

# Estudio de Revisión Bibliográfica: Estándares de calidad en TV Infantil

## Contenido

Prefacio .....	3
Capítulo 1: ¿Por qué es importante la Calidad? .....	5
Capítulo 2: ¿Que es Calidad en TV infantil?.....	7
2.1. Ejemplos Internacionales .....	7
2.2. Hacia una definición de Calidad en términos de Contenido .....	12
2.3. Criterios que logran mayor consenso:.....	13
2.4. La TV infantil de calidad involucra una <i>experiencia de aprendizaje</i> .....	14
2.5. TV de calidad y educación .....	15
2.6. La TV de calidad y el conflicto: “La vida no es color de rosa” .....	16
2.6.1. Cinco principios para plantear el conflicto en TV de calidad (Lemish, 2009:51):.....	17
Capítulo 3: ¿Qué es calidad para los niños? .....	18
3.1. Criterios de los niños .....	18
3.2. Los temas de los niños.....	20
3.3. Los temas de los niños según rango etario .....	22
Capítulo 4: ¿Cómo lograr Calidad? .....	26
4.1. Calidad en producción y programación.....	27
4.2. Calidad a nivel del sistema: Canales y políticas públicas.....	27
4.3. Calidad frente a la publicidad .....	29
Conclusión:.....	31
BIBLIOGRAFÍA .....	33

## Prefacio

El texto que se presenta a continuación es un esfuerzo por sistematizar, en un solo documento, la discusión internacional sobre calidad de la programación televisiva infantil, en la que concurren importantes estudiosos e instituciones, provenientes de distintos países.

Los autores<sup>1</sup> realizaron una amplia revisión, consultando la investigación más reciente y examinando las mejores prácticas internacionales en lo que se refiere a programación televisiva infantil. En este último punto destacan los ejemplos de Australia y Colombia.

Se consideraron, también, las posturas más actuales sobre la manera de definir lo que significa calidad: ya no únicamente desde el saber de los expertos, sino también desde el punto de vista de los propios niños, que más de algo tienen que decir al respecto.

De particular interés resulta el amplio acuerdo para considerar la entretención como una cualidad central de la programación infantil de calidad, así como también la relativamente reciente separación entre educación y aprendizaje, distinción que incorpora elementos de la visión constructivista de la enseñanza.

Se pueden encontrar también sugerencias de política pública fundadas en la evidencia disponible. Este trabajo constituye un apoyo relevante para el trabajo del Consejo Nacional de Televisión, entre cuyas prioridades, el resguardo de la infancia, ocupa un lugar destacado.

María Dolores Souza

Jefa Departamento de Estudios

---

<sup>1</sup>**Pablo Christiny:** Periodista PUC. Ha trabajado como director y productor de TV Infantil en Chile, Nueva Zelandia, Dinamarca y Alemania. Actualmente es Director del área de Medios e Infancia de la Fundación Ideas para la Infancia. Autor del estudio ¿Qué ven y quieren ver los niños chilenos en la TV?, 2013-2014. / **Catalina Guzmán:** Periodista PUC. Master en Media and Globalization, Universidad de Aarhus, Dinamarca. Investigadora en temática de Medios, memoria e identidad en la Universidad de Hamburgo, Alemania. Autora del estudio ¿Qué ven y quieren ver los niños chilenos en la TV?, 2013-2014.

## Introducción

El estudio presentado a continuación corresponde a una revisión bibliográfica de los principales criterios y estándares usados para definir la calidad de programas infantiles, a nivel mundial. De esta manera se busca configurar un documento orientado a servir de base para la creación y evaluación de contenido infantil de calidad. Junto con establecer pautas para el desarrollo de políticas públicas sobre esta materia en Chile.

En el primer capítulo se aborda la interrogante de por qué es importante discutir el tema de la calidad. Para ello se consideran los distintos actores involucrados en el debate. Como se verá a lo largo de este trabajo, el gran desafío al hablar de calidad es que no existe un acuerdo o definición unívoca. Es sólo a través del debate público y la socialización que este concepto adquiere valor y utilidad para la comunidad.

A continuación, en el segundo capítulo, se plantean los criterios de calidad más validados en la TV infantil a nivel internacional. A través de una sucinta revisión de algunos casos ejemplificadores. Al revisar las conceptualizaciones a nivel académico de instituciones como Ofcom<sup>2</sup> o IZI<sup>3</sup> y las experiencias en países como Australia y Colombia; es posible detectar un compendio de denominadores comunes que aportan claridad al tema y permiten acercarse a una definición universal.

En el tercer capítulo, el concepto de calidad es analizado desde la perspectiva de los niños. La televisión adquiere sentido en función de la audiencia, sin embargo, en el caso del público infantil en pocas ocasiones es considerado en la discusión. Este trabajo rescata las nuevas tendencias que buscan alejarse de la mirada paternalista y consideran al niño como juez crítico y articulador del valor de los contenidos televisivos. Por esta razón se examinan las opiniones de los niños y se plantea un conjunto de temáticas que son relevantes para ellos.

Finalmente, el cuarto capítulo propone una pauta para lograr calidad en los distintos niveles involucrados en el proceso de desarrollo de un contenido hasta que llega a la audiencia. En éste se presentan recomendaciones relativas a las políticas públicas, la responsabilidad de los canales y la regulación de la publicidad. Además de una guía de consejos prácticos para los productores y realizadores de televisión infantil.

---

<sup>2</sup> OFCOM, Office of Communications (UK). Órgano gubernamental encargado de la regulación de las Comunicaciones en Reino Unido.

<sup>3</sup>IZI, Instituto Internacional para la Televisión Infantil y educacional (Alemania). Centro de Estudios alemán, especializado en infancia y medios.

## Capítulo 1: ¿Por qué es importante la Calidad?

Según los antecedentes revisados para esta investigación, no existe una definición de calidad unívoca. Desde una mirada teórica, los criterios de calidad están siempre desarrollados en función de visiones y agendas específicas e influenciados por determinados valores culturales (Götz, 2009). A su vez lograr un consenso es particularmente difícil ya que su discusión involucra a diferentes actores con distintas perspectivas; específicamente: dueños o responsables de medios, productores o realizadores y finalmente, espectadores –los niños.

Para Gutiérrez Gea las principales dificultades para definir este valor radican en establecer con claridad los criterios en tres ámbitos. **“El primer ámbito está en relación al amplio espectro de opiniones existentes, altamente fragmentado con respecto a lo que es la cultura en sí misma. Un segundo ámbito se vincula a la vaguedad y falta de clarificación de las definiciones reglamentadas sobre el carácter del servicio público en la televisión, de hoy en día. El tercer ámbito se vincula a la ideología incierta que subyace sobre la definición de la noción de alta calidad en un ámbito como la televisión, donde los juicios sobre lo que es la calidad los realizan tres actores muy diferentes: los responsables de los medios, los creadores de los productos televisivos y los telespectadores”** (2000: 2). Esto revela que los criterios son elaborados en distintos niveles, dependiendo de quién los define. De partida, el juicio de calidad tiene naturalmente un componente subjetivo- de gusto personal. Luego, a nivel sistémico, los criterios se ajustan de acuerdo al modelo de televisión de cada país- comercial, servicio público o mixto-. Finalmente, los principales actores involucrados en el proceso de un producto televisivo definen de acuerdo a sus intereses qué es calidad.

A pesar de esta dificultad, existe un acuerdo universal respecto de la importancia de hablar de calidad televisiva. Aunque en la práctica sea difícil de consensuar, lo relevante es que discutir el tema crea conciencia y conocimiento. Así como el concepto de la calidad de vida, hoy, es parte del debate público y se ha transformado en un valor de esta sociedad, es nuestra responsabilidad convertir la calidad televisiva en un valor social. Según Mikos, la calidad, “como muchos otros conceptos, no adquiere sentido hasta que es usado en el discurso social” (2009:7). Por esta razón la discusión crítica acerca de los contenidos mediáticos es un bien social en sí mismo y el primer paso hacia una televisión de calidad.

En términos teóricos, las escuelas estructuralista y constructivista conciben el estudio de la comunicación desde distintas veredas. La perspectiva Estructuralista entiende a los programas televisivos o contenidos como unidades autónomas y cerradas

con sentido prescrito. A diferencia de la constructivista que concibe el sentido de los programas como una construcción del espectador frente al mensaje. Por lo tanto, mientras la línea estructuralista busca establecer el significado de los programas en sí mismos, los constructivistas lo analizan como un resultado de la interacción entre el programa y el espectador (Neuss, 2009: 13). Los nuevos estudios tienden a orientarse desde una visión constructivista y funcional. "La calidad, por lo tanto, no sólo depende de la producción estética de un programa, sino que de su utilidad para el niño" (Mikos, 2009: 4).

Por lo tanto, la discusión del concepto de TV de calidad es presentada más allá de una evaluación normativa o de lo que conocemos como televisión educativa desde la tradicional perspectiva de los adultos. Académicos de los cinco continentes coinciden en que TV infantil de calidad es una forma de hacer televisión, en que se desarrollan los temas propios de los niños, con una fórmula de narración apropiada para ellos. De esto se desprende un segundo acuerdo universal que apunta a que la calidad no es una sola, por lo que lo más apropiado es hablar de los diferentes *aspectos de calidad* (Mikos, 2009).

## Capítulo 2: ¿Que es Calidad en TV infantil?

Ya hemos visto que calidad es un término que involucra diversos factores. En este capítulo reuniremos las principales definiciones y criterios que se utilizan en distintos países, para determinar, evaluar, regular y producir programas infantiles de calidad.

En una aproximación general se observa que en la mayoría de los casos los criterios son definidos por centros de estudio y ONGs y luego aplicados por órganos reguladores en cada país. A continuación revisaremos algunos ejemplos internacionales. Los casos de Australia y Colombia son revisados con mayor detención debido a que son buenos modelos que ilustran la convergencia del ámbito teórico y su puesta en práctica.

### 2.1. Ejemplos Internacionales

#### a) Estados Unidos: Annenberg Public Policy y el rol de la FCC

En términos académicos el Annenberg Public Policy Center<sup>4</sup> entiende que para que un programa sea de calidad debe tener *contenidos entendibles y apropiados para la edad de los niños a los que se dirige, contenido pro-social o constructivo, recursos técnicos y narrativos creativos y pluralidad de personajes*.

Estados Unidos, es el mayor productor y exportador de programas infantiles, tanto de caricaturas como de series, y desde los noventa comenzó a preocuparse por aprovechar el potencial de la televisión en favor de la educación y el fomento de la cultura en los niños. Para ello, la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) logró que las grandes cadenas de televisión aceptaran la transmisión de **tres horas semanales como mínimo de programas educativos e informativos para los niños**, ya sea a través de emisiones regulares o con programas cortos y especiales. Los programas deben durar al menos 30 minutos y ser exhibidos entre las 7am y las 10pm. La FCC, además da prioridad a la renovación de las licencias de las empresas que estén cumpliendo con este acuerdo.

#### b) Canadá: YMA y el Acta de Televisión Infantil

La ONG canadiense Alianza de Medios y la Juventud (YMA- Youth Media Alliance-) fue establecida por la organización antecesora Alianza para Infancia y Televisión (ACT- Alliance for Children and Television). La institución se especializa en promover la televisión infantil de calidad a través de premios y ceremonias, entrenamiento profesional y el lobby

---

<sup>4</sup>Ver <http://www.annenbergpublicpolicycenter.org/>

gubernamental. En su “Declaración de Calidad” estipula que la TV de *calidad es excelente en forma y contenido, está ajustado a las necesidades y expectativas de su público y además cumple con los estándares de la industria*. Más aún la organización agrega que el contenido de los programas *debe ser relevante y entretenido, estimular el intelecto y la imaginación; además de promover un rol activo de los niños en la sociedad*. También debe presentar un *reflejo fiel del mundo en que los niños crecen, respetando su dignidad y promoviendo el aprendizaje*<sup>5</sup>.

### c) Inglaterra: Ofcom

En Inglaterra el organismo regulador de la televisión es la “Office of Communications” (Ofcom). Ofcom es una organización independiente que regula la radiodifusión del Reino Unido, las telecomunicaciones y las comunicaciones inalámbricas. Asimismo, establece y aplica normas sobre la competencia leal entre las empresas en estas industrias. Ofcom se financia por honorarios de la industria para la regulación de la radiodifusión y las redes de comunicaciones, y subvenciones del Gobierno. En Inglaterra la ley que regula las comunicaciones es “The Communications Act” (2003), esta requiere que el regulador proteja a los menores de 18 años y particularmente a niños, definidos como los menores de 15 años. Además, exige que el concepto de pluralismo esté presente en todas las áreas involucradas en el desarrollo de contenidos infantiles, esto quiere decir pluralidad en los medios (público y privado), pluralidad en la programación y pluralidad en la producción.

### d) Australia: ACMA

Según ACMA (Australian Communication and Media Authority), en Australia existe un compromiso político. Los gobiernos y las agencias reguladoras han considerado que lo que los niños y niñas ven en la televisión es importante. Los principales partidos, tanto de gobierno como de oposición, apoyaron a ABA (predecesora de ACMA, como entidad australiana reguladora de la TV) en su tarea de asegurar que haya estándares de calidad para los programas, y financiamiento para apoyar la producción de programas de calidad. La televisión pública tiene como misión producir televisión de calidad y los programas infantiles son la más importante categoría para la ACMA.

La estrategia más efectiva para elevar los estándares de los programas infantiles se inició en 1979 y –tal vez sorprendentemente- es aún la clave del éxito de las regulaciones en Australia. Se trata de la clasificación independiente de los programas "C" (Children o para niños), antes de que puedan ser emitidos, como parte de la **cuota mínima de programas infantiles asignada a cada receptor de una licencia de televisión comercial**.

---

<sup>5</sup>Ver ACT STATEMENT OF QUALITY. Disponible en [http://www.ymamj.org/a\\_propos\\_en.html](http://www.ymamj.org/a_propos_en.html)



Hay un requerimiento similar de preclasificación para los programas "P", dirigidos a niños y niñas en edad pre-escolar.

Los primeros ensayos demostraron que establecer cuotas de programas infantiles no era suficiente. Sin incentivos comerciales, los programas infantiles eran de bajo presupuesto, carecían de imaginación, había pocas ficciones dramáticas infantiles, y muchos no estaban dirigidos específicamente a niños y niñas, sino a una audiencia familiar.

Las normas definidas por la autoridad Australiana en los Estándares para la Televisión Infantil exigen a los canales:

- 260 horas de programas C, la mitad de los cuales deben ser programas australianos nuevos.
- 32 horas de ficciones dramáticas australianas.
- 130 horas de programas dirigidos a pre-escolares (programas "P")

**Los estándares garantizan que los programas sean emitidos con regularidad, en horarios cuando es más probable que los niños y niñas estén en casa, y establecen controles que aseguran que la infancia no sea explotada por la publicidad. Ellos garantizan cierta proporción de programas australianos, incluyendo una cuota de dramatizados, introducida por primera vez en 1984.**

Los Criterios de clasificación de los programas C (para niños).

En el sistema C de clasificación 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:

- *Haber sido hecho específicamente para una audiencia infantil o para grupos de niños y niñas en edad preescolar o de escuela primaria.*
- *Debe ser entretenido. Un programa infantil, dramatizado o no dramatizado, puede 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.*
- *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.* 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.

- *Debe ampliar la comprensión y la experiencia de niños y niñas.* Ampliar las experiencias de niños y niñas puede lograrse en una forma que sea entretenida, por ejemplo a través del humor y los dramatizados. Este criterio significa que niños y niñas después de ver un programa de ficción deberán haber ampliado su experiencia o sus perspectivas; por ejemplo, su concepción de la amistad, de las relaciones familiares, 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. Por ejemplo, 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". 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.

- *Debe ser apropiado para una audiencia infantil australiana.* En general, la experiencia de niños y niñas australianos con la televisión es muy amplia, y, como resultado, sólo un pequeño número de programas es rechazado bajo este criterio.

**Finalmente ACMA plantea que para lograr la calidad, los programas deben tener regularidad en su programación, especialmente en los horarios en que los niños ven más TV. Para eso establece bandas horarias en las que se exigen programas con clasificación C y P.**

Los horarios para los programas tipo C, son:

- 7am-8:30am De Lunes a Viernes
- 4pm-8:30pm De Lunes a Viernes
- 7am-8:30pm Sábados, Domingos y Festivos.

Horarios para programas tipo P:

- 7am to 4:30pm De Lunes a Viernes

### e) Colombia: CNTV y el “Compromiso por una TV de Calidad para la Infancia”

En el contexto regional, Colombia resulta un caso particularmente interesante puesto que inicialmente se inspiró en el modelo chileno del CNTV para reformular su sistema de televisión. El resultado fue plasmado en su política pública “Compromiso por una televisión de calidad para la infancia en Colombia” que fue firmada el 2010 con apoyo organismos no gubernamentales nacionales e internacionales. Constituyen una serie de valores que son ejes fundamentales al concebir una TV de calidad. Estos van orientados a *desarrollar competencias ciudadanas y comunicativas en los niños. Y a promover valores como: Reconocimiento - niños y niñas se reconozcan y sean reconocidos, estableciendo como foco la diversidad cultural- . Autoestima -inculcando la importancia del amor propio y el respeto por los otros-. Inspiración -promoviendo niños que se planteen retos, que quieran aprender por ellos mismos, que sean curiosos-.*

En la práctica además establece lineamientos para el Fomento, la Producción, la Participación Ciudadana y la Investigación. **Cabe destacar que dentro de las medidas de fomento se busca generar una sinergia público-privada que incluye estrategias de cofinanciación entre los canales de televisión y el ente regulador, además de crear un Fondo con aportes de Empresas, para el apoyo y estímulo a la producción de televisión infantil nacional.** En materia de regulación incorpora sus iniciativas en los procesos legislativos y reglamentarios relacionados con la Infancia. En materia de producción considera de manera especial el tratamiento de la noticia en los informativos, en atención a que los niños son en alto porcentaje televidentes también de este tipo de programas. **Y fomenta la creación de programas de formación para capacitar profesionales mejor calificados en el área de producción de televisión infantil; con esto se busca desarrollar una industria, garantizar producción nacional de calidad y abrirse a mercados de exportación.**

Una innovadora apuesta es el área de participación ciudadana en la que se promueve que los ciudadanos tengan oportunidad de emitir su opinión con respecto a la programación para la infancia y sean escuchados por quienes programan, emiten y regulan el tema. A su vez, fomenta escenarios de participación, diálogo y debate sobre temas de televisión en infancia en todo el territorio nacional. Y ha incursionado en **alfabetización de audiencias a través de un plan en las escuelas relativo al uso de medios**, en articulación con el Ministerio de Educación.

En materia de Investigación, además, contempla fomentar estudios destinados a que las instituciones, empresas vinculadas al ramo y los ciudadanos cuenten con mejores elementos de juicio. Y potencia la autorregulación y el compromiso de la industria a

través de comités de calidad y creatividad al interior de los canales.

En síntesis la experiencia Colombiana subraya que es factible realizar una reforma de grandes dimensiones, comprensiva y de fondo; a través de un gran esfuerzo monetario y político del Estado llevado a cabo en forma organizada con actores del mundo privado e incorporando a la sociedad civil.

## 2.2. Hacia una definición de Calidad en términos de Contenido

Según hemos visto los distintos países han desarrollado legislaciones para regular una preocupación global ante el creciente rol de la TV en la vida de los niños. De manera que el conocimiento se ha generado en forma asistemática y orientado a la necesidad práctica de establecer códigos y mecanismos de regulación. El mayor desafío es entonces recopilar, organizar y sistematizar el acervo teórico desarrollado hasta ahora para conceptualizar calidad en televisión infantil. En este sentido el trabajo académico del Instituto IZI -**International Central Institute for Youth and Educational Television** - sintetiza años de investigación en el tema y plantea una definición que puede aplicarse universalmente.

La Dra. Maya Götz definió, en una publicación del año 2009 de la revista alemana *TelevIZlon*, que el concepto de calidad en TV infantil significa ofrecer espacios para las siguientes dimensiones de desarrollo:

1. El enriquecimiento de la vida social y emocional del niño.
2. El aprendizaje aplicado y el autoconocimiento, a través de contenidos que los ayudan a comprender el mundo que los rodea y a sí mismo.
3. La creatividad y la motivación, a través de contenidos que los impulsan a disfrutar y apreciar la vida y la riqueza que les ofrece el mundo.
4. La inspiración y el empoderamiento de los niños, a través de contenidos que los alientan a ser activos en su ambiente social.

De estas cuatro dimensiones se desprende que para definir calidad constantemente existe una convergencia entre las dos áreas: Una es el área cognitiva, que tiene que ver con los contenidos y la otras es el área emocional que se relaciona con el efecto que producen estos contenidos en el niño-espectador. Esto significa que “no importa qué ofrezca la televisión, los niños sólo harán uso de ese contenido si lo reconocen como atractivo y significativo para ellos mismos” (Götz, 2012:2).

### 2.3. Criterios que logran mayor consenso:

- **Entretención:** De acuerdo a lo investigado, la entretención aflora como el criterio *sine qua non* de la televisión infantil de calidad. Es decir, es la condición sin la cual la calidad no existe. Como plantea Grewening (2009: 7) “la televisión es un medio de entretención. Por lo tanto, la televisión infantil debe ser entretenida para los niños”. Este mismo principio es recalcado en la regulación australiana cuando se plantea que un programa “puede 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”<sup>6</sup>. Un concepto esencial en la evaluación de los niños es que sientan que los programas movilizan sus emociones. Esto aplica no sólo para la temática sino también para la estructura dramática... aquí diversión y entusiasmo se llevan el premio (Plenk, 2009: 23)

- **Poner al niño en el centro:** este criterio se plantea habitualmente en las regulaciones (American Bar Association -ABA<sup>7</sup>, Annenberg Public Policy) como el requerimiento de que los contenidos sean “apropiados para los niños”. Esto implica tocar los temas de los niños que son funcionales a su desarrollo sicosocial. De aquí se desprenden las categorías etarias que aspiran a identificar las necesidades particulares de cada etapa de crecimiento del niño. Pero no sólo basta con tocar los temas de los niños también es necesario plantearlos desde su perspectiva. Los últimos estudios enfatizan la importancia de tomarlos en serio: “Para considerar a los niños seriamente tenemos que presentar adultos y niños desde el mismo punto de vista y no desde el elevado ángulo de los adultos” (Fürst, 2009: 11). Desde la perspectiva de la regulación, hasta ahora la definición de los temas apropiados para los niños se ha abocado a la prohibición de mostrar ciertos tópicos (violencia, sexo). Sin embargo, los expertos en el área indican que esto no significa que no se puedan tocar temas difíciles, “los niños no rechazan los contenidos conflictivos, pero les gusta descubrir elementos positivos en el tratamiento de estos tópicos” (Plenk, 2009: 21).

- **Autoestima, amor propio e identidad:** Lothar Mikos (2009: 7) observa que “los niños pueden negociar su identidad e imagen propia con la ayuda de los personajes de la televisión”. La televisión es muchas veces descrita como una ventana al mundo, pero el aspecto que más destacan las investigaciones es que la TV es también una ventana a través de la que los niños se observan a sí mismos. “Los niños y los jóvenes usan la TV y sus historias para la construcción de sus identidades -el ‘yo’-, imágenes de quienes son y de lo que pueden ser o hacer en este mundo” (Schlote y Götz, 2008:3) El sentido del autoconocimiento y la valoración propia es un pilar del proceso de identificación. Así,

<sup>6</sup> Revisar <http://www.comminit.com/node/149828>

<sup>7</sup> Ver [www.americanbar.org](http://www.americanbar.org)

para los niños, “la TV constituye una oportunidad para descubrirse a sí mismos y ponerse en contacto con sus talentos y su mundo interior” (IZI, 2009: 10). Ya que la gran mayoría de las regulaciones están orientadas desde el estado nación, el énfasis suele estar puesto en fomentar la identidad nacional a través de la exhibición de contenido local. Esto sigue las recomendaciones de IZI: “Las diferentes regiones y países deben tratar de encontrar oportunidades para ayudar a los niños a entender su cultura específica y a otorgarle el valor correspondiente” (Schlote, Götz, 2008:4).

- **Socialización:** El Annenberg Public Policy Center lo presenta como contenido *prosocial*, IZI habla de ‘*el mundo que los rodea*’, la regulación colombiana se refiere al *respeto a los demás*, el ACT canadiense, como *promover un rol activo de los niños en la sociedad*. Todas estas definiciones apuntan a contenidos que *enseñan al espectador a ser un miembro del mundo social y favorecen el conocimiento del niño respecto a sí mismo en relación con otros* (Wilson et al., 2008). Este aspecto se relaciona muy de cerca con el anterior de identificación, pero en este caso su sentido práctico para el proceso de socialización cobra mayor relevancia (Mikos, 2009). Muchos de los organismos reguladores atienden a este criterio al rechazar contenidos de violencia, lenguaje soez, conductas disruptivas, etc. Sin embargo al hablar de calidad el enfoque está en el fondo y no la forma. Por lo tanto, en el caso del conflicto la recomendación no es sólo evitar las imágenes de violencia explícita, sino favorecer los mecanismos de resolución de conflicto que pueden ser usados en la vida diaria como resaltar aspectos de implementación del acuerdo y el compromiso.

De tal manera, es posible reconocer que son varios los puntos de acuerdo entre las distintas instituciones y países, en torno a los criterios de calidad para televisión infantil.

#### 2.4. La TV infantil de calidad involucra una *experiencia de aprendizaje*

Uno de los conflictos más usuales a la hora de definir calidad es diferenciarlo de lo que comúnmente se entiende por televisión educativa. Durante años este paradigma planteó que los niños sólo podían aprender de la televisión educativa. Lo que llevó a la creación de programas explícitamente diseñados para depositar contenidos del currículo escolar en las mentes de los niños. En las últimas décadas este paradigma se ha ido modificando y ha incorporado el aprendizaje como experiencia. Nuevas investigaciones indican que la educación debe ser distinguida del aprendizaje (Buckingham/Sefton-Green, 2004), y se refieren al “potencial valor que los programas no educacionales también tienen para los niños. Estos estudios argumentan que este tipo de programas pueden generar aprendizaje incluso si no fueron producidos con propósitos educacionales” (Vom Orde, 2012: 38).

La clave del cambio se encuentra en la conceptualización de aprendizaje: “Los seres humanos no pueden *no aprender* y vivir es aprender -estos son dos de los principios más

básicos de la educación moderna-" (Götz, 2012: 2). Cuando hablamos de aprendizaje a través de la TV, nos estamos refiriendo a un concepto amplio constructivista, que habla de las múltiples experiencias y contenidos que los niños pueden incorporar desde lo que viven y sienten frente a la pantalla. Esto, porque se considera que "el niño no es una botella vacía que podemos llenar con conocimiento de programas educativos. El proceso de aprendizaje será siempre iniciado por los niños, y sólo será entendido desde la perspectiva del que aprende" (Götz, 2012: 4).

Por lo tanto cuando hablamos de televisión de calidad el foco cambia desde el contenido educativo hacia la experiencia de aprendizaje. Las conclusiones de las investigaciones de los científicos Roth (2011) y Hüther (2009) demuestran la importancia de la experiencia emocional. "El aprendizaje no puede suceder sin emociones. No sólo es más fácil retener información si esta ha sido aprendida involucrando emociones. Sino que, la probabilidad de que un niño vuelva a ver un programa está directamente relacionada con cuán placentera fue la experiencia anterior. Sin ser consciente de esto, el niño no pensará en el programa repasando sus contenido (por ejemplo: "Ah, aprendí mucho") sino que en las emociones que retuvo. Si el programa no fue placentero el niño probablemente lo olvide. Por eso, un recuerdo positivo de la *experiencia de aprendizaje* de un programa es extremadamente importante" (Götz, 2012:21).

Esto confirma que la calidad de un programa puede ser medida en función de la experiencia de aprendizaje que logra en el niño. Pero hay que advertir que el niño no ve televisión para aprender, sino para entretenerse. "Los niños nacen con una capacidad innata para aprender, pero en su vida diaria ellos pocas veces buscan activamente contenido educativo. Principalmente consideran la TV como una fuente de entretenimiento" (Vom Orde, 2012: 38). Por lo tanto, "aquí aprender no significa absorber información y datos aislados. Las emociones que sienten los niños mientras están aprendiendo son el origen necesario para que incorporen el aprendizaje por ellos mismos" (Götz, 2012:4)

En conclusión, calidad asociada a una experiencia de aprendizaje, se define desde una experiencia emocional primaria inconsciente del niño, para luego dar paso a una incorporación de lo aprendido. Entendiendo aprender como una actividad usual del ser humano, lo que aquí importa es qué experiencias son generadas por cada programa, pues de ello se desprenderá lo positivo o negativo de la experiencia de aprendizaje.

## 2.5. TV de calidad y educación

Si bien ya se ha explicitado la diferencia entre televisión educativa y televisión de calidad. Los últimos estudios realzan el potencial de entregar conocimiento e información a través de la televisión. Es por eso que a continuación se revisan las principales recomendaciones de los expertos para educar a través de programas de calidad. Es decir,

para hacer televisión educativa de calidad.

Según estudios anteriores, "para educar a través de la TV, es importante darles a los niños espacio para la imaginación, la proyección de los contenidos y la empatía frente a la temática, pero más importa darles la libertad de construir su propia posición sobre el tema" (Götz, 2012: 5).

Aún cuando la televisión de calidad siempre considera el grupo etario al que se dirige, las habilidades perceptivas de cada niño son variables, por lo tanto se deben buscar la mayor cantidad de puntos de entrada. "Con el propósito de lograr que tantos niños como sea posible accedan al contenido, la postura dentro de la psicología del aprendizaje, dice que no se les debe ofrecer sólo un camino a quienes están aprendiendo. En cambio, múltiples modos de acercamiento y estímulo para diferentes tipos de público, son considerados la mejor forma de crear atractivos espacios de aprendizaje" (Götz, 2012:4).

Para permitir el aprendizaje los contenidos deben apelar a las emociones para desde ahí generar la experiencia de aprendizaje:

"En otras palabras, cualquiera sea la experiencia de aprendizaje que se busque, si quiere ser exitosa, debe generar una activación emocional. La mejor activación que hoy conocemos es el entusiasmo...[] El estado de entusiasmo provoca la activación de los centros emocionales del cerebro. Si pensamos en estos centros emocionales como una llave de agua, podemos ver que tan sólo con abrir esta llave, comenzarán a fluir los mensajes, a través de las redes neuroplásticas, por todo el cerebro" (Hüther, 2012: 14).

La activación de las emociones no sólo es central para la asimilación de contenidos cognitivo-intelectuales, sino que aún más para aprehender pautas de valores y comportamiento ya que es a partir de la vivencia que se produce la integración del mensaje. Esto confirma que "conductas éticas o moralmente positivas serán incorporadas cuando el individuo reconoce e interpreta por si mismo que algo es correcto o que le hace sentido. Los niños aprenden cuando tienen la libertad de probar y descubrir las cosas por ellos mismos"(Götz 2012:4).

## **2.6. La TV de calidad y el conflicto: "La vida no es color de rosa"**

Los expertos en televisión infantil enfatizan en que buscar los temas de los niños no significa evitar los aspectos problemáticos de la vida, por el contrario, implica identificar aquellos que son relevantes para los niños y tratarlos desde una perspectiva que les ayude a entenderlos y enfrentarlos en lugar de aumentar su dificultad.



“La vida es todo un desafío cuando tienes 9 años: los niños diariamente experimentan cosas que pueden ser atemorizantes y que son difíciles de entender. Los adultos tienden a pensar, o a esperar, que los niños no se ven afectados por el lado duro de la vida. Pero, obviamente eso no es así. La violencia es parte de la vida diaria de los niños; en su hogar, en el colegio, en la comunidad y en el mundo. Ser niño muchas veces significa sentir miedo. Los productos culturales para niños deben reflexionar al respecto. No importa cuán difícil sea un tema, siempre existe una forma para tratarlo desde la perspectiva del niño” (Wallmark 2009:11).

El conflicto es en sí mismo parte primordial del drama y cualquier historia, por lo tanto no puede estar ausente cuando se trata de contar una historia o hacer un programa de televisión. Pero en Occidente y en la gran mayoría de las producciones actuales, siguen el modelo Hollywood. Este se enfoca en la parte de la confrontación que es particularmente violenta; en lugar de enfatizar la fase de negociación y resolución. Es importante destacar estos aspectos en los programas infantiles. Principalmente la implementación del acuerdo y el compromiso que significa. De esta manera el programa puede ayudar al niño a integrar técnicas de resolución de conflicto para su vida diaria.

#### **2.6.1. Cinco principios para plantear el conflicto en TV de calidad (Lemish, 2009:51):**

- El asunto o tema de conflicto debe quedar claro tanto para los personajes/partes involucradas como para los espectadores.

- Las partes en conflicto deben ser presentadas en forma humana y justa, es necesario mostrar ambos lados y sus perspectivas.

- El contexto y las múltiples fases de resolución de conflicto deben ser presentadas.

- Es positivo explorar distintas opciones de resolución y explorar las consecuencias de adoptar una fórmula de “todos ganan” en lugar de “yo gano-tú pierdes”.

- El mecanismo de las 8 “C” debe ser empleado por los personajes o participantes: Comunicación, compasión, compromiso, conciliación, continuidad, cooperación, creatividad, cambio.

En conclusión lo importante es entregar dos mensajes centrales: Existen estrategias no violentas para superar los conflictos y al ser empleadas los individuos pueden asumir responsabilidad de sus actos y producir un cambio en sus vidas y las vidas de los demás<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Peter Lemish: “Quality in presenting conflicts” TELEVISION 22/2009/E

## Capítulo 3: ¿Qué es calidad para los niños?

La conceptualización de calidad tradicionalmente se ha construido desde la perspectiva de los expertos, tomando en cuenta la opinión de productores y padres. Es decir, la definición de calidad en TV infantil ha sido irónicamente formulada por adultos. Sin embargo, en los últimos años las investigaciones convergen en la centralidad de considerar la opinión de los niños, quienes son el público objetivo. Es más, estudios de recepción y audiencia demuestran la capacidad de los niños para evaluar lo que ven: “En su evaluación de la calidad de los programas los niños son críticos sorprendentemente competentes” (Plenk, 2009:25). A continuación vamos a sintetizar los resultados y conclusiones del estudio realizado por Astrid Plenk (2009:21) “Yo creo que es muy bueno porque...” en el que se recogieron las perspectivas de jurados infantiles en distintos festivales en Alemania.

### 3.1. Criterios de los niños

#### - Para los niños la temática es el criterio clave de evaluación

El criterio que los niños sitúan en primer lugar cuando describen la calidad de un programa y el que discuten más en detalle es la temática. La historia en el caso de la ficción o el tema principal en el caso de no ficción deben ser atractivos. En su valoración de la temática los niños enfatizan que deben ser interesante y ofrecerles algo nuevo especial o diferente.

Ellos demandan un cierto estándar moral de la temática, por ejemplo que puedan aprender algo o que no haya representaciones de violencia. Sin embargo, esto no significa que no se puedan tocar temas difíciles. Los niños no rechazan los contenidos conflictivos, pero les gusta descubrir elementos positivos en el tratamiento de ese tópico (por ejemplo algo gracioso, algo que alivie la tensión o un final feliz).

Un punto importante que reconocen los niños es la verosimilitud. Sus argumentos apuntan principalmente a sus propios registros de experiencia. Si ellos pueden relacionar los contenidos con su experiencia y ponerse en el lugar de los personajes, entonces afirman que existe calidad. Esta verosimilitud no implica que las historias de fantasía sean excluidas, por el contrario, si ellos encuentran elementos de conexión entre la historia fantástica y su propia experiencia cotidiana confirman que sigue existiendo calidad

#### -Estructura dramática y consistencia de la trama

Que un programa sea comprensible es otro criterio central. Los niños valoran que

exista un estilo determinado de narración y un hilo conductor que puedan seguir. Esto implica que a lo largo del programa se cumplan las expectativas y presuposiciones que el niño va generando. En este sentido, las inconsistencias y los finales muy abiertos dificultan la comprensión y los niños reaccionan con decepción o aburrimiento. El título también es un detalle importante y debe tener relación con el contenido e indicar qué promete el programa.

**- Personajes, actores y roles**

Para los niños es importante que los personajes sean introducidos en forma determinada y precisa y que no sean ambiguos. Esto implica una clara caracterización del rol y su relevancia en el curso del programa. Cuando se trata de actores reales lo más importante es que resulten creíbles y que sean apropiados para el rol. En cuanto a los personajes en general estos deben ser diversos y multifacéticos. Los niños encuentran que los personajes son interesantes cuando poseen una característica especial (cualidad, habilidad o rasgo visible). Al mismo tiempo, los niños valoran especialmente un programa cuando pueden ponerse en el lugar de los personajes. Y por el contrario, rechazan personajes estereotípicos.

En el caso que el programa tenga presentadores o animadores, estos deben ser creíbles, osados, activos, espontáneos, humanos, multifacéticos y por sobre todo deben estar muy bien preparados.

**-Emociones: Por sobre todo debe ser entretenido y excitante.**

Un criterio esencial para los niños es que sientan que los programas interpelan sus emociones. Aquí diversión y entusiasmo ocupan el primer lugar. Para los niños, un programa es emocionante, si los contenidos, aun cuando son claros e inteligibles, dejan espacio para lo impredecible. Los niños sienten que los contenidos son excitantes si la narración es rica y diversa, y encuentran giros sorprendentes en la trama. Esto demuestra que un continuo aumento en la tensión es importante para el niño. Para los niños, el entusiasmo está predominantemente conectado con emociones positivas, sin embargo, también demandan otros tipos de emociones. En su opinión, también debe haber espacio para la pena, la compasión y el sentimentalismo. Esto significa que un programa que logra mezclar distintas emociones tiene un efecto poderoso en los niños.

**-Estilo y aspectos audiovisuales.**

Los aspectos técnicos también son un criterio de calidad para los niños, aunque no ocupan el primer lugar en importancia. Por ejemplo, cuando el programa es de animación, esta debe ser consistente, es decir los diseños y dibujos deben ser armónicos y coherentes

entre sí. En general diseños coloridos y alegres son prioritarios para los niños, y además disfrutaban del elemento musical.

**-Valor de lo apropiado que resulta un programa para su edad y desarrollo psico-social.**

Los niños evalúan los programas dependiendo de cuán apropiados son para su propio grupo etario. En este sentido, calidad significa que sean inocuos (no nocivos). Ellos identifican fácilmente programas dirigidos a públicos mayores y rechazan los contenidos muy violentos o que los asustan. Por el contrario, valoran positivamente aquellos contenidos que tienen algo que ofrecer a distintos grupos etarios, o son atractivos para toda la familia.

Las conclusiones de este estudio afirman que “en la evaluación de un niño el contenido toma preponderancia frente a la forma. A su vez, las temáticas no sólo deben ser interesantes, comprensibles para su edad, inocuas, emotivas, excitantes y creíbles, sino que además no toleran ninguna debilidad técnica” (Plenk, 2009:25).

### 3.2. Los temas de los niños

Nos concentraremos en la definición que plantean los expertos, según estudios con audiencias infantiles en distintas partes del mundo, respecto de cuáles son y cómo deben ser tratados los temas que importan a los niños.

Cuando hablamos desde la perspectiva de los niños lo esencial es encontrar los temas que son propios de sus distintas etapas de desarrollo y adaptarlos a formas de narración apropiada. En este caso calidad significa relacionar habilidades y temas de los niños con el género correspondiente.

**-Ser pequeño y hacer grandes cosas:** En el caso de los niños la identificación es generalmente establecida a través de la perspectiva de personajes pequeños. Expertos como Horst Petri (1989) han usado el concepto de “Experiencia Gulliver” para describir la perspectiva desde el punto de vista de un niño. Para ellos el mundo se divide entre grandes y chicos, enanos y gigantes, débiles y poderosos. De aquí nace el deseo de superar la propia pequeñez y hacer grandes cosas.

**- Justicia y Moralidad:** los niños crecen dentro de una determinada cultura con ideas, valores y normas y durante su desarrollo constantemente se enfrentan a preguntas acerca de las reglas y la moral. Esto confirma que "conductas éticas o moralmente positivas serán incorporadas cuando el individuo reconoce e interpreta por si mismo que algo es correcto o que le hace sentido. Los niños aprenden cuando tienen la libertad de

probar y descubrir las cosas por ellos mismos" (Götz, 2012:5).

- **Separación y abandono:** Estar solo o ser abandonado en un gran tema para los niños y en su vida diaria lo enfrentan de diversas maneras. Por eso cuando la televisión infantil ofrece fórmulas para lidiar con este sentimiento o el temor que su fantasma les genera, resulta tremendamente reconfortante para los niños.

- **Género e identidad:** El cuestionamiento acerca del propio género y las expectativas, comportamiento, patrones y apariencia externa asociados con cada género, son temas importantes desde la etapa pre-escolar. Sin una comunicación reflexiva acerca del tema que involucre al niño, se puede caer en la manifestación de roles estereotipados que no contribuyen a su desarrollo. Los expertos enfatizan que lo principal es "ayudar a las niñas y niños a vivir sus propias individualidades, a sobre llevar los retos específicos del género y motivarlos a superarlos, en vez de empeorarlos" (Götz, 2008:9).

Obviamente, la forma y profundidad de tratamiento del género varía con el crecimiento del niño; esto implica enfrentar el tema de la identidad sexual en la pre-adolescencia: "A la edad de 10 a 13 años los niños comienzan a pensar más seriamente sobre su propia orientación sexual. El 5% de las personas descubre que se siente atraída por alguien de su mismo sexo. Este también es un tema relevante de la TV Infantil, ya que los jóvenes se acercan a estos sentimientos durante su pubertad. Diversidad para la TV de calidad significa aceptar otras orientaciones sexuales como tal, no dejar que esta diferencia nos impida reconocer las similitudes de todos nosotros y de inspirarnos a partir de la singularidad de cada uno" (Schlote y Schreiner, 2010: 48).

- **Muerte:** Los niños no sólo se enfrentan a la muerte a través de la televisión, la religión y los cuentos de hadas, también los tratan a su manera. Además los niños vivencian la muerte en su vida diaria, cuando ven un pajarito caído del nido, un perrito atropellado o un insecto muerto; y hacen preguntas y buscan explicaciones para ello.

- **Ansiedades sociales:** Para los niños encontrar su propio camino significa, por una parte encontrar el valor para atreverse a hacer cosas por sí mismos y a la vez, no perder la confianza en el amor y los sentimientos de seguridad que les dan los padres, la familia o los amigos. Este complejo desafío es muchas veces guiado en compañía de personajes televisivos.

- **Relaciones:** En la vida diaria de los niños esto se ve en la búsqueda de amigos, intereses comunes, o ser parte de un grupo o "pandilla". Pero las relaciones intrafamiliares también son manejadas con ayuda de los medios y la TV. Programas que tocan estos temas son especialmente valiosos cuando sus simbolismos pueden ser

entendidos por niños y adultos.

### 3.3. Los temas de los niños según rango etario

La literatura hace constante referencia a los temas apropiados para los niños. Sin embargo, los temas y las formas de presentarlos varían de acuerdo a sus habilidades perceptivas y cognoscitivas. Estas, a su vez, dependen de su desarrollo sicosocial: “cuando hablamos de TV infantil, estamos hablando de un grupo de espectadores cuyas edades van de 2 a 12 años. Durante este lapso de tiempo, ocurren las más diversas etapas del desarrollo cognitivo, emocional y social del niño, que son sintetizadas en lo que se denominan periodos del desarrollo” (Neus, 2009: 16). Existe una estrecha relación entre la edad del niño y su comprensión del significado y el lenguaje formal utilizado en los programas. Una investigación de Aletha Huston-Stein y John Wright (1996) demostró una relación directamente proporcional entre la edad del niño y su comprensión de aspectos televisivos (como los rápidos cambios de escena, los efectos visuales y sonoros, etc.) independientemente del contenido propuesto.

Lo importante es que cada programa debe ser desarrollado en base a criterios que estén en conjugación con el periodo de desarrollo de su audiencia. La primera recomendación al respecto es no caer en el malentendido de asumir que la audiencia infantil se puede clasificar como una sola categoría. “El primer error es considerar la infancia un grupo homogéneo de pequeños adultos y crear productos audiovisuales “para niños” o “infantiles”, sin considerar las inmensas diferencias que caracterizan un ser humano a los dos años o a los cinco... []. Un producto audiovisual infantil, ante todo, tiene que ser coherente con el desarrollo fisiológico, cognitivo y emocional del niño y con las competencias que lo caracterizan en las diferentes etapas de su vida. Si bien los cambios son parte de un mismo proceso y subjetivamente pueden variar de unos meses, hay momentos ciertos y definidos en el desarrollo de todos los niños. Por esto, el estudio de la calidad de un producto televisivo infantil debe relacionarse con el desarrollo de las competencias cognitivas del niño.” (Bartolomé y Crescenzi, 2009: 7). A continuación se revisan las principales conclusiones de estudios internacionales al respecto:

- **Baby TV: Menores de 2 años**

En los últimos años y debido a la alta proporción de menores de 2 años que ven televisión, se ha desarrollado el concepto de Baby TV. Aunque, no existe acuerdo académico acerca de los efectos positivos o nocivos de la exposición de estos contenidos a

tan temprana edad<sup>9</sup>, aquí se sintetizan las fórmulas para captar la atención de los más pequeños.

- Aspectos que inducen la atención: aplausos, sonidos de bebé, voces de niños, risas, voces peculiares. En términos visuales las imágenes de niños, animales, bebés, dulces o comida, letras y números, juguetes, representaciones de afecto y ternura, actividad física. Dentro de los aspectos estéticos los colores fuertes, tomas de cámaras inusuales y efectos visuales.

- Aspectos que reducen la atención son las voces masculinas, discursos largos de adultos y voces en off. Los programas recientes intentan movilizar y estimular a los niños lingüísticamente, físicamente e intelectualmente. Estas invitaciones a participar son enfáticamente bienvenidas por los pequeños.

• **A partir de los 2 años:**

La gran mayoría de los estudios concuerdan en que: “A los dos años el desarrollo fisiológico y cognitivo del niño es suficiente para empezar a utilizar el medio televisivo, aunque con muchas restricciones y con la imprescindible mediación de los padres-educadores” (Bartolomé y Crescenzi, 2009: 26).

- **2 a 3 años:** Los niños en edad preescolar no sólo entienden de una forma más lenta que los adultos, también tienen dificultades para decodificar detalles. Los niños de 2 y 3 años todavía son sensibles a las distracciones. De forma similar al incompleto desarrollo de la memoria y de la atención, en un niño de esta edad no se han formado todavía los modelos de organización espacial y temporal, lo que provoca la imposibilidad de seguir la evolución cronológica de los acontecimientos.

- **3 a 4 años:** Recién a esta edad los niños siguen la evolución temporal, pero sólo son capaces de seguir narraciones cronológicas. La comprensión de flashbacks, por ejemplo, sólo alcanza la mayoría de los niños a los 8 años. La habilidad para entender discontinuidad temporal varía de niño en niño según su desarrollo cognitivo y también su experiencia televisiva. Los niños en edad preescolar tampoco son capaces de decodificar

---

<sup>9</sup> Instituciones como el Consejo Superior del Audiovisual (CSA) en Francia y la Academia de Pediatría de EE.UU. (AAP) han recomendado no exponer a los niños menores de 2 años a la TV. La AAP realizó un estudio cuyas conclusiones afirman que pueden existir trastornos de lenguaje y desarrollo temprano del cerebro, en niños expuestos sucesivamente a programas de TV. Mientras el CSA, determinó en su regulación de 2008 prohibir la transmisión de contenidos para menores de 3 años en las señales francesas. En marzo del 2009 se publicó un informe del Center of Media and Child Research de la Escuela de Medicina de la Universidad de Harvard, en donde en mediciones de corto plazo no se registraron influencias positivas o negativas en la exposición de niños menores de 3 años a programas de TV. Según analistas, el principal objetivo de estas regulaciones y recomendaciones es desincentivar el uso de la TV como una niñera y así evitar la sobre exposición diaria en menores de 2 años.

elementos formales de estilo. El mecanismo de pantalla dividida para mostrar dos eventos paralelos, por ejemplo, es más fácil de seguir que cámaras con puntos de vista. Lo mismo opera para la trama, la que es decodificada directamente de las imágenes en pantalla. Por lo mismo los niños muestran dificultad para seguir una historia narrada sólo verbalmente. Adicionalmente, reacciones emocionales complejas o indirectas son difíciles de captar.

• **Sobre 5 años**

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. Un importante indicador de la especificidad en la edad es que los principales actores estén 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.

Programas especialmente recomendados para la infancia en esta etapa son aquellos que muestran una descripción positiva de comportamientos infantiles impulsando valores como la solidaridad, la igualdad, la cooperación, la no violencia y la protección del medio ambiente. Son programas sin presencia de violencia, cuya temática conflictiva está limitada a pequeños conflictos propios de la infancia resueltos positivamente.

Programas expresamente no recomendados para menores de 7 años (NR 7): Aquellos que describen comportamientos y costumbres ininteligibles para el menor de 7 años cuando le puedan crear desconcierto. Los que presentan actitudes intolerantes, implican menosprecio a un semejante y van contra los derechos humanos, la igualdad y el medio ambiente sin finalidad educativa o pedagógica. Los que utilizan, muestran o mencionan drogas ilícitas sin fines informativos o educativos. Los que exhiben violencia verbal o física, incluso escenas o imágenes esporádicas susceptibles de provocar angustia o miedo. Los que exponen conflictos de orden social, cultural, religioso, político, sexual... que dañen al entorno familiar del menor, o que requieran un mínimo reconocimiento de su existencia, y afecten negativamente a la comprensión de su entorno habitual. Dentro de esta clasificación también se incluyen los programas de ficción en cuyo argumento sea difícil para el menor discernir entre «buenos» y “malos”.

• **Sobre 7 años y hasta 13 años**

Estos contenidos suelen clasificarse como programas para todo público: Permiten la descripción de comportamientos adultos siempre que no perturben su desarrollo.



Admiten la presencia de una violencia mínima que no afecte a personajes asimilables del entorno afectivo del menor, o que facilite el distanciamiento por su tratamiento paródico o humorístico. Toleran la aparición de elementos de angustia o miedo, siempre que sea mínima o esté compensada por el uso de la caricatura o el humor para atenuar su impacto. De igual forma, se considera tolerable el desnudo casual o inocente, sin manifestación erótica ni calificaciones vejatorias, o la presentación de relaciones afectivas sin connotaciones sexuales.

**Los programas de calidad cuentan historias cuyas estructuras se asemejan a las de los cuentos**

Las investigaciones concuerdan en que la evaluación positiva, respecto de la calidad de un programa, se asocia a una narrativa similar a la utilizada por los narradores en cuentos tradicionales.

- **Dimensionalidad única:** Un punto central es que no se haga diferencia entre el mundo real y el mundo ficticio de la historia. Dentro de la verosimilitud de un buen programa lo sobrenatural es aceptado como realidad y no distinguido de ella.

- **Superficialidad del detalle:** El cuento tradicional no está atado a un tiempo o espacio definido. La fórmula “Había una vez...” o “En una tierra muy, muy lejana...” es de por sí indeterminado y, tal como espacio y tiempo son irrelevantes, también las leyes de la realidad y la lógica humana son suspendidas. De esta manera, los cuentos y los buenos programas ofrecen a los niños contenidos narrativos simbólicos, que ellos pueden seguir desarrollando a través de su imaginación.

- **Uso de fórmulas:** Esto se refiere a las palabras clave utilizadas para empezar o terminar un cuento o programa. Como “Erase una vez”, “Vivieron felices para siempre”. Adaptaciones televisivas como “Sean todos bienvenidos”, “Nos vemos mañana a la misma hora y en el mismo canal”. Estas fórmulas guían a la audiencia a entrar y salir de una determinada realidad. Estas narrativas ritualizadas, sirven de ayuda para la recepción. El ritual y la rutina le dan al espectador la sensación de familiaridad y seguridad.

- **Polaridad:** Este concepto se refiere a la relación de opuestos que debe existir en las historias, respecto de personajes (el bueno y el malo), apariencias y situaciones. Estos opuestos permiten disminuir ambigüedades y de esta forma, el niño puede seguir la historia con mayor facilidad.

- **Personajes empáticos.** Normalmente los cuentos presentan a los personajes pequeños, tantos, pobres, flojos o débiles a través de la simpatía. Muchos de estos personajes resultan atractivos para los niños, como figuras de identificación en momentos en que ellos se sienten pequeños o débiles.

El autor de esta investigación, Norbert Neuss, sugiere que estos criterios y temas deben ser analizados críticamente, considerando al grupo específico de la audiencia.

## Capítulo 4: ¿Cómo lograr Calidad?

Hasta el momento hemos revisado los criterios de calidad a nivel de contenido. Sin embargo, la discusión en la literatura también es abordada a nivel sistémico y con una mirada integral. Es decir, no sólo 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... [] La reflexión sobre los efectos se enlaza con la exigencia de una educación audiovisual por parte de adultos competentes; y finalmente no se puede olvidar la responsabilidad de quien transmite, e indirectamente del Estado, de proteger la integridad del niño” (Bartolomé y Crescenzi, 2009: 55). En esta mirada orgánica se considera el sistema de medios, la emisión de publicidad, los horarios de transmisión, el *merchandising* asociado a programas, etc. Si bien, esta arista es bastante más profunda y compleja y no son el objeto directo de esta investigación, algunos de estos conceptos no pueden dejarse de lado al momento de discutir estándares de calidad, regulación y políticas públicas.

Los autores coinciden en que para lograr un panorama completo de calidad en televisión y evaluar su funcionamiento, deben considerarse diferentes niveles. Es decir, para valorar la calidad del sistema de la televisión, este puede juzgarse conjuntamente “por la calidad de la programación (horizontal y vertical), por la calidad de las cadenas y, finalmente, por la calidad de los programas<sup>10</sup>.”

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 ven 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 ellos 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 (Close, 2004; Selnow/Bettignhaus, 1982).

---

<sup>10</sup>Gomez i Oliver, Valenti “¿Como es la television que tenemos? Panorama nacional e internacional de la television de hoy.” Pág. 48. Revista Comunicar 25, 2005

#### 4.1. Calidad en producción y programación

A continuación sintetizamos las principales recomendaciones de los expertos para lograr calidad en el ámbito de la producción y programación de contenidos infantiles. En general estas apuntan a equilibrar los requerimientos de calidad con las exigencias del mercado. Y a combinar contenidos de calidad programados con calidad. Es decir, teniendo siempre como prioridad los intereses, necesidades, rutinas y hábitos de los niños.

Un primer criterio tiene que ver con la cantidad de episodios que permita generar un vínculo sostenible en el tiempo. Para ello la experiencia demuestra que deben ser al menos 26 capítulos. Estos deben ser programados de forma coherente con la rutina de los niños. La literatura enfatiza la necesidad de “una transmisión frecuente y múltiples repeticiones preferiblemente en un canal de televisión abierta” (Steemers, 2009: 54). Porque sólo de esa forma se genera un hábito y a partir de este hábito un vínculo entre la audiencia y el programa. Los expertos en el tema advierten del riesgo de concentrar los esfuerzos sólo en la producción de contenidos de calidad y descuidar la programación, ya que se mal utilizan los recursos invertidos: “Nadie se puede dar el lujo de producir un programa que no capte la audiencia para la que fue hecha” (Grewenig, 2009: 7). En el caso de Chile, los estudios demuestran que el principal horario de visionado por parte de los niños ocurre los días de semana entre las 16:00 y las 22:00. Y entre las 16:00 y las 24:00 los fines de semana. 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 el niño. 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).

#### 4.2. Calidad a nivel del sistema: Canales y políticas públicas

El director del área “Entretención, familia e Infancia” del canal público alemán WDR, Siegmund Grewenig, 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”. Esto permite establecer que los criterios de calidad en cuanto a la producción y la programación también son responsabilidad de ambos sectores. Según Grewening, los principales ítems 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. “Esto aplica tanto para adquirir programas internacionales como para producciones locales, que consideran la identidad nacional y regional de su audiencia” (Grewenig, 2009: 9).

- **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 que sean estables y confiables” (Grewenig, 2009: 9).

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

El sistema español<sup>11</sup>, 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) expresados por los académicos y plantea los puntos de manera específica 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 menores de edad.
9. Ausencia de violencia.
10. Ausencia de lenguaje inapropiado.
11. Presencia de conductas constructivas: cooperación, responsabilidad, honestidad.

<sup>11</sup> 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

12. Ausencia de conductas disruptivas como egoísmo, deshonestidad, etc.
13. Ausencia de explotación publicitaria.
14. Diversidad. Incluye la diversidad en la representatividad social, diversidad en el tipo de programa, diversidad de programación vertical y horizontal, diversidad estilística y diversidad de audiencia.

#### 4.3. Calidad frente a la publicidad

“Los estudios sugieren que los niños adquieren conciencia de algunas diferencias formales entre los comerciales y los programas entre los 2 y los 3 años (Jaglom & Gardner, 1981: 20); pero el conocimiento de que la publicidad está diseñada para persuadirlos de que compren productos particulares no tiende a aparecer hasta después de los 7 años”.

Un criterio no directamente relacionado con el contenido, pero que sí influye en la calidad de la experiencia televisiva del niño es el tratamiento de la publicidad, el marketing, el *merchandising* y el *placement*. En relación con la publicidad que se incluye durante la programación de contenidos infantiles distintos estudios señalan que, por un lado, “el tiempo de emisión de publicidad durante la exhibición de programas infantiles ha ido aumentando a partir de la aparición de nuevos canales de TV privados. Junto con la presencia excesiva de publicidad también se ha señalado que muchos de los anuncios que se emiten en el espacio de programación infantil son inadecuados para niños de esas edades por sus contenidos violentos, sexuales, etc. Más aún, los valores que se transmiten en la publicidad introducida en estos espacios refuerzan para Alonso, Matilla y Vásquez (1995: 117-120) ideas relacionadas con el individualismo, el deseo de tener para ser feliz, la competitividad, el conseguir cosas sin esfuerzo, el sexismo, etc. De esta manera la experiencia internacional enfatiza lo infructuoso de regular e invertir a nivel de contenidos, sin un esfuerzo paralelo de regulación de la publicidad. Puesto que los mensajes valóricos de un programa pueden verse fácilmente contrarrestados por los mensajes publicitarios programados durante su emisión. “Los anuncios en los programas infantiles pueden complicar mucho la comprensión del niño, que a los cuatro años no conoce las diferencias entre un anuncio y un programa. Además hasta los 5 años suele no entender la finalidad de los anuncios. Las retrasmisiones son totalmente permeables para los niños de 2-3 años y cualquier personaje podría aparecer en cualquier programa; sólo a los 7-8 años los niños logran reconocer que el protagonista de un programa familiar potencialmente podría aparecer en un anuncio” (Bartolomé y Crescenzi, 2009: 51).

Por ello es destacable observar políticas públicas que regulan esta materia como por ejemplo la australiana ACMA que establece los siguientes criterios:

Los programas preescolares nunca pueden tener publicidad durante su exhibición. En el caso de escolares menores de 13 años sólo acepta un máximo de 5 minutos de publicidad por cada 30 minutos de programa, y además restringe el contenido y la

presentación de esta publicidad y expresa literalmente sus atribuciones<sup>12</sup>:

- Ningún aviso publicitario puede engañar o llevar a los niños a conclusiones erradas.
- Ningún canal puede exhibir publicidad diseñada para presionar a los niños a pedirle a los padres y otros que les compren un determinado producto o servicio.
- Ninguna publicidad debe inducir la idea de que el hecho de adquirir un producto o servicio hace a aquel niño mejor o superior que sus pares. Ni tampoco que una persona que compra un producto publicitado es más generosa que aquella que no lo hace.
- Los comerciales deben representar exactamente el producto o servicio publicitado. La oferta no debe ser ambigua.
- Aquellos comerciales que muestran niños usando ciertos productos deben representar adecuadamente lo que un niño de esa edad puede lograr con los productos.
- Si el tamaño de un productos no es claro, este se debe expresar claramente en referencia con u objeto que los niños puedan identificar fácilmente.
- Si existen accesorios necesarios (pilas, baterías, transformadores, cargadores, vestuario) que sean necesarios para operar o disfrutar el producto publicitado, esto debe ser explicado de tal forma que sea claramente entendido por los niños. Y si hace referencia al valor comercial del producto también se debe explicitar las diferencias de precios del producto y los accesorios.
- Cualquier publicidad de productos alimenticios no puede entregar información incorrecta o que induzca a error sobre su valor nutricional.
- Además, durante, antes y después de la programación infantil (C y P) no pueden existir recomendaciones o promociones de un producto o servicio comercial por parte de: personajes de un programa, dibujo animado o película. Tampoco de rostros famosos del deporte, la música o la cultura popular.

<sup>12</sup> ACMA: Children's Television Standards, 2012. Vea: <http://www.acma.gov.au/Citizen/Stay-protected/My-kids-and-media/Kids-and-TV/childrens-television-standards-kids-tv-and-advertising-i-acma>

## Conclusión:

Revisado los principales estudios respecto de los criterios y estándares de calidad a nivel mundial, consideramos importante destacar ciertas conclusiones que se establecen a partir del análisis de consensos y recomendaciones.

Primero, se ha planteado que la definición de calidad es compleja por la diversidad de ámbitos y actores que se deben considerar. Para ello este estudio se concentró en la interacción entre el contenido y el niño, desde una perspectiva constructivista. Junto con ello, analiza la coherencia sistémica de la industria de la TV Infantil, a la hora de desarrollar y exhibir contenidos de calidad.

Los criterios a nivel mundial, son generados por centros de estudio y ONGs para luego dar paso a regulaciones que exijan ciertos estándares de calidad a los medios de cada país. Los ejemplos más efectivos, a juicio de estos investigadores, se dan en los trabajos realizados por Australia y Colombia, donde se combina una fuerte investigación teórica, con una aplicación regulatoria eficiente. En ambos países, fue necesario lograr acuerdos nacionales (involucrando la ciudadanía, los medios, el estado y parlamentarios) para consensuar los estándares de calidad que rigen la TV Infantil.

Luego observamos en detalle análisis de expertos, respecto de lo que buscan los niños a la hora de elegir un programa de calidad. La mayoría coincide en la necesidad de que los contenidos sean acorde con el desarrollo de cada grupo etario, que los interpelen como público, que los consideren como una audiencia capaz de comprender y disfrutar distintas temáticas, siempre que éstas sean adecuadamente tratadas. "El tratamiento y las temáticas que los niños demandan deben ser no sólo interesantes, comprensibles para su edad, no nocivas, excitantes, emotivas y verosímiles, sino que tampoco pueden tolerar debilidades técnicas"(Plenk, 2009:25).

A partir de los puntos de consenso encontrados en la literatura de distintos países, es posible sintetizar los principales criterios de calidad para la programación infantil (Götz, 2007:18).

- Creada específicamente para un grupo etario: Respetar sus preferencias y habilidades cognitivas. Tiene una velocidad y extensión narrativa apropiada, así como una estructura dramática adecuada. Y conecta con las experiencias diarias del niño.
- No causa ningún perjuicio o daño al niño y su desarrollo: Tiene como prioridad el bienestar del niño. No produce estrés emocional (no compensado), ni presenta patrones antisociales.

- Promueve el desarrollo: toca los temas de los niños, influencia su identidad de manera positiva y facilita el aprendizaje.
- Es sobre todo entretenida y activadora: hace sentir bien a los niños, lo inspira lo invita a involucrarse, a interactuar con su entorno y ser activo en su experiencia. Anima a comunicarse.

Luego de estos criterios, hemos explicitado la necesidad de que calidad sea entendida desde lo sistémico. Es decir desde la participación de todos los actores involucrados en la TV Infantil. Para ello se ha planteado que es ineficiente potenciar el desarrollo aislado de contenidos de calidad para niños, si áreas como la programación y creación de audiencias por parte de los medios es deficiente. En este sentido, el panorama en Chile exige un trabajo mancomunado para lograr un estándar de calidad adecuado a la hora de exhibir programas infantiles. Eso requiere que la programación esté determinada por las necesidades de los niños y no en base a las estrategias del mercado. Los niños deben encontrar programas hechos para ellos, en los canales abiertos que ven a diario, en los horarios que comúnmente están frente a la TV.

Para conseguir esto, en la mayoría de los países se exigen cuotas y se fijan horarios que permiten que la TV infantil esté presente en la cotidianeidad de los hogares. Según los estudios de consumo en Chile, los niños ven cerca de cuatro horas de TV al día, principalmente entre las 16:00 y las 22:00 horas. Es responsabilidad de los entes reguladores, en acuerdo con los canales, fomentar que exista programación de calidad para esos niños en esos horarios.

Esto también requiere de cierta "educación" de la audiencia, "uno de los problemas que enfrenta la TV en Latinoamérica, es la tímida demanda por programas de calidad, especialmente para niños. Las audiencias no tienen claro qué es bueno y qué es calidad en TV. El desafío, entonces, es educar al público para que tenga herramientas para discriminar, y luego elegir TV de calidad" (IZI, 2009: 62).

Finalmente para lograr el objetivo mayor -tener más y mejor TV de calidad- es fundamental posicionar el tema de la calidad de los medios orientados a la infancia, en el debate público. En paralelo acompañar esa discusión con programas de alfabetización de medios para todo tipo de audiencias. Eso debe ir de la mano con acciones concretas en el desarrollo de políticas públicas, orientadas al fomento de contenidos de calidad; además de impulsar iniciativas innovadoras que involucren al mundo privado y el Estado, en la tarea de tener una mejor televisión para los niños de Chile.



## BIBLIOGRAFÍA

IZI, ALEMANIA

What is Quality in Children's Television? Journal Televizlon 22/2009 Munich: 2009

“What is quality in licensing? Children's TV and the licensing business.” Journal Televizion, 22/2009/E, S. 57-59.

“Eureka! - That's quality! Flashes for inspiration concerning quality in children's television. Journal Televizion, 22/2009/E, S. 10-12. (Bult Jan-Willem; Wallmark, Ragna; Furst, Kale).

“How to pick the best programmes. Quality in selecting a concept or show.” Journal Televizion, 22/2009/E, S. 28-29

“Quality in different world regions. TV experts from Africa, Asia, Latin America and Eastern Europe talk about quality.” Journal Televizion, 22/2009/E, S. 60-63.

CNTV, CHILE

La televisión y los niños en Chile: percepciones desde la audiencia infantil. Consejo Nacional de Televisión, Departamento de Estudios; Pontificia Universidad Católica de Chile. Programa de Doctorado en Psicología. 1999.

La programación infantil de televisión abierta: características, calidad y potencial educativo. Chile. Consejo Nacional de Televisión Departamento de Estudios; Ministerio de Educación. 1998.

Regulación de la televisión infantil: la experiencia internacional. Consejo Nacional de Televisión, Departamento de Estudios. 1999.

Alexander, Alison; Hoerrner, Keisha; Benjamin, Louise; Kang, Seok Quality standards in children's programming: An independent observation of industry claims. Journal Mass communication and society, 5/2002/4, S. 383-393.

Alonso, Matilla y Vázquez. Teleniños Públicos, Teleniños Privados. Madrid, La Torre, 1995.

Bartolomé, Antonio; Crescenzi, Lucrezia “La televisión infantil frente los niños menores de 6 años” Lanna LMI (Laboratori de Mitjans Interactius). Universitat de Barcelona, Junio 2009

Cabello, Patricio. *Las relaciones de género en los dibujos animados de la TV chilena = Gender relaciones in cartoons shown by chilean TV*. Cuadernos de información No. 21, 2007, p. 34-47.

Close, Robin. Television and language development in the early years. A review of the literature. London: National Literacy Trust. 2004.

Digon Regueiro, Patricia. Programación infantil y TV sensacionalista: entretener, desinformar, deseducar. Journal Comunicar, 16/2008/31, S. 65-76.

Götz, Maya. What constitutes a good preschool programme? Some ideas for TV producers drawn from research. Journal Television, 20/2007/E, S. 18.

Götz, Maya; Reich, Kersten; Speck-Hamdan, Angelika; (2009) “Quality for educational programmes. Quality from a modern pedagogical perspective. Television, 22/2009/E, S. 40-45.

Götz, Maya. TV as a learning environment. TELEVISION 25/2012/E. P 2.

Götz, Maya; Fuhs, Burkhard, Shlote, Elke, et al. Spaces for Learning - without a wagging finger. TELEVISION 25/2012/E. P 4-10.

Götz, Maya; Elke Schlote. Diferentes e Iguales: Algunos apuntes dirigidos a los productores de TV infantil sobre la diversidad de los niños. TELEVISION Especial 2008.

Götz, Maya. How people learn- insights from brain research. TELEVISION 25/2012/E. S 20-22.

Gutiérrez Gea, Charo. Televisión y calidad: Perspectivas de investigación y criterios de evaluación. Artículo Revista Zer, 2000. P 2.

Gomez i Oliver, Valenti. Como es la televisión que tenemos? Panorama nacional e internacional de la televisión de hoy. Journal Comunicar, 2005/25, S. 45-49.

Grewenig, Siegmund 10-point plan for quality. Statement from a programme maker for public TV. Journal Television, 22/2009/E, S. 7-9.

Hake, Karin Children's television programmes in a qualitative perspective. University of Bergen 1997, S. 199-219.

Heike Vom Orde. Children, learning and educational TV. TELEVISION 25/2012/E. P 38-41.

Jaglom, L. and Gardner, H. The preschool television viewer as anthropologist, in Kelly, H. and Gardner, H. (eds.) "Viewing Children Through Television". San Francisco: Jossey-Bass. 1981.

Hüther, Gerald: Learning enthusiastically in. TELEVISION 25/2012/E. S 14-15.

Lemish, Peter Developing children's understanding of conflict resolution through quality television. Collection: Children and media in times of conflict and war. Cresskill, NJ: Hampton Pr. 2007, S. 215-242.

Lemish, Peter Quality in presenting conflicts. Conflict resolution is at the basis of quality TV. Television, 22/2009/E, S. 49-52.

Lemish, Dafna. Editor / Collaborator: Feilitzen, Cecilia von; Carlsson, Ulla; Bucht, Catharina. Eight working principles for change in children's television. The views of producers around the world. 2011.

Mikos, Lothar (2009) Quality is a matter of perspective. Thoughts on how to define quality in children's television. Journal Television, 22/2009/E, S. 4-6.

Neuss, Norbert Tackling the themes of children. Achieving quality by picking up children's developmental tasks. Journal Television, 22/2009/E, S. 13-16.

Nikken, Peter; Voort, Tom. Children's views on quality standards for children's television programs. Journal of Educational Media, 23/1997/2-3, S.169-188.

Nikken, Peter Quality in children's television. Leiden 1999. 150 S.

Oender, Alev; Dagal, Asude Balaban. Turkish parents' views on quality standards for children's television programmes. TOJET: The Turkish online journal of educational technology, 6/2007/1, article 3.

Plenk, Astrid I think it's very Good, because ...". Children's perspectives on quality in film television. Journal Television, 22/2009/E, S. 21-25.

Quintana Garzón, Rafael. La responsabilidad de los programadores de televisión. Journal

Comunicar, -/2005/25, S. 243-246.

Reig, Ramon. Televisión de calidad y autorregulación de los mensajes para niños y jóvenes. Journal Comunicar. 2005/25, S. 63-70.

Selnow, Gary W.; Bettinghaus, Erwin P. Television exposure and language development. Journal of Broadcasting, vol. 26, no. 1, 1982. p. 469-479.

Schlote, Elke; Schreiner, Matthias. Teens, Sexual Diversity and TV. TELEVISION 23/2010/E. S 48-50.

Steemers, Jeanette "The thin line between market and quality. Balancing quality and commerce in preschool television." Journal Television, 22/2009/E, S. 53-56.

Vazquez Barrio, Tamara. Evaluación de la calidad de la programación infantil de las televisiones generalistas españolas. Revista Latina de Comunicación Social, 2009/64, S. 844-861.

Wainwright, Deborah K.; Linebarger, Deborah L. Elements of effective educational TV. IZI, 2006.

Wallmark, Ragna: "Flashes of inspiration concerning quality in children's television" TELEVISION 22/2009/E. P 11.