



Televisión e infancia, autorregulación ineficaz

JESÚS BERMEJO BERROS

Profesor de la Universidad de Valladolid

A VECES, SE HACE NECESARIO RECORDAR LO obvio: La televisión no es ni buena ni mala. Es un medio tecnológico cuyos contenidos van siendo el resultado de la participación simultánea de fuerzas empresariales, sociales y culturales. Su influencia no es neutra y, en el caso de la infancia, podría ser un excelente medio para enriquecer su desarrollo cognitivo, social y afectivo.¹ Sin embargo, en la actualidad, las cosas no van por buen camino. Hay un fenómeno general de degradación de sus contenidos. La televisión en España no sólo se está alejando de sus posibilidades educativas, sino que está introduciéndose en una senda perjudicial para el niño en no pocos aspectos. En los dos apartados que siguen, describiremos esta tendencia en sus rasgos más destacados y concluiremos con algunas recomendaciones que insisten sobre la necesidad de ciertas actuaciones. Es tiempo, así, de hacer frente (con firmeza) y asumir la responsabilidad que, como adultos, tenemos de hacer de la televisión un medio que enriquezca al niño en lugar de empobrecer su desarrollo.

De la autorregulación a la programación diluida

El 9 de diciembre de 2004, se firmó el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia, suscrito por TVE, Antena 3, Telecinco y Canal +, que reflejaba el compromiso de estas televisiones de cumplir la normativa, fomentar una oferta de programas adecuada para la infancia y determinar unas franjas horarias de especial protección en las que deberían cuidarse los contenidos emiti-

La autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia fue una prioridad del Gobierno, sensibilizado por la degradación de las programaciones en horarios de acceso de los menores.

dos. Este acuerdo era el resultado de la necesidad de tomar en consideración una situación anterior en la que se había acumulado un estado de malestar entre consumidores, expertos y profesionales sobre los contenidos que la televisión estaba presentando a los jóvenes. El diagnóstico,² en 2004, indicaba claramente la necesidad de cambio. Los cuatro puntos siguientes ilustran ese estado de inquietud:

1. Elevado consumo. El consumo medio diario de televisión en España, todas las edades confundidas, en los años 2004 y 2005, ha sido de 233 y 223 minutos, respectivamente. Entre las temporadas 2001 y 2005, el consumo medio diario de los niños de 4 a 12 años ha sido de 143, 146, 146, 151 y 144 minutos, respectivamente, y el de los jóvenes de 13 a 24 años, de 150, 155, 151, 143 y 151 minutos, respectivamente.

A la vista de estos datos de audiencia, si los niños constituyen para los programa-

dores la franja de edad que menos consume televisión, desde otros puntos de vista hay que hablar, por el contrario, de consumo estable y muy alto. Es así si los comparamos con la media de consumo en los países occidentales, que es inferior a la española, y, desde el punto de vista de la vida cotidiana del niño, este consumo tiene un considerable impacto en la distribución de sus actividades diarias. La conclusión es que los niños españoles dedican mucho tiempo a ver televisión.

2. Consumo de programación adulta. Tomemos cuatro ejemplos:
 - a) En términos de audiencia, el 75 por ciento de todo el tiempo que los niños dedican a ver televisión es para consumir programas destinados a adultos.
 - b) Si, entre los 50 programas más vistos por los niños en 2003, 41 de ellos fueron de animación para adultos (*Los Simpson*), ese tipo de visionado no ha cambiado, en 2004 y 2005, tras la entrada en vigor de la denominada "autorregulación de contenidos para la protección de la infancia". En 2004 y 2005, ha seguido la misma tendencia.
 - c) El programa propiamente infantil más visto en todo el año tuvo la mitad de audiencia que el programa más visto por los niños, y que está concebido para un público adulto. Por ejemplo, mientras que el programa infantil que obtuvo mayor audiencia entre los niños de 4-12 años en 2003 fue *La banda del patio*, con 261.000 espectadores, varias series nacionales (que muchos olvidan que es-

No sólo no se han alcanzado los objetivos previstos por la autorregulación, sino que, durante 2005, se han añadido nuevos ingredientes que agravan el problema.

tán dirigidas esencialmente a un público adulto o adolescente pero no a niños de 4-12 años) fueron vistas por el doble de audiencia infantil. Más todavía, tuvieron más audiencia infantil el fútbol, con la *Liga de campeones*, y el cine, con *El día del espectador*, de Antena 3, que el programa infantil *La banda del patio* o cualquier otro programa infantil.

- d) Se ha introducido un fenómeno de infantilización de algunas series de ficción nacional para adultos, con objeto de convertirlas en pseudoproductos familiares.
- En definitiva, los niños ven los programas de adultos. Esta situación se está agudizando con la implantación progresiva en los colegios públicos españoles de la jornada continua. Muchos niños ven televisión en la franja de sobremesa, en la que encontramos productos impropios para ellos, como *Aquí hay tomate* y otros.
3. Escasez de programación destinada a los niños. Hay una progresiva disminución en los últimos diez años del tiempo dedicado a programación infantil. Por ejemplo, en 2003, la programación infantil solamente ocupó el 8,7 por ciento del total de las emisiones de las cadenas de televisión generalistas y volvió a descender en 2004 hasta el 8,2 por ciento (incluyendo también aquí aquellos programas infantiles de dudosos efectos positivos para el niño).
 4. Contenidos definidos como infantiles inadecuados. Un ejemplo de ello son los contenedores que ocupan en la actualidad una parte muy importante de la programación infantil. En ellos, se mezclan programas destinados a diferentes eda-

des, lo que hace que muchos niños vean programas para los que no son destinatarios; los presentadores son inadecuados en cuanto a actitudes, uso del lenguaje, etcétera.

5. Malos hábitos de consumo. He aquí algunos ejemplos:
 - a) El momento del día en que más niños están frente a la pantalla es entre las 21 y las 24 horas, fuera del horario protegido. En el año 2004, casi 750.000 niños vieron la televisión diariamente en prime time, es decir, tras la segunda edición del telediario, convirtiendo a esta franja horaria en la de mayor audiencia infantil y más de 150.000 niños ven la televisión a partir de las doce de la noche, en el llamado *late night*. Otro dato que subraya los malos hábitos televisivos de la infancia en España es que, del tiempo total que pasan delante de la televisión, solamente un 25 por ciento corresponde a programas infantiles.
 - b) Según un estudio de Media Planning Group, en 2003, el 31,3 por ciento de los niños españoles disponía de una televisión en su habitación. Esa tendencia no ha dejado de aumentar. Ya hemos insistido en otro lugar acerca de los efectos negativos de este tipo de consumo individual.³
 - c) Comer delante de la televisión se está convirtiendo en una práctica extendida. Comer así es comer (digerir) mal.
 - d) Es también una práctica común elegir el menú de televisión zapeando y no eligiendo previamente a partir de una guía de programación. Hay un visionado por eliminación y no por elección. En el caso de los niños, el resultado es muy perjudicial.⁴

Los efectos de la autorregulación

Un año después de la entrada en vigor del acuerdo de autorregulación, la evaluación de su impacto muestra que no ha sido eficaz. No sólo no se han alcanzado sus objetivos, corrigiéndose los problemas ya detectados antes de 2004, sino que, durante 2005, se han producido en el mercado adaptaciones en la programación cuyos efectos son perjudiciales para la infancia y que vienen a añadirse a los males ya existentes. Siguiendo un reciente informe del Observatorio de Contenidos Televi-

sivos y Audiovisuales (OCTA),⁵ veamos algunos de sus elementos más destacados:

- a) Ha habido un esfuerzo insuficiente y de mero maquillaje para modificar la parrilla. Por ejemplo, TVE1 deja en la franja de protección reforzada la telenovela considerada menos inadecuada (*Obsesión*). Antena 3 prueba a emitir un programa del corazón no amarillo (*La vida es Rosa*), pero, ante la falta de respuesta de la audiencia, acaba reponiendo el anterior (*La buena onda*); intenta eliminar del programa *El diario de Patricia* elementos de sensacionalismo morboso presentes en la etapa anterior, pero con el tiempo, desde el mes de marzo, vuelven a reaparecer con los mismos rasgos presentes antes de la firma del Código. Telecinco decide emitir el resumen de *La casa de tu vida* antes del horario de protección reforzada.
- b) Se ha utilizado el truco de los programas sin clasificar. Recordemos que, según el código de autorregulación, durante la franja de protección reforzada no pueden emitirse programas etiquetados para mayores de 18 años. Pues bien, en la programación actual ha desaparecido en la mayoría de las cadenas la clasificación de los programas emitidos, de tal modo que, programas que antes se emitían y que estaban clasificados para adultos, ahora han dejado de tener etiqueta, aunque siguen emitiéndose en la misma franja y con el mismo contenido. Incumplen así el código programas como los magazines *A tu lado* (Telecinco) y *La buena onda* (Antena 3), que incluyen fragmentos inapropiados de programas como *La casa de tu vida* y *La granja de los famosos*. Otros ejemplos de programas que incumplen el código son *Obsesión* (TVE1), *La vida es Rosa* (Antena 3), y *El diario de Patricia* (Antena 3).
- c) Se mantiene el incumplimiento del código en el uso del lenguaje y siguen apareciendo actitudes intolerantes, imágenes de violencia y de sexo inadecuadas para la población infantil.

Pensamiento degradado

Después de dormir e ir al colegio, ver televisión es la actividad principal de nuestros niños. Es hoy innegable que la televisión influ-

ye poderosamente sobre numerosas facetas en formación del niño. Se ha hablado mucho de los efectos de fenómenos como la presencia de la violencia y el sexo en televisión sobre la formación de actitudes, creencias y valores del niño. Es bien sabido que la televisión sigue banalizando la violencia y el sexo, faltan propuestas de valores positivos, etcétera. Se ha insistido menos, en cambio, en los efectos todavía más preocupantes de la televisión sobre el pensamiento narrativo del niño.

En la historia de la humanidad, se ha definido el pensamiento del hombre por su dimensión racional. Sin embargo, hoy sabemos que existe también una segunda dimensión de pensamiento, denominada *narrativa*, que es irreductible y fundamental para entender al hombre en su totalidad.⁶ El pensamiento narrativo está presente en numerosas actividades de nuestra vida cotidiana. El hombre piensa con relatos y se nutre de ellos, sean de ficción o procedentes de la realidad. Los relatos están por todas partes en nuestra cultura: en los libros, en la televisión, la radio, el cine, en las anécdotas que contamos en la oficina, en los juegos del patio del recreo, en las conversaciones en las consultas del centro de salud, en los chistes, en las tradiciones, en los mitos, en los proyectos de futuro, en la historia... Los relatos están también en el contenido que utilizamos para dar forma a la imagen que hacemos de nosotros mismos, también en el contenido que damos a nuestras relaciones con los otros, en la construcción de nuestra identidad, nuestros valores y proyectos de vida. Hay que insistir en que cualquier forma de relato que circula en la sociedad sirve para nutrir, alimentar y dar forma al pensamiento narrativo. Pues bien, la televisión es, en nuestra cultura contemporánea, un poderoso distribuidor de relatos y tiene un fuerte impacto sobre el pensamiento narrativo del niño, como hemos demostrado en otro lugar.⁷

Desde el punto de vista de la oferta televisiva, asistimos en la actualidad a una degradación de los contenidos propuestos a los niños, alimento simbólico de sus mentes y afectos, que contribuyen así a empobrecer sus formas de pensamiento narrativo por cuanto los tipos de relatos propuestos en la pequeña pantalla son pobres, restringidos e inapropiados. Podemos destacar dos rasgos íntimamente ligados en la oferta televisiva:

a) Presencia de un pensamiento narrativo esclerotizado. Entre los programas en los que abunda este rasgo y que ocupan una

parte sustancial de las parrillas de programación, encontramos los *magazines*, los *reality show*, los *talk show*, los *info show* y los *docu-soap*.⁸ En estos programas *show* aparecen repetidas hasta la saciedad historias de la vida de seudofamosos, de asuntos domésticos, de la intimidad de las personas que no tienen valor más allá de la mera exhibición. En estos programas abunda un tipo de relato de segunda categoría como son los *chismes* (más conocidos en algunos casos como “cotilleos”), que conviven con el escándalo público. Se echan de menos en televisión otros relatos más apropiados para el desarrollo del niño, en los que predominasen aquellos valores positivos que permiten al hombre construir otros relatos que le empujan hacia otros horizontes y le hacen, de ese modo, avanzar hacia una mejor humanidad.

b) La apropiación del pensamiento por la *telerrealidad*. El conjunto de programas *show* a los que nos hemos referido conforman una *telerrealidad*, es decir, un mundo que pretende reflejar el mundo real, pero que, de hecho, lo único que hacen es crear un mundo mediático con su propia e idiosincrásica realidad. El hombre necesita consumir relatos, y una de las claves del éxito de estos programas en la actualidad es que ponen delante del espectador numerosos relatos de fácil y rápido consumo que tocan, en no pocas ocasiones, las parcelas menos públicas e incluso tabú de las personas y la sociedad (de ahí su atracción).

Uno de los problemas que engendra esta *telerrealidad* es que el niño, al ver ese tipo de programas, moldea su conducta siguiendo las pautas que ve en ellos. Lo hace con más facilidad todavía que los adultos, porque su experiencia con la vida real es más limitada y tiene menores posibilidades de saber que existen otras formas posibles de relación social que no sean la exhibición pública o el interés restringido por algunas parcelas de la intimidad de las personas. El niño cae así más fácilmente en la trampa de considerar que el mundo es “como lo pintan en esos programas”, es decir, donde prima el morbo, la exhibición, el escándalo, la violencia, el sexo y el chisme. El pensamiento narrativo, que también se nutre de relatos de libertad, de amistad, de abnegación, de justicia, etcétera, se ve así atrapado, en la tele-

visión de hoy, en una minúscula red de contenidos narrativos de *telerrealidad*.

En conclusión, la televisión actual propone al niño un pensamiento que se reduce a un pequeño espectro de posibilidades, siendo cada vez más un modelo de pensamiento narrativo empobrecido y degradado.

Conclusión: quemando etapas

Aunque está suficientemente demostrado que la televisión puede tener efectos beneficiosos para el niño tanto en su desarrollo mental, afectivo y social, la televisión actual en España no los potencia adecuadamente.⁹ Hay numerosos signos de ello y de la progresiva degradación de los contenidos como hemos expuesto en estas líneas. Los padres sólo pueden elegir buenos programas infantiles cuando éstos existen y, además, cuando son emitidos en franjas horarias claras y estables. Esto, lamentablemente, no es hoy po-

Las barreras entre la programación infantil y la programación para adultos tiende a difuminarse. Se mantiene un lenguaje inapropiado y abundan las imágenes de sexo y violencia.

sible. La programación infantil está desapareciendo de las parrillas o emigrando a plataformas digitales de pago. Las barreras entre la programación infantil y la programación para adultos tienden a difuminarse. Se mantiene un lenguaje inapropiado y abundan las imágenes de sexo y de violencia; todo ello consumido abundantemente por los niños españoles como si de adultos se tratase. En consecuencia, una primera conclusión es que nos encontramos actualmente con una televisión que dispone a los niños para que *que-*

men etapas, es decir, para que accedan a contenidos televisivos para adultos antes de lo que correspondería a su edad y no vean programas realmente dirigidos a su franja de edad (pues casi no existen).

La segunda conclusión es que la autorregulación en España, al menos hasta ahora, no ha servido para proteger a la infancia. La experiencia en Estados Unidos, durante varias décadas, del binomio regulación-desregulación es muy clara, como hemos descrito en otro lugar.¹⁰ Cuando se ha desregulado el mercado audiovisual, los programas infantiles han disminuido drásticamente de las parrillas de programación. En cambio, cuando el Estado ha regulado ese mercado, ha aumentado la producción y la calidad de los programas infantiles. A esta experiencia americana se añaden el intento de autorregulación que tuvimos en España a mediados de los noventa y la que acabamos de analizar de 2004. Estas dos últimas, insuficientes y, por lo tanto, sin eficacia efectiva. Es necesario cambiar el rumbo. Los tímidos intentos de regulación en España no pueden apoyarse en la mera autorregulación, como lo demuestran los hechos.

Es tiempo de actuar. Sólo podemos ser optimistas si actuamos de inmediato con energía y firmeza. He aquí, para terminar, algunas recomendaciones:

- Hay que implantar definitivamente un Consejo Nacional del Audiovisual autónomo, con funciones de supervisión y capacidad sancionadora real.
- Regular no es censurar. El Gobierno debe mostrar coraje regulador (y sancionador).
- Es inviable regular de 8 de la mañana a 10 de la noche. Nuestra propuesta es tener franjas fijas y regulares que los padres co-

nozcan bien. Una propuesta sería de 7,30 a 9 horas y de 17,30 a 20 horas. El respeto a la infancia en esas franjas debería ser objeto de vigilancia del Consejo Nacional del Audiovisual, que debería tener capacidad de intervención y sanción importante (no sólo económica, sino que pudiera llegar incluso, como ha ocurrido en Estados Unidos, a retirar la licencia de emisión a una operadora). Durante el resto del tiempo de emisión en el día, las televisiones tendrían libertad de contenidos. Estas franjas deberían ser, de este modo, responsabilidad de los padres, que deberían conocer públicamente las eventuales consecuencias del visionado de sus hijos en esas franjas no protegidas (libres).

- Deben establecerse y regularse de modo claro, sencillo, gratuito y público las vías para que los padres y agentes sociales formulen sus quejas y acciones contra las televisiones cuando entiendan que sus derechos son vulnerados por éstas. El Consejo Nacional del Audiovisual debería disponer de recursos para difundir públicamente el contenido de sus intervenciones sancionadoras, permitiendo así a los usuarios formar su opinión sobre el mercado de contenidos audiovisuales.
- La televisión pública debe tomar la iniciativa y dar una respuesta sin matices ante el problema suscitado por la pobreza de los contenidos actualmente servidos a la infancia. Debe abandonar su carrera hacia la captura de audiencia y recuperar criterios cualitativos de servicio público. Al mismo tiempo, las televisiones comerciales deben tener libertad para hacer lo que deseen (eso sí, fuera del horario de protección que hemos indicado, dentro del cual deben ser escrupulosas en el respeto de la

normativa que habría de ser desarrollada). Debemos terminar con un sistema ineficaz, donde a una operadora puede interesarle más pagar una pequeña sanción económica y continuar emitiendo lo que desea, y que le produce mayores beneficios. La circulación clara en la sociedad de ese principio de libertad, y de sus eventuales riesgos al mismo tiempo, puede servir de regulador de ese mercado.

Sólo con medidas enérgicas podremos sacar a la televisión del callejón de degradación de contenidos que ofrece a la infancia española. A los agentes sociales, empresariales y políticos corresponde ahora decidir el camino. ■

1 Bermejo Berros, J. (2005 a). *Narrativa audiovisual*. Investigación y aplicaciones. Madrid: Pirámide.

2 VVAA (2004). *El canguro catódico. La infancia en el panorama audiovisual*. Madrid: Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión.

3 Bermejo Berros, J. (2005 b). *Hombre y pensamiento. El giro narrativo en ciencias sociales y humanas*. Madrid: Ediciones del Laberinto, y Bermejo Berros, J. (en prensa b). *L'enfant et la télé*. París: DeBoeck Université.

4 Bermejo Berros, J. (en prensa a). *Mi hijo y la televisión. Una guía para padres y educadores*. Madrid: Pirámide.

5 VVAA (2005). *Informe sobre el cumplimiento del código de autorregulación de contenidos televisivos e infancia*. Madrid: Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales.

6 Bermejo Berros, J. (2005 b). *Hombre y pensamiento...* (op. cit.), y Bermejo Berros, J. (en prensa b). *L'enfant et la télé* (op. cit.)

7 Bermejo Berros, J. (2005 a). *Narrativa audiovisual...* (op. cit.)

8 Bermejo Berros, J. (en prensa a). *Mi hijo y la televisión...* (op. cit.)

9 Bermejo Berros, J. (2005 a). *Narrativa audiovisual...* (op. cit.), y Bermejo Berros, J. (en prensa a). *Mi hijo y la televisión...* (op. cit.)

10 Bermejo Berros, J. (2005 a). *Narrativa audiovisual...* (op. cit.)

El autor desea expresar su agradecimiento a la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión por su apoyo en la elaboración de este informe.

