

Bruselas, 10 de septiembre de 2003

Reunión de expertos especializados en la protección de los menores frente a la violencia en los medios, la autorregulación y la educación en los medios de comunicación

ANÁLISIS DE LA VIOLENCIA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESPAÑA: EFECTOS Y RECOMENDACIONES*

***por Teresa Farnós de los Santos, Coordinadora del Departamento de Investigación del Centro Reina Sofía para el Estudio de la Violencia**

I. Introducción

Como ustedes quizás sepan el Centro Reina Sofía se dedica al estudio de la violencia en todas sus manifestaciones y su objetivo fundamental es conocer las causas o factores que subyacen, es decir, que originan y mantienen, el comportamiento violento, sean éstos de carácter biológico, psicológico, social o cultural.

Por ello, entre los ámbitos de estudio que abordamos en el Centro figura la influencia que los medios de comunicación y, más concretamente, aquellos de tipo audiovisual, puedan tener en el comportamiento violento de los espectadores.

De hecho, este fue el tema que abordamos en nuestro segundo congreso. En 1997, reunimos en Valencia a prestigiosos expertos americanos y europeos entre los que figuraban los profesores Donnerstein, Huesmann, Centerwall, Pulkkinen y Clemente, entre otros, junto con cineastas, políticos y directivos de importantes cadenas nacionales e internacionales. De aquella reunión surgieron 3 importantes publicaciones: las *Recomendaciones de Valencia contra la Violencia*, el libro *Violencia, televisión y cine*, Nº 1 de la Colección Estudios sobre Violencia que el Centro Reina Sofía se honra en editar y, por último, *Ética y televisión*, de la Serie Documentos, en el que se trata de abordar la cuestión de cómo hacer compatibles la libertad de expresión en los medios de comunicación (especialmente la televisión) con la protección y el respeto a la infancia.

Los estudios referidos a los efectos de la violencia en los medios de comunicación sobre la conducta violenta de los espectadores se remontan a los años 60. Desde entonces han sido muchas las investigaciones realizadas para dilucidar tanto los efectos inmediatos como los efectos a largo plazo. Normalmente los sujetos de estudio son niños y adolescentes pues, obviamente, al encontrarse en desarrollo, son más vulnerables a ser influenciados. Por su parte, el medio analizado suele ser la televisión y el cine. Recientemente Anderson y Bushman¹ han analizado cuantos estudios longitudinales, de campo y experimentales se han realizado hasta el momento, mostrando que en todos ellos se pone de manifiesto una correlación significativa entre la exposición a la violencia de los medios y la conducta violenta.

En primer lugar, quisiera clarificar que no debemos explicar la violencia a partir de factores únicos si no queremos simplificar el problema. La violencia emitida en las pantallas importa, tanto por la cantidad como por la forma que adopta. Pero además, se requiere del concurso de otros

¹ Anderson, C.A. y Bushman, B.J. (2002): "The Effects of Media Violence on Society", *Science*, 295 (5564): 2377.

factores para que la violencia real se produzca: desde factores relativos a la biología y psicología del individuo hasta los relativos a la cultura de su tiempo y de su país, pasando por factores familiares y sociales.

Así pues, antes de estigmatizar la televisión como responsable de la violencia de nuestra sociedad y, en particular, de la violencia ejercida por niños y adolescentes, deberíamos analizar cómo es el propio niño y el contexto en que se desenvuelve. Vivir en un entorno en que se sufran malos tratos, en el que se desatienda a los menores, en el que se consuma droga o alcohol, en el que haya relaciones aversivas entre padres e hijos, en el que se padezcan problemas económicos o situaciones de estrés, en el que sea fácil acceder a armas y en el que predominen ciertos prejuicios o ideologías destructivas, son circunstancias que pueden crear un entorno propicio para que ciertos contenidos televisivos incrementen o refuercen las creencias, actitudes y comportamientos violentos que ya puedan existir.

Un segundo punto, muy positivo en este caso, que también debe ser clarificado antes de continuar, es el importante papel de los medios de comunicación como generadores de conciencia social y, por tanto, de condena y rechazo a prácticas lamentables como, como por ejemplo, la violencia doméstica antes oculta en el terreno privado de la intimidad del hogar y ahora visible para todos. Además, los medios son una fuente crucial de información que contribuye a la creación de opinión ante ciertos acontecimientos, al conocimiento de otras culturas y modos de vida o a la sensibilización ante ciertos problemas sociales, a veces ajenos a nuestra realidad personal, como los conflictos étnicos o religiosos, el hambre o las catástrofes naturales.

Sin embargo, esta contribución altamente positiva de los medios de comunicación y, en especial, de la televisión, se ve empañada por otros aspectos como son el hiperconsumismo que día a día nos transmite la publicidad, la gran cantidad de violencia física presente en más de la mitad de los programas, así como la proliferación de los *reality* o los *talk shows* donde se pisotea la dignidad y la intimidad de los participantes y donde, además, se promueve un intercambio acalorado de opiniones con fuertes dosis de violencia verbal. Lamentablemente, estos programas inundan las cadenas y acaparan todos los horarios. De hecho, en las cadenas españolas la programación infantil de la tarde (entre las 5 y las 7) ha desaparecido para dar paso a estos infames espectáculos.

Asimismo, es muy importante destacar que los medios de comunicación y, en especial, la televisión son uno de los elementos vertebradores de la cultura de nuestro tiempo. Aunque hay muchas y variadas culturas y, por lo tanto, son muchos y muy distintos los prejuicios o principios culturales que legitiman o inducen prácticas violentas, algo parecen tener en común hoy en día: su vertebración por la pantalla del televisor y del cine, y, cada vez más, por la pantalla del ordenador y de la videoconsola. La presencia de estas pantallas en la mayoría de los rincones de la Tierra conlleva, en definitiva, una cierta uniformidad cultural. Esto explica por qué sucesos antes impensables o extremadamente infrecuentes en ciertas sociedades comienzan a darse en tasas más o menos preocupantes. Hoy en día, los estudios transculturales del comportamiento violento están poniendo de manifiesto que la cultura moldea la incidencia, la manifestación y forma de expresión de ciertos trastornos como, por ejemplo, la psicopatía o de graves fenómenos como la violencia escolar.

II. Violencia y televisión: estudios recientes en España

Los medios de comunicación de masas son una parte central en nuestras vidas. De hecho, la televisión, ocupa la mayor parte del tiempo de ocio frente a otras actividades. Por término medio, en España, al igual que en el resto de Europa o EEUU vemos la televisión entre 3 y 4 horas diarias². Según datos publicados recientemente por la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión (ATV, diciembre 2002), los niños españoles ven 2.000 actos violentos al año en televisión entre peleas, asesinatos, torturas y tiroteos. Otros estudios aseveran que cada hora se retransmiten entre 3 y 5 actos violentos, lo que supondría más de 4.000 actos violentos al año. Un reciente informe sobre la “Situación Social de la Infancia en España” se ocupa, entre otros apartados, de los hábitos televisivos de los menores y menciona que:

- Los niños comienzan a ver la televisión en torno a los dos años y medio.
- Le dedican, según ellos mismos, 2 horas los días laborales y 3 los festivos.
- Un 80% de los menores dice ver la TV, en primer lugar, por diversión y entretenimiento y, en segundo lugar, porque no tienen ninguna otra cosa mejor que hacer o porque no tienen a nadie con quién hablar o jugar.
- Un 17% cree que ve la televisión mucho y un 41% bastante.

El estudio pone de manifiesto que el uso que los padres suelen hacer de la TV como herramienta de sanción, regalo o castigo, refuerza “la representación de la TV como un bien propio, logrado por parte del niño como una gratificación”. El estudio también señala que, normalmente, la preocupación de los padres es el uso temporal de la TV más que el tipo de contenidos. Cuando se trata de intervenir por el tipo de contenido, los padres actúan ante las escenas eróticas pero no suelen hacerlo ante las escenas violentas.

Hace escasamente 2 meses, se presentó en la Comunidad Valenciana un estudio realizado por la Catedrática Petra M^a Pérez de la Universidad de Valencia. *El impacto socializador de la TV en niños y adolescentes de la Comunidad Valenciana* incluye entrevistas a 2.000 niños de entre 8 y 16 años. Algunos de los resultados son los siguientes:

- La mayoría de los entrevistados (77%) no disfruta con las escenas violentas.
- Son las niñas (88'5%) y los menores de 11 años (84%) quienes muestran un mayor rechazo de las imágenes violentas.
- Los niños y adolescentes que invierten más tiempo ante el televisor presentan mayor número de creencias y actitudes violentas, en comparación con los que la ven menos.
- Los niños que más tiempo pasan viendo la TV decían sentirse menos felices en comparación con los que la ven menos.
- El gusto por los contenidos violentos se duplica en función de las horas que pasan ante la televisión. Así, el 28% de los niños y adolescentes que tienen un alto consumo se sienten más atraídos por las escenas violentas frente al 16% que la ven menos.
- Un 20% de los menores asegura que le atraen las escenas de violencia donde “aparecen personas a las que se hace daño”, un 44'8% las escenas de “peleas entre rivales para conseguir un fin”, a un 43% les gustaría tener las habilidades para pelear, un 50% prefieren que “los personajes no sean blandos y sepan imponerse a los demás”, a un 25% le gustaría tener “las metralletas y pistolas de algunos personajes” y a un 35% tener “unos puños poderosos”.

En cuanto al binomio publicidad y violencia, un equipo de la Universidad de Sevilla dirigido por el Profesor Manuel Garrido Lora, estudió casi 1.200 anuncios emitidos por Canal Sur (cadena pública andaluza) durante el año 2000. El resultado revela que el 4'79% de ellos contenía aspectos violentos. La publicidad con más contenido violento se centra en estos tres sectores económicos: alimentación, automóviles y telecomunicaciones, dirigida principalmente a un

² Prensa digital: cineytele.com; 4 de febrero de 2003.

público de entre 18 y 30 años, aunque un 20% de esta publicidad está concebida para que llegue a niños y adolescentes. Es importante destacar los siguientes aspectos:

- Estos anuncios relacionan la violencia con la diversión y el entretenimiento.
- Estimulan el miedo, la sensación de vulnerabilidad y la existencia de riesgos vitales.
- Asocian la violencia con el atractivo y el carácter irresistible del producto anunciado, convirtiendo el robo o el uso de la fuerza en un procedimiento adecuado para su consecución.
- Otros aseguran que el producto anunciado incrementa la fuerza del consumidor.
- El comportamiento violento queda sin castigo en el 86'9% de los casos y en un 53'5% aparece acompañado de humor.

En conclusión, el agresor parece legitimado para comportarse violentamente y la violencia se presenta como una forma idónea para resolver conflictos.

III. Efectos de la violencia en los medios de comunicación

¿Influye la violencia de las pantallas en la violencia real? La respuesta a esta cuestión depende, en gran medida, de la teoría que se sustente.

1) El contagio de la violencia

Son varias las películas que han inspirado ciertos crímenes, tanto en Europa como en EEUU. Películas como *Taxi Driver*, *Diario de un rebelde*, *The Matrix*, *Asesinos natos* o *Scream* han nutrido las fantasías de algunos individuos, en su mayoría jóvenes, que luego han materializado en graves crímenes. Si bien es cierto que estas personas padecían otros problemas que también condicionaron sus aberrantes comportamientos.

Otros estudios también muestran el efecto “contagioso” de la violencia cuando se extienden las noticias sobre crímenes que conmocionan a la sociedad. De hecho, ciertos actos de violencia extrema pueden ir seguidos por un aumento repentino de delitos muy superior a las cifras esperadas en base a la tendencia general.

2) La asociación cognitiva o priming

La idea central de esta teoría, aplicada a los medios de comunicación, es que cuando una persona ve un acto violento en televisión se le activarán pensamientos, emociones e incluso conductas que están cognitivamente asociados con el acto en cuestión.

Los espectadores pueden distanciarse de una película reconociendo que los hechos que observan son ficticios. Algunas personas saben activar intuitivamente este distanciamiento psicológico y, de este modo, la capacidad de estas escenas para activar o provocar emociones se reduce. Sin embargo, los niños se inclinan a creer que lo que ven en las pantallas es real. La capacidad para diferenciar los hechos de la ficción aumenta naturalmente con la edad (aproximadamente a los 7 años), pero también depende de la madurez y, a veces, del entorno social particular del niño. Sea como fuere, la fuerza de los pensamientos y tendencias agresivas activadas por la visión de la violencia en los medios de comunicación se debilita, con bastante rapidez, con el paso del tiempo. Según investigaciones de Leonard Berkowitz³, el aumento de agresividad generado por la visión de una película violenta parecía desaparecer una hora después.

3) La desensibilización

³ Berkowitz, L. (1996): *Violencia en los medios de comunicación*, en *Agresión: causas, consecuencias y control*. Bilbao, Desclée de Brouwer, pp. 218-258.

Otros investigadores consideran que los contenidos violentos pueden generar en el observador un “embotamiento emocional” o desensibilización, mediante el cual se produciría una relativa indiferencia hacia la violencia real.

La conclusión a la que llegaron estos investigadores es que si las personas creen que la violencia no es extraña, pueden no asombrarse ni sentirse emocionalmente sobrecogidos cuando ven que otras personas se atacan o pelean. Asimismo, revelaron que las personas que mayor cantidad de violencia filmada ven a diario tendían a mostrar una activación psicológica más débil en respuesta a la violencia ficticia y real. Es decir, la excesiva presencia de violencia en televisión puede estar contribuyendo a que la población se habitúe cada vez más a la violencia real.

4) La sobreestimación de la violencia en la sociedad

Según George Gerbner, autor de la teoría del cultivo, la emisión frecuente de violencia y crueldad en la televisión “cultiva” una impresión duradera del mundo como poco seguro, malvado y preocupante. Sus estudios demuestran que las personas que ven grandes dosis de televisión tienden a sobreestimar la cantidad de violencia en la sociedad y a creer que el mundo es peligroso y que pueden ser víctimas en algún momento de su vida.

5) El modelado simbólico

Es incuestionable que a través del aprendizaje observacional, los niños interiorizan tanto conductas como actitudes específicamente violentas. Huesmann ha ampliado la extensión del concepto de aprendizaje social de Bandura, aduciendo que los niños, a través de la observación de la conducta de otras personas tanto en la realidad como en las pantallas, también aprenden patrones de pensamiento que apoyan comportamientos agresivos, es decir, creencias y actitudes subyacentes a los comportamientos violentos (actitudes sexistas, actitudes xenófobas, etc.). Por ello, las personas más violentas suelen ser las más afectadas por las películas violentas, porque es probable que este tipo de escenas perpetúen e incluso fortalezcan pensamientos e inclinaciones agresivas ya existentes en el individuo mediante fantasías aberrantes. En definitiva, los medios de comunicación pueden proporcionar ideas agresivas a personas violentas y también pueden ayudar a mantener activos estos pensamientos e inclinaciones agresivas, a pesar del paso del tiempo.

IV. Las investigaciones longitudinales

- El primer estudio longitudinal sobre la influencia a largo plazo de la exposición repetida a la violencia en la televisión es el que realizaron Eron, Huesmann, Lefkowitz y Walder a principios de los años 60: el “Columbia County Longitudinal Study”. Este estudio se llevó a cabo en el condado de Columbia, en el Estado de Nueva York, sobre una muestra de 800 niños de entre 8 y 9 años. Diez años más tarde, cuando los sujetos tenían 18 o 19 años, se evaluó el nivel de agresividad de 184 individuos de la misma muestra. Los resultados pusieron de manifiesto que, sin atender al nivel inicial de agresividad, los niños que figuraban entre los espectadores que veían más violencia televisiva acababan encontrándose entre los que tenían niveles más altos de violencia diez años más tarde. Estos resultados llevaron a los autores a establecer cierta unidireccionalidad: desde la visión de la violencia filmada al comportamiento violento real.
- Recientemente, Jeffrey Johnson ha dado cuenta de los resultados alcanzados en un nuevo estudio longitudinal⁴. Este investigador ha trabajado con 707 menores (el 51% de ellos varones de entre 1 y 10 años), aleatoriamente seleccionados, en el Estado de Nueva York

⁴ Johnson, J.G. y col. (2002): “Television Viewing and Aggressive Behavior During Adolescence and adulthood”, *Science*, 295 (5564): 2468.

durante 17 años. El estudio comenzó en 1975. Durante los años 1991 a 1993 se recogió información acerca del tiempo de exposición a la televisión y, en el año 2000, se recogió información sobre el nivel de comportamientos violentos. Controladas determinadas variables sociales (negligencia infantil, nivel de ingresos económicos, entorno violento en el barrio, nivel educativo de los padres y trastornos psiquiátricos en los niños y adolescentes), se obtiene en este estudio que el consumo de televisión a los 14 años correlaciona de forma significativa con agresiones subsiguientes en edades comprendidas entre los 16 y los 22 años. En particular, si la exposición a la televisión es de menos de una hora diaria, la tasa de autores de agresiones con lesión es del 5'7%, pero si la exposición es de 3 o más horas por día, la tasa se dispara al 25'3%. Si el tiempo de exposición es de menos de una hora la tasa de autores de robos, amenazas o uso de armas es de 3'4%, pero si la exposición es de 3 o más horas diarias, la tasa se dispara al 20'9%. Finalmente, si el tiempo de exposición es de menos de una hora la tasa de autores que cometen cualquier tipo de acto violento contra otra persona, es de 5'7%, pero si la exposición es de 3 o más horas diarias, la tasa se dispara al 28'8%.

Este estudio indica que largos periodos de exposición diaria a la televisión en adolescentes o jóvenes adultos se asocian a un incremento de la probabilidad de cometer actos violentos contra otras personas. Además, los resultados sugieren que esta relación es sólo parcialmente atribuible a factores ambientales que estén asociados tanto al tiempo de exposición a la televisión como al comportamiento violento. Estos resultados apoyan también la hipótesis de que la relación entre el tiempo de exposición a contenidos violentos en la televisión y el comportamiento violento es bidireccional.

Según Anderson y Bushman, el trabajo de Johnson y otros es importante, al menos, por tres razones. Primero, porque es el primer estudio longitudinal que conecta la exposición a la televisión durante la adolescencia y la juventud con la violencia posterior. Segundo, porque la muestra es relativamente amplia y, tercero, porque controla variables muy importantes en la configuración de una personalidad violenta.

V. Conclusiones

1º) Si los medios de comunicación no tuvieran ningún tipo de influencia en la conducta de los consumidores sería absurdo que las empresas gastasen las cantidades millonarias que invierten en publicidad. Sin embargo, al hablar de la influencia de los contenidos violentos en los espectadores no debemos olvidar otros factores de riesgo que contribuyen a la génesis de las personalidades violentas.

2º) Existen dos teorías predominantes en este ámbito: para los partidarios de la teoría del aprendizaje social, como Rowel Huesmann y Eduard Donnerstein, la violencia se aprende no sólo viendo violencia real, sino observando violencia filmada, por lo que estos autores establecen una cierta *unidireccionalidad* entre la visión de la violencia filmada y el comportamiento violento real. Sin embargo, para otros autores como Jo Groebel⁵, director del estudio de ámbito internacional patrocinado por la UNESCO en 1999 (el UNESCO Global Media Violence Study), la relación entre violencia filmada y violencia real es *interactiva*: los violentos usan los medios de comunicación audiovisuales para reforzar sus creencias y actitudes y eso los hace aún más violentos.

⁵ Groebel, J. (1999): "Media Access and Media Use Among 12-years olds in the World", en Von Feilitzen, C. y otros (eds.), *Children and Media*, The UNESCO International Clearinghouse on Children and Violence on the Screen at Nordicom.

3º) La violencia emitida en las pantallas influirá en el comportamiento violento de los espectadores, especialmente si éstos son niños, adolescentes o personas que sufren algún tipo de trastorno mental o de la personalidad, dependiendo del grado de exposición a modelos violentos reales en su entorno.

4º) Sea como fuere la relación entre la violencia filmada y su influencia en el comportamiento violento de los espectadores, hoy se sabe qué tipo de escenificaciones violentas son más susceptibles de ser imitadas o aprendidas. Se trata de aquellas donde la violencia ha sido embellecida y saneada; es decir, donde el agresor es atractivo, actúa violentamente por razones moralmente “adecuadas”, obtiene recompensas por sus acciones, tiene sentido del humor, usa armas convencionales, no es castigado por su comportamiento y, finalmente, no se muestran los daños causados por las agresiones.

5º) Además, otras investigaciones han demostrado que los espectadores asiduos a la violencia mediática pueden verse afectados de otras maneras. Así, los principales efectos son:

- 1) La insensibilidad ante la violencia
- 2) El temor a ser víctima de violencia
- 3) La imitación de conductas violentas (ciertas escenas de las pantallas como fuente de inspiración para crímenes concretos)

En resumen, podemos concluir que los medios de comunicación pueden contribuir, al igual que otros factores de riesgo, en la configuración del comportamiento violento de algunos individuos. Por ello, tanto los políticos como la industria del sector audiovisual, los padres y los educadores deberíamos esforzarnos por mitigar y controlar el impacto de la violencia filmada ya sea real, simbólica o ficticia. Además, debemos afrontar otros aspectos de los medios de comunicación también potencialmente dañinos para los telespectadores, sobre todo, para los más pequeños. Me refiero a esos espectáculos del morbo en los que la conculcación consentida del derecho a la intimidad es el *leit motiv* de los distintos programas. Programas que, en España, han llegado a reemplazar la programación infantil vespertina y que enseñan a nuestros menores que, para ganar dinero, todo vale, incluso vender en público los aspectos más sórdidos de la propia existencia y que hablar a gritos, descalificando al otro con insultos, es un medio adecuado para intercambiar opiniones. Por último, los medios de comunicación, contribuyen a construir escalas de valores o a acabar con ellas. El materialismo es un virus que estamos inculcando a nuestros hijos. Así, los niños crecen pensando que la felicidad se puede comprar. La avaricia, el culto a la propia imagen, el hedonismo, la falta de empatía hacia los demás son los valores que está transmitiendo nuestra cultura, con gran ayuda de la televisión. Además, las depresiones, la anorexia o la obesidad son algunos de los síntomas del hiperconsumismo que nos azota. Minimizar el papel socializador y culturizante de la televisión es cerrar los ojos a una realidad indiscutible. Por ello debemos entre todos proteger a nuestros menores, porque ellos son los ciudadanos del futuro.

VI. Recomendaciones

Son varias las medidas que se pueden adoptar y, desde luego, no deben ser, en ningún caso, medidas unilaterales. Así el problema afecta a diversos grupos:

◆ Para la industria del sector audiovisual

1ª) Evitar todo tipo de escenificación violenta que, además, incluya elementos discriminatorios contra la mujer y grupos minoritarios, étnicos o raciales.

2ª) Procurar que en todo programa que contenga violencia se cumplan ciertas normas que tengan en consideración lo que los expertos saben acerca de las escenificaciones de violencia más susceptibles de ser aprendidas:

- El agresor no debe quedar sin castigo.
- No ha de transcurrir mucho tiempo entre la acción violenta y su castigo.
- El bueno no debe ser aún más violento que el malo y ha de recurrir a alternativas distintas de la violencia para resolver los problemas.
- Deben mostrarse las consecuencias negativas, a corto y largo plazo, de la violencia.
- La violencia filmada no debe de estar ni embellecida ni depurada.
- Debe procurarse contrarrestar la violencia presente en una escena poniendo énfasis en un tema antiviolento.

3ª) Tener muy en cuenta la hora de emisión.

4ª) Invertir en una programación infantil y juvenil propia. Cuidar su calidad y su función, tanto de entretenimiento como educativa, a través de los siguientes criterios:

- Cuidar la calidad de la imagen.
- Ofrecer información adecuada a cada edad.
- Estimular la imaginación.
- Divertir.
- Ofrecer una imagen plural, democrática y tolerante.
- Enseñar a reflexionar y a fomentar la capacidad crítica de los menores.

◆ Para los padres

1ª) Procurar ver la televisión con los hijos, haciéndoles las observaciones pertinentes para constatar su irrealidad, cuando sea el caso, o contrarrestar su potencial influencia negativa mediante alternativas constructivas.

2ª) Ser conscientes de los riesgos asociados con ver la televisión, sin hacer excepciones con espacios infantiles, como los dibujos animados, considerados a priori inocuos.

3ª) Ver la televisión cuando no existe otra alternativa mejor de ocio.

4ª) Seleccionar previamente el programa que interesa.

5ª) Apagar la televisión una vez que ha finalizado el programa elegido.

6ª) No permitir que los niños vean solos la televisión si se desconoce el programa.

7ª) No permitir la televisión en la habitación infantil.

8ª) No permitir ver la televisión mientras comen o hacen los deberes.

9ª) No usar la televisión para castigar o premiar a los niños.

10ª) Dar ejemplo a los hijos adoptando ante ellos una actitud crítica y activa frente a los contenidos televisivos.

◆ Para los educadores

1ª) Promover un espíritu crítico en los niños y adolescentes, que les permita discernir el tipo de programación, cine, videojuegos o uso de internet⁶ menos dañinos.

◆ Para los políticos

Respetando de forma absolutamente escrupulosa la libertad de expresión, pero también la protección de la infancia, conciliando por tanto ambos derechos y sin fomentar ninguna medida censora, dado que nuestro estado democrático nos permite precisamente la conjugación de intereses contrapuestos.

1ª) A través de los parlamentos, se debería impulsar la creación de Consejos Asesores de los Medios de Comunicación Audiovisual, que velaran por la calidad y ética del producto visual, así como por el cumplimiento de la Directiva Europea “TV Sin Fronteras” y por el cometido de sus principales funciones: informar, entretener y formar.

- Estos Consejos deberían estar constituidos por personalidades de acreditado curriculum.
- Sus miembros deberían representar a los 4 sectores implicados. Investigadores, productores y difusores, políticos, representantes de los ciudadanos y asociaciones de consumidores.
- De tales Consejos dependería el análisis de contenidos televisivos y las recomendaciones pertinentes.

2ª) El Ministerio de Educación debe interesarse en hacer una televisión educativa que inculque valores y estimule a los menores intelectual y psicológicamente. Así mismo, debe apoyar financieramente el servicio público que ejercen los medios, instando a que éstos mantengan la pluralidad en los programas y contenidos. Por otra parte, debería desarrollar campañas de sensibilización para instruir a los padres en el buen uso, es decir en el uso seguro e inteligente, de los medios de comunicación: TV, cine, internet, videoconsolas, etc., haciéndoles conocedores de los riesgos que implican.

3ª) A través de la Fiscalía y de figuras tales como el Defensor del Menor debería potenciarse la labor de vigilancia de los productos que los medios de comunicación audiovisual ofrecen a los menores para su consumo.

4ª) Desde la Unión Europea debería crearse un Consejo Europeo de lo Audiovisual que velase por el respeto de los derechos y libertades fundamentales y protegiera a los menores frente a posibles contenidos de carácter discriminatorio o violento y que sus resoluciones fuesen de obligado cumplimiento por los Estados miembro.

⁶ En España, en el 2002, en más de 4 millones de hogares hay un ordenador, el 32% de los hogares españoles (de los que el 19% está conectado a la red, 2'6 millones) , lo que supone un aumento del 17% con respecto al 2001, Asociación Española de Empresas de Tecnología de la Información.