

- José A. Ruiz San Román y Marta Salguero  
Madrid

# Responsabilidad social y autorregulación de las cadenas televisivas sobre la infancia

TV channels social responsibility: self-regulation on TV contents during special protected schedule

Las cadenas españolas de televisión firmaron, en diciembre de 2004, un código de autorregulación para proteger los derechos de la infancia. Este código estableció un horario de especial protección para con la infancia de 8 a 9 de la mañana y de 5 a 8 de la tarde. El artículo estudia esta medida como una acción de responsabilidad social para proteger, tanto a los niños como a los diferentes grupos de interés involucrados. Ofrecemos también los resultados de un análisis de contenido hecho en cuatro períodos diferentes para medir con cuánta frecuencia las cadenas de televisión han incumplido dicho código.

National TV channels in Spain signed a self-regulation code to protect rights of children on December 2004. This code developed a special protected schedule for children from 8.00 am to 9.00 am and 17.00 pm to 20.00 pm. This article studies this measure as a social responsibility action to protect children as stakeholders. We also offer the results of an analysis content made in four different periods that measures how often TV channels have ignored the code.

## DESCRIPTORES/KEY WORDS

Autoregulación, infancia, cadenas de televisión, responsabilidad social, televisión.  
Self-regulation, children, television channels, social responsibility, television.

El 9 de diciembre de 2004 las cadenas de televisión firmaron el «Código de Auto-

regulación sobre contenidos televisivos e infancia»<sup>1</sup>. Un acuerdo por el que asumían su responsabilidad social para con la infancia a través de un compromiso de emisión de programas con unos mínimos de calidad. Suponía un compromiso de mejora en la calidad de los contenidos y se establecían mecanismos de seguimiento para verificar dicha mejora. El acuerdo, en la medida que era iniciativa de las televisiones, implicaba voluntad de cumplimiento.

❖ José A. Ruiz San Román es profesor de la Universidad Complutense de Madrid (jars@ccinf.ucm.es) y Marta Salguero Montero es miembro del Observatorio «Publicidad y Sociedad» del Centro Universitario Villanueva en Madrid (salguero\_marta@yahoo.es).

### 1. Una legislación que promueve la autorregulación responsable

Existe una amplia tradición europea y nacional en materia de protección reforzada de los horarios infantiles. Cabe destacar las siguientes en el ámbito europeo: en 1996 «Libro verde sobre la protección de los menores y de la dignidad humana en los nuevos servicios audiovisuales y de información»; en 1997 «Recomendación 98/560/CE del Consejo, de 24 de septiembre de 1998, relativa al desarrollo de la competitividad de la industria europea de servicios audiovisuales y de información mediante la promoción de marcos nacionales destinados a lograr un nivel de protección comparable y efectivo de los menores y de la dignidad humana» (Diario Oficial, L-270 de 07-10-98); en 2004 la «Propuesta de recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, de 30 de abril de 2004, sobre la protección de los menores y de la dignidad humana y el derecho de réplica en relación con la competitividad de la industria europea de servicios audiovisuales y de información» (COM, 2004), no publicada en el Diario Oficial.

Además, la legislación española establece en el artículo 39 de la Constitución que: 39.1.: Los poderes públicos aseguran la protección social, económica y jurídica de la familia; 39.2.: Los poderes públicos aseguran, asimismo, la protección integral de los hijos, iguales éstos ante la ley con independencia de su filiación, y de las madres, cualquiera que sea su estado civil. La ley posibilitará la investigación de la paternidad; 39.3.: Los padres deben prestar asistencia de todo orden a los hijos habidos dentro o fuera del matrimonio, durante su minoría de edad y en los demás casos en que legalmente proceda; 39.4.: Los niños gozarán de la protección prevista en los acuerdos internacionales que velan por sus derechos.

Queda constitucionalmente garantizado el derecho y el deber de los padres –y de la sociedad en su conjunto– de velar por una efectiva protección de los niños en todos los ámbitos. Y, por consiguiente, en todo lo referido a los contenidos audiovisuales. Aún más, estas normas legales promueven que «todos los operadores televisivos europeos establezcan un código de autorregulación en materia de protección de menores que contenga mecanismos de control social» (Declaración de 19 de septiembre de 2000, del Parlamento Europeo sobre el Libro Verde).

### 2. Código de autorregulación sobre infancia como manifestación de responsabilidad social

El Código de Autorregulación nació como una respuesta responsable<sup>2</sup> por parte de las cadenas de

televisión. Esta iniciativa fue positivamente valorada por las agrupaciones de espectadores. Era una respuesta a la insatisfacción de muchos sectores por la baja calidad de los contenidos que emiten las cadenas de televisión en horario infantil. El acuerdo supuso un compromiso voluntariamente adquirido ante la sociedad por parte de las cadenas firmantes. De algún modo, pretendían demostrar a la sociedad que sabían qué era televisión de calidad y cuáles eran los límites razonables que debían establecerse. Y que, por tanto, no era necesario imponer a las televisiones controles externos a ellas mismas.

### 3. Invitación a los «stakeholders» a implicarse en una televisión infantil de calidad

El Código es una invitación a los diversos actores sociales implicados a colaborar en una televisión infantil de calidad<sup>3</sup>. Las televisiones no son las únicas responsables de una televisión de calidad en horario infantil. De la tarea de alfabetización audiovisual no puede inhibirse ningún colectivo implicado. Es tarea común de las familias, los profesionales de la enseñanza, de los profesionales de comunicación, de las autoridades públicas, de las organizaciones de consumidores, de los pediatras, los psicólogos y los psiquiatras especializados en niños y adolescentes, de los responsables de la salud pública, etc. Todos ellos se ajustan a lo que en responsabilidad social se denomina «stakeholders», es decir, los diversos grupos de interés implicados, en este caso, en el proceso de creación de una televisión infantil de calidad.

En ese sentido, la legitimación para trabajar sobre los contenidos audiovisuales no está sólo en los gestores de las grandes cadenas de televisión. Todos los actores sociales están legitimados para expresar juicios sobre los contenidos emitidos por las cadenas. Aún más, no aportar al diálogo público argumentos sobre la materia, teniendo datos u opiniones razonablemente fundadas, sería una dejación de derechos y responsabilidades por parte de los ciudadanos. El propio Código en su preámbulo señala que «la mejor protección a la infancia y a la juventud exige un comportamiento activo de los padres y educadores, a quienes de forma más directa atañe la responsabilidad de la educación de los niños y los jóvenes». Entre las funciones de la Comisión Mixta de Seguimiento prevista en el Código está la de «colaborar con el Comité de Autorregulación trasladándole las sugerencias y quejas que se dieren en relación con los contenidos televisivos y los menores, para la adopción por parte de los adheridos al Código de las medidas oportunas en el marco de lo establecido en el mismo».

#### 4. La creación de una web (tvinfancia.es) como canal de comunicación con los «stakeholders»

Los firmantes del acuerdo pusieron en marcha una página web para facilitar la comunicación con los grupos de interés implicados (tvinfancia.es). Esta página se puso en marcha en noviembre de 2005, casi un año después de la firma del acuerdo. Su objetivo era dar a conocer el Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y facilitar a los «stakeholders» un cauce sencillo de presentar sugerencias y reclamaciones.

Los contenidos de la web «tvinfancia.es» permanecen casi idénticos desde su puesta en marcha. La única novedad significativa es la incorporación del Informe oficial de seguimiento del Código hecho público en junio de 2006. Los responsables de la web no parecen dedicar suficientes recursos a la web oficial. Esta escasez se pone de manifiesto, por ejemplo, en el apartado «documentación».

La web no se hace eco de ninguno de los estudios, documentos o artículos recientes publicados sobre la materia. Únicamente contiene los estudios que se colgaron en la web en el momento de su lanzamiento un año antes. A las limitaciones de mantenimiento de la web, hay que añadir que un porcentaje de los grupos de interés pueden no ser usuarios de la red y que, además, no se está cumpliendo el compromiso de dar publicidad al Código en horarios televisivos de gran audiencia (Apartado VIII, 2, b del Acuerdo).

#### 5. El Informe Oficial y la Comisión de Seguimiento: un importante paso... con limitaciones

A pesar de las limitaciones expuestas, serán sólo las quejas que se reciban a través de la web las que, de hecho, sean tenidas en cuenta como base del informe de evaluación sobre la aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia. Esto ha dado lugar a un informe oficial basado en

Relación de reclamaciones estimadas por el Comité de Autorregulación, al considerar que se aprecian inconvenientes para la emisión

Fecha	Programa	Cadena	Motivo
15/03/05	Aventura en África	Antena 3	Lenguaje inadecuado, insultos
18/03/05	A tu lado	Tele 5	Lenguaje inadecuado, insultos
19/04/05	La Buena Onda	Antena 3	Lenguaje inadecuado, insultos
13/04/05	A tu lado	Tele 5	Lenguaje inadecuado, insultos
12/05/05	La Buena Onda	Antena 3	Actitudes agresivas, amenazas
16/05/05	La Buena Onda	Antena 3	Actitudes agresivas, amenazas
17/05/05	La Buena Onda	Antena 3	Actitudes agresivas, amenazas
17/05/05	La Buena Onda	Antena 3	Presentación inadecuada maltrato
22/09/05	Aquí hay Tomate	Tele 5	Utilización de pitidos*
24/09/05	Aquí hay Tomate	Tele 5	Utilización de pitidos*
25/10/05	Gran Hermano	Tele 5	Utilización de pitidos*
13-15/02/06	Escuela Sicarios	Tele 5	Horario inadecuado

Tabla 1: Informe de evaluación sobre la aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia (Junio de 2006).

124 reclamaciones, de las cuales sólo se reconocen como incumplimientos doce de ellas (10,6%) a lo largo de un año (marzo 2005-marzo 2006).

A pesar de lo limitado de las cifras, debemos subrayar que, por primera vez en la historia de nuestras televisiones, se reconoce pública y conjuntamente un número de incumplimientos en la calidad de los contenidos en el horario infantil. Sin embargo, para que el Código de Autorregulación sea una herramienta eficaz para defender los derechos de la infancia y, a la vez, una vía para que los ciudadanos puedan exponer sus quejas y críticas sobre la televisión, un primer paso inmediato debe ser un esfuerzo decidido por dar a conocer al mayor número de ciudadanos posible la existencia de este Código y las posibilidades que ofrece a los ciudadanos de implicarse en conseguir una televisión de calidad.

El Informe Oficial de la Comisión Mixta de Seguimiento subrayó que la cuestión no reside en que se reciban más o menos quejas, o que sea algún canal el que las reciba todas; el problema está en que la mayoría de los ciudadanos españoles desconoce, tanto la existencia del Código como la posibilidad de que exista una página web donde se recojan y canalicen sus quejas.

Se confirma, por tanto, la necesidad de una campaña de comunicación oficial que de a conocer la existencia de este Código y de los modos en que los ciudadanos pueden colaborar en la mejora de la televisión en horario infantil. Es indudable que parte importante de esa campaña es explicar la existencia de la página web donde pueden recogerse las posibles críticas de la audiencia.

## 6. El contraste de los datos oficiales con los datos de seguimiento de la programación y la percepción de la sociedad

Con el Informe Oficial contrastan dos tipos de datos recogidos con metodologías diversas. De una parte los que se basan en el análisis de contenido de la programación (elaborados por nosotros mismos) y los datos de encuesta disponibles en el Centro de Investigaciones Sociológicas.

Nuestra investigación consistió en un trabajo de análisis de contenido a partir de las categorías que se derivan del texto del Código de Autorregulación. En colaboración con la Asociación de Telespectadores y Radioyentes (ATR) se creó una red de seguimiento de la programación televisiva. Para ello, nuestro equipo se propuso hacer un seguimiento de esta acción de responsabilidad social que supone el Acuerdo.

La metodología empleada consistió en un exhaustivo seguimiento audiovisual, mediante grabación y visionado de la programación emitida en las cadenas estudiadas durante 16 semanas y que se corresponden con los cuatro informes que han presentado conjuntamente ATR y Centro Universitario Villanueva (del 2 al 27 de mayo de 2005; del 17 de octubre al 15 de noviembre de 2005; del 6 al 31 de marzo de 2006; y del 16 de octubre al 13 de noviembre de 2006) de la franja de protección reforzada de la infancia, desde las 17:00 horas a las 20:00 de lunes a viernes. El número de horas de seguimiento asciende a 1.440, aunque finalmente la muestra con la que se trabajó fue de 1.164 horas. A continuación se detalla la media de incumplimientos diarios y por cadenas ordenada por los informes periódicos.

Adjuntamos los datos de media de incumplimientos diarios por cadena para facilitar su comparación (las cadenas Cuatro y La Sexta fueron analizadas a partir del III Informe dado que suscribieron el Código posteriormente).

Estos datos contrastan con la media de incumplimientos que se derivan del Informe Oficial. Existe un

segundo dato disponible que nos lleva a pensar que existen fragilidades en la metodología del Informe: los datos de encuesta del Centro de Investigaciones Sociológicas sobre la materia. Así, en el estudio del CIS nº 2.621 se refleja que a un 81,9% de los entrevistados le interesan los temas de infancia y adolescencia y un 92,2% consideraba que las televisiones «no adaptan sus contenidos en horario infantil». Pero este estudio también recoge otro dato significativo: que los medios de comunicación (50,7%) y las administraciones públicas (49,6%) «se perciben como instituciones poco o nada preocupadas por la defensa y protección de los derechos de menores».

Tanto nuestros datos como los del CIS nos inclinan a pensar que, aunque se está haciendo un esfuerzo por mejorar la calidad de contenidos, estamos aún lejos de que este Código se convierta en una verdadera acción de responsabilidad social y corremos el riesgo de que sea una operación que se limita a una acción de marketing o lo que sería peor de puro maquillaje. En todo caso los datos de nuestro análisis ponen de manifiesto que –salvo una minoría– las cadenas están trabajando con cierta seriedad en reducir sus incumplimientos como puede verse en el gráfico adjunto.

## 7. Conclusiones

El Código de Autorregulación es una manifestación de responsabilidad social. Sin embargo, tiene varios problemas para ser considerado como tal:

1) Es resultado de una legislación que ejerce una presión tal que resulta casi obligatorio crear unas normas de autorregulación.

2) La página web (tvinfancia.es) que sirve como herramienta de comunicación con los «stakeholders» es deficiente, está poco actualizada y apenas se ha dado a conocer.

3) Los datos oficiales de seguimiento contrastan con los datos alternativos que hemos elaborado mediante seguimientos de la programación.

Cadena	I Informe ATR- Vil. (16-06-05)	II Informe ATR- Vil. (05-12-05)	III Informe ATR- Vil. (15-06-06)	IV Informe ATR- Vil. (05-12-06)
TVE 1	12,85	8,90	8,60	3,57
LA 2	0,21	0,89	1,31	1,71
ANTENA 3	5,90	11,92	10,95	5,21
CUATRO	-	-	3,58	6,85
TELECINCO	5,50	5,24	4,64	6,43
LA SEXTA	-	-	3,20	9,21
TELEMADRID	4,20	1,75	4,20	1,93
TOTAL	6,08	5,33	5,21	4,99

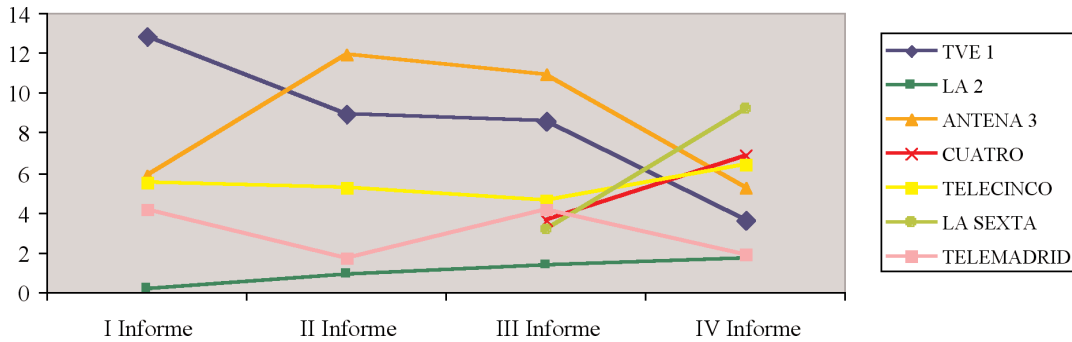


Gráfico 1: Media de incumplimientos diarios por cadena.

4) Los datos oficiales contrastan con la inquietud social que se manifiesta en los datos de encuesta.

5) No obstante, el Código de Autorregulación y el Informe de evaluación sobre la aplicación de este Código sobre contenidos televisivos e infancia han supuesto el primer reconocimiento público y colectivo de incumplimientos en materia de televisión en infancia y esto es un paso adelante.

6) Habrá que verificar si la actitud de las cadenas es implicar a los «stakeholders» en el proceso o mantenerles alejados para evitarse problemas y limitarse a acciones de maquillaje.

#### Notas

<sup>1</sup> No entramos a detallar el contenido del Código, ni del Comité de Autorregulación ni de la Comisión Mixta de Seguimiento pero puede verse de manera descriptiva una síntesis de todo esto en ARMENTEROS, M. (2006): «Propuestas para una comunicación de calidad». Primer cumpleaños del Código de Autorregulación».

<sup>2</sup> Entendemos esa respuesta responsable como algo voluntario, así se establece en el «Libro verde» (2001) de la Unión Europea: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas: La responsabilidad social de las empresas es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones

sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

<sup>3</sup> Es importante diferenciar estándares televisivos y televisión de calidad. La fijación de unos estándares televisivos y su cumplimiento puede ser un indicador de la calidad televisiva pero no aporta nada sobre cómo realizar mejores programas de televisión.

#### Referencias

- ARMENTEROS, M. (2006): «Primer cumpleaños del Código de Autorregulación», en CARCELÉN, S.; RODRÍGUEZ, C. y VILLAGRA, N. (Coords.): *Propuestas para una comunicación de calidad*. Madrid, Comunicación 2000.
- CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS (Ed.) (2005): *Actitudes y opiniones sobre la infancia y la adolescencia. Estudio nº 2.621*. Madrid, CIS.
- COMISIÓN MIXTA DE SEGUIMIENTO (Ed.) (2006): *Informe de evaluación sobre la aplicación del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia*. Madrid, 13 de junio 2006.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (Ed.) (2001): *Libro Verde UE. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas, Comisión de las Comunidades Europeas.
- TUR VIÑES, V. (2006): «El concepto de calidad del contenido audiovisual desde el emisor», en CARCELÉN, S.; RODRÍGUEZ, C. y VILLAGRA, N. (2006): *Propuestas para una comunicación de calidad*. Madrid, Comunicación 2000.