CC BY SA

LA MEDIDA DE LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN TELEVISIÓN DESTINADOS AL TARGET INFANTIL (4-12 AÑOS). Un estudio retrospectivo.

Victoria Tur Viñes
Universidad de Alicante
Victoria.Tur@ua.es

RESUMEN

La incesante preocupación social por la calidad de los contenidos que alcanzan a la infancia ha motivado gran cantidad de estudios sobre televisión e infancia, muchos pseudocientíficos y pocos rigurosamente científicos.

Hablar de calidad supone tener una visión global de todos los aspectos que la pueden conformar. No podríamos establecer conclusiones realistas si atendiéramos exclusivamente a la presencia de violencia o contenidos sexistas (clásicos en los estudios sobre el tema) o si analizáramos sólo los contenidos programáticos y no los publicitarios o viceversa.

Con el fin de identificar las variables que configuran la calidad de lo audiovisual, la presente comunicación pretende reflejar aquellas investigaciones, reconocidas a nivel internacional, donde se ha tenido en cuenta el concepto integral de calidad audiovisual para identificar las variables utilizadas y poder reflexionar sobre su pertinencia como prescriptoras del nivel cualitativo de los contenidos audiovisuales dirigidos a la infancia.

Fuera de nuestras fronteras, las líneas de investigación más relevantes concentradas en la calidad de los contenidos dirigidos a la infancia son:

- The CTS (Children's Television Standards) de la ABA (Australian Broadcasting Authority) de 1979. La ACTF (Australian Children´s Television Foundation) viene estudiando este tema desde 1982.
- The Annenberg Public Policy Center (APPC) en Pensylvania (EEUU), desde 1995.
- La CNTV (Consejo Nacional de Televisión) en Chile, desde 1997.

Esperamos que la comparación de las variables contempladas en cada estudio, suscite cierto debate y que éste sea esclarecedor para poder establecer un modelo científico de medida de la calidad audiovisual de los contenidos dirigidos a la infancia en nuestro país. Este es el objetivo de la línea de investigación emergente de un

CC BY SA

grupo de profesores del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Alicante.

LA MEDIDA DE LA CALIDAD DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN TELEVISIÓN DESTINADOS AL TARGET INFANTIL (4-12 AÑOS). Un estudio retrospectivo.

Victoria Tur Viñes
Universidad de Alicante
Victoria.Tur@ua.es

El diseño y producción de contenidos de ocio y entrenimiento destinados a la infancia es un fenómeno próximo a nuestros días y tiene su origen en la consideración del niño como potencial espectador/consumidor. El sentimiento acerca de que la infancia merece un trato y un cuidado especial, ya que es un período fundamental de la vida humana donde el individuo se prepara para ingresar en una comunidad de adultos, no está generalizado antes del Renacimiento.

El siglo XX, ha sido el que definitivamente ha propiciado la atención que se merecía esta etapa evolutiva que es la infancia. La explosión demográfica, el descenso en la mortalidad infantil por los avances en la Medicina, el surgimiento de estudios científicos e investigaciones sobre la infancia han dado lugar a un estado de opinión que llega a nuestros días, alcanzando su máxima expresión en la confección de la Declaración de los Derechos del Niño por la ONU el 20 de noviembre de 1959.

Si hablamos de contenidos audiovisuales dirigidos a los niños, estamos dando por sentado que éstos son considerados como consumidores. Desde un punto de vista comercial, para considerar consumidores a los niños, éstos deben tener deseos (necesidades primarias cubiertas), disponer de dinero para gastar y además constituir un grupo suficientemente numerosos para que valga la pena hacer esfuerzos de marketing. Antes de la Segunda Guerra Mundial no se daban estas circunstancias porque la mortalidad infantil era altísima, entre otras causas. Cinco años después de que acabara la guerra, en 1946, el número de niños aumentó en un 50% según apunta James U. Mc Neal1.

Un lustro después asistíamos al surgimiento del medio de comunicación que más fascinación ha suscitado especialmente en la infancia: la televisión. En Europa Occidental, las emisiones regulares comenzaron en 1951 en los Países Bajos; en 1953 en Bélgica y Dinamarca; en 1955 en Austria, en Luxemburgo y en Mónaco. Fue en octubre de 1956 cuando se realizan las primeras emisiones en España. La televisión se inauguraba oficialmente en España en octubre de 1956. Hasta la década de los 60 no se generalizó su uso ya que la ampliación de la cobertura de la señal se realizó paulatinamente.

Haciendo un rápido recorrido histórico, podemos decir que en los 50 aumentó el número de niños, los 60 les facilitaron más dinero para gastar, los 70 sacaron al mercado numerosos productos nuevos para niños con el objetivo de despertar su deseo y en los 80 se le comenzó a considerar como un consumidor con

[1] Mc NEAL, James U., *Kids as customers*, Lexington Books, 1992. Mc NEAL, James U., *Marketing de productos para niños*, Traducción de Eugenia Fischer, Granica, Barcelona, 1993, p.23.

CC BY SA

los parámetros que ya se aplicaban al adulto. Es en este momento donde la producción de contenidos audiovisuales comienza a desmarcarse del objetivo estrictamente educativo y didáctico para aproximarse cada vez más al entretenimiento. Es en los 80 cuando surgen los clubes, las cadenas monotemáticas, las revistas especializadas en público y temas infantiles.

En los 90 hemos asistido a los primeros intentos para educar en el consumo y, por parte del mercado, a una supersegmentación que ha aumentado la oferta de productos, incluidos los audiovisuales (videos…) en función de cada target hasta el infinito. Actualmente, la obsolescencia de los productos y contenidos audiovisuales dirigidos a niños es vertiginosa. Este target parece tener una necesidad insaciable de novedades permanentes. Ya no podemos considerar el target infantil como un todo compacto. En la actualidad los cambios psicofisiológicos se han adelantado y acelerado, motivando una segmentación de la infancia más acorde con la realidad: 4-6 preescolar, 7-9 escolar y 10-12 prepúber.

Por otra parte, es por todos conocida la permanente preocupación social que existe frente al consumo audiovisual de este target manifestada ampliamente en la prensa nacional y por organismos competentes en la materia: Consejo Audiovisual de Cataluña (el Consejo Audiovisual Nacional todavía está en fase de proyecto en el Senado) y la Asociación de Usuarios de la Comunicación, entre otros.

Fuera de nuestras fronteras, las líneas de investigación más relevantes concentradas en la calidad de los contenidos dirigidos a la infancia son:

- The CTS (Children's Television Standards) de la ABA (Australian Broadcasting Authority) de 1979. La ACTF (Australian Children´s Television Foundation) viene estudiando este tema desde 1982.
- The Annenberg Public Policy Center (APPC) en Pensylvania (EEUU), desde 1995.
- La CNTV (Consejo Nacional de Televisión) en Chile, desde 1997

Detengámonos en la consideración de calidad que realiza cada una de estas aproximaciones.

Los **standares australianos para televisión infantil (CTS)**, clasifican los programas en programas C (dirigidos a niños) o programas P (dirigidos a preescolares). Cualquier programa que quiera ser emitido por televisión abierta o televisión por suscripción debe tener esta clasificación de la ABA.

En Australia, no hay contenidos comerciales en los programas dirigidos a pre-escolares, programas que deben ser de 30 minutos y sin publicidad. Sin embargo, en los programas C se permite una limitada cantidad de publicidad, como reconocimiento a la necesidad que tienen los programadores de financiar programas de calidad. La estrategia más efectiva para aumentar los estándares de calidad de los programas infantiles se inició en 1979 y, aún hoy, es la clave del éxito de las regulaciones en Australia.

Las normas consignadas en los Estándares para la Televisión Infantil (CTS) exigen:

- 260 horas de programas C, la mitad de los cuales deben ser programas australianos nuevos.
- 32 horas del género drama australiano.
- 130 horas de programas dirigidos a pre-escolares (programas "P")

El sistema C de clasificación[2] está basado en una evaluación inicial por ABA (la autoridad australiana reguladora de la televisión) y otra evaluación posterior por consultores especializados –si no existe un informe claro desde el inicio- en las áreas de desarrollo infantil, educación y producción de televisión. Los estándares no exigen que los programas sean didácticos o educacionales, pero si es necesario que hayan sido realizados desde la perspectiva de la audiencia infantil y que tengan alta calidad de producción.

Para obtener la clasificación C o P, un programa debe:

1. **Haber sido hecho específicamente para una audiencia infantil o para grupos de niños y niñas en edad preescolar o de escuela primaria.**

Los programas clasificados como C son diferentes de los programas producidos para una audiencia familiar. No solamente deben ser "apropiados" y "producidos primariamente para" niños y niñas, sino que deben estar concebidos específicamente para satisfacer las necesidades e intereses de rangos de edad específicos (preescolar, escuela primaria temprana, intermedia o avanzada). La acción y los guiones deben estar centrados en la infancia. La ABA, propone un test sencillo: la alteración de la historia tras "extraerle" los niños y niñas. Si la respuesta es afirmativa, entonces el programa está probablemente orientado a la familia y no a una audiencia específicamente infantil.

Ningún programa que haya sido producido primariamente para una audiencia familiar, una audiencia pre-escolar o de adolescentes, puede ser clasificado C. Esta clasificación se le otorga únicamente a programas que por la naturaleza de su contenido y por las características de su producción revelan que han sido concebidos específicamente para ese rango de edad.

No se espera de ningún programa que abarque todo el rango de edades de la escuela primaria. Niños y niñas atraviesan diferentes etapas de desarrollo entre los 5 y los 13 años. Si un programa pretende abarcarlas todas, sugiere que sus productores no tienen una comprensión correcta de la audiencia infantil. Un programa será más consistente si está claramente enfocado en un rango de edad.

"*Hecho específicamente para ellos*", como dice en los objetivos de la CTS[3], significa que el programa está concebido, desarrollado, y

[2] Exposición de Lesley Osborne durante el evento Televisión de Calidad, Bogotá, 13 - 19 de septiembre de 2000. Lesley Osborne está vinculada a la Australian Broadcasting Authority ABA, el ente regulador de la televisión australiana, donde tiene bajo su responsabilidad el control de calidad de las producciones de televisión infantil y el control de contenidos en la programación de televisión abierta y por suscripción. Ha liderado un proceso importante de investigación al interior de la ABA, que ha servido de fundamento al diseño de programación de la televisión australiana. Lesley ha jugado un papel central en el desarrollo de estrategias para la protección de los intereses de los niños en internet, en la televisión por suscripción y en la televisión comercial. Como representante de la ABA, ha tomado parte en diversos encuentros internacionales dedicados a la televisión infantil y juvenil. www.comminit.com. Existe abundante información sobre esta regulación en **http://www.aba.gov.au/tv/content/childtv/assessment/**

[3] Program classification is based on criteria contained in the Children's Television Standards and the Australian Content Standard. These Standards are available from the ABA's Sydney Office or website at www.aba.gov.au. The Australian Content Standard includes specific criteria which a C, P, or C drama program must meet in order to qualify as an Australian program. The ABA assesses applications for children's program classification against criteria in the Children's Television Standard (CTS) set out at CTS 2.**CTS 2 - Criteria for C and P Programs.**A children's program is one which:

a. is made specifically for children or groups of children within the preschool or the primary school age range;

producido para un grupo de edad específico. El tema de la especificidad en la edad es uno de las más problemáticos en el campo de los programas infantiles. Algunos indicadores de la especificidad en la edad son:

1. Los principales actores están dentro de ese rango de edades. Aún si los actores principales están por fuera de esas edades, los temas deben estar tratados en una forma apropiada para niños y niñas dentro de ese rango de edad.
2. Las técnicas de producción y los contenidos toman en cuenta la etapa de desarrollo y las formas específicas en que el grupo focal es vulnerable.
3. Cuando se incluyen niños o niñas (particularmente en los dramatizados) ellos deben ser el foco central, y no complementos incidentales de los personajes adultos. Los personajes infantiles deben ser reales, que se comporten de acuerdo a su edad, y no niños que tengan características de adultos.

Un programa no necesariamente tiene que incluir niños o niñas, pero sí debe tratar temas de interés para ellos y ellas o tratarlos desde su perspectiva. Muchos programas fallan debido a que están orientados a los adultos, utilizan un lenguaje y unos conceptos demasiado complejos, o utilizan tediosas entrevistas con "expertos" adultos.

El contenido y el lenguaje de un programa C debe ser apropiado para el grupo de edad al cual está dirigido. Por ejemplo, un programa dirigido al nivel bajo del grupo de edad C no debe incluir un lenguaje que sería mejor comprendido por un grupo de mayor edad. El lenguaje deberá ser fácilmente comprensible, sin que sea demasiado simplista o pobremente articulado. Para lograrlo, es necesario conocer las etapas de desarrollo infantil y poder apreciar el nivel de desarrollo de un niño o niña y la medida en que conceptos (e información) nuevos pueden ser introducidos para ampliar su conciencia y conocimientos.

En opinión de Lesley Osborne, puede que haya alguna confusión acerca de los programas que le gustan a los niños y los que están hechos específicamente para ellos. No son mutuamente excluyentes, pero sólo por que los niños disfruten ciertos tipos de programas no significa que estos hayan sido producidos específicamente para ellos. Un buen programa infantil estará hecho específicamente para ese grupo de edad y será disfrutado por ellos.

El que un programa sea de dibujos animados no significa automáticamente que esté dirigido a la infancia. A veces los programas animados muestran un desfase; el estilo de la animación es atractivo para una audiencia joven, pero los conceptos y el lenguaje son apropiados para una audiencia mayor, que puede ir desde jóvenes mayores hasta adultos.

---

b. is entertaining;
c. is well produced using sufficient resources to ensure a high standard of script, cast, direction, editing, shooting, sound and other production elements;
d. enhances a child's understanding and experience; and
e. is appropriate for Australian children.

2.- **Debe ser entretenido**.

Un programa infantil puede ser dramatizado o no dramatizado, estar diseñado para educar o simplemente para divertir, pero un objetivo común a todos los programas C y P debe ser el de entretener a su audiencia. Proveer exclusivamente programas educativos no es un objetivo del concepto C. Los ingredientes de un dramatizado de alta calidad dirigido a la infancia incluyen una buena historia, humor, impredecibilidad, y un ritmo apropiado al estilo de la historia contada. Mientras que programas no-dramatizados no necesariamente involucran una historia, los ingredientes que contribuyen a la alta calidad en este tipo de programas son similares a los de dramatizados: humor, impredecibilidad, ritmo apropiado y presentación en un estilo visual moderno. Un programa que esté lleno de clichés, caracteres unidimensionales y/o un guión plano y mal escrito, o que sea didáctico, instruccional y abiertamente educacional difícilmente llenará este criterio.

3.-**Debe estar bien hecho, contando con recursos suficientes que permitan garantizar una alta calidad en el guión, el elenco, la dirección, la edición, la filmación, el sonido y otros elementos de la producción audiovisual.**

Aunque financiación no necesariamente es sinónimo de "calidad", se acepta que sin comprometer recursos suficientes los altos niveles de producción requeridos difícilmente podrán ser alcanzados. El objetivo de calidad de esta norma implica que un uso adecuado y profesional de recursos suficientes en todas las áreas de la producción: desde la investigación inicial de la idea, del estilo y de la audiencia a la que se quiere llegar, pasando por la escritura y edición del guión, hasta la emisión.

En este sentido, el problema de los recursos es el mismo que para programas de calidad dirigidos a la familia o una audiencia adulta. En términos de producción, el criterio requiere profesionalidad en el elenco, en la actuación y la dirección y que se mantenga una perspectiva infantil, no adulta. En términos de dirección significa utilizar todo el oficio, las destrezas y la técnica que espera una audiencia infantil sofisticada, conocedora de las tradiciones del cine y la televisión. Los guiones demasiado débiles, confusos, demasiado largos como para cautivar la atención de la audiencia infantil y mantener su interés, demasiado enfocados en adultos o en sus problemas, o que contienen escenas de violencia gratuita o de prácticas peligrosas para niños y niñas, no cumplirán con este requisito. Igualmente, los programas que contengan actuaciones pobres de sus protagonistas tampoco satisfacerán este criterio.

4.- **Debe ampliar la comprensión y la experiencia de niños y niñas.**

Ampliar las experiencias de niños y niñas puede lograrse con entretenimiento, por ejemplo a través del humor y los dramatizados.

Este criterio significa que niños y niñas después de ver un dramatizado deberán haber ampliado su experiencia o sus perspectivas; por ejemplo, su concepción de la amistad, de las relaciones familiares,

CC BY SA

del colegio, de la presión de sus compañeros y compañeras, de los modelos de comportamiento y de sus emociones.

Niños y niñas también deberán ganar en experiencia al ver programas de juegos o en formato de magazine, en su concepción de lo que es participación, cooperación y trabajo de equipo y aspectos interesantes del mundo que los rodea. Ningún tema es tabú en sí mismo, pero se le debe prestar mucha atención a la forma en que algunos temas son tratados. Esto no significa que un programa deba evitar la controversia o ser completamente "aséptico". Los productores de programas infantiles deben entender las características emocionales, intelectuales, sociales, etc. que son relevantes para determinado grupo de edad y crear programas que se adapten a las necesidades específicas de ese grupo. Por ejemplo, los conceptos de nacimiento, muerte, tiempo histórico, juegos con reglas, mentir o castigar sufren cambios claros entre los 6 y los 12 años de edad. También, los refranes o proverbios no son generalmente entendidos hasta los 12 a 14 años, los acertijos sólo son apropiados en la mitad de la primaria, y las preguntas deben ser apropiadas para el grupo de edad a que está dirigido el programa. Programas que no llenen este criterio le ofrecen poco o nada a la audiencia infantil. Por ejemplo:

- Tratar el tema de medio ambiente, muy importante para la infancia, pero de una forma tan superficial que los confunda.
- Presentación de modelos de rol que no reflejan la vida contemporánea: por ejemplo, las mujeres son presentadas como débiles o incapaces de competir, los hombres como fuertes y poderosos. Uso gratuito de la violencia o de prácticas peligrosas. La presentación de violencia o agresión en programas C debe estar fuertemente justificada en el contexto de la historia y debe ser manejada con una gran sensibilidad.

5.- Debe ser apropiado para una audiencia infantil australiana.

La Australia contemporánea es una diversa sociedad multicultural y generalmente los niños y niñas australianos tienen una amplia experiencia con la televisión y como resultado, sólo un número de programas insignificante es rechazado por este criterio. Un ejemplo sería un programa que esté tan alejado de las experiencias de la audiencia infantil australiana, en áreas tales como lenguaje, cultura o historia, que fuera difícil para ellos entenderlo. La televisión puede proveer experiencias relevantes y entretenidas, que amplíen la percepción de niños y niñas acerca de la diversidad cultural en sus propias vidas. Esto puede lograrse produciendo y emitiendo programas que cuenten a los niños y niñas historias de otras culturas o de otros grupos dentro de su misma cultura.

Desde una muy temprana edad los niños y niñas son conscientes de las similitudes y diferencias entre las culturas y pueden empezar a absorber estereotipos culturales y sociales. Programas extranjeros de alta calidad enriquecen la experiencia de la infancia australiana con la televisión. Sin embargo, hay una diferencia considerable entre los programas importados que tratan de impartir una apreciación de la cultura y los valores de otra sociedad, y los programas importados que

parten de supuestos culturales acerca de su país de origen, que son extraños para la audiencia australiana. Entre estos elementos se citan:

- El uso continuado a lo largo del programa de dialectos locales, que son difíciles de comprender.
- Referencias a aspectos de historia local, geografía y costumbres que no dan una explicación suficiente de su significado, contexto o relevancia.
- Énfasis en ciertos valores sociales que son o bien extraños para la audiencia australiana, o que en Australia tienen un significado diferente.
- Estereotipos que podrían ser modelos poco apropiados para la infancia australiana.

Por otra parte, en EE.UU. es **The Annenberg Public Policy Center (APPC)** de la Universidad de Pennsylvania, el que ha liderado los estudios sobre calidad de los contenidos audiovisuales dirigidos a la infancia. Se trata de una Escuela de Comunicación que investiga temas relacionados con la infancia, el género, la violencia doméstica y la comunicación política, creada en 1994 por el filántropo editor Walter Annenberg con el objetivo de constituir una comunidad de eruditos dentro de la Universidad de Pennsylvania. El centro apoya la investigación, patrocina conferencias en estas áreas y difunde una serie de publicaciones sobre estos temas[4]. A partir de 1996 comenzó una línea de investigación que se extendió 5 años y que consistió en la emisión anual de una serie de informes:

- Un examen anual de cómo los padres y los niños utilizan la televisión en el hogar.
- La cobertura de la programación infantiles los periódicos, como instrumento de información y selección de programas para los padres.
- Los efectos positivos de la televisión en el comportamiento social
- El estado de la televisión infantil: un informe anual cuantitativo y cualitativo sobre la programación.

Además también promovió desde el año 1996 una Conferencia anual sobre Niños y Televisión.

La preocupación por la calidad de los programas destinados a los niños surge en EE.UU. en la década de los 70 originada por la presión de organizaciones como Children´s Televisión Act (CTA), formada por un grupo de madres de Boston) y que desencadenaron la toma de una serie de medidas por parte de la Federal Communications Comisión (FCC). Desde el principio, en EE.UU se ha asociado el concepto de buena programación televisiva con el de programas educativos, en contra de lo que hemos visto que sucede en Australia donde se reconoce de forma más explícita y contundente que el componente entretenimiento debe estar firmemente ligado, es más, que didáctica sin entretenimiento no tiene sentido.

[4] http://www.appcpenn.org/. Entre dichas publicaciones puede ser útil consultar *Almanac*, 4/08/1997, vol. 43, nº 29, pp 8-9 ; *The Compass*, 5 abril de 1997; y *The Annenberg Policy Center´s Report Series*. La mayoría de los informes concluyentes de sus investigaciones están publicados en formato electrónico en la web citada.

La FCC[5] definió a mediados de los 70 un programa educativo como aquel cuyos contenidos giran en torno a la historia, la ciencia, el desarrollo, las artes, la literatura, el drama, la música, las relaciones humanas, otras culturas y lenguas y, por último, ciertas habilidades básicas como la lectura o la escritura.

La TCA puntualiza que los contenidos de los programas info-educativos dirigidos a los niños deberían tener por objetivo el desarrollo positivo del niño incluso en sus necesidades cognitivo-intelectuales o socio-emocionales.

The Annenberg Public Policy Center comienza a investigar la calidad de la programación infantil en 1996 y para ello determina una serie de variables basándose en la literatura existente sobre efectos de la programación, en entrevistas con los agentes del mercado audiovisual y en su intuición sobre lo que puede constituir un buen programa. Se partió de la base de que no se podía calificar la calidad de los programas visionando una única emisión porque los contenidos eran muy variables y tampoco la aparición de "buenas lecciones" era un buen indicador ya que, por ejemplo, se encontraban programas como Los Power Rangers compuestos de 20 minutos de violencia y 3 minutos de contenido prosocial. Sobre estas bases definieron elementos promotores de la calidad y elementos detractores de la calidad:

PROMOTORES DE LA CALIDAD 1996	DETRACTORES DE LA CALIDAD 1996
Age apropiate: Contenidos entendibles y apropiados para la edad target	Violencia verbal o física
Lesson: Contenido prosocial o constructivo	Sexo o insinuaciones sexuales
Salience of lesson: El contenido prosocial o constructivo está integrado en la historia y/o	Presenta estereotipos de género, raciales o étnicos
Diversity: Personajes diversos	Baja calidad del lenguaje
Production Value: Recursos técnicos y narrativos creativos	Imágenes que puedan inducir a la confusión de los personajes o ¿?desarrolnado consultas inseguras

Conforme a estos factores The APPC calificaba a los programas dándole una serie de puntos por cada elemento promotor de la calidad que incluyera y por cada elemento detractor de la calidad que no tuviera. A esta medida de la calidad se le añadió una segunda consideración subjetiva de la calidad, calificando los programas como.

- Negativo: un programa del que hay que disuadir a los niños
- Neutral: prescindible, ni recomendable ni evitable para los niños
- Positivo: recomendable

De la fusión de estas dos consideraciones de la calidad surgió la siguiente clasificación de programas dirigidos a niños/as:

- High quality: Contienen valores educativos positivos y un formato de entretenimiento
- Moderate quality: Programas de entretenimiento que mezclan valores positivos con contenidos un poco problemáticos
- Low quality: Programas de poco valor educativo, frecuentes escenas de violencia, estereotipos y otros contenidos problemáticos

[5] JORDAN, Amy B., The State of Children Televisión: An examination of quantity, quality and industry beliefs, *Report Series of The Annenberg Public Policy Center*, nº 2, 17 june 1996, p.8.

cc BY SA

En el informe anual[6] del año siguiente simplificaron el sistema de medida de la calidad, abandonando el criterio de adecuación a la edad target. Así cada programa se analizaba desde 4 dimensiones:

- Presencia o ausencia de una lección positiva (moraleja constructiva)
- Integración de dicha "lección positiva", que estuviera presente a lo largo de todo el programa y no sólo al final o de forma aislada
- Presencia o ausencia de contenidos violentos
- Valoración subjetiva del programa como neutral, prescindible o recomendable

El resultado se cuantificó de 0 a 6, de forma que los programas de baja calidad eran los puntuados de 0 a 2, los de mediana calidad tenían las puntuaciones 3 ó 4 y los de alta calidad ostentaban las más altas puntuaciones (5 ó 6).

Su finalidad era orientar a padres y niños sobre la programación para hacer un "consumo responsable" del medio además de intentar establecer criterios que pudieran tenerse en cuenta a la hora de producir series de calidad.

La **CNTV chilena** es el organismo que más recientemente ha comenzado a estudiar estos temas. Para ello ha adoptado el sistema americano de la APPC con algunas novedades como la indagación de la presencia y tratamiento de las conductas constructivas y disruptivas. Se buscó identificar las pautas de conducta (constructivas y/o disruptivas) desarrolladas por los personajes de los programas infantiles, así como su tratamiento en términos de valoración positiva, negativa, neutra o mixta (efectividad en el logro de metas y/o premiación, castigo, indiferencia o una mezcla de todos los elementos). Para este análisis se adoptó la metodología de Catherine Heintz-Knowles (profesora de la Universidad de Washington) aplicada en una investigación sobre el tratamiento de los niños en televisión, patrocinada por Children Now en California.

Los criterios de calidad se registraron por su ausencia o presencia, la descripción de las escenas donde aparecen, la frecuencia con que aparecen y la relevancia general de ese elemento en el programa global.

Tras el análisis de dichas variables se categorizó los programas en tres niveles de calidad según la presencia o ausencia combinada de los contenidos:

- ALTA CALIDAD: programas con presencia de contenidos educativos , sin contenidos nocivos (violencia, sexualidad y lenguaje inapropiados)
- CALIDAD MEDIA: Programas con contenidos educativos pero con elementos negativos de violencia y/o lenguaje inapropiado. En esta categoría se incluyeron los programas que no presentan ningún tipo de contenido negativo ni positivo.
- CALIDAD BAJA: Programa que presenta contenidos sexuales inapropiados para menores, aunque contenga contenidos educativos y sí contenga elementos de violencia y/o lenguaje inapropiado

Los mismos autores del estudio reconocen que en esta categorización no se considera el nivel de relevancia con que está presente el componente, sino

[6] JORDAN, Amy B. and WOORARD, Emory H., The 1997 State of Children´s Television report: Programming for children over broadcast and cable television, *Report Series of The Annenberg Public Policy Center*, nº 14, 9 june 1997, p.10.

simplemente su presencia o ausencia combinada con la del resto. No se ha considerado también el nivel de producción de los programas. Otro aspecto innovador de este estudio es que incluyó paralelamente un estudio de la publicidad y del nivel de producción de la publicidad si bien no influía en el índice de calidad. Realmente la parte publicitaria únicamente contrataba el cumplimiento de la legalidad vigente.

A modo de resumen, a continuación detallamos comparativamente los criterios de calidad que han determinado las investigaciones precedentes:

CTS de la ABA **(Australia, 1979)**	**APPC** **(EE.UU., 1995- 1999)**	**CNTV** **(Chile, 1997)**
Realizados específicamente para los niños	Age apropiate: Contenidos entendibles y apropiados para la edad target	Ausencia de violencia
Debe ser entretenido	Lesson: Contenido prosocial o constructivo	Ausencia de contenidos sexuales inapropiados para menores de edad
Debe estar bien hecho, contando con recursos suficientes que permitan garantizar una alta calidad en el guión, el elenco, la dirección, la edición, la filmación, el sonido y otros elementos de la producción audiovisual.	Salience of lesson: El contenido prosocial o constructivo está integrado en la historia y/o al final de la misma, a modo de moraleja	Ausencia de lenguaje inapropiado (grosero o descalificador)
Debe ampliar la comprensión y la experiencia de niños y niñas.	Production Value: Recursos técnicos y narrativos creativos	Presencia de contenidos educativos: • Enseñanza principal del capítulo • Enseñanzas secundarias: habilidades cognitivas, información, habilidades sociales y emocionales, cuidado del cuerpo y habilidades manuales.
Apropiados para la audiencia infantil australiana	Diversity: Que hable de diferentes niños a través de la pluralidad de personajes	Conductas constructivas (significativas para la integración social positiva del menor): • Cooperación y ayuda a los demás • Expresión transparente de sentimientos • Responsabilidad • Honestidad • Respeto Conductas disruptivas (encarnan aspectos que dificultan o entorpecen una integración

		social armónica): • Conducta irrespetuosa • Irresponsabilidad • Egoísmo • Deshonestidad

Habiendo realizado esta retrospectiva parece evidente que la conceptualización de la calidad audiovisual dirigida a niños tiene unas constantes comunes y una serie de elementos que cada país particulariza con el fin de acomodar el modelo a su realidad social.

El siguiente paso (ya estamos trabajando en ello) es diseñar un modelo que sea útil en la realidad de la España de hoy en día, que no excluya ninguna variable que pueda intervenir en la configuración de la calidad y que sea igualmente útil para calibrar la calidad de los contenidos programáticos y de los publicitarios. En este sentido vislumbramos 4 dimensiones imprescindibles para acometer el estudio científico de la calidad de lo audiovisual dirigido a niños: el estudio de la oferta, el estudio del consumo, el estudio del grado de cumplimiento de la regulación existente relacionada con la protección de la infancia en TV y el grado de entretenimiento suscitado, incorporando, en este último punto, la opinión del propio target sobre lo que se le oferta.

Seguiremos informando de los avances que realicemos en este sentido.