

Clasificación de contenidos audiovisuales infantiles

El nuevo contexto de los medios y las multiplataformas

2015

Contenido

| | |
|--|----|
| PREFACIO..... | 3 |
| I. BASES ARGUMENTALES: ENFOQUE DE DERECHOS | 5 |
| Tres enfoques regulatorios | 6 |
| II. PROTECCIÓN Y REGULACIÓN | 8 |
| 1. Análisis de Sistemas de Clasificación..... | 8 |
| 2. Sistemas Supranacionales | 10 |
| Estados Unidos..... | 12 |
| Australia | 14 |
| Holanda | 16 |
| Brasil..... | 17 |
| Colombia | 18 |
| III. Promoción de contenidos de calidad..... | 19 |
| 1. Programar para promover | 19 |
| 2. Calidad a nivel del sistema: Canales y políticas públicas | 20 |
| IV. Educación de audiencias o educomunicación | 23 |
| V. La regulación de los nuevos medios y las multiplataformas | 26 |
| VI. Reflexiones finales | 30 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 33 |

PREFACIO

El presente estudio consta de una sistematización del debate sobre clasificación y regulación de la televisión para audiencias infantiles. La investigación es de carácter descriptivo y considera una revisión de la literatura nacional e internacional, junto al análisis de experiencias de países con sistemas de medios similares al chileno. En el documento, los autores¹ presentan fundamentos acerca de la necesidad y efectividad de la incorporación de esos criterios de clasificación en la TV abierta, de pago, los nuevos medios y las multiplataformas.

El trabajo se centra en la perspectiva de la protección a la infancia amparada en la Declaración de los Derechos del Niño, ratificada por Chile hace 25 años. En ese sentido, aborda dos visiones: la primera, una función activa por parte del Estado, a través de los organismos reguladores de los medios de comunicación. El segundo enfoque apela a la idea de una audiencia activa, es decir concibe a los niños y las niñas como televidentes que desempeñan un rol protagónico en la selección y evaluación de los contenidos a los que acceden. Considerando esta perspectiva, los especialistas plantean dos acciones: promover una televisión de calidad y fomentar iniciativas de educación de medios. El Consejo Nacional de Televisión, a través de su departamento de Televisión Educativa y Cultural², hace un aporte a la televisión de calidad para audiencias infantiles y a la vez realiza acciones de educación de medios para la comunidad educativa.

Este documento entrega orientaciones para la regulación y fiscalización de los contenidos audiovisuales dirigidos a la infancia y constituye además, una guía para quienes producen programas para este público tan relevante.

María Dolores Souza
Jefa Departamento de Estudios

¹ **Pablo Christiny:** Periodista PUC. Experto en Contenidos audiovisuales infantiles de la Universidad Internacional de Andalucía, España. Ha trabajado como director y productor de TV Infantil en Chile, Nueva Zelanda, Dinamarca y Alemania. Actualmente es Director Ejecutivo de la Fundación Nativo Digital. Autor de diferentes estudios sobre medios audiovisuales e infancia.

Catalina Guzmán: Periodista PUC. Master in Media and Globalization, Universidad de Aarhus, Dinamarca. Investigadora en temática de Medios, memoria e identidad en la Universidad de Hamburgo, Alemania. Autora de distintos estudios sobre infancia y medios audiovisuales.

² Programa 'Novasur' con 15 años de trayectoria.

INTRODUCCIÓN

La mediatización de la sociedad, la creciente penetración de internet y las nuevas plataformas, junto a la instantaneidad de las comunicaciones digitales plantean un gran desafío en torno al desarrollo de una infancia con libertad de acceder, usar y generar contenido audiovisual e información. Esto implica considerar el enfoque de derechos y por tanto, garantizar la protección de niños y niñas como sujetos en formación y como sujetos de derecho³.

Los esfuerzos de los países para implementar sistemas de regulación son complejos de poner en práctica y se ven amenazados por el acelerado impacto tecnológico en los medios de comunicación tradicionales y la creación de nuevos medios y plataformas. El tema hoy no puede ser abordado sólo desde la figura de la regulación por parte del Estado, dado que diversos actores y criterios participan en el proceso de comunicación al que los niños y niñas están enfrentados/as actualmente.

Otros elementos que complican la actual regulación de los contenidos inadecuados para niños y niñas, son la transnacionalización y la globalización que han traído consigo una cultura de “internet libre y sin restricciones”, que es válida para cualquier usuario a nivel mundial. Por ende, la clasificación de contenidos audiovisuales hoy debe ajustarse a una nueva significación del derecho a la información y la libertad de expresión, en un contexto en que la audiencia infantil tiene mayor acceso a más contenidos, bajo su propio criterio de selección y de acuerdo al uso que le quieren dar. Es decir, el principal discriminador y evaluador de los contenidos que recibe la audiencia infantil, es el propio niño o niña.

Por tales argumentos, esta investigación plantea la tesis de que **debemos complementar la actividad regulatoria normativa, con una implementación de guías para usuarios y alfabetización mediática**, que permitan tener una audiencia infantil más preparada y criteriosamente activa, a la hora de seleccionar los contenidos de cada una de las distintas plataformas a las que acceden.

³La Convención de los Derechos del Niño postula que el Estado debe asegurar un entorno favorable para que los derechos de la infancia sean respetados por los medios de comunicación. Esto incluye adoptar medidas de regulación y sensibilización sobre los derechos del niño y el rol que los medios de comunicación pueden y deben desempeñar para asegurar el respeto de estos principios.

I. BASES ARGUMENTALES: ENFOQUE DE DERECHOS

El pilar estructural de esta discusión es la Convención de Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, aprobada en 1989, que extiende la Declaración Universal de los Derechos Humanos y reconoce "que la infancia tiene derecho a cuidados y asistencia especiales" y entre éstos, los derechos de comunicación. Este documento internacional estipula el derecho a la libertad de expresión y recepción de contenidos adecuados para niños y niñas⁴.

El artículo 17 explicita que los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación, comprometiéndose a velar porque los niños y niñas tengan acceso a información y materiales procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial las destinadas a la promoción de su bienestar social, espiritual y moral. En base a este corolario se consigna la necesidad de directrices para la protección de niños y niñas contra información y material perjudicial para su bienestar. Esto ha dado como resultado un enfoque basado en los derechos del niño a la libre expresión, en combinación con parámetros de seguridad y protección que se deben garantizar a las personas menores de edad. El propósito de este enfoque es asegurar una infancia normal y feliz basada en el precepto de que este grupo de la población "tiene derecho a buscar, recibir y utilizar la información adecuada a su desarrollo" (CNTV, 2008: 15).

Según Marta Maurás, experta independiente en derechos humanos, derechos del niño, política social y relaciones internacionales de UNICEF⁵, se requiere una acción concertada en todos los frentes desde los que se puede concretar la protección de niños y niñas. Por un lado, plantea que "el Estado debe crear un entorno favorable para que los derechos de la infancia sean respetados por los medios de comunicación. Esto incluye legislación apropiada, regulación, aplicación y monitoreo de las mismas". Además es necesario un trabajo de sensibilización general sobre los derechos del niño y sobre el papel que los medios de comunicación pueden y deben desempeñar para asegurar su respeto. Dichas acciones pueden hacerse a través del sistema escolar y mediante la formación profesional

⁴ Consigna que tal garantía sólo puede ser restringida para (a) Asegurar el respeto a los derechos a la reputación de los otros; o (b) Para la protección de la seguridad nacional o del orden público, la salud pública, o la moral públicas.

⁵ Actual representante de Chile ante las organizaciones internacionales, con sede en Ginebra (desde 2014).

específica en las escuelas de comunicación y la formación continua de periodistas y trabajadores de los medios. Los propios medios de comunicación -tradicionales y por Internet- en colaboración con las industrias relacionadas que utilizan la red, debieran desarrollar nuevas herramientas electrónicas de autorregulación para que los derechos de los niños y niñas estén protegidos eficazmente contra los abusos y violaciones de sus derechos. Por último, los padres poseen un papel fundamental en la protección de los derechos de niños y niñas respecto de los medios, asegurando al mismo tiempo su libertad de expresión e información. Asimismo, las organizaciones de la sociedad civil son de gran importancia para promover y monitorear el respeto a los derechos de niños y niñas (CNTV, 2013; 8).

Tres enfoques regulatorios

En este estudio se presentan tres fórmulas que plantean la literatura y la experiencia internacional, para cumplir con lo estipulado en la Declaración Universal de los Derechos de los niños y niñas (DUDN), sobre la protección a personas menores de edad por parte de los medios de comunicación.

En primer lugar, el enfoque más comúnmente usado a nivel mundial, es el encuadre de la **protección de las personas menores de edad**, basado en las legislaciones que derivan de los principios expresados en la misma DUDN. En este caso, la regulación consiste en definir contenidos inapropiados según edad, generalmente asociados con violencia, sexo y drogas, definiendo y fiscalizando su adecuada distribución.

En segundo lugar, y en una visión más contemporánea, se presenta la **promoción de la Televisión Infantil de Calidad**. Este enfoque es propositivo en lugar de restrictivo, es decir, busca promover en forma activa y concreta la producción de contenidos considerados beneficiosos para el desarrollo de niños y niñas. Esto puede formularse a través de incentivos y/o financiamiento para producciones infantiles que cumplen con ciertos estándares de calidad tales como: promover habilidades pro-sociales, fomentar el aprendizaje, impulsar herramientas de manejo emocional y, por sobre todo, entregar diversión y felicidad a los niños.

En tercer lugar, uno de los enfoques más actuales que plantean académicos y expertos, tiene que ver con la **Alfabetización Mediática**. Es decir, proporcionar a la audiencia las herramientas necesarias para discriminar los contenidos que le presentan los medios de comunicación. En este enfoque, los niños o las niñas como espectadores juegan un rol activo en la selección de lo que ven en las distintas plataformas, haciendo partícipe de este proceso a los padres, maestros y quienes compartan su entorno.

Este tercer enfoque incorpora la responsabilidad ciudadana y propicia una actitud activa y crítica de las audiencias. Dicha perspectiva opera desde el esquema de derechos y deberes, con el fin de otorgar conceptos a padres, profesores, niños y niñas que les permitan elegir contenidos que contribuyan a su bienestar y demandar información a los reguladores y proveedores de los servicios.

De acuerdo a lo planteado en la literatura, es posible observar una tendencia a complementar una fórmula de regulación vertical, en la que la audiencia tiene un rol pasivo y el Estado define qué es adecuado ver y qué no, con un enfoque en el que la audiencia tiene una función más activa en el proceso de comunicación. No obstante, para ello, los televidentes requieren capacitación en educación de medios a fin de enfrentar adecuadamente la discriminación, selección y análisis de los contenidos que reciben. En esta visión más activa de la audiencia, se presenta la posibilidad de fijar estándares de calidad y exigir contenidos en base a esos criterios, impuestos de forma horizontal por la misma audiencia al elegir un determinado contenido.

En esta concepción colaborativa de la regulación se necesita de una participación activa y conjunta de los distintos sectores de la sociedad. La acción mancomunada y destinada al bienestar social trabaja desde tres ejes: **Protección, Promoción y Educación**. En este estudio se abordan esos encuadres, según los cuales diferentes países enfrentan la relación entre la infancia y los medios de comunicación y nuevas plataformas tecnológicas.

II. PROTECCIÓN Y REGULACIÓN

Distintos artículos de la Convención sobre los Derechos del Niño, hacen referencia a la relación que debe existir entre los medios de comunicación y la infancia. Las normativas se pueden agrupar en criterios que deben ser aplicados por los distintos actores del proceso comunicativo. Según Marta Maurás, los tres grandes actores y sus responsabilidades son⁶:

- a) Los propios medios, que deben basarse en estos criterios para evaluar y controlar sus actividades en este campo;
- b) Los legisladores y los gobiernos, que deben garantizar una regulación adecuada de la industria; y
- c) La sociedad civil y los propios niños y niñas, para que puedan controlar el impacto de los distintos contenidos que podrían vulnerar sus derechos y por lo tanto, ser inadecuados para su exposición.

A continuación se presenta la experiencia internacional que apunta a los dos primeros actores sociales mencionados (en a y b), en materia de regulación y autorregulación de la industria de medios de comunicación, especialmente televisión y contenidos audiovisuales para diversas plataformas.

1. Análisis de Sistemas de Clasificación

Considerando el análisis de la literatura disponible, se puede observar que los entes reguladores de distintos países, coinciden en el objetivo primario de la Protección de las personas menores de edad frente a contenidos de televisión y nuevos medios. Para lograr ese cometido las acciones se concentran en dos formas de clasificación:

⁶ CNTV 2013; 9

http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20130829/asocfile/20130829121455/derechos_del_nin_o_y_medios_de_comunicacio_n_1_copia.pdf

- Evaluativa: Juzga o decide qué contenido es apto para niños de distintas edades, según su etapa de desarrollo.
- Descriptiva: A través de íconos en la pantalla se entrega información de los programas que presentan contenidos delicados o inapropiados, como sexo o violencia, dejando en manos del espectador (niños/as o sus supervisores) la decisión de si es adecuado para ellos o no.

Las normativas internacionales coinciden en la formulación de los criterios para definir la pertinencia de un contenido para un determinado público. En la mayoría de las legislaciones se definen los contenidos inapropiados y se supervisa la programación para que éstos no sean transmitidos en horario de audiencia infantil. Los tres elementos más comunes, a los que apuntan las normativas tienen que ver con la presencia de contenidos de violencia (verbal, física, emocional, psicológica, sexual, etc.), sexo o drogas; y lenguaje inapropiado o soez (CNTV, 2008).

En un estudio sobre efectos emocionales de la TV en el público infantil⁷, se distinguen las principales razones de velar, que los contenidos con presencia de violencia y sexo, sean recibidos por audiencias preparadas, de acuerdo a su desarrollo psicosocial. En cuanto a la violencia, el consenso se basa en que a pesar de que no se ha podido determinar una causalidad entre la exposición a contenidos violentos y comportamientos violentos de la audiencia, sí se ha podido precisar que “la violencia televisada afecta a la actitud, los valores y el comportamiento de la audiencia”⁸. En cuanto a las escenas de sexo, los expertos plantean que la exposición reiterada a imágenes eróticas interviene en la socialización y desarrollo emocional, por lo que puede llevar a niños y niñas a internalizar ideas erradas acerca de su comportamiento y sus relaciones con los demás (Papadopolous, 2010). Según los estudios, el principal problema del tratamiento del sexo y la sexualidad en la TV es que se presenta disociado de emociones positivas y valores como el amor, la lealtad y la familia (CNTV, 2012).

Por ello, es necesaria una regulación que permita orientar el consumo de contenidos que incluyen elementos de violencia y sexo, para que sean exhibidos en horarios en los que la

⁷ CNTV (2015); Estudio de revisión bibliográfica: Efectos de la televisión en las emociones de niños y niñas. http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20150305/asocfile/20150305104733/efectos_emocionales_tv_ninos.pdf

⁸ Murray, 1994; Paik&Comstock, 1994

audiencia no vaya a enfrentar conflictos emocionales o se perjudique en alguna medida, su desarrollo psicosocial.

Las siguientes normativas han sido seleccionadas por la concordancia entre los criterios utilizados para calificar y regular a la industria de medios. Las iniciativas que aquí se plantean tienen, por un lado, un eje regulador de la industria -con casos novedosos de autorregulación-, y por otro, son una guía de orientación para la audiencia, respecto de los contenidos adecuados para cada grupo etario, según el consenso internacional.

2. Sistemas Supranacionales

Los ejemplos de instancias supranacionales revisados anteriormente, como las Convenciones y Declaraciones sobre Derechos de los/as Niños/as de la ONU, presentan criterios para orientar la regulación de la industria de medios por parte de los Estados.

En la Convención sobre Derechos de la Infancia existen cuatro pilares sobre los que se basa la relación de los medios de comunicación con la infancia (CNTV 2013):

- El artículo 17 que, tal como se indicó, establece la obligación del Estado de promover el bienestar social, espiritual, moral y la salud física y mental de los niños y niñas. Para ello define directrices a los medios de comunicación frente a toda información y material perjudicial para el bienestar de niños y niñas.
- Esta normativa se complementa con el Artículo 13 sobre la libertad de expresión de los niños para buscar, recibir y difundir informaciones e ideas por cualquier medio;
- El Artículo 16 sobre el derecho a la privacidad, incluso en relación con sus padres; y
- El Artículo 12 acerca del derecho de todo niño a ser escuchado y participar.

Apoyando a este núcleo de derechos, están los llamados principios de la Convención que proporcionan un sentido de dirección a las obligaciones de los Estados y a las responsabilidades de las organizaciones de comunicación. Estos son:

- a) **El principio de universalidad o no-discriminación** (art. 2), que en esencia significa que los niños y niñas deben ser presentados como niños, independientemente del

contenido del mensaje y asegurando que los detalles del mismo no estigmaticen o caractericen al niño de otra manera que no sea la de ‘ser niño’;

b) **El principio de que se atenderá el interés superior del niño y niña por sobre cualquier otra consideración** (art. 3), asegurando que él o ella sean tratados como un individuo, con un contexto personal particular en el cual es evaluado a fin de tomar una decisión (por ejemplo, sobre si publicar o no una noticia); y

c) **El principio de las etapas de desarrollo del niño y su derecho al pleno desarrollo hasta la edad adulta** (art. 5 y 6), que requiere la verificación constante de sus capacidades en evolución y los cambios por los que atraviesa el niño en su proceso de maduración.

Este conjunto de derechos constituye un marco normativo, de criterios o indicadores de rendimiento para evaluar a los medios de comunicación y para orientar a los Estados en la formulación de regulaciones que mitiguen el impacto que pueden tener los medios en el público infantil.

Por otra parte, UNICEF, desde 1999, impulsa una instancia denominada ‘Media Activities and Good Ideas for, by and with Children’ (MAGIC)⁹, que desde el enfoque de derechos y la promoción de una industria concientizada del impacto de los medios en la infancia, refuerza el papel de éstos en la protección y promoción de los derechos niños y niñas. Desde ahí presenta la tensión de la industria y el Estado por diseñar regulaciones y clasificaciones que estén en línea con los derechos de la infancia y la protección contra daños provocados por los mismos medios.

También, en esa línea se observan las acciones de la ‘Organization for Security and Cooperation in Europe’ (OSCE)¹⁰ que contemplan medidas de monitoreo para garantizar el ‘buen gobierno’ de los medios, entendiendo que, medios libres y de calidad son una piedra angular de las sociedades democráticas. Para ello se considera que distintas organizaciones, tanto reguladores como industria, deben buscar maneras de informar a la ciudadanía, especialmente a niños y niñas, sobre los contenidos inadecuados para

⁹ <http://www.unicef.org/magic/>

¹⁰ <http://www.osce.org/>

determinada etapa del desarrollo y entregar orientaciones sobre cómo filtrar y discriminar lo que se expone en televisión y en los nuevos medios de comunicación.

Basados en estas normativas y recomendaciones de organismos supranacionales, los distintos Estados han desarrollado políticas de regulación y clasificación de los contenidos audiovisuales.

Estados Unidos

El modelo por el que optó Estados Unidos se basa en la autorregulación de la industria. Consiste en un sistema creado por representantes de la industria de la TV y expertos en defensa del interés público. En conjunto, la ciudadanía y la industria crearon un sistema para clasificar los programas de televisión con el fin de dar a los padres más información sobre el contenido de los programas y lo adecuado que son para cada edad. Estas clasificaciones, llamadas ‘Pautas de Televisión para los Padres’, han sido creadas de manera que puedan reconocerse fácilmente y sean de uso práctico. Las ‘Pautas’ se emplean en la mayoría de los programas de televisión, incluso en aquellos dirigidos específicamente a niños y niñas.

La nomenclatura usada por Estados Unidos (TV Parental Guidelines, S/F) se sustenta en dos conceptos:

- Audiencia: Indica el público para el cual es apropiado un programa de televisión.
- Designación del contenido: Señala que el programa puede contener violencia, sexo, lenguaje adulto o diálogo sugestivo.

En base a esos criterios se han establecido siete categorías que definen el tipo de audiencia para el que cada programa es apto. Entre ellas, destacan las nomenclaturas “TV-Y” y “TV-7”, las que indican que el espacio es adecuado para niños y niñas menores de 6 años y para niños y niñas mayores de 7, respectivamente. En estas clasificaciones se observa la preocupación por el desarrollo que tiene cada grupo etario para enfrentar determinados contenidos. Luego aparecen categorías como TV14 para mayores de 14 años y TV18 para mayores de 18 años. Un elemento interesante es que distingue dos tipos de categorías para el público general, TVG, en la que los contenidos son aptos para todo público, principalmente familiar; y TVPG, en la que se recomienda que ese programa sea

visto con una guía parental de por medio, es decir invita a los adultos a compartir el programa con los niños y niñas para orientarlos y ayudarlos a comprender lo que ven.

Las ‘Pautas de Televisión para los Padres’ constan de una o más letras agregadas a la clasificación que determina la edad del público que puede ver ese contenido, para informar a los padres que el programa incluye violencia, sexo, lenguaje adulto o diálogo sugestivo.

| Nomenclatura | Descripción |
|--------------|--|
| D | Diálogo sugestivo (generalmente significa conversaciones acerca de sexo) |
| L | Lenguaje ordinario o grosero |
| S | Situaciones sexuales |
| V | Violencia |
| FV | Violencia de fantasía (sólo en programas infantiles) |

Estas nomenclaturas, utilizadas por los canales de televisión para informar a los televidentes el tipo de contenidos que emiten, tienen múltiples combinaciones entre las que hacen referencia al público que está dirigido y los elementos inadecuados que pueda presentar el programa.

A partir de estas clasificaciones, desde el año 2000 los televisores vendidos en Estados Unidos cuentan con un chip que permite bloquear los contenidos que los padres no quieren que sus hijos vean.

El ‘chip V’ (por ‘*Violence*’ en inglés) es un dispositivo que tiene relación con las clasificaciones antes mencionadas. Así por ejemplo, si un padre no quiere que su hijo vea programas calificados para mayores de 7 años, puede bloquearlos a través del chip.

Al ser una normativa que más que penalizar, busca orientar el consumo adecuado, los criterios entre los canales para catalogar determinados programas, puede ser disímil. Para evitar ese conflicto se creó la Junta Supervisora de las Pautas de Televisión para los Padres¹¹, que tiene la responsabilidad de cerciorarse de que exista la mayor uniformidad posible en el uso de las Pautas. La Junta está constituida por peritos de la industria televisiva y defensores del interés público. Dicha instancia también examina las quejas acerca de las clasificaciones de programas específicos. El público puede comunicarle sus

¹¹ TV Parental Guidelines Monitoring Board.

reclamos a la Junta respecto de determinadas calificaciones inapropiadas que los canales presenten.

A pesar de lo extensa de la guía estadounidense, su aplicación es voluntaria y muchas veces está en conflicto con las intenciones económicas de los canales, quienes, para lograr más anunciantes, muchas veces autocalifican sus programas con la nomenclatura G, es decir aptos para todo público. Así lo denuncia el Parents Television Council (PTC), entidad que ha ejercido presión a las autoridades para la modernización y regulación estricta de la guía existente, sobre todo en ámbitos como la violencia¹².

Australia

En Australia la regulación y fiscalización es realizada por una autoridad autónoma y dependiente del Estado: 'Australian Communication and Media Authority' (ACMA¹³), que establece una normativa orientada a asegurar que existan los espacios adecuados para que niños y niñas reciban contenidos dirigidos a ellos, así como a la vez evitar que sean expuestos/as a programas que puedan resultar nocivos para su desarrollo. Es así como desde 2005 implementó el sistema "**Children's Television Standards**" (CTS). Los criterios del CTS se basan en fijar horarios en los que los canales públicos y privados deben transmitir determinados contenidos, los que son previamente calificados por el ente regulador.

Las categorías infantiles se indican con las siglas C y P (Children y Preschool en inglés). Para que un programa sea categorizado con esta nomenclatura debe cumplir ciertos requisitos:

- ✓ Haber sido realizado específicamente para niños y niñas.
- ✓ Ser entretenido.
- ✓ Tener buen estándar de producción. Es decir, que cuente con suficientes recursos para asegurar un alto nivel de guión, reparto, dirección, edición, filmación, sonido y de otros elementos de la producción.
- ✓ Que fomente la comprensión y la experiencia de niños y niñas.

¹² Ver noticia en: <http://www.reuters.es/article/entertainmentNews/idESMAEA0800D20140109>

¹³ <http://www.acma.gov.au/>

- ✓ Que sea apropiado para los niños y niñas australianos.

A partir de esos criterios, el ACMA fija franjas horarias en las que sólo están permitidos los programas que cumplen con los estándares mencionados. Así, establece que cada concesionario debe difundir al menos 390 horas de material C y P durante el año. El canal debe difundir material C y P por un período continuo de no menos de 30 minutos diarios, por cada grupo etario.

El organismo regulador también define que los contenidos inapropiados para niños y niñas, no pueden ser exhibidos en las franjas horarias establecidas. Para ello fija criterios que permitan a los operadores discriminar si un contenido es apropiado o no para ser exhibido en horario infantil. Si los programas contienen algunos de los siguientes elementos no pueden ser programados en las franjas C y P.

- Degradar a cualquier persona o grupo en base a la pertenencia étnica, a la nacionalidad, la raza, el género, la preferencia sexual, la religión, o la inhabilidad mental o física;
- Imágenes o acontecimientos indebidamente espantosos o que apenen a los niños y las niñas;
- Imágenes o acontecimientos que representen aplicaciones riesgosas de un producto o situaciones inseguras que pueden animar a niños y niñas a realizar actividades peligrosas;
- Anuncio de productos o servicios que han sido declarados oficialmente inseguros o peligrosos por una autoridad de la Commonwealth o por una autoridad que tenga jurisdicción dentro del área de la licencia del concesionario.

Como se puede observar en esta legislación, el objetivo central es definir horarios en los que los niños y niñas pueden ver programas sin correr riesgos de estar expuestos a contenidos inadecuados. En paralelo el ACMA, también establece una serie de exigencias en torno a los contenidos y su programación. Por ejemplo, que no puede haber publicidad que incite a los niños a comprar determinados productos, o que los programas infantiles deben tener un horario determinado e informado a la audiencia, y que cualquier cambio debe ser comunicado y debidamente justificado.

En esta regulación se observa que es explícita la definición de una exigencia de contenidos dedicados exclusivamente al público infantil; y la determinación de bandas horarias para

su exhibición de tal forma de fomentar el hábito de los niños y niñas de ver programas adecuados para ellos en ese período del día. Asimismo, se aprecia el cumplimiento, por parte de los concesionarios, de un estándar de calidad mínimo en cuanto a la producción y la programación de los distintos contenidos.

Holanda

El sistema holandés se basa en un modelo de co-regulación, que se entiende como la regulación acordada entre el ente autónomo y las distintas empresas de la industria de medios. En este acuerdo, el órgano regulador, en este caso, el Instituto Holandés de Clasificación de Medios Audiovisuales, NICAM, capacita a profesionales de los distintos medios para que, contestando una serie de preguntas sobre el contenido de los programas en un sistema computacional, determinen la calificación de cada pieza.

Los canales en este caso se autorregulan en base a la capacitación y monitoreo constante del NICAM. Para determinar esta autorregulación se creó el indicador *Kijkwijzer*, un sistema de calificación realizado por expertos independientes y liderados por el NICAM, válido para programas de televisión y películas. Poco después, el sistema se extendió a los videojuegos y, desde abril de 2005, a determinados servicios audiovisuales accesibles a través de teléfonos móviles.

El origen del actual sistema parte de una iniciativa del Poder Ejecutivo holandés, secundada por importantes sectores de la industria audiovisual. El procedimiento se basó en un trabajo de investigación que indagó entre un importante número de padres sobre los contenidos que consideraban peligrosos para sus hijos. En la medición se confirmó el deseo de los padres de contar con información de los programas y con un sistema dividido por edades para saber en qué estrato se sitúan los distintos contenidos audiovisuales y por qué estos son potencialmente nocivos para los/as niños/as. Gracias a esta participación ciudadana, el *Kijkwijzer* es conocido por el 90% de los padres holandeses, quienes lo consideran un instrumento útil y adecuado para la discriminación de los contenidos que son adecuados para sus hijos e hijas (Muñoz & Mora, 2007).

El sistema de clasificación combina elementos de contenido (evaluación descriptiva), con una clasificación etaria (clasificación evaluativa). Así, define cuatro tipologías por edades: “Para todos los públicos”; “No recomendado para personas menores de 6 años”; “No

recomendado para personas menores de 12 años”; y “No recomendado para personas menores de 16 años”. Incorpora luego seis categorías que apuntan directamente a los contenidos que pueden dañar a la audiencia infantil: violencia, miedo, sexo, discriminación, lenguaje soez, y presentación de drogas duras y/o abuso de drogas blandas y alcohol.

La objetividad de este sistema opera a través de un sistema computacional, pues los codificadores de cada canal deben responder una serie de preguntas, las que son analizadas y procesadas por un software, que es el que en definitiva otorga la calificación de manera automática.

Con esta fórmula de co-regulación la responsabilidad sobre los contenidos emitidos recae en la industria y el Estado, a través de un órgano autónomo. Esta entidad es sólo un garante del cumplimiento y actualización de la normativa para el adecuado uso del sistema de calificación. Así, Holanda protege a la infancia de una forma colaborativa entre los distintos actores relacionados.

Brasil

Brasil tiene una clasificación que es orientadora, pero no obligatoria, ni menos normativa, -“Classificação Indicativa”-. Es decir, el gobierno no tiene mecanismos para imponer restricciones a la programación. La industria cuenta con una guía para evitar la transmisión de espacios no recomendables para la audiencia infantil y juvenil en horarios accesibles para estos públicos.

El Ministerio de Justicia define una clasificación por edades, además de una serie de acciones de protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, como por ejemplo cuándo un programa de cierta calificación puede ser emitido, y cuándo tiene una restricción horaria.

La calificación evaluativa respecto de las edades de la audiencia en Brasil es parecida a las que ya se han consignado, pero llama la atención que la recomendación con límites de edad comienza con 10 años, es decir no diferencia programación pre escolar de la escolar. Luego vienen calificaciones para personas menores de 12, 14, 16 y 18 años, cada uno con

un límite horario en el que no pueden ser transmitidos programas para televidentes mayores de las edades recomendadas.

Esta normativa está orientada a la relación de los contenidos con el grupo etario que puede recibirlo adecuadamente, por sobre la identificación de los elementos que puedan resultar inadecuados para determinada audiencia, como contenidos con violencia o sexo.

Colombia

En Colombia uno de los elementos más innovadores que se ha implementado para el resguardo de la infancia frente a los contenidos inadecuados de la TV, es el llamado 'Defensor del Televidente'. Esta herramienta, con la que todas las estaciones de televisión colombianas deben contar, busca acercar los criterios de calificación y evaluación de contenidos inapropiados a la ciudadanía.

En cuanto a la protección de personas menores de edad, además del 'Defensor', la ley de la Autoridad Nacional de Televisión (ANTV), plantea normas para la exhibición de contenidos que presenten sexo y violencia, autorizando su transmisión sólo en horario para adultos.

III. Promoción de contenidos de calidad

Uno de los elementos novedosos que plantea la literatura revisada, es la promoción de contenidos de calidad, como una forma de evitar la exhibición de contenidos inadecuados para audiencias infantiles. Es así como se aprecian dos tendencias, por un lado se insta que exista esta programación de calidad en horarios de mayor audiencia infantil; y por el otro, se busca promover la producción de este tipo de contenidos.

1. Programar para promover

La promoción del contenido audiovisual de calidad es fundamental a la hora de entender la relación de la audiencia y los canales, desde una mirada sistémica e integral. La literatura asume la importancia no sólo de qué se transmite, sino cómo, dónde y cuándo: “El contenido del programa televisivo que el niño se para a ver, en realidad, es sólo uno de los factores que intervienen en su relación con la televisión (...) No se puede olvidar la responsabilidad de quien transmite, e indirectamente del Estado, de proteger la integridad del niño” (Bartolomé y Crescenzi, 2009: 55).

Uno de los principales conflictos detectados a nivel global y principalmente en los sistemas comerciales de televisión es que: “la reducción de la programación infantil en los canales de TV abierta favorece que, como muestran los estudios de audiencia, muchos niños y niñas vean programas para adultos. Otra consecuencia interesante de la imposición del modelo comercial es la constante variabilidad de los programas en las parrillas televisivas (...) La audiencia infantil parece no interesar a los programadores al no interesar a los anunciantes” (Dijon, 2008, 66). Esto cobra mayor relevancia al considerar las consecuencias de no programar contenido infantil en el horario en que niños y niñas ven más televisión. Estudios longitudinales han llegado a la conclusión de que el visionado frecuente de programas diseñados para adultos, muestran una correlación con un menor desarrollo de habilidades en los niños y niñas (Close, 2004; Selnow/Bettignhaus, 1982).

Los expertos en el tema advierten del riesgo de concentrar los esfuerzos sólo en la producción de contenidos de calidad y descuidar la programación (Grewenig, 2009: 7). En el caso de Chile, los estudios demuestran que el principal horario de visionado por parte de niños y niñas, entre 4 y 12 años, ocurre los días de semana entre las 18:00 y las 22:00.

Y entre las 10:00 y las 15:00 los fines de semana¹⁴. Por lo tanto, la recomendación es a programar en los horarios de mayor audiencia infantil, atendiendo al horario para todo espectador.

Un aspecto que no se relaciona directamente con la televisión, pero que se ha vuelto importante en los últimos años, es pensar los contenidos a nivel de multiplataformas, como una estrategia para extender la usabilidad y la relación con niños y niñas. Según los productores de países desarrollados, una innovadora forma de fomentar el vínculo entre la audiencia y el programa se refiere a “las aplicaciones online destinadas a potenciar la inmersión y la interactividad personalizada de las experiencias para extender y mantener la marca del programa más allá de la televisión” (Steemers, 2009: 54).

2. Calidad a nivel del sistema: Canales y políticas públicas

Siegfried Grewenig, director del área “Entretenimiento, familia e Infancia” del canal público alemán Westdeutscher Rundfunk Köln (WDR), revisa los factores que determinan la calidad a nivel de sistema televisivo: “Atrás quedaron los tiempos en que se decía que los programas infantiles y familiares de alta calidad sólo podían ser encontrados en los canales de servicio público. Hoy ambos sectores, privado y público, operan en el mismo mercado”.

Esta concepción que plantea Grewenig, fija las bases para la definición de estándares de calidad transversales para la producción de contenidos de calidad. Los principales indicadores que deben ser considerados desde los canales para lograr esta combinación son:

- **Presupuesto:** Necesidad de dar a la televisión infantil de calidad la posibilidad de competir en igualdad de condiciones. Esto implica invertir recursos que atiendan la realidad del mercado. “Aplica tanto para adquirir programas internacionales como para producciones locales, que consideran la identidad nacional y regional de su audiencia” (Grewenig, 2009: 9).

¹⁴ CNTV (2015) Anuario Estadístico de Oferta y Consumo de Programación de TV 2014.

http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20150506/asocfile/20150506102846/anuario_estadistico_de_oferta_y_consumo_2014.pdf

- **Horarios en la parrilla programática:** “En los canales abiertos de hoy, la televisión infantil se encuentra sólo a nivel marginal, temprano en las mañanas y fines de semana (...) Los niños y las familias no son un grupo minoritario en la sociedad, por el contrario. Ellos necesitan buenos horarios y además estables y confiables” (Grewenig, 2009: 9).

- **Reconocimiento:** “Los buenos programas infantiles también deben ganar premios y los críticos televisivos debieran destinar más espacio a televisión y cine infantil. Una buena televisión infantil es una responsabilidad de toda la sociedad” (Grewenig, 2009: 9).

El sistema español¹⁵, por ejemplo, propone los siguientes criterios para evaluar la calidad de la programación infantil de las cadenas generalistas: Esta regulación sigue los mismos criterios (presupuesto, horarios y reconocimiento) y plantea aspectos específicos como una exigencia a los canales:

1. Que predomine la producción propia.
2. Novedad. Que el año de producción de los programas esté próximo al año de emisión.
3. Regularidad. Que los programas se emitan habitualmente en los mismos días y franjas horarias y que no se produzcan cambios repentinos e inesperados en los espacios anunciados.
4. Horarios adecuados. Que los programas sean emitidos cuando es más probable que los niños y las niñas estén en casa.
5. Los programas tienen que haber sido hechos específicamente para una audiencia infantil.
6. Debe contar con recursos suficientes que permitan garantizar una alta calidad en todos los elementos de producción (guión, elenco, dirección, edición, grabación, sonido, etc.).
7. Debe ser apropiado para la audiencia infantil española. Los modelos culturales representados deben ser acordes a la realidad de los destinatarios.
8. Ausencia de contenidos sexuales inapropiados para personas menores de edad.
9. Ausencia de violencia.
10. Ausencia de lenguaje inapropiado.

¹⁵ Vázquez Barrio, Tamara (2009): "Evaluación de la calidad de la programación infantil de las televisiones generalistas españolas". Pág. 846. Revista Latina de Comunicación Social, 64.

11. Presencia de conductas constructivas: cooperación, responsabilidad, honestidad.
12. Ausencia de conductas disruptivas como egoísmo, deshonestidad, entre otros.
13. Ausencia de explotación publicitaria.
14. Diversidad: Incluye la diversidad en la representatividad social, en el tipo de programa, variedad de programación vertical y horizontal, diversidad estilística y de audiencia.

IV. Educación de audiencias o educomunicación

Un tema recurrente frente a la creciente mediatización de la sociedad es la necesidad de formar audiencias con capacidad crítica para recibir y entender los contenidos de la televisión y los medios en general. Así, la alfabetización mediática se propone formar audiencias para seleccionar y analizar los contenidos que ofrecen los medios. Esto se presenta como un desafío del sistema moderno que reconoce que para vivir en la era de la información, la comprensión de los mensajes mediáticos es un recurso social básico, tal como leer y escribir. Según el Center for Media Literacy (CML¹⁶), el alfabetismo en medios es un enfoque para la educación de este nuevo siglo. Para este organismo es un marco que permite acceder, analizar, evaluar y crear mensajes en una diversidad de formatos (desde impresos hasta videos o Internet). El alfabetismo en medios conduce a la comprensión del papel que juegan los medios en la sociedad, así como a las habilidades esenciales de indagación y autoexpresión necesarias para los ciudadanos de una democracia.

El principal objetivo es educar a los ciudadanos en la recepción crítica de los medios de comunicación, de manera que el público sea consciente de cómo se construyen los mensajes que recibe y esto le dé autonomía para informarse y tomar decisiones. Además se orienta hacia la producción crítica, para que el ciudadano pueda participar de la sociedad de una manera libre y responsable, elaborando sus propios mensajes y participando de la vida democrática. Así, la edu-comunicación reconoce la presencia e influencia de los medios en la vida cotidiana y pretende educar sobre ellos y con ellos, tomándolos como fuente de interés para el aula, así como objeto de estudio en sí mismos.

La edu-comunicación reconoce la influencia creciente de los medios en los procesos políticos que sustentan el sistema democrático. Además, plantea que los ciudadanos necesitan disponer de información crítica sobre sus representantes y de la capacidad de expresión para emitir sus opiniones y ejercer su derecho a voto. La educación para la recepción televisiva propone que el visionado activo puede constituir una experiencia social, placentera y enriquecedora.

¹⁶ Ver <http://www.medialit.org/media-literacy-system-learning-anytime-anywhere>

Diversos estudios señalan que los niños, niñas y jóvenes, emplean más horas consumiendo medios de comunicación que las que pasan en el colegio, por lo tanto han equiparado su influencia en la socialización del individuo. La alta tasa de consumo de medios y la saturación de mensajes mediáticos de nuestra sociedad se vuelven una realidad preocupante cuando consideramos la capacidad que tienen los medios de influir en las percepciones, creencias y actitudes. Los medios no sólo "informan, forman y entretienen", sino que ofrecen modelos del mundo, estilos de vida, formas de ver y entender la sociedad; en concreto los medios entregan mensajes ideológicos. Estos patrones de identificación conforman un material que debe ser integrado en la educación del ciudadano del siglo XXI, quien, al comprender esas influencias puede actuar y decidir como un sujeto menos dependiente de las mismas.

De tal manera, el reto educativo de la Sociedad de la Información supone formar ciudadanos para que sepan buscar, analizar e interpretar la información de modo que puedan transformarla en 'conocimiento'. La Alfabetización Mediática o Edu-comunicación sienta las bases para la formación de ciudadanos conscientes del impacto de los medios en sus vidas, con habilidades para usarlos como herramientas que faciliten la concreción de sus propios objetivos. En América Latina este cambio conceptual fue denominado 'Recepción Activa', expresión preferida por sobre la noción previa, "lectura o recepción crítica", por la connotación defensiva de la misma (Fuenzalida, 2014).

Gracias a estas influencias se ha conceptualizado al receptor como un intérprete de textos audiovisuales. De manera que las audiencias, y en este caso los niños y las niñas, interactúan con los programas interpretando y resignificando desde una cultura socio-familiar con sus preferencias e intereses. Así, la familia en general y, particularmente, los padres adquieren un rol relevante en este proceso de interpretación. De allí el constante llamado a los padres a ver TV junto a sus hijos ("co-visionado") y conversar con ellos acerca de los programas.

En este sentido, el sistema educativo formal, a través de instancias como el jardín infantil y la escuela, también juega un rol preponderante. Un aspecto prioritario para el paradigma de la Edu-comunicación es trabajar en la capacitación de profesores del sistema escolar para que puedan incorporar estos contenidos al currículo de la educación formal.

El aula parvularia y escolar puede contribuir a capacitar a los padres para familiarizarse con algunos programas televisivos preferidos por los niños, apreciar los valores y actitudes

representadas, y para realizar intercambios constructivistas (según su interpretación socio-cultural) en la recepción de sus hijos. Ésta y otras iniciativas hacen hincapié en la importancia de generar redes de cooperación entre los organismos estatales de educación, universidades, medios y canales de televisión y el regulador de televisión, para enfocar el trabajo en una misma línea. Colombia es un ejemplo interesante al respecto, dado que ha propiciado iniciativas como la emisión de un programa especial de educación de audiencias llamado “La TV te ve”. El espacio se emitió por primera vez en el año 2009 y fue creado por la antigua institución reguladora de ese país, la Comisión Nacional de Televisión (CNTV, Colombia 2009:75)¹⁷

¹⁷ Se trató de un microprograma de dos minutos de duración, de emisión diaria - entre las 20:00 y las 20.30 hrs.- por los canales de televisión públicos y privados. El objetivo fue presentar a las audiencias información que permitiera asumir una actitud crítica frente a los contenidos, promoviendo el conocimiento de sus derechos, deberes, de la forma de hacer televisión, el rol de figuras como el defensor del televidente y las instancias a las que podría acudir en caso de sentir algún derecho vulnerado.

V. La regulación de los nuevos medios y las multiplataformas

De acuerdo a la revisión bibliográfica, la regulación de las nuevas plataformas audiovisuales debiese contemplar la aplicación de criterios similares a los utilizados para regular y clasificar los contenidos de televisión.

El acceso a nuevas formas de consumo de contenidos audiovisuales es un hecho que se ve reflejado en las cifras que entrega la VIII Encuesta Nacional de Televisión en Chile, que cada tres años realiza el Consejo Nacional de Televisión. El estudio proporciona información de las audiencias sobre consumo, equipamiento mediático y valoración de la TV. En la última versión se revela que un 40% de los niños y niñas entre 8 y 13 años de edad y un 66% de los de 14 a 17 años, posee un teléfono con conexión a internet de su propiedad, sumado a que la mayoría también cuenta con un televisor en su dormitorio y con computador personal (CNTV, 2014).

La multiplicación de las posibilidades para acceder al contenido, es vista como una oportunidad y al mismo tiempo como un riesgo. Una oportunidad porque gracias a las nuevas tecnologías, niños y niñas pueden seleccionar, bajo su criterio, una mayor diversidad de contenidos; un riesgo, porque esa misma libertad de acceso los expone a contenidos inadecuados para su seguridad e integridad.

A pesar de algunos esfuerzos por desarrollar políticas de protección a las personas menores de edad en las nuevas plataformas, las iniciativas aún son aisladas y diversas. No existe uniformidad a la hora de definir normativas y guías para proteger a los niños y niñas de los riesgos que enfrentan al acceder a diversos contenidos en estas multiplataformas.

Existen dos tendencias a nivel mundial para lidiar con este desafío: la autorregulación de la industria (en este caso los proveedores de contenido) y la co-regulación (acuerdo entre un ente regulador y actores de la industria para proveer de las herramientas necesarias para proteger a niños y niñas).

En base a esas tendencias, se observan iniciativas de co-regulación en países como Australia y Holanda. En concordancia con lo expuesto sobre las fórmulas de clasificación de los programas para televisión, es el mismo ente regulador (ACMA en Australia y NICAM en Holanda) el que asume la regulación de los nuevos medios y plataformas. En el modelo holandés los criterios que se aplican para la TV se homologan para los contenidos audiovisuales online y otras plataformas.

En Australia, ACMA presenta un código de buenas prácticas para los proveedores de servicios online, los que pueden someterse a una especie de filtro familiar (*Family Friendly Filters*), que ayuda al usuario a tener una navegación segura. Además en el código de prácticas para la industria de contenidos online, se establece que deben existir las medidas y herramientas necesarias para ayudar a los padres en el control del acceso a contenidos inadecuados para sus hijos, junto con enviar alertas cuando el proveedor se percate que una persona menor de edad está expuesta a riesgos. Finalmente, impulsa a los desarrolladores de contenidos a tener siempre en consideración la seguridad y protección de los niños y niñas (IIA, 2008).

En Estados Unidos el Congreso aprobó el año 2000, la Ley de Protección de Niños en Internet¹⁸. En ella se imponen exigencias a colegios y bibliotecas para que apliquen políticas de resguardo en Internet y medidas de protección tecnológicas, tales como bloquear o filtrar el acceso a imágenes obscenas, a pornografía infantil y contenidos que puedan ser dañinos para la infancia. Además esta ley obliga a los colegios y bibliotecas a monitorear las actividades que las personas menores de edad realizan cuando están en línea; siguiendo las exigencias de la Ley de Protección de Niños del Siglo Veintiuno (*Protecting Children in the 21st Century Act*), deben entregar orientaciones y formar a sus estudiantes acerca de criterios para tener conductas apropiadas en Internet, que consideren la interacción con otros individuos en sitios o redes sociales. Además deben informarles acerca del acoso cibernético y cómo responder al mismo.

En cuanto a la **autorregulación**, los países de la Unión Europea lideran esta fórmula. La Agenda Digital de la Comisión Europea promueve iniciativas para que sea la misma industria la que fomente un uso seguro de las tecnologías por parte de las personas menores de edad. En esa línea, se observa la propuesta formulada por CEO Coalición, que incentiva una mejor internet para los niños. Esta instancia redactó el año 2013 sus primeras propuestas para la industria y que proponen la existencia de herramientas de información simples y robustas para los usuarios; configuración de privacidad apropiados para su edad; un uso más amplio de clasificación de los contenidos; mayor disponibilidad y uso de los controles para padres; y bloqueo efectivo de material de pornografía infantil¹⁹.

¹⁸ Ver <http://transition.fcc.gov/cgb/consumerfacts/spanish/cipa.html>

¹⁹ Ver <https://ec.europa.eu/digital-agenda/node/61973>

También, bajo el paraguas de la Comisión Europea encontramos los "Principios para Redes Sociales más Seguras". Se trata de un acuerdo de autorregulación firmado por los principales proveedores de servicios de redes sociales activas en Europa, en el que se comprometen a poner en práctica medidas para garantizar la seguridad de la infancia en sus servicios. El objetivo fue el desarrollo de un conjunto de directrices para el uso de las redes sociales por los jóvenes, que se adoptará voluntariamente por la industria europea. Se llegó a un compromiso para establecer principios rectores con el objetivo de aumentar la seguridad de los niños que utilizan las redes sociales. Este acuerdo fue firmado por 21 empresas. Algunos puntos del acuerdo son:

- Promover la educación en seguridad y políticas de uso aceptable para los usuarios, padres, maestros y cuidadores de manera prominente, clara y apropiada para la edad.
- Trabajar para asegurar que los servicios sean apropiados para la edad del público objetivo.
- Responder a las notificaciones de contenido o conducta ilegal y revisar constantemente las políticas de servicio para facilitar el reporte de acciones inadecuadas.

Finalmente, al igual que en lo referente a la televisión, encontramos iniciativas que tienden a fomentar la educación de la audiencia infantil para que esté mejor preparada para enfrentar los riesgos que las nuevas tecnologías traen consigo. Es el caso de **Cyber Wellness Programme 14**, impulsado por el *Media Development Authority* (MDA) de Singapur, en el contexto de una educación de medios. Esta instancia ha elaborado distintos programas concentrados específicamente en difundir valores sobre la seguridad en el ciberespacio. Propone desarrollar cuatro grandes valores que sustentan estas propuestas de trabajo:

- Un estilo de *Vida Equilibrada*;
- *Comprender la Red e inspirar a otros*;
- Desarrollar la *astucia*
- Promover una actitud de *Respeto y Responsabilidad en la Red*.

Los programas están orientados a desarrollar habilidades ante el riesgo de la adicción a los videojuegos, el cyberbullying, el saber elegir contenidos apropiados, el desarrollo de buenas conductas en internet, y el manejo de la privacidad en línea. Además, proporcionan herramientas para el cuidado ante amenazas informáticas, seguridad para relacionarse en internet, y la difusión y el resguardo de los derechos legales de propiedad intelectual (CNTV, 2013b).

Todas estas iniciativas coinciden con la fórmula que plantea este estudio, respecto de la necesidad de incorporar a los diferentes actores del proceso comunicativo -con los desafíos que eso conlleva en el escenario de las nuevas plataformas mediáticas-, para lograr combinar una regulación consensuada entre los organismos estatales y la industria, junto a la promoción de contenidos de calidad. Este proceso va asociado a una potente educación de medios, de tal forma de cubrir desde distintos frentes las necesidades de una audiencia infantil que está bombardeada de contenidos y que requiere herramientas para convivir de manera adecuada con ellos.

VI. Reflexiones finales

La sistematización de experiencias internacionales en materia de clasificación de contenidos infantiles permite comprender la implicancia del enfoque de derechos en la definición de nomenclaturas de programas dirigidos a niños y niñas. Las categorías han surgido de una amplia discusión entre diversos actores, tales como representantes del ámbito académico, el Estado -a través de entidades regulatorias-, organizaciones de la sociedad civil y la industria de la televisión.

Lo anterior coloca en evidencia la preocupación existente en los distintos países por entregar orientaciones sobre contenidos mediales y tecnológicos, tanto a productores como a usuarios de espacios televisivos destinados a la infancia.

Ahora bien, particularmente en Chile, tras la entrada en vigencia de la Ley N° 20.750, la perspectiva de derechos en la observancia del correcto funcionamiento de la televisión constituye un desafío tanto para realizadores audiovisuales, la propia industria, las audiencias y el Consejo Nacional de Televisión, CNTV. Este documento de trabajo se enmarca en esa línea, y constituye además un complemento de otras publicaciones del CNTV²⁰ desde los casos expuestos aporta a la reflexión en los siguientes ámbitos:

- **Ausencia de programación infantil en la televisión abierta:** Según el anuario estadístico de oferta y consumo de televisión del CNTV (2015)²¹, el porcentaje de espacios destinados a público infantil (4 a 12 años) es marginal respecto al total de horas de programación emitida. Sólo 7,6 de la oferta televisiva del año 2014 corresponde a contenidos creados y dirigidos especialmente a niños y niñas menores de 12 años. La percepción de la opinión pública también es congruente con este análisis: de acuerdo a los resultados de la VIII Encuesta Nacional de

²⁰ CNTV (2013); Sistemas de Clasificación Audiovisual: Iniciativas en favor de la infancia; CNTV (2014); Estudio de Revisión Bibliográfica: Estándares de calidad en televisión infantil. http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120614/asocfile/20120614103928/estado_de_la_regulacion_de_contenidos_audiovisuales_en_entornos_de_convergencia_digital.pdf

²¹ CNTV (2015); Anuario estadístico. Oferta y consumo de programación de televisión abierta. http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20150506/asocfile/20150506102846/anuario_estadistico_de_oferta_y_consumo_2014.pdf

Televisión (CNTV, 2014) los televidentes evalúan negativamente la programación infantil de la televisión abierta, lo cual se condice con la escasa oferta disponible para este público.

- **El público infantil destina más tiempo a ver televisión de pago:** El planteamiento del ítem anterior se relaciona con el hecho de que la audiencia infantil –tal como se constata en los resultados de la VIII Encuesta Nacional de Televisión- dedica más tiempo al visionado de programas que forman parte de la oferta de la televisión de pago²². Esto se explica por la diversidad de contenidos.
- **El consumo televisivo de niños y niñas se concentra en programación destinada a público adulto:** En cuanto al consumo promedio de televisión abierta por parte de niños y niñas menores de 12 años, los datos del último anuario estadístico de oferta y consumo de televisión del CNTV²³ indican que 24% se ubica en el bloque horario que va desde las 22:00 horas hasta las 01:59. Es preciso enfatizar que a partir de las 22:00 horas, los canales de televisión están autorizados para emitir programación para personas mayores de 18 años, por tanto un cuarto del consumo de televisión que realiza la audiencia infantil corresponde a espacios que podrían contemplar contenidos inapropiados o alusiones que, de algún modo, afectarían la formación de la niñez y la juventud.
- **Incremento del consumo audiovisual convergente:** Esta tendencia se ha fortalecido entre niños, niñas y adolescentes, al punto que organizan su menú audiovisual recurriendo de manera simultánea a diversas pantallas. Y en el caso de niños, niñas y adolescentes, no sólo se trata de una participación activa como consumidores, sino que también como productores de sus propios contenidos²⁴.

²² Según los datos de la encuesta, de lunes a viernes las personas de 13 años y menos consumen diariamente, un promedio de 3,1 horas de contenido audiovisual a través de la televisión de pago. El fin de semana, el consumo promedio aumenta a 3,7 horas.

²³ CNTV (2015); Anuario estadístico. Oferta y consumo de programación de televisión abierta.
http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20150506/asocfile/20150506102846/anuario_estadistico_de_oferta_y_consumo_2014.pdf

²⁴ CNTV (2014); VIII Encuesta Nacional de Televisión.
http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20141210/asocfile/20141210104218/8_entv_prensa.pdf

- **Fortalecimiento de la Educación de Medios:** Todas estas dimensiones demandan un desafío mayor: fortalecer la implementación de estrategias educativas en medios, que involucren tanto a los niños, niñas y adolescentes, como a padres y profesores. El incentivo de la protección de la infancia desde lo normativo es sólo un aspecto de la regulación y en esa línea, las clasificaciones son una herramienta que guía a padres, profesores y personas menores de edad frente a los contenidos audiovisuales. Sin embargo, es preciso profundizar los conocimientos que las audiencias en general poseen de los medios y sus correspondientes códigos e implicancias, a fin de potenciar –por ejemplo- el rol mediador que ejerce la familia -y especialmente los padres- en el proceso de consumo televisivo que realizan niños, niñas y adolescentes.

BIBLIOGRAFÍA

- Australian Communication and Media Authority; ACMA (2009); “Guide to the Children's television Standards”; Australia, 2009. www.acma.gov.au
- Australian Communication and Media Authority; ACMA (2010). “ACMA Compliance and enforcement policy”. Australia 2010. www.acma.gov.au
- Andrade, Alejandra; Da Silva, Paola; Escoba, Natalia; Ulloa, Ana Milena (2009); Revisión Teórica de Factores de Riesgo, Protección y Prevención en el Embarazo en Adolescentes; Universidad de la Sabana.
- Bartolomé, Antonio; Crescenzi, Lucrezia (2009); “La televisión infantil frente a los niños menores de 6 años”; Lanna LMI (Laboratori de Mitjans Interactius); Universitat de Barcelona; junio de 2009.
- Close, Robin (2004). Television and language development in the early years. A review of the literature. London: National Literacy Trust. 2004.
- Common Sense Media (2013); Media and Violence: An analysis of current research. A common sense media research.
- Consejo Nacional de Televisión; CNTV (2008); “Infancia y regulación de la Programación Televisiva”. http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110317/asocfile/20110317193307/reguladoreseminariotvinfantil.pdf
- Consejo Nacional de Televisión; CNTV (2012); “Sexualización de la niñez en los medios”. http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120614/asocfile/20120614103928/sexualizacion_de_la_ninez_en_los_medios_el_debate_internacional.pdf
- Consejo Nacional de Televisión; CNTV; Maurás, Marta (2013); “Derechos del niño y medios de comunicación”. Chile. http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20130829/asocfile/20130829121455/derechos_del_nino_y_medios_de_comunicacion_1_copia.pdf

- Consejo Nacional de Televisión; Departamento de Estudios; CNTV (2013); “Estado de la regulación de contenidos audiovisuales en entornos de convergencia digital”. http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20120614/asocfile/20120614103928/estado_de_la_regulaci_n_de_contenidos_audiovisuales_en_entornos_de_convergencia_digital.pdf
- Consejo Nacional de Televisión; CNTV (2014); VIII Encuesta Nacional de Televisión. http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20141210/asocfile/20141210104218/8_entv_prensa.pdf
- Consejo Nacional de Televisión; CNTV (2015); Anuario estadístico. Oferta y consumo de programación de televisión abierta. http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20150506/asocfile/20150506102846/anuario_estad_stico_de_oferta_y_consumo_2014.pdf
- Digón Regueiro, Patricia (2008); “Programacion infantil y TV sensacionalista: entretener, desinformar, deseducar”; Journal Comunicar; 65-76.
- Ferguson, C.J. (2009a); “Media violence effects: Confirmed truth or just another X-file?” Journal of Forensic Psychology Practice 9, 103–126.
- Ferguson, C. J. (2009b); “An effect size primer: A guide for clinicians and researchers”. Professional Psychology: Research and Practice, 40(5), 532-538.
- Ferguson, C.J.; Kilburn, J. (2009). “The public health risks of media violence: A meta-analytic review”. Journal of Pediatrics, 154(5), 759-763.
- Fuenzalida, Valerio (2014); “Introducción de la Recepción constructivista de TV en el aula parvularia”. S/P.
- Grewening, Siegmund (2009); “10-point plan for quality. Statement from a programme maker for public TV”; Journal Television, 22/2009/E, S. 7-9.
- Internet Industry Asociation, IIA (2008); “Internet industry code of practices”; Australia.
- Levin, Diane; Kilbourne, Jean (2009); “So Sexy So Soon: The New Sexualized Childhood and How Parents Can Protect Their Kids”; Ballantine Books, EE.UU.

- Muñoz, Mercedes; Mora-Figueroa, Borja (2007); “La co-regulación: nuevos compromisos y nuevos métodos para la protección del menor de los contenidos televisivos: El caso holandés”; Navarra; 2007.
- Murray, John (1994); “What Have We Learned? The violent face of television: 50 years of research and controversy”.
- Papadopoulos, Linda (2010); “Sexualisation of young people review”; London: Home Office Publication; February 2010.
- Paik, H.; Comstock, G. (1994); “The effects of television violence on antisocial behavior: a meta-analysis”; Communication Research, 21, 516-546.
- Selnow, Gary W.; Bettinghaus, Erwin P. (1982); “Television exposure and language development”. Journal of Broadcasting, vol. 26, no. 1, 1982. p. 469-479.
- Steemers, Jeanette (2009); “The thin line between market and quality. Balancing quality and commerce in preschool television”; Journal Television, 22/2009/E, S. 53-56.
- TV Parental Guidelines. S/F. “Cómo entender las clasificaciones de los programas de TV y los controles parentales”. Washington, EEUU.
- Vázquez Barrio, Tamara (2009); “Evaluación de la calidad de la programación infantil de las televisiones generalistas españolas”; Pág 846 Revista Latina de Comunicación Social, Nº 64.