

LA SEÑALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS TELEVISIVOS EN ESPAÑA COMO EXPRESIÓN DEL DERECHO A UN CONSUMO MEDIÁTICO RESPONSABLE

Miguel Ángel Ortiz Sobrino

Universidad Complutense de Madrid

Carmen Fuente Cobo

CU Villanueva

Juan Martínez Otero

Universidad CEU – Cardenal Herrera

Resumen

La señalización de los contenidos televisivos en horarios de programación considerados como franjas de protección infantil, debe contemplarse desde la perspectiva del derecho de los padres y menores a una comunicación y consumo responsable desde la televisión. El debate acerca de la protección de los menores en el ámbito televisivo tiene su origen en el seno de la Unión Europea, a comienzos de los años 80. En todas estas normas, la protección de los menores merecía un artículo o apartado específico, que no pasaba generalmente de constituir una tan loable como vaga declaración de intenciones. La clasificación de estos contenidos es una exigencia compartida a escala internacional independientemente de la cultura mediática y del marco jurídico de cada Estado. Existen en el mundo diferentes modelos de clasificación de contenidos televisivos considerados de referencia, como el modelo británico de *British Board of Film Classification* (BBFC); el modelo holandés *Kijkwijzer* de NICAM; o el modelo australiano *Children's Television Standards* (CTS) de *Australian Communications and Media Authority* (ACMA). En el caso español, la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA), sitúa el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, suscrito por los operadores nacionales de televisión en diciembre de 2004, como uno de los ejes centrales de la ordenación de la actividad de las televisiones con vistas a la protección de los derechos de los menores de edad. En una investigación promovida por la asociación de usuarios *ICmediase* ha llegado a la conclusión de que aunque las grandes cadenas españolas de televisión toman como referencia para la señalización de los contenidos y su adecuación al horario de protección infantil en televisión el Código de Autorregulación al que arriba se alude, pueden identificarse problemas de aplicación y algunas áreas de mejora.

Palabras clave: Programación infantil televisiva, clasificación de contenidos televisivos, señalización de contenidos televisivos, horarios televisivos de protección infantil, Código de autorregulación, menores.

1. Introducción

Dicen Ortiz Sobrino y Marta Lazo (2016) que la convergencia digital y el impacto de las TIC han cambiado el paradigma comunicativo y la manera de ofrecer información, entretenimiento y publicidad. La comunicación tiene hoy una dimensión multimedia y *transmedia* en la que los mensajes están diseñados para ser transmitidos y consumidos desde diferentes canales o dispositivos electrónicos. En este sentido, Ortiz Sobrino y Montemayor (2014) han concluido que, sobre todo en el ámbito de la publicidad audiovisual, los contenidos y mensajes han trascendido más allá de los canales convencionales de comunicación – como el cine o la televisión- para trasladarse a nuevos formatos virtuales e innovadoras formas de emplazamiento publicitario no solo en los soportes audiovisuales sino también en los grandes espacios públicos: estaciones de tren, aeropuertos, centros comerciales, etc.

Este nuevo entramado comunicativo está cambiando los modelos de consumo audiovisual entre los usuarios de la televisión y otros soportes multimedia asociados a este medio de comunicación: *webs*, redes sociales, etc. En el nuevo paradigma, entre las instituciones, las familias y la universidad, preocupa especialmente la relación de los menores con los contenidos audiovisuales emitidos, especialmente a través de la televisión convencional. De hecho, la protección de los menores frente a los contenidos audiovisuales ha sido una constante en la regulación del entorno audiovisual y mediático, desde la aparición del cine.

Como señalan Ortiz Sobrino y Marta Lazo (2016), el interés por un consumo responsable de la televisión y la preocupación por este nuevo tipo de consumos justifican la necesidad de señalar los contenidos televisivos y su inclusión en la normativa vigente al amparo de la Ley General de Comunicación Audiovisual, de 2010. Conviene recordar que ya en 2004, el Gobierno español en colaboración con las principales cadenas de televisión española procedió a elaborar un Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia con indicaciones para señalar los contenidos televisivos emitidos entre las 06:00 y las 22:00 horas (horario de programación considerado de protección infantil). La

finalidad del Código se focalizaba en suministrar a los usuarios información sobre el tipo de contenidos de los programas y la franja de edad recomendable para su visionado. El Código ha sido reformado, como se comenta más adelante, en 2015. Fuente Cobo y Martínez Otero (2015) señalan que la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA), sitúa el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, como uno de los ejes centrales de la ordenación de la actividad de las televisiones con vistas a la protección de los derechos de los menores de edad.

Comentan estos dos autores que en el ámbito televisivo, conviven dos tipos de medidas que garantizan la protección de los menores ante los contenidos televisivos: las medidas en origen, que recaen sobre el emisor de los contenidos; y las medidas en destino, ejercidas en el punto de recepción de la señal. En el primer caso, se encuentran aquellas encaminadas a la prohibición en abierto de determinados contenidos no aptos para el consumo infantil, como la pornografía o la violencia, y el respeto a las franjas horarias de programación consideradas de protección infantil; en el segundo caso, podemos enumerar aquellas que se ofrecen a padres y tutores para ejercer un control en destino, tales como las tecnologías de filtrado y bloqueo, o la señalización de contenidos, que les habilitan para adoptar sus propias decisiones. Señalan Fuente Cobo y Martínez Otero que la primeras medidas configuran una protección general y universal, mientras que las segundas permiten una protección personalizada acorde con el criterio de cada familia.

La señalización de los contenidos televisivos en horarios de programación considerados como franjas de protección infantil, debe contemplarse desde la perspectiva del derecho de los padres y menores a una comunicación y consumo responsable e informado. En este sentido, la información transmitida a través de la señalización resulta fundamental para que los padres puedan decidir de forma libre a qué contenidos pueden tener acceso los menores a su cargo, ejerciendo un control parental que, en cuanto educadores, les corresponde como derecho y como deber.

¿Quién califica los contenidos televisivos? ¿Conforme a qué criterios? ¿Cómo se hace pública dicha calificación? ¿A través de qué plataformas?

2. Método y Marco conceptual

El consumo saludable de los medios de comunicación, la alfabetización mediática como herramienta para formar una ciudadanía crítica y los posibles efectos perjudiciales de la televisión han sido abordados desde múltiples perspectivas tanto en la literatura científica como en el sector televisivo. En España, este interés por la relación infancia-comunicación lo han puesto de manifiesto, entre otros, Ruiz San Román, Ortiz Sobrino y Porto (2013) y Ortiz Sobrino, Ruiz San Román y Díaz Cerveró (2013). La programación televisiva y sus contenidos desde la perspectiva del consumo infantil y juvenil ha sido analizada por autores como Marta-Lazo y Gabelas Barroso (2008), López-Vidales, González-Aldea y Medina (2010), Álvarez, Del Río y Del Río (2003) y López-Sánchez, Tur-Viñes y García del Castillo (2010). La alfabetización audiovisual de los menores y el resto de la ciudadanía ha sido abordada, entre otros autores, por García Matilla (2005), Marta-Lazo (2006), Aguaded y Sánchez-Carrero (2008), Marta-Lazo y Grandío (2013), Livingstone (2014), García Ruiz et al. (2014) y Pérez Tornero (2015).

La señalización de los contenidos televisivos en España como expresión del derecho a un consumo mediático responsable ha sido estudiado por diversos investigadores. De ellos destacan, García Galera (2006), Fuente Cobo y Ruiz San Román (2011) y Ortiz Sobrino, Fuente Cobo y Martínez Otero (2015), en relación con la regulación y señalización de los contenidos. Más recientemente, la obra de Fuente Cobo et al (2015) es la última referencia en cuanto a la contextualización en España de la señalización de los contenidos y su cumplimiento por parte de los grandes operadores de televisión nacionales y autonómicos.

Metodológicamente, para la elaboración de este texto se han revisado la literatura científica y el sistema de clasificación de los contenidos en las televisiones españolas e internacionales.

3. Resultados

3.1 El sistema de calificación y señalización de contenidos audiovisuales: referencias internacionales

Dicen Tur, Muñoz Saldaña y Mora Figueroa (2015) que la clasificación de contenidos audiovisuales es una exigencia compartida a escala internacional independientemente de

la cultura mediática y del marco jurídico de cada Estado. Justifican los autores la señalización de los contenidos por tres razones: en primer lugar, por la necesidad de proteger a los menores y a los jóvenes de contenidos inadecuados o potencialmente perjudiciales para ellos; en segundo lugar, por la necesidad de afrontar en cada momento problemas sociales que tienen su reflejo e influencia a través de los productos audiovisuales (consumo de alcohol, drogas, violencia, discriminación, etc.); en tercer lugar, para satisfacer el derecho a la información de los consumidores, los cuales precisan saber las variables que definen cada producto para consumirlo o adquirirlo de manera informada y responsable. Estas tres razones son producto de la expresión y consecuencias del derecho a un consumo responsable de la televisión. No obstante, comentan estos autores que cada Estado afronta este tema de manera diferente de acuerdo con las particularidades, entre otras, de su mercado, de su legislación y de su cultura. Los investigadores Tur (Universidad de Alicante), Muñoz Saldaña (Universidad de Navarra) y Mora-Figueroa (Universidad de Navarra), han puesto de manifiesto dos grandes modelos de clasificación de contenidos en el ámbito internacional: el evaluativo y el descriptivo. Todos los sistemas de protección infantil puestos en marcha en los países de nuestro entorno siguen uno de estos dos modelos o bien combinaciones de ambos.

Aunque ha sido Tur Viñes (2008 y 2015) la investigadora española que más ha profundizado en la señalización de los contenidos en el panorama televisivo internacional, otros autores como Ortiz Sobrino y Marta Lazo (2016) y Ortiz Sobrino, Fuente Cobo y Martínez Otero (2015) también han trabajado sobre este tema. Destacan estos autores los sistemas puestos en marcha en países como Australia, Estados Unidos, Holanda y Reino Unido, entre otros.

En Australia, el sistema de clasificación y señalización desarrollado por *The Australian Communications and Media Authority (ACMA)* califica los programas televisivos con las letras (C) y (P), según se trate de programas infantiles o preescolares, respectivamente. En Estados Unidos, las *TV Parental Guidelines*, ofrecen un sistema de señalización basado en letras del alfabeto que indican el tipo de contenido que incluyen: D (diálogo sugestivo), L (lenguaje vulgar), S (situaciones sexuales), V (violencia) y FV (violencia fantástica). Holanda ha implementado un sistema de clasificación de los programas audiovisuales basado en un sistema de corregulación, en el que participan el Estado, la autoridad independiente para la regulación audiovisual y el Instituto Holandés para la Clasificación de los Medios Audiovisuales (*NICAM*). En el Reino Unido, la guía

de clasificación de contenidos del *British Board of Film Classification (BBFC)* es su referencia para la clasificación de contenidos audiovisuales. Otras experiencias similares se pueden encontrar en Brasil, país en el que se prohíben los programas no aptos para menores en horarios de emisión dirigidos a todos los públicos (Ortiz Sobrino, Fuente Cobo y Martínez Otero, 2015).

3.2 El sistema de calificación y señalización de contenidos audiovisuales en el sector televisivo español

Conforme a las disposiciones legales contenidas en el artículo 7 de la Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) de 2010, los criterios de calificación y señalización de contenidos adoptados por la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia son los incluidos en el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia de 2004.

3.2.1 La calificación y señalización de los contenidos televisivos en España: el Código de Autorregulación sobre Contenidos de Televisión e Infancia de 2004

Comenta Ortiz Sobrino (2015) que a la hora de clasificar y señalar los contenidos de su programación, las cadenas de televisión en España toman como referencia los criterios orientadores que se apuntan en el Código de Autorregulación sobre Contenidos de Televisión e Infancia de 2004 actualizados en 2011 y 2015. Para calificar y señalar los contenidos de las películas programadas, las cadenas televisivas han venido utilizando la clasificación otorgada por el Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA). En algunas televisiones públicas autonómicas, como en el caso de Cataluña o Andalucía, los criterios de señalización se complementan con otras recomendaciones de sus respectivos Consejos Audiovisuales. No obstante, tras la modificación de los criterios orientadores adoptada por la CNMC en 2015, se han puesto de manifiesto las diferencias existentes entre estos y los aplicados por el ICAA.

Los símbolos recomendados para la señalización de los contenidos de los programas televisados por el Código de Autorregulación son los siguientes:

1. *Símbolo de color verde: especialmente recomendado para la infancia*
2. *Ausencia de símbolo: para todos los públicos.*
3. *Símbolo de color azul, dentro del cual aparece la cifra 7: no recomendado para menores de siete años.*
4. *Símbolo de color amarillo, dentro del cual aparece la cifra 12: no recomendado para menores de doce años.*
5. *Símbolo de color amarillo, dentro del cual aparece la cifra 16: no recomendado para menores de dieciséis años.*
6. *Símbolo de color rojo, dentro del cual aparece la cifra 18: no recomendado para menores de dieciocho años.*
7. *Símbolo de color rojo, dentro del cual aparece la letra X: programa o película X.*

En un estudio realizado para ICmediay la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), se pone de manifiesto que “las Productoras audiovisuales no señalizan los contenidos, salvo indicación expresa de las cadenas televisivas, ya que son los propios operadores de televisión los que están obligados a clasificarlos y señalizarlos antes de su emisión. Es el delegado de la producción de la cadena ante la productora el que se responsabiliza de que el contenido se adecue al *target* al que va dirigido. El problema surge cuando la producción se hace con una catalogación de acuerdo a un horario de emisión y luego se repite el programa en horarios de protección. Sin embargo, esto es responsabilidad de los canales televisivos, no de las productoras de los programas”. En el mismo informe se indica, también, que las operadoras de servicios de televisión por banda ancha/fibra óptica no califican ni señalizan los contenidos, porque son simplemente distribuidores de las emisiones de las cadenas y son ellas las que deben señalizar sus emisiones. En el caso de ONO –uno de los componentes del panel de expertos- tiene una base de datos en el que se introduce la información suministrada por los operadores que gestiona la empresa *Inout* (aunque, en el momento de realizar el estudio, esta empresa se encontraba en concurso de acreedores). En el caso de video *ondemand* producido directamente por ONO, la clasificación se suele hacer de acuerdo a las recomendaciones del Código de Autorregulación (Fuente Cobo et al, 2015)

Dicen Fuente Cobo y Martínez Otero (2015) que la aplicación del Código de Autorregulación sobre Contenidos de Televisión e Infancia de 2004 no ha estado exento de problemas desde el principio, ya que ha sido ampliamente criticado por la ambigüedad de sus criterios, bajo cuyo amparo pueden acogerse calificaciones muy diferentes para los mismos contenidos. Esta ambigüedad no ha beneficiado ni a los usuarios de los medios y su derecho a tomar decisiones informadas, ni a los proveedores de servicios de comunicación audiovisual, cuyos criterios calificadores no coinciden habitualmente con los de la Comisión Nacional del Mercado y la Competencia (CNMC), como organismo regulador que representa a la Administración.

Como indicador de esta situación se puede mencionar la controversia surgida en la clasificación de las películas emitidas por televisión. La LGCA hace responsable al proveedor del servicio de comunicación audiovisual, de la calificación de todos los contenidos que difunde, incluidos los cinematográficos. Esta circunstancia implica que puedan darse calificaciones diferentes para un mismo producto audiovisual, dependiendo de si la calificación procede del Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales (ICAA), o del prestador del servicio de comunicación audiovisual.

Algo parecido sucede con la emisión de los contenidos publicitarios y autopromocionales en las cadenas televisivas. La Ley General de Comunicación Audiovisual (LGCA) establece prohibiciones, adicionales a las contenidas en la Ley General de Publicidad para la emisión de contenidos relacionados con bebidas alcohólicas, contenidos discriminatorios, etc. De igual forma, la LGCA establece que los anuncios y programas de autopromoción de la propia programación están sometidos a las restricciones horarias establecidas para la protección de la infancia. Sin embargo, a la hora de limitar los horarios de emisión de contenidos que puedan ser perjudiciales para los menores, la LGCA ha dejado fuera la publicidad, como si el consumo televisivo no fuera parte del contenedor en el que se ofrecen contenidos de emisión.

Ortiz Sobrino (2015) ha realizado un detallado examen de las prácticas seguidas por los principales operadores españoles, a partir de entrevistas con cuestionario a especialistas de *Atresmedia*, *Mediaset*, RTVE, Canal Sur, TV3, ETB y RTVG, de las productoras *MediaproyGlobomedia*, y del operador de cable ONO. De la información aportada por estos expertos y de la observación de las páginas web y EPGs de todos los operadores analizados, se extraen conclusiones que vienen a confirmar la controversia sobre la interpretación del Código de Autorregulación. Por ejemplo, se observa que no hay unidad

de criterio a la hora de utilizar la señalización en los diferentes soportes de la cadena televisiva (pantalla, EPG, teletexto, etc.). Tampoco hay unidad de criterio en los códigos de colores y edades utilizados por los diferentes operadores de televisión. De igual forma, no hay unanimidad sobre quién debe realizar dicha clasificación y quién es el responsable último de la misma en la cadena. En su estudio de 2015, la principal conclusión a la que llega Ortiz Sobrino apuntaba a la dificultad de interpretación de los criterios de calificación incluidos en el Código de Autorregulación porque eran percibidos como demasiado generales y susceptibles de interpretaciones variadas.

Comentan Ortiz Sobrino y Marta Lazo (2016) que la literatura científica de los últimos años viene dando cuenta de los problemas y sanciones por la vulneración de los horarios protegidos de emisión y la incorrecta aplicación de la señalización de contenidos en las televisiones españolas.

Ante esta situación, como antes se ha comentado, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, como organismo encargado de velar por la adecuación de los contenidos a las franjas de programación en horarios de consumo infantil, ha propuesto una redefinición del Código de Autorregulación para evitar su sistemático incumplimiento por parte de algunas de las cadenas televisivas.

3.2.2 La redefinición del Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia de 2015

Para paliar esta situación de controversia, en el año 2015 la CNMC aprobó un nuevo sistema de calificación de contenidos, remozando el Código de Autorregulación y sus criterios de calificación. El objetivo de la reforma era de dotar al sistema de calificación de una mayor objetividad, dejando menos margen a la discrecionalidad de los prestadores a la hora de calificar. La reforma traslada a nuestro ámbito audiovisual un sistema de calificación muy bien acogido en otros países, como Holanda, y que está funcionando de forma satisfactoria en otros contextos audiovisuales, como el de los videojuegos. Dicha reforma supone una importante revisión, precisión, clarificación y reelaboración de los denominados “Criterios orientadores para la clasificación de programas televisivos”, basada en una propuesta de las investigadoras Tur Viñes y Fuente Cobo (2015).

Los elementos más novedosos que contiene la reforma son los siguientes:

Variables moduladoras de la valoración, que deben ser tenidas en cuenta en la calificación de un determinado programa: tipo de contenido (contexto narrativo y finalidad del programa), tipo de presencia (explícita en imágenes, o implícita en discursos), frecuencia, y argumentación o justificación de conductas o contenidos identificados como potencialmente perjudiciales para los menores.

Catálogo de contenidos potencialmente perjudiciales para la infancia, agrupados en torno a siete descriptores: violencia, miedo, lenguaje soez, sexo, drogas, discriminación y conductas imitables. Estos descriptores pueden ser representados a su vez mediante pictogramas de fácil identificación.

Catálogo de contenidos positivos para la infancia, de manera que las decisiones orientadas de los usuarios puedan estar basadas no solamente en criterios restrictivos, sino también en criterios positivos.

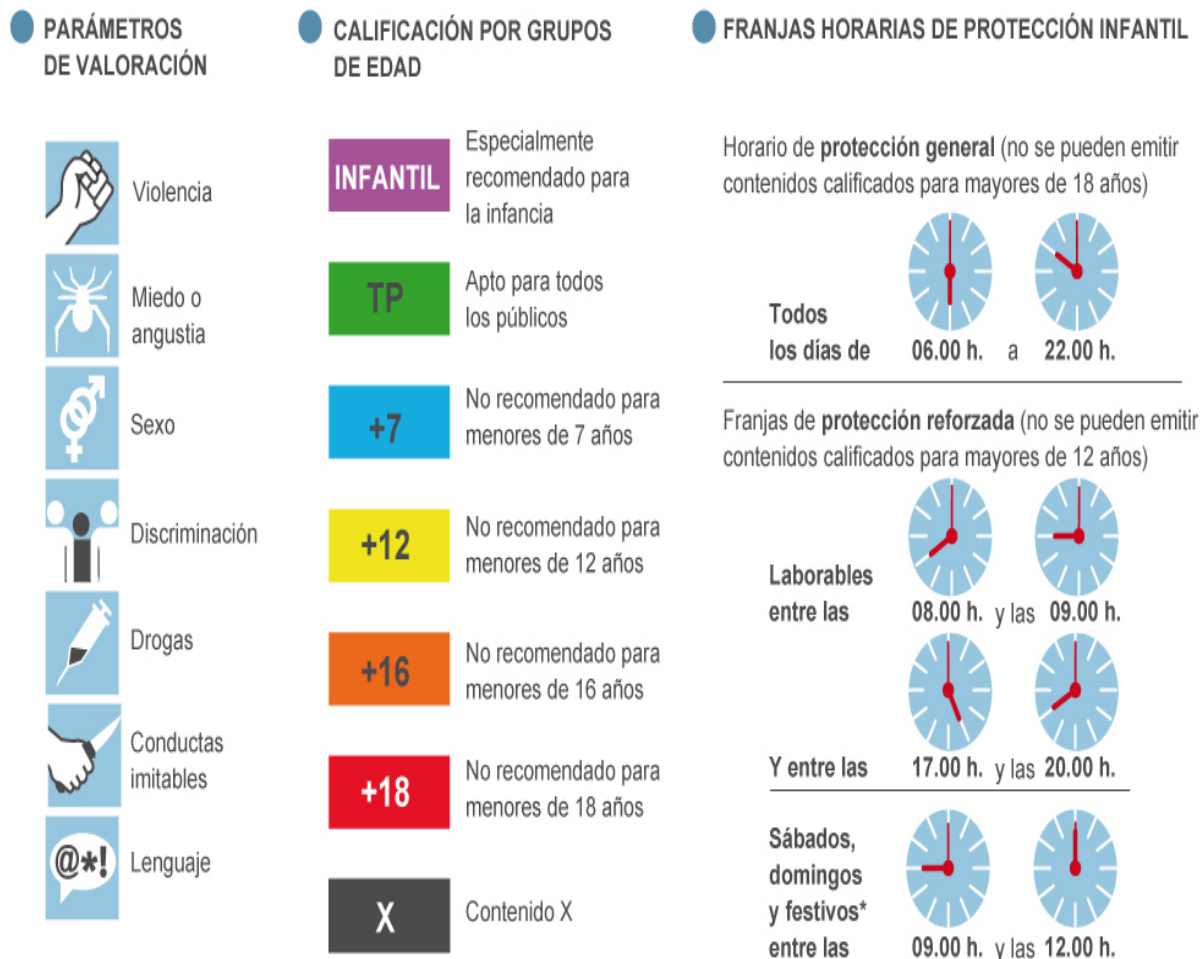
Así mismo, la Comisión Nacional de los Mercado y la Competencia (CNMC) ha llegado a un acuerdo con la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial (Autocontrol) para el fomento de la corregulación sobre las comunicaciones comerciales en televisión, a través del cual esta Asociación aplicará los criterios orientadores del Código de Autorregulación sobre Contenidos de Televisión e Infancia para su aplicación en materia de publicidad televisiva (Lainformación.com, 2015).

La adopción de nuevos procedimientos estandarizados para la clasificación y señalización mejorarán, sin duda, el sistema contemplado en la formulación del Código de 2004, en el que la discrecionalidad de los prestadores desembocó no pocas veces en arbitrariedad. La existencia de un formulario de calificación publicado permitirá homogeneizar el sistema de calificación de todas las cadenas televisivas, asegurando una mayor transparencia al proceso de calificación y facilitando a los usuarios y a la autoridad audiovisual la fiscalización de cada calificación concreta de cada contenido programado. Junto con la revisión de los criterios y procedimientos de calificación, otro aspecto que permitirá una mayor claridad en la aplicación de los criterios y la señalización de los contenidos ha sido el nuevo sistema de numeración y pictogramas adoptados por esta nueva revisión del Código de Autorregulación, ya que el sistema que existía anteriormente se había revelado insuficiente. Del nuevo sistema de clasificación y pictografía se hizo eco, entre otros, el periódico *El Mundo*, que en un gráfico visualizaba el nuevo sistema de la siguiente

forma:<http://www.elmundo.es/television/2015/12/23/5679aab7e2704e803c8b4630.html>

):

Sistema de calificación por edades de contenidos audiovisuales









*Festivos afectados: 1 y 6 de enero, Viernes Santo, 1 de mayo, 12 de octubre, 1 de noviembre, 6, 8 y 25 de diciembre.

FUENTE: CNMC.

Figura 1: Sistemas de clasificación por contenidos y edades. Fuente: Periódico El Mundo (23-12-2015).

<http://www.elmundo.es/television/2015/12/23/5679aab7e2704e803c8b4630.html>):

Los pictogramas mostrados en esta información no coinciden plenamente con la propuesta realizada por Tur y Fuente Cobo (2015), que se recoge a continuación en la Figura 2 y que, a la espera de una aprobación final por parte de la CNMC, todavía está pendiente de implantación.

CONTENIDOS POSITIVOS (7)	SELECCIONADO
2.1. Diseñado o adaptado especialmente para la infancia: presencia de personajes infantiles o del imaginario infantil, tema o tono infantil	
2.2. Orientado al refuerzo en el aprendizaje infantil de materias escolares o idiomas	
2.3. Fomento de los valores en la infancia: Responsabilidad, solidaridad, igualdad, respeto, amistad, cooperación, tolerancia, comportamiento cívico, protección del medio ambiente	
2.4. Dedicado al impulso de la creatividad, la imaginación y el desarrollo de actividades artísticas infantiles	
2.5. Diseñado para fomentar entre la infancia la integración de minorías y de personas con discapacidad, o el conocimiento de la diversidad cultural	
2.6. Educación y pedagogía adecuada para la formación de la infancia	
2.7. Diseñado para la prevención, denuncia o concienciación sobre las drogas, alcohol, sustancias tóxicas, prácticas generadoras de psicopatías u otros temas que generen alarma social y que puedan afectar negativamente a los menores, dirigido específicamente a la infancia.	

CONTENIDOS NEGATIVOS (7)	SELECCIONADO
3.1. VIOLENCIA	
3.2. SEXO	
3.3. MIEDO O ANGUSTIA	
3.4. DROGAS Y SUSTANCIAS TÓXICAS/ADICTIVAS	
3.5. DISCRIMINACIÓN	
3.6. CONDUCTAS IMITABLES	
3.7. LENGUAJE Escrito, verbal o gestual	

Figura 2. Contenidos positivos y negativos. Fuente: Tur y Fuente Cobo (2015)

La sociedad multipantalla

La convergencia mediática hace que las fronteras entre las diferentes formas de comunicación se difuminen cada día más. Se comenta que las televisiones híbridas y con acceso a Internet son ya una realidad en cientos de miles de hogares (Fuente Cobo et al, 2015). En muchas ocasiones, los mismos contenidos audiovisuales pueden ser consumidos a través de la televisión, Internet o las diferentes plataformas *online*. Esta

sociedad multipantalla ha puesto sobre la mesa la obligación de señalar los contenidos emitidos en estos nuevos soportes digitales y convergentes.

Como se sabe, la Ley General de la Comunicación Audiovisual es aplicable exclusivamente a los operadores de televisión convencional. Pero además de a la televisión lineal, la definición se ajusta igualmente a los prestadores de televisión a la carta y en movilidad, que hacen una selección o catálogo de productos que el usuario puede solicitar. Sin embargo, existe cierta discusión sobre la forma de actuar frente a otros prestadores de servicios audiovisuales con millones de seguidores, como *Youtube*.

Aunque en Europa se están ensayando diferentes formas de regulación y control sobre estas nuevas maneras de prestar servicios de comunicación audiovisual, en España este debate es todavía muy incipiente.

Los poderes públicos deberían clarificar por vía legal, el régimen jurídico de estos operadores de servicios y quién debe quedar sujeto a las previsiones de la Ley General de la Comunicación Audiovisual. El objetivo básico de esta normativa sería el de identificar claramente a qué prestadores se aplica la normativa, así como determinar sus derechos y obligaciones en función de las peculiaridades de los servicios que ofrecen.

Mejores procedimientos de vigilancia y sanción

No cabe duda de que las medidas de inspección y sanción de la Administración son un elemento clave para garantizar la efectiva aplicación de la ley en materia de clasificación y señalización de los contenidos televisivos. Sin inspecciones periódicas y sanciones puntuales, las cadenas de televisión terminarán por no cumplir con la normativa que establece el Código de Autorregulación. Desde 2004 hasta hoy, se ha sucedido un continuo goteo de sanciones a los operadores de televisión por el incumplimiento en esta materia. Parece razonable, por tanto, intensificar el control de la señalización de los contenidos y una correcta aplicación de sus criterios de clasificación en los programas. De igual forma, también es recomendable la aplicación de sanciones relevantes a los incumplimientos de la normativa, dado que las concesiones de las licencias de televisión deben responder a un criterio de interés de la ciudadanía y a una propuesta de contenidos saludables para cualquiera de los televidentes, especialmente de los menores.

Más allá de la regulación y la autorregulación: la necesidad de un ciudadano crítico ante los medios.

El actual entramado mediático caracterizado por las redes de la convergencia digital supera con creces las posibles barreras y controles de acceso a los contenidos televisivos a través de las plataformas audiovisuales. Por esta razón, la normativa legal es insuficiente para garantizar un consumo responsable de la televisión.

Es necesaria una alfabetización mediática para que los menores y padres tengan una actitud crítica ante los medios y hagan un uso saludable de ellos. La capacidad crítica, analítica y reflexiva en la recepción de los mensajes ayuda a que los sujetos sean responsables y tengan criterio a la hora de convertirse en creadores de contenidos. (Marta Lazo y Grandio, 2013).

En definitiva, la señalización, la regulación de contenidos y los códigos de autorregulación televisiva no son suficientes para un consumo responsable de los programas de televisión. Un consumo mediático saludable por parte de los menores debe basarse en la señalización e información sobre lo emitido pero también es necesaria una alfabetización y la implicación de los padres, la Administración, los operadores y la escuela.

4. Referencias Bibliográficas

- Agudaded, I. & Sánchez-Carrero, J. (2008). “Niños y adolescentes tras el visor de la cámara: experiencias de alfabetización audiovisual”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, nº 14, pp 293-308.
- Alvarez, Amelia & del Río, Miguel. & del Pío, Pablo. (2003). “El efecto Pigmalión en televisión: Orientaciones propuestas sobre la influencia de la televisión en la infancia”. *Red Digital*, 3
 - o (http://reddigital.cnice.mec.es/6/Articulos/articulo_resumen.php?articulo=6)
- Fuente Cobo, C. & Ortiz Sobrino (Edts.). Fuente Cobo, C. & Mora Figueroa, B. & Muñoz Saldaña, M. & Ortiz Sobrino, M.A. & Martínez Otero, J.. & Tur, V. (2015). *Criterios y Procedimientos de calificación de contenidos audiovisuales*. Madrid: IORTVE.
- Fuente Cobo, C. & Ruiz San Román, J. (2011). “Protección de la infancia en la nueva regulación audiovisual en España”. *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 66, pp. 153-177. Fecha de consulta 15 de diciembre de 2015 de

http://www.revistalatinacs.org/11/art/928_UCM/07_Ruiz.html

DOI: 10.4185/RLCS-66-2011-928-153-177 / CrossRef link.

- Fuente Cobo, C. y Martínez Otero, J. (2015). “Criterios y procedimientos de calificación de contenidos audiovisuales”. En Fuente Cobo, C. & Ortiz Sobrino, M.A. (Edts) (2015). *Criterios y Procedimientos de calificación de contenidos audiovisuales*. Madrid: IORTVE.
- García Galera, C. (2006). “Proteger la Infancia: los Códigos de Autorregulación a debate”. *Icono14*, 4 (1), pp. 349-368.
DOI: <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v4i1.412>.
- García Matilla, A. (2005). “Por una televisión para la educación en sintonía multimedia”. *Comunicar*, n. 25, pp 33-44.
- García Ruiz, R. & González Pérez, I. & Aguaded Gómez, I. (2014). “La competencia mediática como reto para la educomunicación: Instrumentos para la evaluación”. *Cuadernos Info*, nº 35, pp15-27.
- Livingstone, S. (2014). “Children's digital rights: a priority”. *Intermedia*, 42 (4/5), pp. 20-24. Fecha de consulta el 27 de diciembre de 2014 de: <http://eprints.lse.ac.uk/60727/>
- López-Sánchez, C. & Tur Viñes, V. & García del Castillo J. (2010). “Evaluación del protagonista-antagonista en los contenidos audiovisuales dirigidos a la infancia en cadenas de televisión españolas”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. www.revistalatinacs.org/10/art3/918_Alicante/40_Tur.html (DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-918-553-560). Fecha de consulta el 12/06/2016.
- López Vidales, N. & González, P. & Medina E. (2010). “Jóvenes y televisión en 2010: un cambio de hábitos”. *Zer*, vol. 16, nº 30, pp 97-130.
- Marta-Lazo, C. (2006). “La guía paterna en el consumo televisivo: un modelo cuantitativo y cualitativo en el aprendizaje de contenidos”. *Ámbitos*, 15, pp211-221. <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos%2015/Ambitos15.pdf>.
- Marta Lazo, C. & Gabelas Barroso, J. (2008). “La televisión: epicentro de la convergencia entre pantallas”. *Revista Enla@ce*, año 5, nº 1, 11-23. Recuperado de: <http://scholar.google.es/scholar?oi=bibs&hl=es&cluster=2738035126533821807>
- Marta Lazo, C. & Grandío, M. (2013). “Análisis de la competencia audiovisual de la ciudadanía española en la dimensión de recepción y audiencia” *Communication&Society/Comunicación y Sociedad*, Vol. 26, n. 2, 2013, 114-130. R <http://dspace.si.unav.es/dspace/handle/10171/35487>.
- Ortiz Sobrino & Marta Lazo (2016). “Signposting. Tv, content, regulation in Spain& media literacy: children consumer mediations”. *Revista Prisma Social*. Especial Mayo 2016.
- Ortiz Sobrino, M.A. & Montemayor, J. (2014). “Publicidad dinámica y plataformas digitales: Brand placement en espacios públicos y transmisiones deportivas en televisión”. *Revista Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 99. pp. 94-103.

- Ortiz Sobrino, M.A. & Ruiz San Roman, J.A. & Díaz Cervero, E. (2013). “Las televisiones y la investigación en infancia y televisión”. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, nº 40, pp 137-144.
- Ortiz Sobrino, M.A. & Fuente-Cobo, C. & Martínez-Otero, J. (2015). “La señalización de los contenidos en las principales cadenas de televisión españolas”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 468 a 489.
<http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1055/25es.html>
DOI: [10.4185/RLCS-2015-1055](https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1055)
- Ortiz Sobrino, M.A. (2015). “Análisis del estado de la señalización de los contenidos en las principales cadenas de televisión en España”. En Fuente Cobo, C. & Ortiz Sobrino, M.A. (Edts). *Criterios y Procedimientos de calificación de contenidos audiovisuales*. Madrid: IORTVE.
- Pérez Tornero, J. M. (2015). “La emergencia de la alfabetización mediática e informacional. Un nuevo paradigma para las políticas públicas y la investigación”. *Revista Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, nº100, pp. 99-102.
- Ruiz San Román, J. A.& Ortiz Sobrino, M.A. & Porto, L. (2013). “Aportaciones de las universidades españolas a la investigación sobre menores y medios de comunicación”. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, nº 48, pp 49-64.
- Tur, V. & Fuente Cobo, C. (2015). “El Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia: Análisis crítico y propuestas de mejora”. En Fuente Cobo, C. & Ortiz Sobrino, M.A. (Edts). *Criterios y Procedimientos de calificación de contenidos audiovisuales*. Madrid: IORTVE.
- Tur, V. & Fuente Cobo, C. (2015). “What to protect children from? Converging patterns of regulation in audiovisual programmes and commercial communication in Europe”. *ECREA, TWG Advertising Research. International Symposium on Children, Adolescents and Advertising*. Madrid, 5-6 November 2015

Otros documentos:

- Código de Autorregulación sobre Contenidos de Televisión e Infancia (2011).
<http://tvinfancia.es/tvinfancia/>
- la informacion.com. (2015). La CNMC y Autocontrol colaborarán en el fomento de la correulación publicitaria. Disponible en: http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/software/la-cnmc-y-autocontrol-colaboraran-en-el-fomento-de-la-corregulacion-publicitaria_CL0hO7dA88wOYAWz4w1WE1/
- El Mundo (2015). El intrincado laberinto que protege a los niños en la televisión. <http://www.elmundo.es/television/2015/12/23/5679aab7e2704e803c8b4630.html>