciencia de nuestro tiempo:

- el agresor no debe quedar sin castigo;

- no ha de transcurrir mucho tiempo entre la acción violenta y castigo;

- “el bueno” no debe ser aún más violento que “el malo” y ha de recurrir a alternativas distintas de la violencia para resolver problemas;

- deben mostrarse las consecuencias negativas, a corto plazo y largo plazo, de la violencia;

- no debe embellecerse ni depurarse la violencia;

- debe procurarse contrarrestar la violencia presente en una escena violenta poniendo énfasis en un tema antiviolento.

3ª Recomendación. Tener en cuenta la hora de emisión.

4ª Recomendación. Evitar todo tipo de escenificación violenta que, además, incluya elementos discriminatorios contra grupos minoritarios, étnicos o raciales.

Recomendaciones para los padres.

1ª Recomendación. 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.

2ª Recomendación. Ser conscientes de los riesgos asociados con ver la televisión, sin hacer excepciones con espacios infantiles, como los dibujos animados, considerados a priori inocuos.

Recomendaciones para los políticos.

Con un gran respeto por la libertad de expresión, sin fomentar por lo tanto ninguna medida censora, por mínima que pudiera ser:

1ª Recomendación. A través de los Parlamentos se debería impulsar la creación de Consejos Asesores de los Medios de Comunicación Audiovisual, que velaran, ante todo, por la calidad y ética del producto visual.

2ª Recomendación. Las instituciones responsables de la enseñanza deberían promover una educación que fomentase el espíritu crítico en los niños y adolescentes y les capacitase para elegir de forma racional la programación adecuada.

*3ª Recomendación. A través de la Fiscalía y de figuras tales como el Defensor del Menor debería potenciarse la labor de vigilancia de los productos que los medios de comunicación audiovisual ofrecen a los menores para su consumo.*¹⁷²

A pesar del maremagnum de regulaciones, recomendaciones, etcétera, anteriormente mencionadas, en la mayoría de los casos éstas no se han cumplido.¹⁷³ Aún los problemas en cuanto a la programación dedicada a los niños se mantienen; por lo que muchos estudiosos del tema y profesionales, han llegado a plantear como solución un Código Deontológico, tanto entre el Ministerio de Educación y Ciencias y los canales de televisión - como en el caso de España - como entre los mismos profesionales.

En Cuba, particularmente, no existen lo que se llaman anuncios publicitarios. Los anuncios son de índole política, de promoción de programas de televisión o suscitados por el interés gubernamental o social de economizar algún producto o servicio. Además la programación es escasa, el problema de la violencia en los contenidos televisivos no se manifiesta, y esperamos que trabajos como este sirvan para concientizar a los directivos de los canales televisivos en la labor pública y educativa que deben prestar.

4.1. CÓDIGOS DEONTOLÓGICOS

En 1993, se firmó en España un Convenio suscrito entre el Ministerio de Educación y Ciencias y las cadenas de televisión, públicas y privadas, sobre la base de un “*Código deontológico con carácter autorregulador y con la fuerza moral de un compromiso libremente adquirido para conducir a determinadas normas de programación en los horarios de previsible audiencia infantil y juvenil, en relación principalmente, con lo relativo a la violencia, la discriminación, el consumo perjudicial, el sexo y el lenguaje inapropiado*”.¹⁷⁴

Este acuerdo abordó los siguientes aspectos:

1º Educativo.

¹⁷² J. Sanmartín, J. S. Grisolia y S. Grisolia. “Violencia, televisión y cine”. Ariel, Barcelona, 1998. Pp. 30 - 32.

¹⁷³ Ver el Capítulo II: Análisis de Programas.

¹⁷⁴ Cit. en M. Gilabert Aguilar. Op. Cit. Pág. 66.

El acuerdo responde asimismo a la voluntad de contribuir a los fines educativos que han sido establecidos en la Ley Orgánica 1/1990, de Ordenación General del Sistema Educativo, LOGSE, entre los que resalta el proporcionar el pleno desarrollo en el respeto y ejercicio de los derechos, libertades y valores fundamentales.

2º Reconocimiento al marco regulador.

Directiva 89/552. El acuerdo atiende, en fin, al mandato del artículo 22 de la Directiva de la Comunidad Europea del 3 de octubre de 1989 (Diario Oficial de las Comunidades Europeas del 17 de octubre), que dice:

“Los Estados miembros adoptarán las medidas oportunas para garantizar que sus emisiones de televisión no incluyan programas que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores y, en particular, programas que incluyan escenas de pornografía o violencia gratuita. Los Estados miembros velarán asimismo para que las emisiones no contengan ninguna incitación al odio por motivos de raza, sexo, religión o nacionalidad”.

3º Ámbito.

El ámbito del acuerdo lo constituyen no sólo los programas específicamente destinados al público infantil y juvenil, sino también la programación en que la audiencia de los mismos es previsible, teniendo en cuenta, a la vez, que el horario a que tal audiencia se atiende es variable en función del propio calendario lectivo escolar y estacional. El Ministerio de Educación y Ciencia y las cadenas de televisión firmantes, al subrayar el principio constitucional de la libertad de expresión, de difusión de las ideas y de los productos culturales expresan su determinación para ejercerla de manera responsable.

4º Compromisos. Normas deontológicas.

En el libre ejercicio de responsabilidad de las cadenas de televisión:

4.1 Se comprometen a favorecer, especialmente en el público infantil y juvenil, valores de respeto a las personas, de tolerancia, solidaridad, paz y democracia, en el marco establecido por la Constitución Española, por la legislación educativa, y por los compromisos adquiridos por España ante la Comunidad Europea y ante la Comunidad internacional.

4.2 En consecuencia con lo anterior, se compromete a favorecer, a través de medio televisivo, la educación y desarrollo personal de niños y jóvenes, cultivando el potencial educativo de la televisión, sin perjuicio de otras funciones que el medio televisivo tiene.

4.3 Concreta asimismo que se compromete a no difundir programas ni publicidad que contengan secuencias, mensajes o imágenes contrarias a los valores anteriormente referidos, y, por tanto, a evitar la presentación de escenas que los dañen o los pongan en cuestión.¹⁷⁵

¹⁷⁵ M. Gilabert Aguilar. Op. Cit. Pp. 67 y 68.

En otra parte el Convenio es más categórico y plantea que:

a) *La violencia ofensiva hacia las personas quedará excluida cuando:*

- *Aparezca presentada como un comportamiento aureolado, atractivo, o útil para la consecución de determinados propósitos.*

- *Sea ejercida por medios al alcance de los niños o jóvenes.*

- *Contenga una crueldad gratuita o traumatizante para este público.*

- *Sea como medio o acompañante en la realización de actos sexuales.*

b) *No se programarán secuencias o escenas ni se transmitirán mensajes que sean atentatorios para la dignidad de las personas o que impliquen discriminación o desprecio hacia ellas en razón de color, raza, sexo, religión, ideología, o cualquier otra circunstancia.*

c) *Se evitará la incitación, directa o indirecta, al consumo de tabaco, de alcohol y de drogas.*

d) *Se evitarán escenas de explícito contenido sexual que, al tiempo que carezcan de valor educativo o informativo, sean capaces de afectar seriamente a la sensibilidad de niños y jóvenes.*

e) *Se excluirá, en fin, el lenguaje innecesariamente grosero o indecente así como el empleo deliberadamente incorrecto de la lengua.*

5º Ámbito e interpretación de las normas.

Las directrices deontológicas indicadas deberían tenerse en cuenta tanto en la programación propiamente dicha, cuanto en la publicidad que de ellas se difunda en horarios de previsible audiencia infantil y juvenil o que se transmita por otros medios de difusión. El contexto en el cual se presentan las escenas e imágenes, es decisivo para los efectos que pueden producir en el público infantil y juvenil. Por ello, el carácter evidentemente realista, o por el contrario, de evidente ficción de las escenas y secuencias, ofrece un contexto que contribuye a hacerlas más desaconsejables o, por el contrario, a que adquieran un valor positivamente educativo.¹⁷⁶

En relación con la violencia y la discriminación, el convenio señala que no se trata de ocultar la violencia, sino de presentarla como condenable y no merecedora de ser imitable. En cuanto al posible efecto de imitación de la violencia, establece que es el que particularmente debe ser evitado, prescindiendo tanto de la violencia fácil de ejercer con personas más débiles como la que puede llegar a ejecutarse contra uno mismo. Sobre sustancias que pueden ser dañinas o capaces de crear adicción, apunta que se deben distinguir unas sustancias y otras, entre sus usos, así como el contexto en que se presentan; ya que englobarlas a todas en una proscripción podría resultar ineficaz. En relación al sexo acuerdan advertir al comienzo del programa y en la publicidad del mismo, que contiene escenas, o es en relación, con el tema sexual. Se acuerda además, que la televisión debe contribuir a la conservación y enriquecimiento de la lengua, tanto de la Castellana como de las otras

¹⁷⁶ Ídem. Pp. 68 y 69.

lenguas que en España se hablan. Para llevar a cabo dicho Convenio acuerdan realizar el seguimiento de los compromisos planteados.

En lo concerniente al Ministerio de Educación y Ciencias, se responsabiliza con:

1.- Impulsar a través de sus unidades especializadas, tales como el Centro de Investigación, Documentación y Evaluación (CIDE), y a través de instituciones universitarias y de investigación, estudios teóricos y prácticos sobre la programación televisiva y sus efectos entre el público infantil y juvenil y en el medio escolar. La información y valoraciones que contengan estos estudios e informes serán transmitidos preferentemente y con regularidad a las emisoras de televisión.

2.- Desarrollar una campaña entre los profesores, alumnos y padres, a través de sus propios centros de enseñanza, para promover el potencial educativo de la televisión, y, en general, las aportaciones positivas que la experiencia televisiva pueda producir en el desarrollo personal de los alumnos. En el marco de esta campaña, el Ministerio producirá un programa dirigido a alumnos, padres y profesores, que también se facilitará a las cadenas de televisión para su posible emisión.¹⁷⁷

Sin embargo, como hemos visto en este mismo capítulo, diversas organizaciones como la CEACCU, han mencionado su incumplimiento. Además de que la televisión hace propaganda en horarios infantiles, al consumo de bebidas alcohólicas (“Mateus”, whisky. Antena 3, jueves 23 de julio de 1998. 12:20 horas), a productos específicamente para adultos (cuchillos NIKKEI de A3Z, explicación y utilidad de uso, 10:26 horas. Película de cine “Asesinos de reemplazo”, 13:50 horas. Antena 3, día 23 de julio de 1998), series para adultos de los propios canales (“Nikita”, “Expediente X”. Tele 5, día 4 de septiembre de 1998, a las 14:28 horas.) y algunos de los programas destinados al público infantil, como “Club Megatrix” (Antena 3) y “Mucha marcha” (TVE 2), utilizan un lenguaje deliberadamente incorrecto. En el primer caso el prefijo mega acompaña a la mayoría de las palabras, mientras que en el segundo, la presentadora utiliza palabras del vocabulario estadounidense como “ok”. Al margen del poco uso que se le da a los variados adjetivos que existen en la lengua española, o, por el contrario, a frases que simplifican y distorsionan el lenguaje.

Un código deontológico, por tanto, es un código de ética, de moral profesional, por lo que se hace muy difícil que los canales de televisión cumplan con él, si además, en alguna medida, esto afecta sus intereses y sus ingresos; las consecuencias, si bien no son totalmente conscientes, tampoco son analizadas.

¹⁷⁷ Cit. en Marina Gilabert Aguilar. Op. Cit. Pág. 70.

Incluso la mayoría de los canales de televisión poseen principios de deontología profesional, códigos éticos o de conducta.

El Código de conducta de Antena 3 Televisión,¹⁷⁸ aprobado por su Consejo de Administración en la reunión del 18 de agosto de 1997, plantea lo siguiente:

1.- La veracidad, la objetividad y el pluralismo serán principios esenciales de la información que se transmite en la Cadena, separando claramente la noticia de la opinión y preservando en todo momento la imparcialidad e independencia de los profesionales que trabajen en Antena 3, elaborándose a tal fin un Estatuto de Redacción y un Código Deontológico, que serán de obligado cumplimiento y en el que se recogerán los derechos y deberes de los profesionales de la información.

2.- El objetivo básico de la gestión será el logro de la máxima rentabilidad social y económica, procurando como prioridad permanente la satisfacción de la audiencia, con una programación atractiva y de calidad, dirigida fundamentalmente a un público mayoritario y plural.

3.- Escrupuloso respeto a la normativa sobre contenidos de la televisión, fomentando los valores éticos y humanos y prestando especial atención en los horarios infantiles a las recomendaciones de los organismos dedicados a la protección de los menores.

4.- Antena 3 creará la figura del Defensor del Espectador, cuya misión será atender a las quejas y sugerencias de la audiencia y trasmitirlas a las instancias de las direcciones correspondientes. El Defensor del Espectador será también el interlocutor con los organismos encargados de velar por el cumplimiento de la normativa sobre televisión, protección del menor y defensa del consumidor.

5.- Potenciar y rentabilizar al máximo la producción propia de contenidos.

6.- Búsqueda permanente de máxima eficacia en la gestión de los recursos y en la modernización de la empresa con incorporación de la nueva tecnología digital.

7.- Transparencia plena en la gestión y desarrollo de una organización abierta que fomente el trabajo en equipo.

8.- Desarrollo profesional continuo de todas las personas que trabajen en Antena 3 y establecimiento de sistemas de retribución equitativos y justos, ligados al aumento de valor de la compañía y a la consecución de los objetivos.

9.- Apoyo a los anunciante con el objetivo de optimizar sus inversiones y de buscar caminos para promocionar sus productos, respetando siempre los intereses de la audiencia y la deontología publicitaria.

10.- Respeto permanente a la competencia leal con las restantes cadenas y colaboración dedicada en aquellas cuestiones que contribuyan a la mejora del medio televisivo.

¹⁷⁸ Bibliografía del curso de verano “Responsabilidad ética y social de los medios de comunicación en España e Iberoamérica”. Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana de Santa María de la Rábida. Agosto 1998. Biblioteca de la Universidad.

11.- Esfuerzo decidido por la consolidación y el desarrollo de una auténtica industria audiovisual y de la multimedia en el mercado de habla hispana.

Sin embargo, si analizamos la programación de Antena 3,¹⁷⁹ podremos ver que la especial atención que se le brinda al público infantil incluye, entre otros factores, el anuncio de películas, programas y productos propios para adultos, además de incluir en su programación dibujos animados como “Goku. Bola de dragón”, “Sissi” y “Los Simpson”, que, independientemente de la fascinación que ejercen en los niños, fomentan valores sexistas y de supervivencia basados en la violencia y la individualidad. Además, con relación al punto 5, que plantea fomentar la producción propia, en los espacios dedicados a los niños la mayoría de los dibujos, series o películas de televisión son extranjeras, sobresaliendo las estadounidenses y japonesa.

Los canales autonómicos también cuentan con dichos códigos, el de Canal Sur,¹⁸⁰ por ejemplo, se llama Ético. En el preámbulo al mismo se definen sus móviles:

“ (...) conscientes de la importancia del medio televisivo como vehículo de comunicación y vertebración social (...) en el afán de hacer de los siguientes principios la base de nuestra actuación profesional (...) en una televisión libre, plural, creativa y moderna, orientada a formar, informar, divertir y educar”.

Los objetivos son los siguientes:

1.- Defensa de los derechos humanos: la paz, la democracia, la armonía y la solidaridad entre los pueblos.

2.- Lealtad a los más altos principios éticos antes que lealtad a las personas, partidos o instituciones privadas o del gobierno.

3.- Protección del medio ambiente, los valores positivos de las personas, las tradiciones, el folklore y todas las demás facetas del rico espectro cultural de Andalucía.

4.- Respeto a las minorías y protección de la infancia y la juventud.

5.- Condena de la discriminación que supone conceder favores o privilegios, pagados o no.

6.- Renuncia a realizar promesas privadas y aceptar invitaciones, regalos, prebendas o beneficios que puedan suponer compromisos para Canal Sur Televisión.

7.- Incompatibilidad de cualquier vínculo comercial con la RTVA y sus sociedades filiales.

8.- Renuncia a aprovechar, en provecho propio, informaciones obtenidas en el desarrollo del trabajo.

¹⁷⁹ Ver Capítulo II: Análisis de Programas.

¹⁸⁰ Código Ético de Canal Sur. Entregado como parte de la bibliografía del Curso de Verano “Responsabilidad Ética y Social de los Medios de Comunicación en España e Iberoamérica”. Universidad Internacional de Andalucía. Sede Iberoamericana Santa María de la Rábida. Agosto, 1998. Biblioteca de la Universidad.

9.- *Deber de confidencialidad en los asuntos internos de Canal Sur Televisión y respeto al secreto profesional.*

10.- *Obligación de denunciar cualquier tipo de corrupción en el mismo momento que se descubra.*

Firmado el 4 de enero de 1995 en San Juan de Aznalfarache.

No obstante, si bien no se incumple con el punto 4, tampoco los programas incluyen a las minorías andaluzas, contando además con que en Andalucía, como en todo el Estado español, viven un gran número de gitanos, los cuales han marcado, en muchos aspectos, a la cultura andaluza; ni que decir de la cultura española en general. Los canales regionales no incluyen programas que promuevan a este sector, excepto en las noticias sobre problemas, marcados por la marginación - al margen de la automarginación que pueda existir - del mundo gitano. Otra característica es que la programación dirigida al público infantil y juvenil se valora desde un punto de vista muy general; sin entrar en especificaciones en cuanto a los contenidos o pautas para la misma.

Debido a que los canales de televisión, aún ostentando códigos para regular la programación infantil, han sido incapaces de cumplir con ellos en la mayoría de sus puntos, organizaciones como la Confederación Española de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU), han formulado demandas que, con motivo del Día Mundial de los Derechos del Consumidor, fueron trasladadas a los medios de comunicación nacionales y en especial a la televisión. Radio Televisión Española (RTVE) incorporó a sus informes las peticiones.¹⁸¹

Dichas demandas planteaban lo siguiente:

EL USUARIO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN TIENE DERECHO A:

1.- *Que los medios de comunicación respondan a su función esencial de satisfacer el derecho a la información de los ciudadanos. La información es un derecho fundamental cuya titularidad corresponde a los propios ciudadanos. La información será veraz, plural y eficaz.*

2.- *El usuario tiene derecho a acceder a través de los medios de comunicación a la educación y a la cultura. También tiene derecho a que los medios faciliten el diálogo social y sean promotores de los valores universales.*

3.- *Que se respeten los horarios anunciados de emisión de los programas. Ceaccu entiende que cualquier práctica de contraprogramación vulnera este derecho.*

¹⁸¹ Entregado como parte de la bibliografía del Curso de verano “Responsabilidad ética y social de los medios de comunicación en España e Iberoamérica. Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana Santa María de la Rábida. Agosto 1998. Biblioteca de la Universidad.

4.- *Que se deslinden clara y explícitamente los mensajes publicitarios, de cualquier naturaleza, del resto de los contenidos.*

5.- *Los niños como público particularmente protegidos por la ley, tienen derecho a que los medios de comunicación y muy en especial la televisión: respeten su intimidad, les faciliten la información necesaria para su desarrollo, y no emitan contenidos violentos accesibles para ellos.*

6.- *Más en concreto, y para garantizar el “derecho a la información de los niños” tienen derecho a que las televisiones: programen sus contenidos infantiles para satisfacer esta demanda, que los programas respondan a criterios pedagógicos y que indiquen previamente el contenido y la edad para la que están dirigidos.*

7.- *El usuario tiene derecho a que se rectifiquen aquellas informaciones que le afecten y considere erróneas.*

8.- *Para estar en igualdad de condiciones que los emisores, el usuario tiene derecho a que se le dote de instrumentos que le permitan interpretar correctamente los mensajes de los medios de comunicación. Es necesario que se fomente la capacidad crítica de los receptores y se realicen campañas educativas.*

9.- *El usuario tiene derecho a acceder y participar en los medios, en especial en los de titularidad pública.*

10.- *El usuario, a través de los grupos o asociaciones en los que se integra, tiene derecho a estar representado en los órganos de control y vigilancia y a disponer de los medios humanos y materiales que les permitan ser eficaces en el cumplimiento de sus objetivos.*

Sin embargo, en cuanto al inciso 3 no es hasta mayo de 1999, a través de la Ley de “Televisión sin fronteras”, que se lleva a cabo ésta propuesta. Dicha Ley especifica además que los canales de televisión deben deslindar, mediante carteles o símbolos, las edades para las que está destinado el programa que transmiten, fijar los horarios para la programación infantil, familiar y de adulto, así como considerar la televenta como parte de la publicidad. En cuanto a esta última característica debemos recordar que los canales de televisión tienen un porcentaje fijo de publicidad al año, con lo cual al ser considerada la televenta como publicidad, entraría dentro de este porcentaje. Por otra parte en el inciso 4 se plantea que se debe deslindar entre la publicidad y los programas, pero, excepto en Canal +, ello no se cumple. Ello sucede sobre todo cuando se pasa de un programa a publicidad, en el caso contrario se suele poner una imagen del programa que se estaba viendo y su título. Tampoco se cumple con el inciso 5 pues se siguen transmitiendo programas que presentan escenas de contenidos violentos en el horario infantil y más específicamente en programas dedicados a los niños.¹⁸² El inciso 6 también es cuestionable pues los programas jamás indican ni

¹⁸² Ejemplo de ello es la serie “Xena: la princesa guerrera”, de TVE 1 o el dibujo animado “Reena y Gaudy” y “Gárgolas” del programa Mucha Marcha de TVE 2, entre otros.

para las edades que están dirigidos ni los contenidos de los mismos, excepto cuando se trata de una película y cuando comienza un nuevo programa que se suele comentar en entrevistas o artículos de algún periódico.¹⁸³ En relación al inciso 9, y a pesar de que los ciudadanos tienen el derecho de participar y acceder a los medios de comunicación, habría que tener en cuenta que las opiniones y criterios de los mismos, no son valoraciones de especialistas en temas que quizás se estén abordando, por lo cual habría que hacer un balance entre las opiniones de los ciudadanos y las valoraciones de los especialistas, especificando, además, en cada caso. Los profesionales de la televisión, por su parte, hacen muchas veces valoraciones sobre campos que no le competen.¹⁸⁵

Por su parte, el sector periodístico aprobó el 1 de julio de 1993 en la Asamblea Parlamentaria del Consejo de Europa, un Código Europeo de Deontología del Periodismo. El mismo instaba a los medios de comunicación, en general, a que se comprometieran a observar unos principios deontológicos rigurosos que asegurasen la libertad de expresión y garantizaran a los ciudadanos su derecho fundamental a recibir información, noticias veraces y opiniones honestas,¹⁸⁶ recordando además que ni los editores ni los periodistas eran dueños de la información, sino los propios ciudadanos, considerados como tales y no como masas, por lo que la información no debía ser tratada como mercancía, sino como un derecho fundamental de los ciudadanos.¹⁸⁷

El artículo 30 del mismo puntualiza que:

“En el periodismo no se debe confundir lo conflictivo o espectacular con lo importante desde el punto de vista informativo. El periodista no mediatizará el ejercicio de su función con la finalidad principal de adquirir prestigio o influencia personal”.¹⁸⁸

En los artículos 18 y 19¹⁸⁹ se reconoce la importancia de los medios de comunicación en la información sobre la cultura y la formación de las personas, sin embargo, se reconoce que sería erróneo deducir que los medios de comunicación representan a la opinión pública o que deben

¹⁸³ “El Periódico de Aragón”. Sección: Televisión y radio. Titular: TVE suprime el programa de Leticia Sabater y renueva la oferta infantil”. Pág. 41. Miércoles, 1 de septiembre de 1999.

¹⁸⁵ Pierre Bourdieu señala que esto sucede por la noción de democracia y libertad de prensa. Op. Cit. Pp. 93 - 97.

¹⁸⁶ Cit. en Periódico de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM). “Europa estrena un Código de Ética Periodística”. Julio 1993. Artículo 36. Pág. 22.

¹⁸⁷ Artículos 15 y 16. Periódico cit. Pág. 21. Y en Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana de Santa María de la Rábida, Curso de verano: “Responsabilidad ética y social en los medios de comunicación en España e Iberoamérica”. Ponencia “Los límites éticos de la información: presupuestos y consecuencias”. Antonio Petit Caro, Director de “Vasco Press”. Agosto 1998. Biblioteca de la Universidad.

¹⁸⁸ Periódico cit. Pág. 21.

¹⁸⁹ *Ibidem*.

sustituir las funciones propias de los poderes o entes públicos, o de las instituciones de carácter educativo o cultural como la escuela.

Con respecto a los niños, en el artículo 33 se expone que:

“Teniendo en cuenta la especial influencia de los medios de comunicación, fundamentalmente la televisión, y la sensibilidad de los niños y jóvenes, se evitará la difusión de programas, mensajes o imágenes relativas a la exaltación de la violencia, el sexo y el consumo y el empleo de un lenguaje deliberadamente inadecuado”.¹⁹⁰

Por todo lo anteriormente planteado se llega, entre las diversas conclusiones, a:

C) Promover la creación de asociaciones de usuarios de los medios de comunicación y animar a las escuelas a desarrollar una enseñanza en relación con la utilización de los medios de comunicación.

*D) Adoptar una declaración sobre la ética del periodismo de acuerdo con las líneas directrices de la Resolución precedente y promover la aplicación de estos principios básicos en los estados miembros del Consejo de Europa.*¹⁹¹

Aún este Código no ha dado sus frutos.

No se pueden dejar de mencionar creaciones como la figura del Defensor del Menor,¹⁹² comités en las distintas cadenas para asesorar la programación infantil, criterios o manuales de estilos para periodistas, listas de programas no deseables y aún se ha hablado de semáforos para que niños y adultos puedan valorar el contenido de la programación e identificar la destinada exclusivamente para adultos.¹⁹³ Hasta ahora muchas de las propuestas no se han llevado a cabo y otras no se cumplen.

La forma y las condiciones en que se desarrolla y enmarca el trabajo profesional actual en los medios de comunicación, hace que cada vez sea más difícil cumplir con un código ético que respalde el trabajo periodístico, y profesional, de los medios de comunicación. La actual estructura del mercado no permite que las cadenas de televisión hagan concesiones si el resto no las hace

¹⁹⁰ Ídem. Pág. 22.

¹⁹¹ Ibidem.

¹⁹² Hasta ahora sólo presente en Madrid.

¹⁹³ Esta última propuesta fue llevada a cabo en Francia. Sin embargo, los menores sin la compañía de un adulto, obvian este “semaforo”, más aún si tenemos en cuenta que la televisión es usada muchas veces como niñera.

también. A este respecto Joan Romero ¹⁹⁴ comenta que tal vez la solución sería que la competencia empezara a hacerse con programas de calidad, es decir todas las cadenas a la alza, tratando de superarse hacia arriba y no como se ha venido haciendo hasta ahora, con programas de baja calidad. Sin embargo, la realidad es muy diferente, por lo que tal vez se debería empezar a pensar en Códigos, aún llamándose éticos, apoyados por la Ley.

4.2. TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN

Tradicionalmente, la escuela y la familia han sido los grandes lugares de conocimiento, no obstante, actualmente los medios de comunicación, y en especial la televisión, han cambiado esta premisa. Los niños acceden fácilmente a las informaciones sobre actualidad, satisfacen sus necesidades y se formulan nuevas preguntas e intereses. La televisión ejerce una gran influencia seduciendo y atrayendo al mundo infantil, no es entonces de extrañar que en sus juegos, conversaciones y comportamientos, influya ésta como medio socializador de modo activo. Sin embargo, ¿habría que aprovechar este hecho en función de la educación?

La televisión esta presente y forma parte de la vida de los pequeños. A través de ella el niño accede a la sociedad, aún antes de comenzar la escuela ¹⁹⁵ y se suele emplear dentro del seno de la familia como un modo de entretenerlo, al ser de fácil uso y acceso. Es, en general, un agente que interviene en la relación entre el niño y la familia, entre el niño y la sociedad, y como influenciador en los procesos cognoscitivos individuales. Por qué no, entonces, utilizarla como medio para analizarla y servirse de sus medios técnicos, comprendidos e integrados en las actividades educativas.

Sin embargo, muchos educadores consideran a la televisión como un medio simplemente tecnológico, negando así su notable influencia. Ésta visión negativa, dificulta la posibilidad de un análisis profundo del papel que juega la televisión en la práctica y percepción de la realidad social. Conforme a la profesora Magdalena Albero, de la Facultad de Ciencias de la Información de la

¹⁹⁴ Varios. "Televisión. Niños y Jóvenes." Artículo "¿La televisión contra la escuela?" Joan Romero González. Jornadas de Radio Televisión Valenciana (RTVV). 1994. Pág. 216.

¹⁹⁵ "... la televisión hoy acompaña a los niños a conocer el mundo mucho antes de ser capaces de pasear solos por la calle." J. Meyrowitz, "No sense of Place." Oxford, Oxford University Press. 1995. Cit. en Grupo Comunicar. Comunicar, 6, 1996. "Descubriendo la Caja Mágica... la televisión en las Aulas." Artículo de Sara Pereira, "Educar para un uso crítico de la televisión en Educación Infantil." Pp. 69 y ss.

Universidad de Barcelona,¹⁹⁶ este es el motivo por el cual todavía existe *una fuerte tendencia a considerar a la televisión como no cultura, y pensar en los contenidos televisivos únicamente como el resultado de intereses económicos.*

Acorde a los planteamientos de esta educadora, existe además la tendencia a creer que antes de aparecer la televisión, los niños tenían juegos más variados, se comunicaban mejor con sus padres o leían más a menudo. Sin embargo, esto dependió de las circunstancias de cada niño, y no es más que la justificación de un problema más profundo: la escuela no ha sabido adaptarse a los nuevos requerimientos sociales.

Manuel Alonso y Luis Matilla lo explican de este modo:

*“La escuela imparte CULTURA con mayúscula, facilita el acceso al distintivo social de la formación para entrar en el “carrusel” de la competencia y con ello termina su cometido. Sin preocuparse de la utilidad que esa pátina, efectista y respetada de diplomas y expedientes, tengan para el escolar en lo que a comprensión del mundo se refiere”.*¹⁹⁷

No se puede obviar, además, que nuestra televisión actual promueve en los espacios dedicados a la infancia una visión del mundo que por lo general no ayuda a su socialización y comprensión del entorno que le rodea, ni a la adquisición de pautas de conductas acordes a los valores sucintamente estimados como positivos, por lo que se hace necesario una labor más oportuna desde las instituciones educativas y la familia. Tampoco se puede dejar de mencionar la preocupación de muchos maestros y profesores en cuanto a este tema, pero, los recortes presupuestarios y los planes de enseñanza en España y Cuba, no contribuyen a ampliar conocimientos y a llevar a la práctica proyectos que concedan una mirada profunda al tema televisión y educación. La escuela, por tanto, está *limitada en sus miras, mecanizada en sus procedimientos y desfasada en las necesidades actuales.*¹⁹⁸

No obstante, los niños no son pasivos ante los mensajes de la televisión, ellos utilizan las construcciones de la vida social que han aprendido en su propia experiencia; por lo que se puede decir que la relación que se establece *entre el telespectador, su contexto social y el texto que interpreta, es parte de un proceso muy complejo (...) la forma en que la utilizan no está necesariamente modelada por los propios contenidos televisivos, sino por el uso y la comprensión*

¹⁹⁶ Revista Comunicar, 6, 1996. Op. Cit. “Televisión y contextos sociales en la infancia: hábitos televisivos y juego infantil. Magdalena Alberó Andrés. Pp. 130.

¹⁹⁷ Manuel Alonso y Luis Matilla. Op. Cit. Pág. 10.

¹⁹⁸ Ídem. Pág. 10.

*individual de esos contenidos.*¹⁹⁹ “Asimismo, y teniendo en cuenta que la televisión es parte de las actividades diarias de los niños, debemos incluirla en el contexto comunicativo del niño actual, evidentemente mucho más complejo del que se tenía hace cincuenta años”.²⁰⁰ Esta realidad supone un desafío para el sistema educativo y para sus responsables más directos.

Hablar de la televisión en clases puede repercutir en un modo de hacer un uso crítico de ella, teniendo en cuenta además que la escuela es el segundo lugar, después de la casa, donde los niños pasan la mayor parte del tiempo y que como su nombre indica, es una Institución Educativa.²⁰¹ Para ello es importante tener en cuenta, según la profesora Sara Pereira del Centro de Formación de Profesores y Educadores de la Universidad de Miño, Portugal, no solo el *medio audiovisual* y *el impacto de sus contenidos*, sino también *el contexto y condiciones de recepción, el medio social y cultural, los estilos de vida de las familias, las características psicológicas de los niños, así como su papel activo en la creación de significados y las alternativas disponibles que se le presentan, pues todas ellas son variables importantes que interaccionan con el medio televisivo.*²⁰² Son los maestros, luego de los familiares más cercanos y preocupados, quienes más conocimientos tienen sobre los niños, al estar pendientes de sus actividades y del desarrollo de los mismos dentro de la escuela o el entorno infantil escolar.

En este sentido la orientadora de Educación Nuria García,²⁰³ analiza las variables que influyen en la interacción alumno y medio según las funciones cognitivas predominantes en las distintas edades, y que nos parece de suma importancia para la enseñanza si se quieren comprender los aspectos del desarrollo de los niños que mediatizan su relación con la televisión.

Una de ellas sería la *atención*, función perceptiva NO pasiva y que se desarrolla a lo largo de la infancia. Este desarrollo viene determinado por la capacidad que adquiere el niño, de forma progresiva, de procesar una mayor información y seleccionar la procedente de los estímulos relevantes.

¹⁹⁹ Magdalena Albero. Op. Cit. Pág. 131.

²⁰⁰ Frank Capra. “The turning point”. New York, Simon y Shuster. 1982. Cit. en Magdalena Albero. Op. Cit. Pág. 131.

²⁰¹ “Se entiende por educación para el uso crítico de la televisión, estimular a los niños para que establezcan sus propios juicios y formulen sus propias opiniones sobre lo que ven en este medio, y el desarrollar su capacidad de proceder a una reorganización de los datos y de las informaciones que poseen de forma original y creativa, especialmente a través de la creación de sus propios productos mediáticos.” Cit. Sara Pereira. Op. Cit. Notas. Pág. 72.

²⁰² Ídem. Pág. 71.

²⁰³ Nuria García García. Op. Cit. Pp. 53 - 56.

*“El niño desarrolla su capacidad de atención selectiva durante los primeros años de su infancia y se va estabilizando durante los años de escolaridad”.*²⁰⁴

Es decir, que cada vez más el niño centra su atención de forma selectiva y consciente, aunque le sigan atrayendo las características más centrales y salientes de los estímulos.

Resulta fundamental para el mantenimiento de la atención la *percepción*, que posibilita la discriminación de los estímulos y que permite la integración progresiva de estos en una *organización coherente*,²⁰⁵ es decir, reconocer los símbolos auditivos y visuales.

Otro aspecto significativo es la sapiencia perceptiva, que viene dada por los colores intensos y vivos, las formas y figuras de los personajes - en general marcados por estereotipos y que informan del papel que estos desempeñan - y el sonido utilizado como clave de los momentos de tristeza, tensión, peligro, felicidad, alegría, etcétera. Estos elementos son los que hacen que los niños comiencen a comprender y entender el medio. Un ejemplo de ello, citado en el mismo artículo, antepone una película de animados en colores, a una en blanco y negro con personajes reales, para exponer como la mayoría de los niños prefieren la primera. Estos aspectos, señala la investigadora, actúan como indicadores de los momentos en que los niños deben prestar mayor atención para entender coherentemente la trama que están viendo.²⁰⁶

El *dominio del lenguaje* aumenta y se enriquece a partir de los seis años, lo cual hace que los mensajes televisivos adquieran mayor relevancia al poder comprenderlos mejor. Nuria García comenta al respecto diciendo que *el desarrollo de la capacidad lingüística y todos los procesos que con ella se relacionan (establecimiento de relaciones causales, inferencia de eventos a partir de menor número de indicios, esquemas y bases de conocimientos más complejas), facilitan que la atención que el medio ejerce sobre los niños se desarrolle progresivamente en torno al contenido de la información, aunque los aspectos perceptivos sigan teniendo una gran importancia.*

Se desarrolla, además, la capacidad del niño de interactuar con el medio a partir de interesarse por diferentes motivos según aumenta su conocimiento con la edad. Estos intereses son determinados por los *conocimientos previos* y los componentes *afectivos - motivacionales*. Se definen, agrupándolos, como los conocimientos que el niño adquiere, independientemente o a través de la televisión, sobre las representaciones y esquemas de las características de las personas, roles

²⁰⁴ Ídem. Pág. 53.

²⁰⁵ Ibidem.

²⁰⁶ Ibidem.

sociales, grupos o instituciones, sucesos o situaciones, etcétera, y que se ponen de manifiesto en todas las actividades cognoscitivas que el niño desarrolla cuando interactúa con la televisión.

Algunos estudios señalan, además, los conocimientos a partir de experiencias de *primera y segunda*²⁰⁷ mano. Según Gibson²⁰⁸ las experiencias de primera mano corresponden a cuando uno se hace consciente de algo, es decir, por ejemplo, cuando se conoce por propia experiencia que el fuego quema, o que pasar de un lugar oscuro a la claridad, produce una “ceguera” temporal. A este proceso el autor le llama percepción. Mientras que las experiencias de segunda mano son aquellas en las que interviene otro individuo, es decir uno es informado, enseñado, etcétera; es una percepción indirecta. Sin embargo, esta percepción indirecta producida por otro individuo, es relativamente específica de algún objeto, lugar o evento ausente. Propone entonces el término de *sustitutos* para nombrarlas y se interesa en como éstas percepciones medidas por los sustitutos, pueden llegar a corresponder con las *realidades*.

El aprendizaje, por tanto, se realiza no solo a través de experiencias directas, sino también de esas versiones de la realidad. Lo cual quiere decir que tanto la Escuela como la Televisión imparten experiencias de segunda mano o sustitutos, que enseñan a los niños ya sea sobre la realidad, el mundo en que les ha tocado vivir, etcétera. Para Gibson estos sustitutos son útiles en el proceso de aprendizaje en la medida en que reproduzcan lo más fielmente posible aquello a lo que representan. Es por ello la importancia de educar a los niños en el análisis de los mensajes televisivos de una forma crítica.

Existe una correlación entre las experiencias de primera y segunda mano, y los conocimientos previos y los componentes afectivos - motivacionales, al corresponder los conocimientos previos con las experiencias de primera mano; mientras que los componentes afectivos - motivacionales pueden ser adquiridos a través tanto de la televisión u otros factores externos, como por experiencias previas o de primera mano.

La aptitud de los maestros, por tanto, debe estar dirigida a favorecer que los alumnos contemplen y comparen los modelos y hechos televisivos como una visión más de la realidad y no como la única o la más importante.

La imagen, ya sea tanto de televisión como de prensa, despliega ante los ojos de los niños una serie de sugerencias múltiples y variadas según cada receptor. La clave de su mecanismo de penetración está entre lo que connota y lo que denota. Un ejemplo de ello se encuentra en un estudio

²⁰⁷ Varios. “Mensajes impresos para niños”. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación Para América Latina (CIESPAL). Mayo 1985. Pp. 34 - 37. Y en Giovanni Sartori. Op. Cit. Pág. 37.

²⁰⁸ Cit. en Varios “Mensajes impresos para niños”. Op. Cit. Pág. 34.

realizado por Manuel Alonso y Luis Matilla²⁰⁹ con niños entre 4 y 9 años, a quienes se les proyectó un anuncio de televisión donde aparecía la imagen de un rostro de un indio, dos cajetillas de tabaco y la marca de las mismas. Se llegó a la conclusión de que para los niños, las imágenes transmitían todo un universo, conocido a partir del estereotipo del indio planteado por la televisión. La significación de los paquetes de tabaco no se hacía hasta la edad de seis años, y la reproducción de la marca, hasta los 8 y 9 años. Sin embargo, lo más significativo consistió en que la imagen del indio abría todo un universo de posibilidades no contenidas en la imagen, pero que estaban archivadas en la memoria, dentro del conjunto de vivencias.

Por tanto las imágenes juegan un papel muy importante en cuanto a la capacidad de sugerir más allá de sus significados concretos.

La respuesta de los educadores, y sobre todo de la familia, no puede ser obviar la televisión o prohibirle al niño ver determinados programas, ya que esto no impide apartarlos de ellos si en el medio social en que se desenvuelven, es decir, a través de otros niños u otras familias, acceden a los comentarios y tramas de la programación. Además de que la indiferencia, la coacción o la represión no son medios por los cuales se llegue a conclusiones positivas ni educativas.

Por consiguiente, sería beneficioso para los educadores ampliar sus conocimientos en cuanto al medio televisivo. La televisión debe ser desmistificada y para ello es necesario conocerla, interpretarla, analizarla y también, de ser posible, producirla. Analizar los contenidos profundamente dentro del aula puede ser el primer paso hacia una lectura crítica de la imagen, adaptándose a la cultura de cada sociedad. Comprender el medio con sus aspectos técnicos para dominarlo y poder defenderse del impacto de los mensajes. A ello se han dedicado numerosos estudios,²¹⁰ que tristemente y en su mayoría, no han sido posibles llevar a la práctica por las condiciones en que se desarrolla la labor educativa actual. Aunque hay que destacar que en asignaturas como Conocimientos del Medio algunos maestros utilizan a la televisión para recordar un país, un animal o personaje histórico o ilustre, esto no es suficiente.²¹¹ Los planes educativos, al menos en España y Cuba, no incorporan materias que ayuden a los niños para que puedan hacer una lectura crítica de la imagen, por lo que los profesores, aún los interesados, no les queda tiempo real

²⁰⁹ Manuel Alonso y Luis Matilla. Op. Cit. Pág. 83.

²¹⁰ Manuel Alonso y Luis Matilla. Op. Cit. 1980. Varios, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación Para América Latina. Op. Cit. 1985. Ministerio de Asuntos Sociales, Instituto de la Mujer y Ministerio de Educación y Ciencia. Op. Cit. 1993. José Manuel Pérez Tomero. Op. Cit. 1994. Jornadas de estudio en Radio Televisión Valenciana. 1993, 1994, 1996. Revista Comunicar, del Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación. 1993 a 1998. Entre otros.

²¹¹ Ver “Capítulo III: Trabajos Exploratorios”.

de llevar a cabo estos planes, que por demás necesitan de análisis y conocimientos que los maestros y profesores no tienen ni se ven incentivados, por parte de sus respectivos ministerios, a adquirir.

Uno de los estudios antes mencionados fue elaborado en forma de proyecto por el Ministerio de Asuntos Sociales, el Instituto de la Mujer y el Ministerio de Educación y Ciencia de España. El mismo, se editó en 1993 mediante dos libros y varios vídeos. Su tema principal recaía en propuestas didácticas para alumnos y profesores mediante juegos, y en la creación de juguetes y anuncios publicitarios (en forma de “story board” o grabándolos directamente de ser posible), todo ello dentro y fuera del aula. Por medio de esta idea se podía analizar profundamente la forma en que los anuncios publicitarios para niños, en televisión, manipulaban al telespectador, haciendo que los propios niños investigaran de forma divertida, pero agudamente, los mensajes transmitidos. Una de las utilidades que podía tener era que informaba a los niños sobre sus derechos, las leyes que los protegen, o a dónde y a quién dirigirse para plantear sus dudas, opiniones o críticas sobre la televisión, y más específicamente, sobre la publicidad de juguetes. Les enseñaba, además, nuevos juegos, que aún siendo conocidos por generaciones anteriores, se han ido perdiendo con el tiempo.

En cuanto a los profesores, les hacía adquirir una consciencia real sobre la significación de la televisión, proponiendo diferentes juegos a ser realizados en las aulas a partir de los vídeos, que por demás, permitían no solo ver la publicidad, sino aprender a leerla. En general, el trabajo se proponía ser *un material de reflexión y crítica sobre aspectos esenciales del juego, del juguete y la publicidad, además de favorecer una acción positiva que modificara los estereotipos y actitudes sexistas presentes en el juego y en la publicidad de juguetes.*²¹²

Pese a que el Ministerio de Educación y Ciencia participara en el proyecto, los planes de estudios siguieron siendo los mismos y el proyecto no se llevo a cabo, ni mucho menos, a nivel nacional, además de reajustes en los planes presupuestarios de la Educación. Lo más que se llegó a proponer fue para posibilitar los Temas Transversales del Currículo (pág. 15 de Propuesta didáctica para el profesorado). Sin embargo, contando con el gran período de tiempo que los maestros pasan en la escuela y el que luego dedican en sus casas a la elaboración de las clase y planes de las mismas, es casi imposible que les reste tiempo para más. Si contamos, además, que en el caso de las mujeres, son quienes generalmente se ocupan de la casa, la familia y los hijos.

Cabe señalar, por otra parte, que la Comunidad Autónoma que más niños en edad escolar tiene España es Andalucía. No obstante, según un estudio transmitido por Antena 3 Televisión en el programa “Noticias de Andalucía” (Día 18 de octubre de 1999, 13:49 horas), esta Comunidad es la

²¹² María José Lorenzo y Carmen Pino Villalba. Op. Cit. Pág. 15.

que menos dinero dedica a la educación, 198.000 pesetas por alumno, frente a un 200.000 pesetas que dedica Canarias y un 250.000 pesetas de Asturias.

Al margen de esta situación, los padres tienen también gran responsabilidad en cuanto a los contenidos que sus hijos vean. La televisión no debe verse solo cuando no hay nada mejor que hacer, sino cuando realmente el programa lo merezca. Las actividades del tiempo libre o de ocio no deben llenarse solo con la televisión si no buscar alternativas para los niños. Conviene además que los padres vean los programas que a sus hijos más le gustan, y de ésta forma participar dando sus opiniones y expresando sus criterios de forma analítica; por lo menos, y en el caso de que no pueda ser posible, conocer los programas que los niños observan.

En este sentido nos parece meritorio el trabajo que llevan acabo Colegios Públicos como el Comarca San Miguel en Molina de Segura, Murcia, y el Francisco de Goya en Calatayud, Zaragoza. Estos colegios, bajo iniciativa de sus directores y maestros, llevan acabo un gran trabajo en cuanto a la labor que deben desempeñar los padres y maestros en relación a la televisión, tratando de que los niños adquieran una visión crítica en cuanto a los contenidos de la programación, pero sin dejar de utilizarla como medio socializador y de aprendizaje. Así el colegio San Miguel tiene una emisora de radio escolar, un cámara de vídeo y una pequeña sala de edición de televisión, ubicada en el recinto perteneciente a la dirección, además de preocuparse por realizar encuestas, trabajos exploratorios en relación a la influencia de los medios de comunicación, las nuevas tecnologías en los niños y la familia y llevar a cabo la propuesta educativa “Decide tus juegos”, que hemos comentado párrafos más arriba. Por su parte el colegio Francisco de Goya entrega como parte del material escolar de los niños de preescolar, libros que informan y ayudan a reflexionar y capacitar a los padres y maestros en una visión más crítica sobre la programación de televisión, lo cual influye en el comportamiento de estos en la educación de los niños. Asimismo les instruye sobre diferentes temas relacionados con las nuevas tecnologías, los juegos, los libros, etcétera. Este proyecto educativo es llevado a cabo por la editorial Luis Vives y forma parte de los materiales curriculares del Proyecto editorial Edelvives de Zaragoza.²¹³ Este colegio tiene además las puertas de su biblioteca abierta a todos los padres de sus alumnos.

Aunque los trabajos en el sentido de la educación y la televisión que se han realizado hasta ahora son bastante amplios, abarcan áreas muy pequeñas del territorio nacional español, por lo que haría falta una reestructuración inmediata en la enseñanza, que ayude tanto a los maestros como a los padres en este quehacer que debe integrar a toda la sociedad.

²¹³ Guía de padres. Infantil Edelvives. “Mi hijo”. Editorial Luis Vives. Zaragoza, España, 1998.

CAPÍTULO V

5. EPÍLOGO

Existen en Iberoamérica instituciones educativas que impulsan y promueven la difusión y producción de materiales educativos. Una de estas instituciones es la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI), que funciona a través del Ministerio de Educación y Ciencia de España y que, además de impulsar la producción y difusión de materiales educativos, fomenta la cooperación entre nuestros países. Dicha Asociación constituye en estos momentos la mayor red educativa institucional del mundo, integrando a más de 300 entidades de reconocido prestigio de la Comunidad Iberoamericana.²¹⁴

A pesar de que España ha sido el país que mayor interés ha manifestado al respecto, sólo un mínimo de los programas son divulgados por las televisiones públicas. No obstante, TVE cuenta con un proyecto con el Ministerio de Educación y Ciencia: *La Aventura del Saber*.²¹⁵ Pero nos parece insuficiente que sólo cuente con este espacio dedicado a la educación. Consideramos que las televisiones públicas deben ser las que mayor interés muestren en este sentido y no se enfrasquen en una lucha desmedida por la audiencia con las televisiones privadas. Sería conveniente, por el contrario, el fomento de producciones propias en programas de consumo infantil - sobre todo, dibujos animados - del estilo de *Los inventores*, *El cuerpo humano* o *Esquimales en el Caribe*, así como series y espacios del tipo de *Barrio Sésamo*.

Si en esta era de la televisión terrestre no se han producido avances satisfactorios en este sentido, sería esperanzador pensar que, con las plataformas digitales, las televisiones públicas puedan encauzar su programación en pro de una labor más encaminada a la educación - tanto del público infantil como del adolescente y adulto - en vez de continuar en las pugnas por el mercado, dando una posibilidad de elección que hoy en día no se encuentra en ninguno de los canales abiertos.

Por otra parte, aún cuando el Ministerio de Educación y Ciencia lleve a cabo diversos proyectos, a nivel de escuelas no se concreta ninguno realmente efectivo, lo que da que pensar que la educación en España necesita de nuevos cambios que ayuden a capacitar - tanto a los alumnos, como a los maestros y padres - con una visión más crítica sobre los contenidos televisivos. Es una cuestión de lógica: educar en una visión crítica de la imagen no significa sólo enseñar a los alumnos,

²¹⁴ Para mayor información remitirse a <http://roble.pntic.mec.es/atei/infgen.htm>

²¹⁵ Para mayor información remitirse a <http://www.rtve.es/tve/program/avsaber/asaber.htm>

sino también instruir a sus docentes y familiares, pues la escuela y el entorno familiar son los eslabones más importantes en la educación, con vistas a futuro, de los más pequeños de la casa.

No puede ser que la solución esté en apagar el televisor. La televisión es un medio sumamente importante, sirve de socializador e intermediario entre el mundo que el niño no conoce y el suyo propio, entre la realidad y la fantasía. No obstante, no puede suplir la dedicación que necesita de sus padres y de la sociedad en general. Es por ello que nos sumamos a las recomendaciones de los participantes en la Segunda Reunión Internacional sobre Biología y Sociología de la Violencia, celebrada en Valencia entre el 3 y el 4 de noviembre de 1997.²¹⁶ Debería existir una campaña de sensibilización en torno a la violencia, pues la sociedad no puede vivir al margen de este problema. Si los medios de comunicación no quieren ser conscientes, es exigible a figuras como el Defensor del Menor²¹⁷ el cumplimiento efectivo de su papel vigilante respecto a la programación televisiva, así como la promoción de representaciones de este tipo en todas las comunidades españolas.

Igualmente, no consideramos descabellado el que se exija, a través de las asociaciones de Padres de Alumnos, de organizaciones como la CEACCU u otras instituciones, que se respeten los horarios establecidos para la programación infantil y que los programas que se transmitan no sean sólo de calidad, sino también que fomenten valores humanos y democráticos. Del mismo modo, es conveniente que reclamemos el cumplimiento de los códigos éticos y de conducta de las diferentes cadenas de televisión - códigos, por otra parte, tan manidos en la teoría como ignorados en su aplicación - así como el que se pongan en funcionamiento los Entes Públicos de los diferentes canales autonómicos, los Derechos de los Usuarios de los Medios de Comunicación - planteados por la CEACCU y recogidos por TVE -, el Código Europeo de Deontología del Periodismo, el Código de Ética Publicitaria del Consejo Ejecutivo de la Cámara de Comercio, la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, los Estatuto de la Radio y la Televisión recogidos en sus disposiciones estatales, la Directiva 89/552 de la Comunidad Europea y los Derechos del Niño planteados en la Convención Internacional de los Derechos del Niño de la Organización de Naciones Unidas.²¹⁸

Sólo así, tal vez, lograremos que los niños del mañana sean mejores seres humanos, más solidarios y tolerantes, más conscientes de la sociedad y el tiempo en que les ha tocado vivir. Y si todo ello es calificado como onírico,... benditos sean los soñadores.

²¹⁶ Ver Capítulo IV: Códigos Deontológicos. Pp. 115 - 117.

²¹⁷ Hasta ahora ésta figura sólo existe en Madrid.

²¹⁸ Idem nota al pie 125. Pp. 94 y ss.

DERECHOS DEL NIÑO

Declaración de los Derechos del Niño

Proclamada por la Asamblea General de la O.N.U. en su resolución 1386 (XIV), de 20 de noviembre de 1959.

PREAMBULO

Considerando que los pueblos de las Naciones Unidas han reafirmado en la Carta su fe en los derechos fundamentales del hombre y en la dignidad y el valor de la persona humana, y su determinación de promover el progreso social y elevar el nivel de vida dentro de un concepto más amplio de la libertad,

Considerando que las Naciones Unidas han proclamado en la Declaración Universal de Derechos Humanos que toda persona tiene todos los derechos y libertades enunciados en ella, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, opinión política o de cualquiera otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición,

Considerando que el niño, por su falta de madurez física y mental, necesita protección y cuidado especiales, incluso la debida protección legal, tanto antes como después del nacimiento,

Considerando que la necesidad de esa protección especial ha sido enunciada en la Declaración de Ginebra de 1924 sobre los Derechos del Niño y reconocida en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los convenios constitutivos de los organismos especializados y de las organizaciones internacionales que se interesan en el bienestar del niño,

Considerando que la humanidad debe al niño lo mejor que puede darle, La Asamblea General,

Proclama la presente Declaración de los Derechos del Niño a fin de que éste pueda tener una infancia feliz y gozar, en su propio bien y en bien de la sociedad, de los derechos y libertades que en ella se enuncian e insta a los padres, a los hombres y mujeres individualmente y a las organizaciones particulares, autoridades locales y gobiernos nacionales a que reconozcan esos derechos y luchan por su observancia con medidas legislativas y de otra índole adoptadas progresivamente en conformidad con los siguientes principios:

Principio 1

El niño disfrutará de todos los derechos enunciados en esta Declaración. Estos derechos serán reconocidos a todos los niños sin excepción alguna ni distinción o discriminación por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, opiniones políticas o de otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento u otra condición, ya sea del propio niño o de su familia.

Principio 2

El niño gozará de una protección especial y dispondrá de oportunidades y servicios, dispensado todo ello por la ley y por otros medios, para que pueda desarrollarse física, mental, moral, espiritual y socialmente en forma saludable y normal, así como en condiciones de libertad y dignidad. Al promulgar leyes con este fin, la consideración fundamental a que se atenderá será el interés superior del niño.

Principio 3

El niño tiene derecho desde su nacimiento a un nombre y a una nacionalidad.

Principio 4

El niño debe gozar de los beneficios de la seguridad social. Tendrá derecho a crecer y desarrollarse en buena salud; con este fin deberán proporcionarse, tanto a él como a su madre, cuidados especiales, incluso atención prenatal y postnatal.

El niño tendrá derecho a disfrutar de alimentación, vivienda, recreo y servicios médicos adecuados.

Principio 5

El niño física o mentalmente impedido o que sufra algún impedimento social debe recibir el tratamiento, la educación y el cuidado especiales que requiere su caso particular.

Principio 6

El niño, para el pleno y armonioso desarrollo de su personalidad, necesita amor y comprensión. Siempre que sea posible, deberá crecer al amparo y bajo la responsabilidad de sus padres y, en todo caso, en un ambiente de afecto y de seguridad moral y material; salvo circunstancias excepcionales, no deberá separarse al niño de corta edad de su madre. La sociedad y las autoridades públicas tendrán la obligación de cuidar especialmente a los niños sin familia o que carezcan de medios adecuados de subsistencia. Para el mantenimiento de los hijos de familias numerosas conviene conceder subsidios estatales o de otra índole.

Principio 7

El niño tiene derecho a recibir educación, que será gratuita y obligatoria por lo menos en las etapas elementales. Se le dará una educación que favorezca su cultura general y le permita, en condiciones de igualdad de oportunidades, desarrollar sus aptitudes y su juicio individual, su sentido de responsabilidad moral y social, y llegar a ser un miembro útil de la sociedad.

El interés superior del niño debe ser el principio rector de quienes tienen la responsabilidad de su educación y orientación; dicha responsabilidad incumbe, en primer término, a sus padres.

El niño debe disfrutar plenamente de juegos y recreaciones, los cuales deben estar orientados hacia los fines perseguidos por la educación; la sociedad y las autoridades públicas se esforzarán por promover el goce de este derecho.

Principio 8

El niño debe, en todas las circunstancias, figurar entre los primeros que reciban protección y socorro.

Principio 9

El niño debe ser protegido contra toda forma de abandono, crueldad y explotación. No será objeto de ningún tipo de trata.

No deberá permitirse al niño trabajar antes de una edad mínima adecuada; en ningún caso se le dedicará ni se le permitirá que se dedique a ocupación o empleo alguno que pueda perjudicar su salud o su educación o impedir su desarrollo físico, mental o moral.

Principio 10

El niño debe ser protegido contra las prácticas que puedan fomentar la discriminación racial, religiosa o de cualquier otra índole. Debe ser educado en un espíritu de comprensión, tolerancia, amistad entre los pueblos, paz y fraternidad universal, y con plena conciencia de que debe consagrar sus energías y aptitudes al servicio de sus semejantes.

**Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos
Ginebra, Suiza**

CONVENCIÓN SOBRE LOS DERECHOS DEL NIÑO

Adoptada y abierta a la firma y ratificación por la Asamblea General en su resolución 44/25, de 20 de noviembre de 1989

Entrada en vigor: 2 de septiembre de 1990, de conformidad con el artículo 49

Preámbulo

Los Estados Partes en la presente Convención,

Considerando que, de conformidad con los principios proclamados en la Carta de las Naciones Unidas, la libertad, la justicia y la paz en el mundo se basan en el reconocimiento de la dignidad intrínseca y de los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia humana,

Teniendo presente que los pueblos de las Naciones Unidas han reafirmado en la Carta su fe en los derechos fundamentales del hombre y en la dignidad y el valor de la persona humana, y que han decidido promover el progreso social y elevar el nivel de vida dentro de un concepto más amplio de la libertad,

Reconociendo que las Naciones Unidas han proclamado y acordado en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en los pactos internacionales de derechos humanos, que toda persona tiene todos los derechos y libertades enunciados en ellos, sin distinción alguna, por motivos de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición,

Recordando que en la Declaración Universal de Derechos Humanos las Naciones Unidas proclamaron que la infancia tiene derecho a cuidados y asistencia especiales,

Convencidos de que la familia, como grupo fundamental de la sociedad y medio natural para el crecimiento y el bienestar de todos sus miembros, y en particular de los niños, debe recibir la protección y asistencia necesarias para poder asumir plenamente sus responsabilidades dentro de la comunidad,

Reconociendo que el niño, para el pleno y armonioso desarrollo de su personalidad, debe crecer en el seno de la familia, en un ambiente de felicidad, amor y comprensión,

Considerando que el niño debe estar plenamente preparado para una vida independiente en sociedad y ser educado en el espíritu de los ideales proclamados en la Carta de las Naciones Unidas y, en particular, en un espíritu de paz, dignidad, tolerancia, libertad, igualdad y solidaridad,

Teniendo presente que la necesidad de proporcionar al niño una protección especial ha sido enunciada en la Declaración de Ginebra de 1924 sobre los Derechos del Niño y en la Declaración de los Derechos del Niño adoptada por la Asamblea General el 20 de noviembre de 1959, y reconocida en la Declaración Universal de Derechos Humanos, en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (en particular, en los artículos 23 y 24), en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (en particular, en el artículo 10) y en los estatutos e instrumentos pertinentes de los organismos especializados y de las organizaciones internacionales que se interesan en el bienestar del niño,

Teniendo presente que, como se indica en la Declaración de los Derechos del Niño, "el niño, por su falta de madurez física y mental, necesita protección y cuidado especiales, incluso la debida protección legal, tanto antes como después del nacimiento",

Recordando lo dispuesto en la Declaración sobre los principios sociales y jurídicos relativos a la protección y el bienestar de los niños, con particular referencia a la adopción y la colocación en hogares de guarda, en los planos nacional e internacional; las Reglas mínimas de las Naciones Unidas para la administración de la justicia de menores (Reglas de Beijing); y la Declaración sobre la protección de la mujer y el niño en estados de emergencia o de conflicto armado,

Reconociendo que en todos los países del mundo hay niños que viven en condiciones excepcionalmente difíciles y que esos niños necesitan especial consideración,

Teniendo debidamente en cuenta la importancia de las tradiciones y los valores culturales de cada pueblo para la protección y el desarrollo armonioso del niño,

Reconociendo la importancia de la cooperación internacional para el mejoramiento de las condiciones de vida de los niños en todos los países, en particular en los países en desarrollo,

Han convenido en lo siguiente:

PARTE I

Artículo 1

Para los efectos de la presente Convención, se entiende por niño todo ser humano menor de dieciocho años de edad, salvo que, en virtud de la ley que le sea aplicable, haya alcanzado antes la mayoría de edad.

Artículo 2

1. Los Estados Partes respetarán los derechos enunciados en la presente Convención y asegurarán su aplicación a cada niño sujeto a su jurisdicción, sin distinción alguna, independientemente de la raza, el color, el sexo, el idioma, la religión, la opinión política o de otra índole, el origen nacional, étnico o social, la posición económica, los impedimentos físicos, el nacimiento o cualquier otra condición del niño, de sus padres o de sus representantes legales.

2. Los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para garantizar que el niño se vea protegido contra toda forma de discriminación o castigo por causa de la condición, las actividades, las opiniones expresadas o las creencias de sus padres, o sus tutores o de sus familiares.

Artículo 3

1. En todas las medidas concernientes a los niños que tomen las instituciones públicas o privadas de bienestar social, los tribunales, las autoridades administrativas o los órganos legislativos, una consideración primordial a que se atenderá será el interés superior del niño.

2. Los Estados Partes se comprometen a asegurar al niño la protección y el cuidado que sean necesarios para su bienestar, teniendo en cuenta los derechos y deberes de sus padres, tutores u otras personas responsables de él ante la ley y, con ese fin, tomarán todas las medidas legislativas y administrativas adecuadas.

3. Los Estados Partes se asegurarán de que las instituciones, servicios y establecimientos encargados del cuidado o la protección de los niños cumplan las normas establecidas por las

autoridades competentes, especialmente en materia de seguridad, sanidad, número y competencia de su personal, así como en relación con la existencia de una supervisión adecuada.

Artículo 4

Los Estados Partes adoptarán todas las medidas administrativas, legislativas y de otra índole para dar efectividad a los derechos reconocidos en la presente Convención. En lo que respecta a los derechos económicos, sociales y culturales, los Estados Partes adoptarán esas medidas hasta el máximo de los recursos de que dispongan y, cuando sea necesario, dentro del marco de la cooperación internacional.

Artículo 5

Los Estados Partes respetarán las responsabilidades, los derechos y los deberes de los padres o, en su caso, de los miembros de la familia ampliada o de la comunidad, según establezca la costumbre local, de los tutores u otras personas encargadas legalmente del niño de impartirle, en consonancia con la evolución de sus facultades, dirección y orientación apropiadas para que el niño ejerza los derechos reconocidos en la presente Convención.

Artículo 6

1. Los Estados Partes reconocen que todo niño tiene el derecho intrínseco a la vida.
2. Los Estados Partes garantizarán en la máxima medida posible la supervivencia y el desarrollo del niño.

Artículo 7

1. El niño será inscripto inmediatamente después de su nacimiento y tendrá derecho desde que nace a un nombre, a adquirir una nacionalidad y, en la medida de lo posible, a conocer a sus padres y a ser cuidado por ellos.
2. Los Estados Partes velarán por la aplicación de estos derechos de conformidad con su legislación nacional y las obligaciones que hayan contraído en virtud de los instrumentos internacionales pertinentes en esta esfera, sobre todo cuando el niño resultara de otro modo apátrida.

Artículo 8

1. Los Estados Partes se comprometen a respetar el derecho del niño a preservar su identidad, incluidos la nacionalidad, el nombre y las relaciones familiares de conformidad con la ley sin injerencias ilícitas.
2. Cuando un niño sea privado ilegalmente de algunos de los elementos de su identidad o de todos ellos, los Estados Partes deberán prestar la asistencia y protección apropiadas con miras a restablecer rápidamente su identidad.

Artículo 9

1. Los Estados Partes velarán por que el niño no sea separado de sus padres contra la voluntad de éstos, excepto cuando, a reserva de revisión judicial, las autoridades competentes determinen, de conformidad con la ley y los procedimientos aplicables, que tal separación es necesaria en el interés superior del niño. Tal determinación puede ser necesaria en casos particulares, por ejemplo, en los casos en que el niño sea objeto de maltrato o descuido por parte de sus padres o cuando éstos viven separados y debe adoptarse una decisión acerca del lugar de residencia del niño.

2. En cualquier procedimiento entablado de conformidad con el párrafo 1 del presente artículo, se ofrecerá a todas las partes interesadas la oportunidad de participar en él y de dar a conocer sus opiniones.

3. Los Estados Partes respetarán el derecho del niño que esté separado de uno o de ambos padres a mantener relaciones personales y contacto directo con ambos padres de modo regular, salvo si ello es contrario al interés superior del niño.

4. Cuando esa separación sea resultado de una medida adoptada por un Estado Parte, como la detención, el encarcelamiento, el exilio, la deportación o la muerte (incluido el fallecimiento debido a cualquier causa mientras la persona esté bajo la custodia del Estado) de uno de los padres del niño, o de ambos, o del niño, el Estado Parte proporcionará, cuando se le pida, a los padres, al niño o, si procede, a otro familiar, información básica acerca del paradero del familiar o familiares ausentes, a no ser que ello resultase perjudicial para el bienestar del niño. Los Estados Partes se cerciorarán, además, de que la presentación de tal petición no entrañe por sí misma consecuencias desfavorables para la persona o personas interesadas.

Artículo 10

1. De conformidad con la obligación que incumbe a los Estados Partes a tenor de lo dispuesto en el párrafo 1 del artículo 9, toda solicitud hecha por un niño o por sus padres para entrar en un Estado Parte o para salir de él a los efectos de la reunión de la familia será atendida por los Estados Partes de manera positiva, humanitaria y expeditiva. Los Estados Partes garantizarán, además, que la presentación de tal petición no traerá consecuencias desfavorables para los peticionarios ni para sus familiares.

2. El niño cuyos padres residan en Estados diferentes tendrá derecho a mantener periódicamente, salvo en circunstancias excepcionales, relaciones personales y contactos directos con ambos padres. Con tal fin, y de conformidad con la obligación asumida por los Estados Partes en virtud del párrafo 1 del artículo 9, los Estados Partes respetarán el derecho del niño y de sus padres a salir de cualquier país, incluido el propio, y de entrar en su propio país.

El derecho de salir de cualquier país estará sujeto solamente a las restricciones estipuladas por ley y que sean necesarias para proteger la seguridad nacional, el orden público, la salud o la moral públicas o los derechos y libertades de otras personas y que estén en consonancia con los demás derechos reconocidos por la presente Convención.

Artículo 11

1. Los Estados Partes adoptarán medidas para luchar contra los traslados ilícitos de niños al extranjero y la retención ilícita de niños en el extranjero.

2. Para este fin, los Estados Partes promoverán la concertación de acuerdos bilaterales o multilaterales o la adhesión a acuerdos existentes.

Artículo 12

1. Los Estados Partes garantizarán al niño que esté en condiciones de formarse un juicio propio el derecho de expresar su opinión libremente en todos los asuntos que afectan al niño, teniéndose debidamente en cuenta las opiniones del niño, en función de la edad y madurez del niño.

2. Con tal fin, se dará en particular al niño oportunidad de ser escuchado, en todo procedimiento judicial o administrativo que afecte al niño, ya sea directamente o por medio de un representante o de un órgano apropiado, en consonancia con las normas de procedimiento de la ley nacional.

Artículo 13

1. El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño.

2. El ejercicio de tal derecho podrá estar sujeto a ciertas restricciones, que serán únicamente las que la ley prevea y sean necesarias:

a) Para el respeto de los derechos o la reputación de los demás; o

b) Para la protección de la seguridad nacional o el orden público o para proteger la salud o la moral públicas.

Artículo 14

1. Los Estados Partes respetarán el derecho del niño a la libertad de pensamiento, de conciencia y de religión.

2. Los Estados Partes respetarán los derechos y deberes de los padres y, en su caso, de los representantes legales, de guiar al niño en el ejercicio de su derecho de modo conforme a la evolución de sus facultades.

3. La libertad de profesar la propia religión o las propias creencias estará sujeta únicamente a las limitaciones prescritas por la ley que sean necesarias para proteger la seguridad, el orden, la moral o la salud públicos o los derechos y libertades fundamentales de los demás.

Artículo 15

1. Los Estados Partes reconocen los derechos del niño a la libertad de asociación y a la libertad de celebrar reuniones pacíficas.

2. No se impondrán restricciones al ejercicio de estos derechos distintas de las establecidas de conformidad con la ley y que sean necesarias en una sociedad democrática, en interés de la seguridad nacional o pública, el orden público, la protección de la salud y la moral públicas o la protección de los derechos y libertades de los demás.

Artículo 16

1. Ningún niño será objeto de injerencias arbitrarias o ilegales en su vida privada, su familia, su domicilio o su correspondencia ni de ataques ilegales a su honra y a su reputación.

2. El niño tiene derecho a la protección de la ley contra esas injerencias o ataques.

Artículo 17

Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto, los Estados Partes:

a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del artículo 29;

b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales;

c) Alentarán la producción y difusión de libros para niños;

d) Alentarán a los medios de comunicación a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño perteneciente a un grupo minoritario o que sea indígena;

e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar, teniendo en cuenta las disposiciones de los artículos 13 y 18.

Artículo 18

1. Los Estados Partes pondrán el máximo empeño en garantizar el reconocimiento del principio de que ambos padres tienen obligaciones comunes en lo que respecta a la crianza y el desarrollo del niño. Incumbirá a los padres o, en su caso, a los representantes legales la responsabilidad primordial de la crianza y el desarrollo del niño. Su preocupación fundamental será el interés superior del niño.

2. A los efectos de garantizar y promover los derechos enunciados en la presente Convención, los Estados Partes prestarán la asistencia apropiada a los padres y a los representantes legales para el desempeño de sus funciones en lo que respecta a la crianza del niño y velarán por la creación de instituciones, instalaciones y servicios para el cuidado de los niños.

3. Los Estados Partes adoptarán todas las medidas apropiadas para que los niños cuyos padres trabajan tengan derecho a beneficiarse de los servicios e instalaciones de guarda de niños para los que reúnan las condiciones requeridas.

Artículo 19

1. Los Estados Partes adoptarán todas las medidas legislativas, administrativas, sociales y educativas apropiadas para proteger al niño contra toda forma de perjuicio o abuso físico o mental, descuido o trato negligente, malos tratos o explotación, incluido el abuso sexual, mientras el niño se encuentre bajo la custodia de los padres, de un representante legal o de cualquier otra persona que lo tenga a su cargo.

2. Esas medidas de protección deberían comprender, según corresponda, procedimientos eficaces para el establecimiento de programas sociales con objeto de proporcionar la asistencia necesaria al niño y a quienes cuidan de él, así como para otras formas de prevención y para la identificación, notificación, remisión a una institución, investigación, tratamiento y observación ulterior de los casos antes descritos de malos tratos al niño y, según corresponda, la intervención judicial.

Artículo 20

1. Los niños temporal o permanentemente privados de su medio familiar, o cuyo superior interés exija que no permanezcan en ese medio, tendrán derecho a la protección y asistencia especiales del Estado.

2. Los Estados Partes garantizarán, de conformidad con sus leyes nacionales, otros tipos de cuidado para esos niños.

3. Entre esos cuidados figurarán, entre otras cosas, la colocación en hogares de guarda, la kafala del derecho islámico, la adopción o de ser necesario, la colocación en instituciones adecuadas de protección de menores. Al considerar las soluciones, se prestará particular atención a la

conveniencia de que haya continuidad en la educación del niño y a su origen étnico, religioso, cultural y lingüístico.

Artículo 21

Los Estados Partes que reconocen o permiten el sistema de adopción cuidarán de que el interés superior del niño sea la consideración primordial y:

a) Velarán por que la adopción del niño sólo sea autorizada por las autoridades competentes, las que determinarán, con arreglo a las leyes y a los procedimientos aplicables y sobre la base de toda la información pertinente y fidedigna, que la adopción es admisible en vista de la situación jurídica del niño en relación con sus padres, parientes y representantes legales y que, cuando así se requiera, las personas interesadas hayan dado con conocimiento de causa su consentimiento a la adopción sobre la base del asesoramiento que pueda ser necesario;

b) Reconocerán que la adopción en otro país puede ser considerada como otro medio de cuidar del niño, en el caso de que éste no pueda ser colocado en un hogar de guarda o entregado a una familia adoptiva o no pueda ser atendido de manera adecuada en el país de origen;

c) Velarán por que el niño que haya de ser adoptado en otro país goce de salvaguardias y normas equivalentes a las existentes respecto de la adopción en el país de origen;

d) Adoptarán todas las medidas apropiadas para garantizar que, en el caso de adopción en otro país, la colocación no dé lugar a beneficios financieros indebidos para quienes participan en ella;

e) Promoverán, cuando corresponda, los objetivos del presente artículo mediante la concertación de arreglos o acuerdos bilaterales o multilaterales y se esforzarán, dentro de este marco, por garantizar que la colocación del niño en otro país se efectúe por medio de las autoridades u organismos competentes.

Artículo 22

1. Los Estados Partes adoptarán medidas adecuadas para lograr que el niño que trate de obtener el estatuto de refugiado o que sea considerado refugiado de conformidad con el derecho y los procedimientos internacionales o internos aplicables reciba, tanto si está solo como si está acompañado de sus padres o de cualquier otra persona, la protección y la asistencia humanitaria adecuadas para el disfrute de los derechos pertinentes enunciados en la presente Convención y en otros instrumentos internacionales de derechos humanos o de carácter humanitario en que dichos Estados sean partes.

2. A tal efecto los Estados Partes cooperarán, en la forma que estimen apropiada, en todos los esfuerzos de las Naciones Unidas y demás organizaciones intergubernamentales competentes u organizaciones no gubernamentales que cooperen con las Naciones Unidas por proteger y ayudar a todo niño refugiado y localizar a sus padres o a otros miembros de su familia, a fin de obtener la información necesaria para que se reúna con su familia. En los casos en que no se pueda localizar a ninguno de los padres o miembros de la familia, se concederá al niño la misma protección que a cualquier otro niño privado permanente o temporalmente de su medio familiar, por cualquier motivo, como se dispone en la presente Convención.

Artículo 23

1. Los Estados Partes reconocen que el niño mental o físicamente impedido deberá disfrutar de una vida plena y decente en condiciones que aseguren su dignidad, le permitan llegar a bastarse a sí mismo y faciliten la participación activa del niño en la comunidad.

2. Los Estados Partes reconocen el derecho del niño impedido a recibir cuidados especiales y alentarán y asegurarán, con sujeción a los recursos disponibles, la prestación al niño que reúna las condiciones requeridas y a los responsables de su cuidado de la asistencia que se solicite y que sea adecuada al estado del niño y a las circunstancias de sus padres o de otras personas que cuiden de él.

3. En atención a las necesidades especiales del niño impedido, la asistencia que se preste conforme al párrafo 2 del presente artículo será gratuita siempre que sea posible, habida cuenta de la situación económica de los padres o de las otras personas que cuiden del niño, y estará destinada a asegurar que el niño impedido tenga un acceso efectivo a la educación, la capacitación, los servicios sanitarios, los servicios de rehabilitación, la preparación para el empleo y las oportunidades de esparcimiento y reciba tales servicios con el objeto de que el niño logre la integración social y el desarrollo individual, incluido su desarrollo cultural y espiritual, en la máxima medida posible.

4. Los Estados Partes promoverán, con espíritu de cooperación internacional, el intercambio de información adecuada en la esfera de la atención sanitaria preventiva y del tratamiento médico, psicológico y funcional de los niños impedidos, incluida la difusión de información sobre los métodos de rehabilitación y los servicios de enseñanza y formación profesional, así como el acceso a esa información a fin de que los Estados Partes puedan mejorar su capacidad y conocimientos y ampliar su experiencia en estas esferas. A este respecto, se tendrán especialmente en cuenta las necesidades de los países en desarrollo.

Artículo 24

1. Los Estados Partes reconocen el derecho del niño al disfrute del más alto nivel posible de salud y a servicios para el tratamiento de las enfermedades y la rehabilitación de la salud. Los Estados Partes se esforzarán por asegurar que ningún niño sea privado de su derecho al disfrute de esos servicios sanitarios.

2. Los Estados Partes asegurarán la plena aplicación de este derecho y, en particular, adoptarán las medidas apropiadas para:

- a) Reducir la mortalidad infantil y en la niñez;
- b) Asegurar la prestación de la asistencia médica y la atención sanitaria que sean necesarias a todos los niños, haciendo hincapié en el desarrollo de la atención primaria de salud;
- c) Combatir las enfermedades y la malnutrición en el marco de la atención primaria de la salud mediante, entre otras cosas, la aplicación de la tecnología disponible y el suministro de alimentos nutritivos adecuados y agua potable salubre, teniendo en cuenta los peligros y riesgos de contaminación del medio ambiente;
- d) Asegurar atención sanitaria prenatal y postnatal apropiada a las madres;
- e) Asegurar que todos los sectores de la sociedad, y en particular los padres y los niños, conozcan los principios básicos de la salud y la nutrición de los niños, las ventajas de la lactancia materna, la higiene y el saneamiento ambiental y las medidas de prevención de accidentes, tengan acceso a la educación pertinente y reciban apoyo en la aplicación de esos conocimientos;
- f) Desarrollar la atención sanitaria preventiva, la orientación a los padres y la educación y servicios en materia de planificación de la familia.

3. Los Estados Partes adoptarán todas las medidas eficaces y apropiadas posibles para abolir las prácticas tradicionales que sean perjudiciales para la salud de los niños.

4. Los Estados Partes se comprometen a promover y alentar la cooperación internacional con miras a lograr progresivamente la plena realización del derecho reconocido en el presente artículo. A este respecto, se tendrán plenamente en cuenta las necesidades de los países en desarrollo.

Artículo 25

Los Estados Partes reconocen el derecho del niño que ha sido internado en un establecimiento por las autoridades competentes para los fines de atención, protección o tratamiento de su salud física o mental a un examen periódico del tratamiento a que esté sometido y de todas las demás circunstancias propias de su internación.

Artículo 26

1. Los Estados Partes reconocerán a todos los niños el derecho a beneficiarse de la seguridad social, incluso del seguro social, y adoptarán las medidas necesarias para lograr la plena realización de este derecho de conformidad con su legislación nacional.

2. Las prestaciones deberían concederse, cuando corresponda, teniendo en cuenta los recursos y la situación del niño y de las personas que sean responsables del mantenimiento del niño, así como cualquier otra consideración pertinente a una solicitud de prestaciones hecha por el niño o en su nombre.

Artículo 27

1. Los Estados Partes reconocen el derecho de todo niño a un nivel de vida adecuado para su desarrollo físico, mental, espiritual, moral y social.

2. A los padres u otras personas encargadas del niño les incumbe la responsabilidad primordial de proporcionar, dentro de sus posibilidades y medios económicos, las condiciones de vida que sean necesarias para el desarrollo del niño.

3. Los Estados Partes, de acuerdo con las condiciones nacionales y con arreglo a sus medios, adoptarán medidas apropiadas para ayudar a los padres y a otras personas responsables por el niño a dar efectividad a este derecho y, en caso necesario, proporcionarán asistencia material y programas de apoyo, particularmente con respecto a la nutrición, el vestuario y la vivienda.

4. Los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para asegurar el pago de la pensión alimenticia por parte de los padres u otras personas que tengan la responsabilidad financiera por el niño, tanto si viven en el Estado Parte como si viven en el extranjero. En particular, cuando la persona que tenga la responsabilidad financiera por el niño resida en un Estado diferente de aquel en que resida el niño, los Estados Partes promoverán la adhesión a los convenios internacionales o la concertación de dichos convenios, así como la concertación de cualesquiera otros arreglos apropiados.

Artículo 28

1. Los Estados Partes reconocen el derecho del niño a la educación y, a fin de que se pueda ejercer progresivamente y en condiciones de igualdad de oportunidades ese derecho, deberán en particular:

Implantar la enseñanza primaria obligatoria y gratuita para todos;

b) Fomentar el desarrollo, en sus distintas formas, de la enseñanza secundaria, incluida la enseñanza general y profesional, hacer que todos los niños dispongan de ella y tengan acceso a ella y adoptar

medidas apropiadas tales como la implantación de la enseñanza gratuita y la concesión de asistencia financiera en caso de necesidad;

c) Hacer la enseñanza superior accesible a todos, sobre la base de la capacidad, por cuantos medios sean apropiados;

d) Hacer que todos los niños dispongan de información y orientación en cuestiones educacionales y profesionales y tengan acceso a ellas;

e) Adoptar medidas para fomentar la asistencia regular a las escuelas y reducir las tasas de deserción escolar.

2. Los Estados Partes adoptarán cuantas medidas sean adecuadas para velar por que la disciplina escolar se administre de modo compatible con la dignidad humana del niño y de conformidad con la presente Convención.

3. Los Estados Partes fomentarán y alentarán la cooperación internacional en cuestiones de educación, en particular a fin de contribuir a eliminar la ignorancia y el analfabetismo en todo el mundo y de facilitar el acceso a los conocimientos técnicos y a los métodos modernos de enseñanza. A este respecto, se tendrán especialmente en cuenta las necesidades de los países en desarrollo.

Artículo 29

1. Los Estados Partes convienen en que la educación del niño deberá estar encaminada a:

a) Desarrollar la personalidad, las aptitudes y la capacidad mental y física del niño hasta el máximo de sus posibilidades;

b) Inculcar al niño el respeto de los derechos humanos y las libertades fundamentales y de los principios consagrados en la Carta de las Naciones Unidas;

c) Inculcar al niño el respeto de sus padres, de su propia identidad cultural, de su idioma y sus valores, de los valores nacionales del país en que vive, del país de que sea originario y de las civilizaciones distintas de la suya;

d) Preparar al niño para asumir una vida responsable en una sociedad libre, con espíritu de comprensión, paz, tolerancia, igualdad de los sexos y amistad entre todos los pueblos, grupos étnicos, nacionales y religiosos y personas de origen indígena;

e) Inculcar al niño el respeto del medio ambiente natural.

2. Nada de lo dispuesto en el presente artículo o en el artículo 28 se interpretará como una restricción de la libertad de los particulares y de las entidades para establecer y dirigir instituciones de enseñanza, a condición de que se respeten los principios enunciados en el párrafo 1 del presente artículo y de que la educación impartida en tales instituciones se ajuste a las normas mínimas que prescriba el Estado.

Artículo 30

En los Estados en que existan minorías étnicas, religiosas o lingüísticas o personas de origen indígena, no se negará a un niño que pertenezca a tales minorías o que sea indígena el derecho que le corresponde, en común con los demás miembros de su grupo, a tener su propia vida cultural, a profesar y practicar su propia religión, o a emplear su propio idioma.

Artículo 31

Los Estados Partes reconocen el derecho del niño al descanso y el esparcimiento, al juego y a las actividades recreativas propias de su edad y a participar libremente en la vida cultural y en las artes. Los Estados Partes respetarán y promoverán el derecho del niño a participar plenamente en la vida cultural y artística y propiciarán oportunidades apropiadas, en condiciones de igualdad, de participar en la vida cultural, artística, recreativa y de esparcimiento.

Artículo 32

1. Los Estados Partes reconocen el derecho del niño a estar protegido contra la explotación económica y contra el desempeño de cualquier trabajo que pueda ser peligroso o entorpecer su educación, o que sea nocivo para su salud o para su desarrollo físico, mental, espiritual, moral o social.

2. Los Estados Partes adoptarán medidas legislativas, administrativas, sociales y educacionales para garantizar la aplicación del presente artículo. Con ese propósito y teniendo en cuenta las disposiciones pertinentes de otros instrumentos internacionales, los Estados Partes, en particular:

- a) Fijarán una edad o edades mínimas para trabajar;
- b) Dispondrán la reglamentación apropiada de los horarios y condiciones de trabajo;
- c) Estipularán las penalidades u otras sanciones apropiadas para asegurar la aplicación efectiva del presente artículo.

Artículo 33

Los Estados Partes adoptarán todas las medidas apropiadas, incluidas medidas legislativas, administrativas, sociales y educacionales, para proteger a los niños contra el uso ilícito de los estupefacientes y sustancias sicotrópicas enumeradas en los tratados internacionales pertinentes, y para impedir que se utilice a niños en la producción y el tráfico ilícitos de esas sustancias.

Artículo 34

Los Estados Partes se comprometen a proteger al niño contra todas las formas de explotación y abuso sexuales. Con este fin, los Estados Partes tomarán, en particular, todas las medidas de carácter nacional, bilateral y multilateral que sean necesarias para impedir:

- a) La incitación o la coacción para que un niño se dedique a cualquier actividad sexual ilegal;
- b) La explotación del niño en la prostitución u otras prácticas sexuales ilegales;
- c) La explotación del niño en espectáculos o materiales pornográficos.

Artículo 35

Los Estados Partes tomarán todas las medidas de carácter nacional, bilateral y multilateral que sean necesarias para impedir el secuestro, la venta o la trata de niños para cualquier fin o en cualquier forma.

Artículo 36

Los Estados Partes protegerán al niño contra todas las demás formas de explotación que sean perjudiciales para cualquier aspecto de su bienestar.

Artículo 37

Los Estados Partes velarán por que:

a) Ningún niño sea sometido a torturas ni a otros tratos o penas crueles, inhumanos o degradantes. No se impondrá la pena capital ni la de prisión perpetua sin posibilidad de excarcelación por delitos cometidos por menores de 18 años de edad;

b) Ningún niño sea privado de su libertad ilegal o arbitrariamente. La detención, el encarcelamiento o la prisión de un niño se llevará a cabo de conformidad con la ley y se utilizará tan sólo como medida de último recurso y durante el período más breve que proceda;

c) Todo niño privado de libertad sea tratado con la humanidad y el respeto que merece la dignidad inherente a la persona humana, y de manera que se tengan en cuenta las necesidades de las personas de su edad. En particular, todo niño privado de libertad estará separado de los adultos, a menos que ello se considere contrario al interés superior del niño, y tendrá derecho a mantener contacto con su familia por medio de correspondencia y de visitas, salvo en circunstancias excepcionales;

d) Todo niño privado de su libertad tendrá derecho a un pronto acceso a la asistencia jurídica y otra asistencia adecuada, así como derecho a impugnar la legalidad de la privación de su libertad ante un tribunal u otra autoridad competente, independiente e imparcial y a una pronta decisión sobre dicha acción.

Artículo 38

1. Los Estados Partes se comprometen a respetar y velar por que se respeten las normas del derecho internacional humanitario que les sean aplicables en los conflictos armados y que sean pertinentes para el niño.

2. Los Estados Partes adoptarán todas las medidas posibles para asegurar que las personas que aún no hayan cumplido los 15 años de edad no participen directamente en las hostilidades.

3. Los Estados Partes se abstendrán de reclutar en las fuerzas armadas a las personas que no hayan cumplido los 15 años de edad. Si reclutan personas que hayan cumplido 15 años, pero que sean menores de 18, los Estados Partes procurarán dar prioridad a los de más edad.

4. De conformidad con las obligaciones dimanadas del derecho internacional humanitario de proteger a la población civil durante los conflictos armados, los Estados Partes adoptarán todas las medidas posibles para asegurar la protección y el cuidado de los niños afectados por un conflicto armado.

Artículo 39

Los Estados Partes adoptarán todas las medidas apropiadas para promover la recuperación física y psicológica y la reintegración social de todo niño víctima de: cualquier forma de abandono, explotación o abuso; tortura u otra forma de tratos o penas crueles, inhumanos o degradantes; o conflictos armados. Esa recuperación y reintegración se llevarán a cabo en un ambiente que fomente la salud, el respeto de sí mismo y la dignidad del niño.

Artículo 40

1. Los Estados Partes reconocen el derecho de todo niño de quien se alegue que ha infringido las leyes penales o a quien se acuse o declare culpable de haber infringido esas leyes a ser tratado de manera acorde con el fomento de su sentido de la dignidad y el valor, que fortalezca el respeto del

niño por los derechos humanos y las libertades fundamentales de terceros y en la que se tengan en cuenta la edad del niño y la importancia de promover la reintegración del niño y de que éste asuma una función constructiva en la sociedad.

2. Con este fin, y habida cuenta de las disposiciones pertinentes de los instrumentos internacionales, los Estados Partes garantizarán, en particular:

a) Que no se alegue que ningún niño ha infringido las leyes penales, ni se acuse o declare culpable a ningún niño de haber infringido esas leyes, por actos u omisiones que no estaban prohibidos por las leyes nacionales o internacionales en el momento en que se cometieron;

b) Que a todo niño del que se alegue que ha infringido las leyes penales o a quien se acuse de haber infringido esas leyes se le garantice, por lo menos, lo siguiente:

i) Que se lo presumirá inocente mientras no se pruebe su culpabilidad conforme a la ley;

ii) Que será informado sin demora y directamente o, cuando sea procedente, por intermedio de sus padres o sus representantes legales, de los cargos que pesan contra él y que dispondrá de asistencia jurídica u otra asistencia apropiada en la preparación y presentación de su defensa;

iii) Que la causa será dirimida sin demora por una autoridad u órgano judicial competente, independiente e imparcial en una audiencia equitativa conforme a la ley, en presencia de un asesor jurídico u otro tipo de asesor adecuado y, a menos que se considere que ello fuere contrario al interés superior del niño, teniendo en cuenta en particular su edad o situación y a sus padres o representantes legales;

iv) Que no será obligado a prestar testimonio o a declararse culpable, que podrá interrogar o hacer que se interroge a testigos de cargo y obtener la participación y el interrogatorio de testigos de descargo en condiciones de igualdad;

v) Si se considerare que ha infringido, en efecto, las leyes penales, que esta decisión y toda medida impuesta a consecuencia de ella, serán sometidas a una autoridad u órgano judicial superior competente, independiente e imparcial, conforme a la ley;

vi) Que el niño contará con la asistencia gratuita de un intérprete si no comprende o no habla el idioma utilizado;

vii) Que se respetará plenamente su vida privada en todas las fases del procedimiento.

3. Los Estados Partes tomarán todas las medidas apropiadas para promover el establecimiento de leyes, procedimientos, autoridades e instituciones específicos para los niños de quienes se alegue que han infringido las leyes penales o a quienes se acuse o declare culpables de haber infringido esas leyes, y en particular:

a) El establecimiento de una edad mínima antes de la cual se presumirá que los niños no tienen capacidad para infringir las leyes penales;

b) Siempre que sea apropiado y deseable, la adopción de medidas para tratar a esos niños sin recurrir a procedimientos judiciales, en el entendimiento de que se respetarán plenamente los derechos humanos y las garantías legales.

4. Se dispondrá de diversas medidas, tales como el cuidado, las órdenes de orientación y supervisión, el asesoramiento, la libertad vigilada, la colocación en hogares de guarda, los programas de enseñanza y formación profesional, así como otras posibilidades alternativas a la

internación en instituciones, para asegurar que los niños sean tratados de manera apropiada para su bienestar y que guarde proporción tanto con sus circunstancias como con la infracción.

Artículo 41

Nada de lo dispuesto en la presente Convención afectará a las disposiciones que sean más conducentes a la realización de los derechos del niño y que puedan estar recogidas en:

- a) El derecho de un Estado Parte; o
- b) El derecho internacional vigente con respecto a dicho Estado.

PARTE II

Artículo 42

Los Estados Partes se comprometen a dar a conocer ampliamente los principios y disposiciones de la Convención por medios eficaces y apropiados, tanto a los adultos como a los niños.

Artículo 43

1. Con la finalidad de examinar los progresos realizados en el cumplimiento de las obligaciones contraídas por los Estados Partes en la presente Convención, se establecerá un Comité de los Derechos del Niño que desempeñará las funciones que a continuación se estipulan.

2. El Comité estará integrado por diez expertos de gran integridad moral y reconocida competencia en las esferas reguladas por la presente Convención. Los miembros del Comité serán elegidos por los Estados Partes entre sus nacionales y ejercerán sus funciones a título personal, teniéndose debidamente en cuenta la distribución geográfica, así como los principales sistemas jurídicos.

3. Los miembros del Comité serán elegidos, en votación secreta, de una lista de personas designadas por los Estados Partes. Cada Estado Parte podrá designar a una persona escogida entre sus propios nacionales.

4. La elección inicial se celebrará a más tardar seis meses después de la entrada en vigor de la presente Convención y ulteriormente cada dos años. Con cuatro meses, como mínimo, de antelación respecto de la fecha de cada elección, el Secretario General de las Naciones Unidas dirigirá una carta a los Estados Partes invitándolos a que presenten sus candidaturas en un plazo de dos meses. El Secretario General preparará después una lista en la que figurarán por orden alfabético todos los candidatos propuestos, con indicación de los Estados Partes que los hayan designado, y la comunicará a los Estados Partes en la presente Convención.

5. Las elecciones se celebrarán en una reunión de los Estados Partes convocada por el Secretario General en la Sede de las Naciones Unidas. En esa reunión, en la que la presencia de dos tercios de los Estados Partes constituirá quórum, las personas seleccionadas para formar parte del Comité serán aquellos candidatos que obtengan el mayor número de votos y una mayoría absoluta de los votos de los representantes de los Estados Partes presentes y votantes.

6. Los miembros del Comité serán elegidos por un período de cuatro años. Podrán ser reelegidos si se presenta de nuevo su candidatura. El mandato de cinco de los miembros elegidos en la primera elección expirará al cabo de dos años; inmediatamente después de efectuada la primera elección, el presidente de la reunión en que ésta se celebre elegirá por sorteo los nombres de esos cinco miembros.

7. Si un miembro del Comité fallece o dimite o declara que por cualquier otra causa no puede seguir desempeñando sus funciones en el Comité, el Estado Parte que propuso a ese miembro designará entre sus propios nacionales a otro experto para ejercer el mandato hasta su término, a reserva de la aprobación del Comité.

8. El Comité adoptará su propio reglamento.

9. El Comité elegirá su Mesa por un período de dos años.

10. Las reuniones del Comité se celebrarán normalmente en la Sede de las Naciones Unidas o en cualquier otro lugar conveniente que determine el Comité. El Comité se reunirá normalmente todos los años. La duración de las reuniones del Comité será determinada y revisada, si procediera, por una reunión de los Estados Partes en la presente Convención, a reserva de la aprobación de la Asamblea General.

11. El Secretario General de las Naciones Unidas proporcionará el personal y los servicios necesarios para el desempeño eficaz de las funciones del Comité establecido en virtud de la presente Convención.

12. Previa aprobación de la Asamblea General, los miembros del Comité establecido en virtud de la presente Convención recibirán emolumentos con cargo a los fondos de las Naciones Unidas, según las condiciones que la Asamblea pueda establecer.

Artículo 44

1. Los Estados Partes se comprometen a presentar al Comité, por conducto del Secretario General de las Naciones Unidas, informes sobre las medidas que hayan adoptado para dar efecto a los derechos reconocidos en la Convención y sobre el progreso que hayan realizado en cuanto al goce de esos derechos:

a) En el plazo de dos años a partir de la fecha en la que para cada Estado Parte haya entrado en vigor la presente Convención;

b) En lo sucesivo, cada cinco años.

2. Los informes preparados en virtud del presente artículo deberán indicar las circunstancias y dificultades, si las hubiere, que afecten al grado de cumplimiento de las obligaciones derivadas de la presente Convención. Deberán asimismo, contener información suficiente para que el Comité tenga cabal comprensión de la aplicación de la Convención en el país de que se trate.

3. Los Estados Partes que hayan presentado un informe inicial completo al Comité no necesitan repetir, en sucesivos informes presentados de conformidad con lo dispuesto en el inciso b) del párrafo 1 del presente artículo, la información básica presentada anteriormente.

4. El Comité podrá pedir a los Estados Partes más información relativa a la aplicación de la Convención.

5. El Comité presentará cada dos años a la Asamblea General de las Naciones Unidas, por conducto del Consejo Económico y Social, informes sobre sus actividades.

6. Los Estados Partes darán a sus informes una amplia difusión entre el público de sus países respectivos.

Artículo 45

Con objeto de fomentar la aplicación efectiva de la Convención y de estimular la cooperación internacional en la esfera regulada por la Convención:

a) Los organismos especializados, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia y demás órganos de las Naciones Unidas tendrán derecho a estar representados en el examen de la aplicación de aquellas disposiciones de la presente Convención comprendidas en el ámbito de su mandato. El Comité podrá invitar a los organismos especializados, al Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia y a otros órganos competentes que considere apropiados a que proporcionen asesoramiento especializado sobre la aplicación de la Convención en los sectores que son de incumbencia de sus respectivos mandatos. El Comité podrá invitar a los organismos especializados, al Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia y demás órganos de las Naciones Unidas a que presenten informes sobre la aplicación de aquellas disposiciones de la presente Convención comprendidas en el ámbito de sus actividades;

b) El Comité transmitirá, según estime conveniente, a los organismos especializados, al Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia y a otros órganos competentes, los informes de los Estados Partes que contengan una solicitud de asesoramiento o de asistencia técnica, o en los que se indique esa necesidad, junto con las observaciones y sugerencias del Comité, si las hubiere, acerca de esas solicitudes o indicaciones;

c) El Comité podrá recomendar a la Asamblea General que pida al Secretario General que efectúe, en su nombre, estudios sobre cuestiones concretas relativas a los derechos del niño;

d) El Comité podrá formular sugerencias y recomendaciones generales basadas en la información recibida en virtud de los artículos 44 y 45 de la presente Convención. Dichas sugerencias y recomendaciones generales deberán transmitirse a los Estados Partes interesados y notificarse a la Asamblea General, junto con los comentarios, si los hubiere, de los Estados Partes.

PARTE III

Artículo 46

La presente Convención estará abierta a la firma de todos los Estados.

Artículo 47

La presente Convención está sujeta a ratificación. Los instrumentos de ratificación se depositarán en poder del Secretario General de las Naciones Unidas.

Artículo 48

La presente Convención permanecerá abierta a la adhesión de cualquier Estado. Los instrumentos de adhesión se depositarán en poder del Secretario General de las Naciones Unidas.

Artículo 49

1. La presente Convención entrará en vigor el trigésimo día siguiente a la fecha en que haya sido depositado el vigésimo instrumento de ratificación o de adhesión en poder del Secretario General de las Naciones Unidas.

2. Para cada Estado que ratifique la Convención o se adhiera a ella después de haber sido depositado el vigésimo instrumento de ratificación o de adhesión, la Convención entrará en vigor el trigésimo día después del depósito por tal Estado de su instrumento de ratificación o adhesión.

Artículo 50

1. Todo Estado Parte podrá proponer una enmienda y depositarla en poder del Secretario General de las Naciones Unidas. El Secretario General comunicará la enmienda propuesta a los Estados Partes, pidiéndoles que les notifiquen si desean que se convoque una conferencia de Estados Partes con el fin de examinar la propuesta y someterla a votación.

Si dentro de los cuatro meses siguientes a la fecha de esa notificación un tercio, al menos, de los Estados Partes se declara en favor de tal conferencia, el Secretario General convocará una conferencia con el auspicio de las Naciones Unidas. Toda enmienda adoptada por la mayoría de Estados Partes, presentes y votantes en la conferencia, será sometida por el Secretario General a la Asamblea General de las Naciones Unidas para su aprobación.

2. Toda enmienda adoptada de conformidad con el párrafo 1 del presente artículo entrará en vigor cuando haya sido aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas y aceptada por una mayoría de dos tercios de los Estados Partes.

3. Cuando las enmiendas entren en vigor serán obligatorias para los Estados Partes que las hayan aceptado, en tanto que los demás Estados Partes seguirán obligados por las disposiciones de la presente Convención y por las enmiendas anteriores que hayan aceptado.

Artículo 51

1. El Secretario General de las Naciones Unidas recibirá y comunicará a todos los Estados el texto de las reservas formuladas por los Estados en el momento de la ratificación o de la adhesión.

2. No se aceptará ninguna reserva incompatible con el objeto y el propósito de la presente Convención.

3. Toda reserva podrá ser retirada en cualquier momento por medio de una notificación hecha a ese efecto y dirigida al Secretario General de las Naciones Unidas, quien informará a todos los Estados. Esa notificación surtirá efecto en la fecha de su recepción por el Secretario General.

Artículo 52

Todo Estado Parte podrá denunciar la presente Convención mediante notificación hecha por escrito al Secretario General de las Naciones Unidas. La denuncia surtirá efecto un año después de la fecha en que la notificación haya sido recibida por el Secretario General.

Artículo 53

Se designa depositario de la presente Convención al Secretario General de las Naciones Unidas.

Artículo 54

El original de la presente Convención, cuyos textos en árabe, chino, español, francés, inglés y ruso son igualmente auténticos, se depositará en poder del Secretario General de las Naciones Unidas.

EN TESTIMONIO DE LO CUAL, los infrascritos plenipotenciarios, debidamente autorizados para ello por sus respectivos gobiernos, han firmado la presente Convención.

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos
Ginebra, Suiza

SOBRE LIBERTAD DE INFORMACIÓN
Convención sobre el Derecho Internacional de Rectificación

Abierta a la firma por la Asamblea General en su resolución 630 (VII), de 16 de diciembre de 1952

Entrada en vigor: 24 de agosto de 1962, de conformidad con el artículo VIII

Preámbulo

Los Estados Contratantes,

Deseosos de hacer efectivo el derecho de sus pueblos a estar plena y fielmente informados,

Deseosos de mejorar la mutua comprensión entre sus pueblos mediante la libre circulación de informaciones y opiniones,

Deseosos de proteger así a la humanidad contra el flagelo de la guerra, de impedir la repetición de toda agresión, cualquiera que sea su procedencia, y de combatir toda propaganda encaminada a provocar o estimular cualquier amenaza a la paz, quebrantamiento de la paz o acto de agresión o que pueda producir tales efectos,

Considerando el peligro que para el mantenimiento de relaciones amistosas entre los pueblos y para la conservación de la paz entraña la publicación de informaciones inexactas,

Considerando que la Asamblea General de las Naciones Unidas recomendó, en su segundo período ordinario de sesiones, la adopción de medidas destinadas a combatir la difusión de informaciones falsas o tergiversadas, que puedan ser perjudiciales para las relaciones amistosas entre los Estados,

Considerando, sin embargo, que no es factible por el momento instituir en el plano internacional un procedimiento para averiguar la exactitud de las informaciones que pueda llevar a la imposición de sanciones por la publicación de informaciones falsas o tergiversadas,

Considerando, además, que para impedir la publicación de informaciones de esta índole o reducir sus efectos perniciosos es, ante todo, necesario elevar el sentido de responsabilidad de quienes se dedican profesionalmente a su difusión, y fomentar la amplia circulación de las noticias,

Considerando que un medio eficaz para lograr estos fines es dar a los Estados directamente perjudicados por una información que consideren falsa o tergiversada y que haya sido difundida por una agencia de información, la posibilidad de asegurar una publicidad adecuada a sus rectificaciones,

Considerando que la legislación de ciertos Estados no establece un derecho de rectificación del que puedan valerse los gobiernos extranjeros y que, en consecuencia, es conveniente instituir tal derecho en el plano internacional, y

Habiendo resuelto concertar una Convención al efecto,

Han convenido en lo siguiente:

Artículo I

A los efectos de la presente Convención:

1. La expresión "despacho informativo" se aplica al material de información transmitido por escrito o por vía de telecomunicaciones, en la forma habitualmente empleada por las agencias de información para transmitir tal material de información, antes de su publicación, a diarios, publicaciones periódicas y organizaciones de radiodifusión;
2. La expresión "agencia de información" se aplica a toda organización, pública o privada, de prensa, radio, cine, televisión o telefotocopia, regularmente dedicada a la obtención y difusión de material de información, creada y organizada con arreglo a las leyes y reglamentos del Estado Contratante en cuyo territorio esté situada la oficina central de la agencia, y que funcione con arreglo a las leyes y reglamentos del Estado Contratante en cuyo territorio ejerza su actividad;
3. La palabra "corresponsal" se aplica a todo nacional de un Estado Contratante o a toda persona empleada por una agencia de información de un Estado Contratante, que en cualquiera de los dos casos se dedique profesionalmente a la obtención y difusión de material de información, y que, cuando se encuentre fuera de su país, se identifique como corresponsal por un pasaporte válido o por un documento análogo aceptado internacionalmente.

Artículo II

1. Reconociendo que la responsabilidad profesional de los corresponsales y de las agencias de información les impone dar cuenta de los hechos sin discriminación y sin separarlos de los elementos conexos necesarios para su recta apreciación, a fin de fomentar el respeto a los derechos humanos y a las libertades fundamentales, favorecer la comprensión y la cooperación entre las naciones y contribuir al mantenimiento de la paz y la seguridad internacionales;

Considerando asimismo que, conforme a la ética profesional, todos los corresponsales y agencias de información, en el caso de que se haya demostrado que ciertos despachos informativos transmitidos o publicados por ellos son falsos o tergiversados, deberían seguir la práctica establecida de transmitir por los mismos medios, o de publicar, rectificaciones de tales despachos;

Los Estados Contratantes convienen en que, cuando un Estado Contratante alegue que determinado despacho informativo, capaz de perjudicar sus relaciones con otros Estados o su prestigio o dignidad nacionales, es falso o tergiversado y tal despacho informativo haya sido transmitido de un país a otro por corresponsales o agencias de información de un Estado Contratante o no contratante, y publicado y difundido en el extranjero, aquel Estado podrá presentar su versión de los hechos (denominada en adelante "comunicado") a los Estados Contratantes en cuyos territorios haya sido publicado o difundido. Al mismo tiempo, se enviará un ejemplar del comunicado al corresponsal o a la agencia de información interesados, a fin de que tal corresponsal o agencia de información pueda rectificar el despacho informativo de que se trate.

2. Tales comunicados sólo podrán referirse a despachos informativos y no deberán contener comentarios ni expresar opiniones. No serán más extensos de lo necesario para rectificar la alegada inexactitud o tergiversación y deberán ir acompañados del texto íntegro del despacho tal como fue publicado y difundido y de la prueba de que ha sido enviado desde el extranjero por un corresponsal o por una agencia de información.

Artículo III

1. Dentro del plazo más breve posible, y en todo caso dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha de recibo de un comunicado transmitido con arreglo a las disposiciones del artículo II, todo Estado Contratante, sea cual fuere su opinión respecto de los hechos de que se trate, deberá:

- a) Distribuir el comunicado a los corresponsales y agencias de información que ejerzan actividades en su territorio, por las vías habitualmente utilizadas para la transmisión de informaciones sobre asuntos internacionales destinadas a la publicación; y
 - b) Transmitir el comunicado a la oficina principal de la agencia de información cuyo corresponsal sea responsable del envío del respectivo despacho, si tal oficina está situada en su territorio.
2. En caso de que un Estado Contratante no cumpla la obligación que le impone este artículo respecto de un comunicado de otro Estado Contratante, este último podrá aplicar el principio de reciprocidad y observar la misma actitud cuando el Estado que haya faltado a sus obligaciones le presente ulteriormente un comunicado.

Artículo IV

1. Si alguno de los Estados Contratantes al cual se haya transmitido un comunicado con arreglo al artículo II no cumple, dentro del plazo prescrito, las obligaciones impuestas en el artículo III, el Estado Contratante que ejerza el derecho de rectificación podrá remitir tal comunicado, acompañado del texto íntegro del despacho publicado o difundido al Secretario General de las Naciones Unidas; y, al mismo tiempo, notificará su gestión al Estado objeto de la reclamación, el cual podrá, dentro de los cinco días hábiles siguientes a la fecha de recibo de la notificación, presentar al Secretario General sus observaciones, que sólo podrán referirse a la alegación de no haber cumplido las obligaciones que le impone el artículo III.
2. En todo caso, dentro de los diez días hábiles siguientes a la fecha de recibo del comunicado, el Secretario General deberá dar, por los medios de difusión de que disponga, adecuada publicidad al comunicado, acompañado del despacho y de las observaciones eventualmente presentadas por el Estado objeto de la reclamación.

Artículo V

Toda controversia entre dos o más Estados Contratantes, respecto a la interpretación o a la aplicación de la presente Convención, que no sea resuelta por negociaciones, será sometida a la decisión de la Corte Internacional de Justicia, a menos que los Estados Contratantes interesados convengan en otro modo de arreglo.

Artículo VI

1. La presente Convención quedará abierta a la firma de todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas, de todo Estado invitado a la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Libertad de Información, celebrada en Ginebra en 1948, así como de cualquier otro Estado autorizado al efecto por una resolución de la Asamblea General.
2. La presente Convención será ratificada por los Estados signatarios, conforme a sus respectivos procedimientos constitucionales. Los instrumentos de ratificación serán depositados en la Secretaría General de las Naciones Unidas.

Artículo VII

1. La presente Convención quedará abierta a la adhesión de todos los Estados a que se refiere el párrafo 1 del artículo VI.
2. La adhesión se efectuará mediante el depósito de un instrumento de adhesión en la Secretaría General de las Naciones Unidas.

Artículo VIII

Cuando seis de los Estados a que se refiere el párrafo 1 del artículo VI hayan depositado sus respectivos instrumentos de ratificación o adhesión, la presente Convención entrará en vigor entre ellos treinta días después de la fecha en que haya sido depositado el sexto instrumento de ratificación o adhesión. La Convención entrará en vigor para cada uno de los Estados que ulteriormente la ratifiquen o se adhieran a ella, treinta días después de la fecha en que hayan depositado su respectivo instrumento de ratificación o de adhesión.

Artículo IX

Las estipulaciones de la presente Convención se extenderán o serán aplicables igualmente al territorio metropolitano de cada Estado Contratante y a todos los territorios, ya sean no autónomos, en fideicomiso o coloniales, que estén administrados o gobernados por tal Estado.

Artículo X

Todo Estado Contratante podrá denunciar la presente Convención mediante notificación dirigida al Secretario General de las Naciones Unidas. La denuncia surtirá efecto seis meses después de la fecha en que el Secretario General haya recibido la notificación.

Artículo XI

La presente Convención cesará en su vigencia a partir de la fecha en que se haga efectiva la denuncia que reduzca a menos de seis el número de los Estados Partes.

Artículo XII

1. Todo Estado Contratante podrá pedir en cualquier momento la revisión de la presente Convención, mediante notificación dirigida al Secretario General de las Naciones Unidas.
2. La Asamblea General determinará las medidas que en su caso hayan de adoptarse respecto de tal petición.

Artículo XIII

El Secretario General de las Naciones Unidas notificará a los Estados a que se refiere el párrafo 1 del artículo VI:

- a) Las firmas, ratificaciones y adhesiones que reciba en virtud de los artículos VI y VII;
- b) La fecha en que la presente Convención entre en vigor en virtud del artículo VIII;
- c) Las denuncias que reciba en virtud del artículo X;

- d) La abrogación en virtud del artículo XI;
- e) Las notificaciones que reciba en virtud del artículo XII.

Artículo XIV

1. La presente Convención, cuyos textos en chino, español, francés, inglés y ruso serán igualmente auténticos, quedará depositada en los archivos de las Naciones Unidas.
2. El Secretario General de las Naciones Unidas enviará copia certificada de la presente Convención a cada uno de los Estados a que se refiere el párrafo 1 del artículo VI.
3. La presente Convención será registrada en la Secretaría de las Naciones Unidas, en la fecha en que comience su vigencia.

Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos
Ginebra, Suiza

Para más información:

Centro de Información de Las Naciones Unidas para España (C.I.N.U.)

<http://www.onu.org/>

BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, Manuel y Matilla, Luis.** *Imágenes en Libertad 1 y 2. Serie PEDAGOGÍA - HACER LA ESCUELA. "Televisión y Educación". Colección Mano y Cerebro. Editorial Nuestra Cultura, S.A. España, junio 1980*
- Beagles-Ross, J. y Galt, I.** *"Specific Impact of radio and television on children's stay comprehension". Journal of Educational Psychology. n.75. 1983*
- Bourdieu, Pierre.** *"Sobre la televisión" (1996). Editorial Anagrama., S.A. Barcelona, España, 1997.*
- Clemente, Miguel.** *"Violencia y Televisión". Ediciones Noesis, Madrid, España, 1996.*
- Diccionario del Cristianismo.** *Sección de Teología y Filosofía. Volumen 131. Editorial HERDER.. Barcelona, 1986.*
- Diccionario de Filosofía.** *Nicola Abbagnano. Fondo de Cultura Económica México - Buenos Aires. Primera edición en Español, 1963.*
- Diccionario de la LENGUA ESPAÑOLA .** *Edición especial para Chile. CHILELIBROS. Suc. Sergio Feliu y Cía. Ltda. Ediciones NAUTA, S.A., Barcelona, 1978.*
- Diccionario El pequeño ESPASA .** *BANCO BILBAO- VIZCAYA. Espasa- Calpe, S.A., Madrid, 1997.*
- Diccionario del Pensamiento Contemporáneo.** *Ediciones SAN PABLO. España, 1997.*
- Diccionario del Pensamiento Marxista.** *Ediciones TECNOS, S. A., 1984.*
- Gibbons, J. y otros.** *"Young Childre's recall and Reconstruction of Audio and Audiovisual Narrations". Child Development, n.57. 1986.*
- González Requena, Jesús.** *"EL ESPECTÁCULO INFORMATIVO o la amenaza de lo real".Ediciones Akal, S. A. Madrid, España, 1989.*

“EL DISCURSO TELEVISIVO: El espectáculo de la posmodernidad”. Ediciones Cátedra, S.A. Madrid, España, 1992.

Guía de padres. *Infantil Edelvives. “Mi hijo”*. Editorial Luis Vives. Zaragoza, España, 1998.

Jornadas de Estudio en Radio Televisión Valenciana. *Editorial Ente Público de Radio Televisión Valenciana (RTVV). Valencia, España.*

- *“Las Radiotelevisiónes en el Espacio Europeo”*. España, 1990.

- *“Publicidad y Financiación de las Radiotelevisiónes públicas y privadas”*. España, 1991.

- *“El espacio televisivo a partir de la Directiva 89/552 de las Comunidades Europeas”*. España, 1992.

- **Prieto Barrero, Manuel y otros.** *“Audiencia y Programación”*. España, 1993.

- **Varios.** *“TELEVISIÓN. NIÑOS Y JÓVENES”*. España. 1994.

- *“Televisión y Cultura”*. España, 1995.

- *“Televisión, formación y empleo”*. España, 1997.

- *“Hacia un nuevo concepto de televisión”*. España, 1997.

- *“Oferta de la televisión digital. Internacionalización y regionalización de los contenidos”*. España, 1998.

- **Varios.** *“Violencia, televisión y cine”*. Editorial Ariel, S. A. Barcelona, España, 1998

Pérez Tornero, José Manuel . *“EL DESAFÍO EDUCATIVO DE LA TELEVISIÓN. Para comprender y usar el medio”*. Papeles de Comunicación / 6. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona, España y Editorial Paidós, SAICF, Buenos Aires, Argentina. 1994.

Sartori, Giovanni . *“Homo videns. La sociedad teledirigida” (1997)*. Santillana, S. A. Taurus. Madrid, España, 1998.

Varios. *“MENSAJES IMPRESOS PARA NIÑOS”* Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (C.I.E.S.P.A.L.). Quito, Ecuador. Mayo, 1985

Vázquez, Jesús María y Medín García, Felix. *“ Televisión y violencia”*. Colección Imagen. Televisión española (TVE). Servicio de información. 1966.

Vilches, Lorenzo. *“ La televisión. Los efectos del bien y del mal”*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona, España y Editorial Paidós, SAICF, Buenos Aires, Argentina. 1993.

DOCUMENTOS Y ARTÍCULOS

Bethencourt Machado, Tomás. *Debate: "LA TELEVISIÓN QUE VIENE"*. España, 1997.

Casas, Ferran. *Revista CUADERNOS DE PEDAGOGÍA* 239. "Infancia y medios de comunicación". Septiembre de 1995.

Consejo Superior Audiovisual. "LA VIOLENCIA EN LA FICCIÓN TELEVISIVA DE FRANCIA". Francia, 1994.

Consejo Superior Audiovisual. "TERRORISMO E INFORMACIÓN: INTERCAMBIO DE PUNTOS DE VISTA ENTRE EL CONSEJO SUPERIOR Y LOS RADIO DIFUSORES". Francia. Septiembre, 1997.

Federman, Joel. "National Television Violence Study (Executive Summary)". Santa Bárbara, Universidad de California (Center for Communication and Social Policy), E.U.A., 1997.

Grupo de Investigaciones Aplicadas. *Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de Radio y Televisión. Ciudad de la Habana, Cuba.*

- **Lic. Marta Cicero, Lic. Marisol Rodríguez y Tec. Carmen Vilalta.** "LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DIRIGIDA A NIÑOS Y ADOLESCENTES". Mayo, 1997.

- **Lic. Marisol Rodríguez, Lic. Leydi González, Tec. Ana Aloy y Tec. Angela Hernández.** "PRINCIPALES TENDENCIAS EN EL USO DE LA TELEVISIÓN POR NIÑOS Y ADOLESCENTES". Octubre, 1997. Y "ESTUDIOS DE LA PROGRAMACIÓN TELEVISIVA DIRIGIDA A NIÑOS Y ADOLESCENTES. PROYECCIONES". Diciembre, 1997.

- **Lic. Mercedes Castro y Lic. Alberto Silva.** "La Calabacita: Un medio eficaz para que los niños duerman o un dibujo animado más". Agosto, 1987.

- **Lic. M. Margarita Alonso.** "La televisión y su uso: Resultado de un estudio realizado a niños entre 6 y 9 años". Abril, 1986.

Instituto Internacional de la Conferencia de Comunicaciones. “*LA TELEVISIÓN GLOBAL Y LA*

VIOLENCIA: ¿NECESITAMOS UN CÓDIGO DEONTOLÓGICO GLOBAL?” (Extractos de Periódicos). México, 1993.

Merino, Jorge. “*LA VIOLENCIA EN LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN*”. Centro Internacional

de Estudios Superiores de Comunicación Para América Latina (C.I.E.S.P.A.L.). Quito, Ecuador. Febrero, 1973.

Pachano Rivera, Doris. “*LA TELEVISIÓN Y LOS ESCOLARES*”. Universidad del Zulia. Facultad

Experimental de Ciencias. Departamento de Ciencias Humanas. Maracaibo, Venezuela. Junio, 1987.

Pérez Tornero, José Manuel. “*APUNTES SOBRE EL NUEVO ESCENARIO MEDIÁTICO*”.

Bibliografía II Maestría en Comunicaciones. Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana de Santa María de la Rábida. Huelva, España, 1997.

Revista Broadcasting . *Medios de Difusión: El senado norteamericano investiga la violencia por televisión. EE.UU. Octubre, 1994.*

Revista Comunicar. *Grupo Comunicar: Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación.*

Comunicar 2, 1994. “Imágenes y sonidos en el aula”:

- “*La influencia de la televisión en el niño*”. Juan Teruel Salmerón, Dr. en Psicología, Ldo. en Ciencias de la Información y orientador de Equipos de Apoyo en Sevilla.

Comunicar 3, 1994. “Comunicar en el aula”:

- *No es tan fiero el león como lo pintan. “La publicidad y su integración en las aulas”.* Enrique Martínez Sánchez, pedagogo y tecnólogo de la educación en Almería.

Comunicar 4, 1995. “Leer los medios en el aula”:

- “*La familia y la escuela en la educación para la imagen*”. Lolo Rico Oliver, escritora y analista televisiva; directora de programas infantiles y juveniles para la televisión.

- *“Análisis de la televisión en la Generación TV”*. Joan Carles March, Dr. en Medicina y director de la Escuela Andaluza de Salud Pública; y María Ángeles Prieto Rodríguez, enfermera y técnica en proyectos de Asesoría de la Escuela Andaluza de Salud Pública.
- *Ni la caja es tan tonta como parece, ni el espectador tan inocente como se cree. “Educación para la lectura crítica de la televisión”*. Enrique Martínez Sánchez, tecnólogo de la educación y coordinador provincial del Grupo Pedagógico Andaluz “Prensa y Educación” en Almería.

Comunicar 5, 1995. “Publicidad ¿Cómo la vemos?”:

- *Vender algo más que unos vaqueros. “Publicidad y educación en Valores”*. José María Pérez Calvo, profesor del Instituto “El Portillo” de Zaragoza; y José San Martín Boleas, profesor del IES “Andalán” de Zaragoza.
- *“El duende televisivo”*. José Antonio Gabelas Barroso, profesor de Secundaria en el Colegio “Santa Eugenia” de Zaragoza.
- *¡Estrena el cable de la contrapublicidad! “Percibir, analizar, sentir, crear... desde la publicidad”*. M^a Carmen Gascón Baquero, Dr. en Educación y maestra en Zaragoza.

Comunicar 6, 1996. “Descubriendo la Caja Mágica... la televisión y las aulas”:

- *“Los niños y la televisión”*. Pablo García González, director de la “Aventura del Saber”, de la televisión educativa de la Televisión Española (TVE).
- *“La pantalla doméstica, un mundo de reflejos”*. José Antonio Gabelas, profesor de Educación Secundaria de Zaragoza.
- *“Televisión y desarrollo. Variables mediadoras en la interacción alumno - medio”*. Nuria García García, orientadora de Educación Secundaria en el IES de Moguer, Huelva.
- *“Educar para un uso crítico de la televisión en Educación Infantil”*. Sara Pereira, profesora del Centro de Profesores y Educadores (CEFOPE) de la Universidad del Miño (Braga), Portugal.
- *“Televisión y contextos sociales en la infancia: hábitos televisivos y juego infantil”*. Magdalena Albero Andrés, profesora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Barcelona.

Comunicar 10, 1998. “La familia y los medios de comunicación”:

- *Sobre las nuevas formas de violencia juvenil”*. Jaume Funes Barcelona, psicólogo y periodista, profesor de la Universidad “Ramón Llull” de Barcelona, consultor en temas de adolescencia y dificultades sociales.
- *“Televisión, familia e imitación”* Joan Ferrés i Prats, profesor de la Universidad

Pompeu Fabra de Barcelona.

- *"Spice Girls: la funcionalidad de la rebeldía". Grupo de Investigaciones Sociales de los Medios. Granada.*

- *En el marco de la Unión Europea. "Protección jurídica de la infancia ante los medios de comunicación". M^a Esther del Moral Pérez, profesora de Nuevas Tecnologías aplicadas a la Educación en la Universidad de Oviedo.*

Revista EL SEMANAL TV. *Especial niños y televisión. "Programas: pros y contras". España. Abril, 1998.*

Revista EL PAÍS semanal. *"Solos en clase (Comienza el curso en medio del desencuentro de padres y profesores)". Número 1.145. España, domingo 6 de septiembre de 1998.*

Revista EL PERIODISTA Demócrata. *Organización Internacional de Periodistas. Kabanov, V. "Violencia en la pantalla, violencia en la vida". Praga. Junio, 1986.*

Revista Latinoamérica Internacional, N° 24. *Guerra, Amalia. Informe: "El maltrato Infantil". 1994.*

Revista TEMAS/21. ESTUDIOS DE LA CULTURA. *Ministerio de Cultura. La Habana, Cuba. 1990.*

Revista TV WORLD. *Mipcom Agenda. Violence on tv. "Not in front of the children". Pages 131-132. EE.UU. October, 1996.*

Revista TV WORLD GUIDE TO CHILDREN'S TELEVISION. *Children's special. RATINGS. "The kids are alright". EE.UU. Marzo, 1996.*

Revista Políticas Sociales en Europa, 1. 1997

- **Lossef - Tillmanns, Gisela.** *"Los medios de comunicación y la violencia"*

- **Schweitzer, Harmut.** *"Evaluación de la violencia en los Medios de Comunicación. Consideraciones metodológicas"*

Revista Vídeo - Forum. *Ciencias y Artes de la Comunicación Audiovisual. EE.UU. Septiembre, 1981.*

Secretaría General del Ente Público de Radio Televisión Española (R.T.V.E.). *Centro de Documentación. “Violencia y Sexo en los anuncios de programas de televisión”. Madrid, España. Julio, 1986.*