

El Defensor de l'audiència de RTVE com a mediador en la resolució de reclamacions sobre el canal infantil Clan (2010-2015)

NATALIA QUINTAS-FROUFE

Professora de la Universitat de la Corunya

n.quintas.froufe@udc.es

Codi ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7597-6516>

MONTserrat VÁZQUEZ-GESTAL

Professora de la Universitat de Vigo

mvgestal@uvigo.es

Codi ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3076-6037>

Article rebut el 20/04/20 i acceptat el 04/06/20

Resum

La televisió és un dels agents de l'educació informal dels menors d'edat. L'audiència infantil és un dels targets més vulnerables als impactes televisius; per aquest motiu, la família és clau en la seva protecció. Els progenitors intervenen en la formació dels fills i les filles com a teleespectadors i teleespectadores i per això exerceixen el seu dret a reclamar davant el Defensor o la Defensora de l'audiència d'un mitjà. L'objectiu d'aquest article és analitzar les valoracions que el Defensor o Defensora de l'Espectador, de l'Oient, de l'Usuari de Mitjans Interactius del servei públic RTVE realitza davant les reclamacions presentades sobre el canal infantil Clan.

Paraules clau

Televisió, Defensor/a de l'audiència, audiències infantils, continguts audiovisuals, menors d'edat, RTVE.

Abstract

Television is one of the agents in children's informal education. The child audience is one of the most vulnerable targets to the impacts of television, hence the family is key to their protection. Parents intervene in educating their children as television viewers and therefore exercise their right to complain to the media ombudsman. The aim of this article is to analyse the assessments made by RTVE public service' Interactive Media Viewer, Listener and User Ombudsman in response to the complaints lodged about the children's channel Clan.

Keywords

Television; media ombudsman; children's audiences; audiovisual content; children; RTVE.

1. Introducció

La televisió és el mitjà que més consum el conjunt de la població espanyola i el que té una major penetració en la societat espanyola (AIMC 2020). En el cas de l'audiència infantil, "segueix sent el mitjà amb el qual els nens en edats primerenques comparteixen més temps d'oci" (MARTA LAZO 2008a), cosa que ha provocat un increment significatiu de la quantitat total de l'oferta televisiva adreçada a aquest públic objectiu (BUCKINGHAM 2000). El 99% dels nens i nenes veu continguts televisius i el 80% ho fa diàriament (AIMC 2018). Concretament, en l'últim informe *Kids TV Report* (2019) es constata que a la Gran Bretanya, Espanya, França i Itàlia, la mitjana de consum diària és d'1 hora i 39 minuts en els menors de 15 anys. Cal destacar que l'audiència infantil és un *target* molt exigent i selectiu que busca un contingut d'interès, al marge de la cadena que l'emet (GÓMEZ-AMIGO 2015) però també és més vulnerable als impactes mediàtics provinents

de la televisió, ja que és un públic en formació i evolució, i la personalitat encara s'ha de configurar (LÓPEZ-SÁNCHEZ *et al.* 2010).

Avui en dia és innegable la rellevància de la televisió com a representació dels productes culturals, valors i pautes de conductes que adopta la societat (DE-CASAS-MORENO *et al.* 2016) i, sobretot, pel que fa als menors d'edat. No obstant això, encara que sembla que els estudiosos de la infància s'han oblidat del paper dels mitjans en la vida dels infants i dels i les adolescents (CASAS *et al.* 2007), sí que s'ha apreciat un increment vertiginós de les investigacions sobre els efectes de la televisió en la infància (DEL-RÍO 1997).

La majoria d'aquestes primeres investigacions van sorgir en l'àmbit anglosaxó, en què es va abordar amb profunditat la relació entre la televisió i la infància. En l'àmbit espanyol i llatinoamericà hi destaquen les aportacions de Gallardo-Camacho *et al.* (2020), Feijoo-Fernández i García-González (2016), Gómez-Amigo (2015), Marta-Lazo *et al.* (2015),

Paz-Rebollo i Martínez-Valero (2014), Ortiz *et al.* (2013), Fernández-Gómez (2012), Mateos-Pérez (2012), Fernández-Martínez i López-de-Ayala (2011), Callejo (2008, 2004), García-Galera (2008), Núñez-Ladevece (2007), Pérez-Ornia i Núñez-Ladeveze (2006), Marta Lazo (2005, 2007, 2008a, 2008b), García-Matilla *et al.* (2005), Poyatos-Fernández i Tur-Viñes (2005), García-Matilla (2003), Buckingham (2000), Bringué i De los Ángeles (2000), Del-Río (1997), Orozco Gómez (1996, 1993), entre molts altres.

La televisió, igual que altres mitjans de comunicació, exerceix com un agent en l'educació informal dels menors d'edat, ja que influeix sobre el que els nens i les nenes aprenen i sobre la manera en què aprenen (LICERAS 2014). Els nens, les nenes i els i les joves són un dels públics més sensibles i vulnerables a la influència dels continguts televisius i per això necessiten eines que incrementin la capacitat crítica a l'hora d'abordar aquests missatges mediàtics. En aquestes primeres etapes d'aprenentatge s'ha de fomentar el pensament crític, atès que el nen o nena no és un receptor passiu, sinó que l'estadi d'activitat que mostra està relacionat amb el seu grau de 'competència audiovisual' o de l'aprenentatge que hagi rebut per conèixer els llenguatges del mitjà, els significats essencials dels missatges, els valors i contravalors que amaguen i la finalitat real que pretenen aconseguir (MARTA-LAZO 2008b).

En aquest context, la família és el grup natural per mirar la televisió (OROZCO GÓMEZ 1996) i "passa a ser reconeguda com una de les principals institucions de mediació en l'acció de consum infantil de televisió" (BRINGUÉ i DE LOS ÁNGELES 2000: 42). Al marge d'altres membres de l'entorn familiar, els progenitors han d'exercir un paper privilegiat en el context de la recepció televisiva infantil. La relació pare-fills-televisió, així com les maneres de mediació (patrons d'interrelació entre progenitors i fills i filles sobre la televisió) ha estat analitzada en profunditat en estudis anteriors (LLOPIS 2004; TORRECILLAS LACAWE 2013, 2012).

Pel que fa al paper que han d'exercir els progenitors, Ferrés (2005) considera que aquests s'han de responsabilitzar i assumir el paper que els correspon en la formació dels fills i les filles com a teleespectadors i teleespectadores i, per a això, haurien de denunciar i exigir davant d'aquells que tenen i exerceixen l'autoritat. Per això, aquesta investigació s'ha orientat cap a l'estudi de com els progenitors exerceixen el seu dret a reclamar davant el Defensor o Defensora de l'audiència, un dels mecanismes que, amb la seva actuació, contribueix a alfabetitzar les audiències (HERRERA 2005, 2008; MACÍA BARBER 2006).

2. La figura del Defensor de l'audiència

Els defensors i defensoras de l'audiència dels mitjans intervenen en la formació crítica a través de l'explicació de les obligacions ètiques del mitjà, dels drets de l'audiència i exposant l'actuació dels mitjans pel que fa a temes que poden entrar en conflicte amb algun dels seus deures ètics (VILLANUEVA 2011).

Els antecedents de la figura del Defensor o Defensora es troben en la figura sueca de l'*ombudsman*, terme que feia referència a un representant, mediador o defensor del públic i que s'utilitza en l'actualitat en l'àmbit internacional. El naixement de la figura dels defensors de l'audiència, en el sentit actual, està lligat als mitjans escrits, concretament a la premsa nord-americana (*The Courier Journal* i *The Louisville Times*) i a la japonesa (*Asahi Shimbun*) (VILLANUEVA 2011; HERRERA 2005; DVORKIN 2005).

En l'àmbit espanyol, va ser el diari *El País* qui va nomenar el primer Defensor del lector l'any 1985 (GONZÁLEZ ESTEBAN *et al.* 2011). Cal destacar la iniciativa del nomenament d'una Defensora de l'espectador per part de Canal Sur Televisión, l'any 1995, per ser la primera i única iniciativa europea d'autoregulació d'una cadena de televisió que existia fins a aquest moment (SÁNCHEZ-APELLÁNIZ 1996).

D'una manera general, la funció principal del Defensor o Defensora és vetllar pel funcionament deontològic correcte de l'activitat d'un mitjà, amb la finalitat de servir d'intermediari entre receptors i emissors (HERRERA 2008). És un mecanisme unipersonal d'autoregulació dels mitjans.

El Defensor o Defensora també té una doble tasca formativa: d'una banda, ha d'educar l'audiència en el consum crític de mitjans i, de l'altra, ha de contribuir també a formar els periodistes, perquè els seus productes tinguin cada vegada una major qualitat (HERRERA 2008). D'aquesta manera estableix una doble via de diàleg, amb el públic i amb el mateix mitjà de comunicació, i facilita una retroalimentació entre tots dos. En l'exercici de la seva funció permet conèixer el punt de vista dels seus receptors i millorar les pràctiques i processos de comunicació desenvolupats diàriament (VELÁSQUEZ-OSSA i CADAVIZ-ÁLVAREZ 2002).

Tot i que cada Defensor de l'audiència estableix la seva pròpia dinàmica de treball en funció del mitjà, tots ells coincideixen en el fet que les seves tasques fonamentals són rebre queixes i ser una via de diàleg (AZNAR 1999). El que és variable és la durada del càrrec, la procedència, el sistema d'assignació, la dedicació, la forma de treball, el registre d'activitat i la proximitat amb la resta dels periodistes (HERRERA i ZETA 2005). En l'entorn espanyol, que és el que ens ocupa, la literatura científica ha analitzat la creació de la seva figura (SÁNCHEZ-APELLÁNIZ 1996; HERRERA 2008) i els requisits que hauria de complir (MACÍA-BARBER 2006). També s'ha investigat l'actuació dels defensors en l'entorn internacional (HERRERA 2005), el cas de Llatinoamèrica (HERRERA i ZETA 2005) o països com Portugal (OLIVEIRA 2005, 2017), el Perú (ZETA 2005), el Brasil (BERABA 2005); estudis comparatius entre Portugal i el Brasil (PEREIRA *et al.* 2016; OLIVERIA i OLIVEIRA 2014) o entre els serveis públics de la radiotelevisió d'Alemanya, Regne Unit, França, Espanya, Bèlgica, Portugal, Àustria, Irlanda, Suïssa i Itàlia (PALAU-SAMPÍO 2017); i en experiències de canals concrets com els casos del canal Caracol (PÉREZ 2005) o el canal RCN (CEPEDA 2005) de Colòmbia.

3. Objectius de la investigació i metodologia

L'objectiu d'aquest article és analitzar les valoracions que el Defensor o Defensora de l'Espectador, de l'Oient i de l'Usuari dels Mitjans Interactius de RTVE realitza davant les reclamacions i queixes presentades pels progenitors dels menors d'edat sobre el canal infantil Clan.

Clan, creat l'any 2005, és el canal temàtic infantil i juvenil de la televisió pública espanyola amb “una àmplia oferta formativa per a preescolars, reduïda per als escolars i inexistent per als adolescents” (FERNÁNDEZ-GÓMEZ 2012). Va ser el primer canal temàtic destinat en exclusiva als nens que va sorgir en el panorama de la televisió espanyola com a canal infantil gratuït (MORENO-RODRÍGUEZ 2009). Entre la seva programació televisiva hi destaca l'entreteniment: emet un 63,33% de dibuixos animats i un 20% de sèries de ficció (MELGAREJO I RODRÍGUEZ 2011). L'elecció del canal Clan va estar determinada pel fet de ser el canal temàtic infantil amb major quota de pantalla a Espanya durant el període estudiat en el mercat espanyol, com es pot observar a la taula 1.

S'ha seleccionat la Corporació RTVE perquè és on han sorgit més iniciatives d'investigació per construir discursos televisius en pro de la infància, que permetin establir pautes d'actuació per al consum infantil de televisió, la detecció de riscos de les pantalles per als menors d'edat i la construcció d'un discurs positiu sobre la infància (ORTIZ *et al.* 2013). Aquestes iniciatives s'han plasmat en l'organització de diversos fòrums (Fòrum Nacional Entorn Familiar, Menors, Educació i Televisió de 2004; Fòrum Nacional Infància, Televisió i Educació, de 2005, entre d'altres) i publicacions (*Programación infantil de televisión: orientaciones y contenidos prioritarios* o *Educación la mirada*, editades per l'Instituto Oficial de Radio y Televisión i el Grupo Comunicar). Altrament, el 21 juliol de 2010 el Consell d'Administració de RTVE va aprovar el Codi d'autoregulació per a la defensa dels drets del menor en els continguts audiovisuals, connexos, interactius i d'informació en línia de la Corporació RTVE, en la línia del Codi d'autoregulació de continguts televisius i infància, aprovat per TVE i altres cadenes comercials (Antena 3 TV, Telecinco i Canal Plus) el 9

de desembre de 2004 i signat en col·laboració amb el Govern. La finalitat era reflectir un major compromís per part de les cadenes de televisió per complir amb la normativa vigent i el foment d'una oferta audiovisual adequada per a la infància (GARCÍA-GALERA 2008).¹ L'oficina del Defensor és la responsable del seguiment de l'acompliment del Codi.

En aquesta investigació, de caràcter descriptiu i exploratori, s'ha realitzat una anàlisi quantitativa i qualitativa de la resolució de les queixes i suggeriments presentats en aquesta oficina durant el període 2010-2015, a partir dels informes trimestrals que publica RTVE a la seva pàgina web. Aquest article és l'inici d'una investigació de majors dimensions temporals, que abasta fins a l'actualitat. En aquesta primera fase s'ha analitzat el període 2010-2015, mentre que, en una segona etapa, encara en execució, s'aborda el període 2016-2020. S'ha seleccionat l'any 2010 per ser la data en què es va produir l'apagada analògica i la multiplicació de canals i la fragmentació de l'audiència, derivada del primer any de televisió digital a Espanya i perquè, com a conseqüència de la TDT, l'audiència infantil ha tornat a ser un *target* interessant (MARTA-LAZO *et al.* 2015). La consolidació de la TDT l'any 2010 va suposar el desplaçament dels continguts infantils als canals temàtics encara que, com assenyalen Feijoo i García (2016), després d'analitzar quaranta anys (1970-2010) de televisió infantil² a Espanya, la programació infantil ja tenia una presència decreixent en les graelles de les cadenes generalistes. D'aquesta manera, les sèries i els dibuixos animats (principalment de producció estrangera) van ser els principals productes programats. En conseqüència, els continguts principals de consum mediàtic infantil són la ficció televisiva (dibuixos animats, sèries i pel·lícules) i, més concretament, els dibuixos animats (AIERBE-BARANDIARAN I OREGUI-GONZÁLEZ 2016).

La delimitació temporal de la primera fase està motivada per l'arribada de Netflix a Espanya, ja que amb això s'ha produït una nova ruptura en la forma d'entendre i consumir televisió, ja que “anul·la una de les premisses de la televisió tradicional, que consisteix en la serialitat dels continguts, per afavorir la fidelització de l'audiència i obtenir d'aquesta manera una estabilitat en els ingressos publicitaris o de subscripció”

Taula 1. Quota de pantalla dels principals canals temàtics infantils a Espanya durant el període 2010-2015

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Boing (Mediaset España)	0,2%	1,1%	1,7%	1,7%	1,7%	1,6%
Clan (RTVE)	3,2%	3,2%	2,5%	2,4%	2,3%	2,4%
Disney Channel (Net TV)	2,1%	1,7%	1,6%	1,5%	1,5%	1,4%

Font: Barlovento Comunicació. Elaboració pròpia.

(IZQUIERDO-CASTILLO 2015: 822). A més, la possibilitat de consumir sense horaris programats i en un entorn segur, a causa del control parental, és un dels grans reclams per al consum familiar dels continguts audiovisuals.

Des de la perspectiva quantitativa s'han registrat totes les reclamacions que s'han presentat a l'oficina, però se n'han seleccionat únicament aquelles vinculades als continguts del canal Clan, mentre que des de la dimensió qualitativa es van identificar i es van categoritzar temàticament els fets reclamats segons els principals camps de l'actuació del Defensor. La creació de les categories es va realitzar a partir del marc de recerca teòric previ procedent dels estudis anteriors, del mateix Codi d'autoregulació i també en funció de les similituds temàtiques de les reclamacions presentades.

Els materials principals per desenvolupar aquesta investigació han estat, primer, els informes trimestrals publicats per l'oficina del Defensor sobre el compliment del Codi de protecció a la infància i de la joventut i, després, les memòries anuals de la Corporació sobre el compliment de la seva funció com a servei públic, recollides al web de RTVE. Per al tractament de les dades es va crear una taula d'anàlisi en la qual es recollia l'adscripció a la categoria, el fet reclamant, la data de reclamació, la resposta del Defensor o de la Defensora i les mesures correctores (en cas que n'hi hagués).

4. La creació de la figura del Defensor de l'audiència a RTVE

El 2 de febrer de 2006 es va crear l'oficina del Defensor del Telespectador i Radiooient³ per resolució de la Direcció General, sota la direcció de Carmen Caffarel. La implantació d'aquesta figura, com va afirmar Macià Barber (2006: 48), perseguia un doble objectiu: “[...] d'una banda, coadjuvar en l'assoliment dels fins de servei públic que el Grup té encomanats i, d'una altra, servir la ciutadania, com a telespectadors o radiooients,

amb majors nivells d'atenció, transparència i eficàcia”. El dia 10 de febrer va començar a funcionar l'oficina i la primera setmana va rebre 200 reclamacions (GONZÁLEZ i TENREIRO 2006). El periodista i professor Manuel Alonso Erasquin va ostentane el càrrec durant els dos primers anys.

L'any següent, el Consell d'Administració de la Corporació RTVE va acordar, amb data de 29 de novembre de 2007, crear la institució del Defensor de l'Espectador, de l'Oient i de l'Usuari dels Mitjans Interactius de RTVE i aprovar el seu estatut. En aquest estatut es recull que la seva funció “consisteix a defensar el dret dels ciutadans a una informació veraç, independent i plural, i a un entreteniment digne i participatiu, d'acord amb la funció de servei públic que la Llei 17/2006, de 5 de juny, encomana a RTVE” (RTVE 2007). Entre els seus objectius principals hi havia el de promoure el coneixement dels drets que tenen els ciutadans com a usuaris dels mitjans de comunicació i estimular l'actitud crítica per a la recepció d'aquests. En l'estatut s'explica que el nomenament del Defensor el realitza el president de RTVE, entre professionals de la corporació pública, per un període de tres anys, renovable un únic mandat més. El defensor està adscrit orgànicament al president de la corporació, encara que en l'estatut es recull que no rep cap directriu interna o externa sobre la seva tasca.

La tasca del Defensor de l'audiència d'un servei públic⁴ com RTVE fa més rellevant la creació de la seva figura pel fet de contribuir a una de dues de les finalitats principals de qualsevol servei públic de televisió, com afirmen Ortiz *et al.* (2013): l'educació i la formació d'una ciutadania crítica.

4.1 Forma de actuació i vies de participació

Tal com es recull en el seu estatut, la tasca principal del Defensor consisteix a rebre les reclamacions, queixes o suggeriments que li facin arribar el públic espectador, oient i usuari dels mitjans interactius, per tal que els departaments o àrees responsables facin els tràmits i donin una resposta en un termini màxim de trenta dies. Aquesta activitat la realitza a instància d'aquestes

Taula 2. Nom dels defensors de l'audiència de RTVE des de la creació de l'oficina fins a l'actualitat

Nom	Mandat	Nom de la figura	Director/a de l'ens públic/ President/a de la corporació
Manuel Alonso Erasquin	Febrer 2006- març 2008	Defensor del Telespectador i Radiooient	Carmen Caffarel
Elena Sánchez Caballero	Març 2008- abril 2014	Defensor i/o Defensora de l'Espectador, de l'Oient i de l'Usuari dels Mitjans Interactius de RTVE	Luis Fernández Fernández Alberto Oliart Saussol Leopoldo González-Echenique
Carmen Sastre Bellas	Abril 2014- novembre 2014		Leopoldo González-Echenique José Antonio Sánchez Domínguez
Ángel Nodal	Novembre 2014- actualitat		José Antonio Sánchez Domínguez Rosa María Mateo

Font: RTVE. Elaboració pròpia.

demandes, encara que també pot intervenir-hi d'ofici, si ho considera convenient.

Qualsevol ciutadà o ciutadana, amb la indicació del seu nom, cognoms, DNI i domicili o telèfon, pot formular les reclamacions, queixes i suggeriments (mitjançant el correu electrònic, correu ordinari, fax o el mateix formulari de la pàgina web rtve.es) en el termini d'un mes respecte de l'emissió del programa objecte de demanda. Totes les comunicacions reben un justificant de recepció, però només es tramiten les que s'atenguin a les competències del Defensor.

El Defensor també disposa d'un espai mensual propi, d'una durada de trenta minuts, emès a través del canal La 2, l'últim diumenge de cada mes i disponible al web de RTVE. En el programa, denominat *RTVE respon*, el Defensor tracta de respondre algunes de les inquietuds i preguntes de l'audiència, resol algunes reclamacions i intenta acostar la Corporació als espectadors mitjançant l'emissió de vídeos sobre les diferents divisions de la Corporació. A més, els espectadors també poden enviar al programa les queixes en format vídeo tot gravant els seus propis vídeos amb les reclamacions que considerin.

Trimestralment, l'Oficina del Defensor publica un informe sobre la seva actuació en la pàgina web de la Corporació i, anualment, realitza un informe que eleva a la Direcció General. No obstant això, no totes les reclamacions que el públic realitza estan disponibles ni són accessibles, sinó únicament aquelles que recull l'informe.

El procediment que es porta a terme quan es rep una queixa o reclamació és posar-se en contacte amb la divisió responsable corresponent o amb la direcció del canal per traslladar-li aquesta comunicació. Des d'aquesta instància superior es realitza una nova avaluació del contingut i, posteriorment, se'n pren una decisió que es facilita a l'Oficina del Defensor, el qual l'ha de comunicar a l'audiència.

5. Anàlisi dels resultats

A la taula 3 es recullen totes les reclamacions rebudes a l'Oficina del Defensor sobre el compliment del Codi de protecció a la Infància i la joventut durant el període assenyalat. D'aquí s'han

seleccionat les que es referien exclusivament al canal Clan.

En funció del nombre de reclamacions i de la rellevància que des de l'Oficina es va atorgar a algunes de les queixes, s'han establert diverses categories relacionades amb els principals camps temàtics d'actuació del Defensor: a) els continguts infantils, b) les edats recomanades de visionament, c) la publicitat encoberta, d) la distribució horària dels continguts i e) els comportaments socials.

Cal destacar, encara que no afectin el canal Clan, l'increment de reclamacions experimentat en els anys 2012 i 2013 sobre el mateix contingut: l'emissió de curses de braus per part de canal TVE-1 en horari de tarda.

a) Els continguts

El caràcter violent dels continguts emesos és el motiu principal de les reclamacions rebudes durant els sis anys analitzats.

En la gran majoria dels casos, els progenitors qualifiquen com a violentes (que inciten a la baralla o a la lluita) determinades sèries d'animació, valoració que no és compartida per l'Oficina del Defensor i/o Defensora. *Marco Antonio, Cachorros, Gormiti* o *Código Lyoko* són alguns dels productes audiovisuals que reben més reclamacions pel seu excés de violència i es considera que incompleixen el codi d'autoregulació. No obstant això, el Defensor o Defensora no troba indicadors violents, és a dir, el conjunt d'accions que duen a terme personatges que impliquen danys físics o psicològics i que en suposin la retirada de la programació. Des de l'Oficina s'explica que tots els productes emesos en aquest canal són seleccionats per a l'espectador i espectadora final (la infància) i que són avalats per professionals de la pedagogia i investigadors i investigadores en educació.

Es considera que aquestes sèries d'animació transcorren amb ritme, acció, aventures i música, però no amb violència. En múltiples ocasions s'argumenta que els progenitors, en visionar únicament un fragment del contingut i no l'episodi complet, no saben interpretar el veritable significat ni els codis que s'empren a l'hora d'elaborar aquests continguts; i per aquest motiu es considera que puguin arribar a confondre'ls amb continguts violents.

S'hi adverteix també la dificultat de quantificar els elements qualificats pels progenitors com violents, ja que la majoria de

Taula 3. Reclamacions sobre el Codi de protecció a la infància i la joventut rebudes per l'Oficina del Defensor (2010-2015)

	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	RT	RC	RT	RC	RT	RC	RT	RC	RT	RC	RT	RC
1r trimestre			49	32	72	16	102	ND	42	10	63	28
2n trimestre	14	8	36	25	240	22	436	ND	54	11	48	N.D.
3r trimestre			29	23	1.340	12	55	ND	223	15	N.D.	N.D.
4t trimestre	36	22	37	18	29	6	64	ND	118	13	N.D.	3

RT: reclamacions totals; RC: reclamacions relacionades amb Clan; ND: no disponible)

Font: RTVE. Elaboració pròpia.

les reclamacions són massa genèriques com per especificar elements concrets que l'Oficina pugui valorar. Per aquest motiu sol·liciten, en reiterades ocasions, una major concreció en les reclamacions per tal de millorar-ne la reflexió i l'anàlisi. Això pot succeir perquè, tal com assenyalen Aran-Ramspott i Rodrigo-Alsina (2012), l'estudi de la violència en els mitjans de comunicació social parteix d'una dificultat inicial: la delimitació de la pròpia noció de *violència*.

Cal destacar, per la rellevància que té en el conjunt de les reclamacions i la que hi atorguen els mateixos defensors, la sèrie *Bob Esponja*. Precisament, aquesta sèrie és objecte de múltiples reclamacions pels crits dels personatges i la violència que n'emana. Per exemple, l'any 2011, un espectador va sol·licitar la retirada de la sèrie per motius contra la salut pública assenyalats en un article d'investigació. L'article a què feia esment, signat per Lillard i Peterson, tenia el títol de "The Immediate Impact of Different Types of Television on Young Children's Executive Function" i es va publicar a *Pediatrics*, revista oficial de l'Acadèmia Americana de Pediatria.

En aquest article es va realitzar un experiment comparatiu sobre com tres activitats: 1) el visionament de *Bob Esponja* com a exemple de contingut amb moviment; 2) el visionament de la sèrie *Caillou* com a contingut més lent, i 3) dibuixar, influïen en les funcions executives (autoregulació o memòria) dels infants de quatre anys. L'experiment es va realitzar amb un grup de 60 nens, dividits en tres grups, als quals se'ls va assignar una de les tres activitats. Les conclusions van mostrar que els infants que van visionar els dibuixos animats de ritme ràpid exercien significativament pitjor les tasques de les funcions executives que els nens dels altres dos grups. Així, s'hi va concloure que nou minuts de visionament d'aquest contingut tenia efectes immediats negatius en la funció executiva dels infants de quatre anys.

La Defensora, en aquell moment Elena Sánchez, va considerar que *Bob Esponja* s'havia utilitzat "com a exemple d'un contingut dinàmic i ràpid (com molts altres dibuixos animats), per ser molt coneguda per la seva gran difusió internacional, per comparar els efectes que produeix l'exposició en algunes funcions com l'autoregulació i la memòria, respecte de continguts més lents com *Caillou* o l'activitat de dibuixar" (RTVE, 2011). Segons la Defensora, l'objectiu de l'experiment no era realitzar una anàlisi dels efectes potencials de *Bob Esponja*, sinó d'un contingut dinàmic davant d'un altre de més calmat. També va assenyalar que la mida de la mostra impedia extrapolar-ne les dades o fer generalitzacions. De tota manera, la Defensora ha assegurat que la sèrie es va visionar de nou i no es va trobar cap element perjudicial, sinó únicament "amistat, acció, ritme, música i molt d'humor" (RTVE 2011).

Una altra de les preocupacions que es desprèn de les reclamacions presentades pels progenitors ha mostrat una situació paradoxal. D'una banda, algunes queixes reclamen més continguts divulgatius, i de l'altra, s'assenyala la manca de

continguts educatius al canal. Per tal de respondre a les dues demandes, l'Oficina va demanar la valoració de la directora de Clan, que va explicar que l'objectiu principal del canal era que "els nens es divertissin i al mateix temps aprenguessin amb els seus personatges favorits comportaments socials, valors, hàbits" (RTVE 2010); per això s'optava per programar continguts educatius i d'entreteniment. Es van esmentar *Els Lunnis* i *Pocoyó* com a productes que entretenien els menors en etapa preescolar, però que també educaven tot transmetent valors de respecte, igualtat o justícia; *Caillou* o *Enermanos* com a productes que promouen la cura del medi ambient o *El món de Pocoyó*, amb la seva secció *Let's go Pocoyó*, o *Dora l'exploradora* per impulsar l'aprenentatge de l'anglès.

b) Les edats recomanades de visionament

La classificació per edats⁵ de la Corporació de RTVE sobre els continguts es realitza a partir de l'anàlisi dels quatre paràmetres següents: 1) comportaments socials, 2) violència, 3) conflictivitat i 4) sexe. Als quals s'hi afegeixen dues variables més (retrat social i integració i expressió artística) per qualificar continguts com a recomanats especialment per a la infància i per a tots els públics.

Algunes reclamacions sol·licitaven un canvi en la classificació dels continguts segons les edats recomanades.

Clan és un canal infantil amb continguts dirigits a diferents grups d'edat (infància i adolescència), per això hi ha queixes sobre l'emissió de continguts inadequats per a certes edats. Diverses reclamacions han suggerit la possibilitat de crear un nou canal, de manera que una cadena estigués dedicada a mainada de fins a set anys i una altra de set anys en endavant, i imitar el model de la BBC amb dos canals: un per a menors de sis anys (CBeebies) i un altre de sis a dotze anys (CBBC). Des de l'Oficina han reconegut que la BBC era un referent i que del canal dirigit únicament al públic preescolar emetien algunes sèries com *Todo es Rosie*, *Peppa Pig* o *Pat el carter*. No obstant això, els responsables del canal han indicat que en els múltiples atorgats pel Ministeri d'Indústria no es disposava d'espai per oferir dos canals dedicats a menors. Aquest escenari és un dels motius per oferir una programació dirigida a totes les edats. Per això, alguns progenitors han proposat que tots els continguts del canal s'acompanyessin d'un rètol indicatiu de la classificació de les edats per evitar que els nens visionessin continguts inadequats per a la seva edat.⁶

A més, moltes reclamacions han insistit a assenyalar la repetició contínua dels continguts del canal i l'absència de nous productes. Des de l'Oficina s'ha destacat que Clan és un canal temàtic que repeteix contínuament contingut pel fet de no disposar de tants espais televisius com per cobrir totes les hores de programació. La graella es configura segons les estratègies de programació de canal però, habitualment, les estrenes es programen per a l'horari de tarda i després es repeteixen de forma contínua.

c) La publicitat encoberta

Diverses reclamacions han insistit a considerar que determinades autopromocions (per exemple les de la sèrie *Gormiti*, amb imatges reals de joguines) es podien qualificar com a publicitat encoberta. Tal com s'ha reconegut per part de l'Oficina del Defensor, els espectadors “ni són ni han de ser experts en publicitat, de manera que la presència de joguines a la pantalla s'associa, automàticament, amb una inserció publicitària convencional” (RTVE 2011). Tot i l'eliminació de l'emissió de la publicitat comercial derivada de la Llei 8/2009, de 28 d'agost, de finançament de la Corporació de Ràdio i Televisió Espanyola, les autopromocions de les sèries i productes derivats d'aquestes estan permeses, però es reconeix que poden generar confusió, sobretot en un públic especialment sensible com els menors d'edat.

La recomanació que s'ha fet des del canal és que els missatges “han d'estar clarament diferenciats, o bé mitjançant la imatge, o bé mitjançant el relat, de la publicitat en ús dels mitjans comercials, de manera que no es pugui produir cap tipus de confusió en l'espectador” (RTVE 2011).

d) Distribució horària dels continguts

Algunes de les reclamacions presentades han mostrat desacord amb la programació horària dels continguts, o bé perquè aquests s'emeten en un horari tardà o bé perquè era inadequat per als menors. No obstant això, des de l'Oficina s'ha indicat que els responsables de programació són els encarregats de l'elaboració de les graelles, als quals s'eleva les reclamacions presentades. S'explica que ells distribueixen els continguts en funció dels índexs d'audiència i acceptació, juntament amb els usos del temps de la població espanyola, per tal de satisfer la gran majoria.

e) Comportaments socials

Diverses reclamacions han tingut com a eix central els comportaments socials dels personatges de la sèrie *Winx Club*. Segons els reclamants, en aquesta sèrie es mostraven personatges femenins estereotipats, comportaments misògins, així com rols masculistes exercits per alguns personatges. També es considerava que l'estètica i el físic de les protagonistes era “un model que pot conduir a l'anorèxia” (RTVE 2011).

La resposta de la Defensora indicava que, d'una banda, en aquesta sèrie prevalien més els elements positius (esforç, amistat, consecució d'objectius col·lectius, etc...) que la presència d'estereotips. D'altra banda, en relació amb el físic de les protagonistes, s'afirmava que sí que són molt estilitzades, però que “el relat deixa ben clar que és una fantasia, no una realitat” (RTVE 2011).

També s'ha recollit en les reclamacions la preocupació pel llenguatge emprat per certs personatges, inadequat per al públic infantil.

6. Discussió i conclusions

Una vegada analitzades les reclamacions presentades a l'Oficina del Defensor/a de l'Espectador, de l'Oient i de l'Usuari dels Mitjans Interactius de RTVE, se n'ha pogut concloure:

En primer lloc, cal destacar la preocupació constant dels progenitors per la violència observada en els continguts audiovisuals que consumeixen els seus fills i filles. Els potencials usos negatius del visionament de continguts televisius considerats com a violents és el motiu principal de reclamació, molt per sobre de les reclamacions sobre el vocabulari inadequat o els rols sexistes que adopten alguns dels personatges de les sèries d'animació.

En segon lloc, tant els progenitors com la mateixa Oficina han assenyalat contínuament la BBC com un model a seguir a l'hora de seleccionar i programar els continguts destinats al públic infantil. La divisió de la programació infantil-juvenil en dos canals ha estat un aspecte molt valorat pels progenitors per tal que els i les menors d'edat visionin el contingut adequat a la seva edat. En aquest sentit, i de cara a futures investigacions, seria d'interès analitzar el paper que la BBC, juntament amb l'organisme regulador Ofcom, exerceixen en l'alfabetització de l'audiència infantil britànica.

En tercer lloc, el conjunt de les reclamacions rebudes han permès, des de la figura del Defensor, reflexionar sobre el contingut de les reclamacions i intentar fer una crítica i un diàleg intern. A més, la presència d'aquesta figura permet a l'audiència prendre consciència d'algunes de les decisions adoptades en relació amb determinats continguts. Això pot contribuir a la millora de la credibilitat i del prestigi de la Corporació.

En quart lloc, en els informes emprats no s'ha recollit que el Defensor hagi actuat d'ofici en relació amb el canal Clan,⁷ sinó que la seva actuació s'ha derivat de les reclamacions dels progenitors. En el període analitzat, la seva activitat principal ha estat donar resposta a les reclamacions i suggeriments dels progenitors dels menors de edat.

En definitiva, a través de l'anàlisi d'aquests informes es pot extreure la funció social que realitza el Defensor, així com els riscos al qual estan exposats els i les menors. Els progenitors són els que traslladen a l'Oficina les reclamacions i suggeriments sobre aquells aspectes que puguin ser potencialment nocius per als nens. A la llar també són els progenitors o els adults els responsables d'establir criteris i/o filtres per al consum responsable dels mitjans. Caldria conèixer, per tant, el nivell d'alfabetització mediàtica que tenen per valorar la seva funció. Com va assenyalar Torrecillas Lacave (2012: 140), “la desprotecció de la infància a la llar davant de la televisió comença per la falta d'una adequada alfabetització mediàtica destinada als progenitors”. És per aquest motiu que l'alfabetització mediàtica dels progenitors pot determinar considerablement l'educació mediàtica que reben els i les menors d'edat i la seva actitud cap als mitjans com a consumidors del futur.

La societat de la informació actual, multipantalla i

hiperconnectada, planteja grans i nous reptes per al sistema televisiu i fa que els contextos d'ús s'hagin multiplicat, diversificat i renovat (PÉREZ-TORNERO 2008). En aquest nou entorn han pres més rellevància els processos d'alfabetització mediàtica, per tal de despertar l'esperit crític en la ciutadania perquè demanin una comunicació sostenible, basada en la veracitat dels missatges i en el rigor informatiu (DEL-MORAL i VILLALUSTRE 2013). Les generacions de infants, nadius digitals, seran usuaris i consumidors proactius que participaran, més que qualsevol altra generació anterior, en els mitjans de forma activa i continuada, en un entorn altament mediatitzat; per això és necessari capacitar-los mínimament. El fet d'establir hàbits de consum responsables és una tasca que recau en diversos agents de l'educació formal i informal, tot i que s'ha observat que, des de l'Oficina del Defensor, no s'han realitzat actuacions d'ofici que contribuïssin en aquesta finalitat.

En la segona part de la investigació, actualment en curs, es podrà observar si les preocupacions, queixes i suggeriments dels progenitors s'han alterat o, per contra, són similars a aquells expressats durant els anys analitzats. Això ens permetrà d'establir anàlisis comparatives i evolutives sobre l'actuació del Defensor davant les reclamacions dels progenitors.

En properes investigacions caldria relacionar si la població infantil i adolescent té la capacitat de valorar la vulneració o no dels seus drets, així com d'adoptar una postura crítica sobre els continguts televisius, tal com es va confirmar en l'estudi d'Espinosa, Ochaíta i Gutiérrez (2014) en una mostra d'adolescents (12-18 anys) espanyols.

Notes

1. Destaquen els treballs de Fernández-Martínez i López-de-Ayala (2011) o Ruiz-San-Román i Salguero-Montero (2008) sobre el compliment del codi.
2. Un altre treball de gran interès és el de Paz-Rebollo i Martínez-Valero (2014) sobre la conformació de la primera audiència infantil i juvenil per a la televisió a Espanya que comprèn la dècada de 1958-1968.
3. Un antecedent previ va ser la posada en marxa de la figura del Defensor de l'Oient a RNE (1986).
4. Cal mencionar que en l'actualitat els serveis públics de televisió d'Extremadura, Catalunya i Andalusia compten amb la figura del Defensor de l'Audiència.
5. La classificació per edats és la següent: continguts per a la infància, continguts no recomanats per a menors de 7 anys, continguts no recomanats per a menors de 13 anys i continguts no recomanats per a menors de 18 anys.
6. En aquest sentit, cal remarcar el treball realitzat per Ortiz-Sobrino, Fuente-Cobo i Martínez-Otero (2015) sobre la senyalització dels continguts en les principals cadenes de televisió espanyoles.
7. El Defensor sí que ha actuat d'ofici arran de continguts emesos a TVE-1 considerats inadequats per als menors d'edat.

Referències

- AIERBE-BARANDIARAN, A.; OREGUI-GONZÁLEZ, E. "Valores y emociones en narraciones audiovisuales de ficción infantil". *Comunicar*. Vol. XXIV, núm. 47, 2016, 69-77. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C47-2016-07>.
- AIMC. *Marco general de los medios en España*. Madrid: AIMC, 2020. <<https://www.aimc.es/blog/aimc-lanza-marco-general-los-medios-espana-2020-diversas-novedades/>> [Consulta: 12-02-2020].
- AIMC. *Estudio AIMC Niños*. Madrid: AIMC, 2018. <<https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/aimc-ninos/>> [Consulta: 28-05-2020].
- ARAN-RAMSPOTT, S.; RODRIGO-ALSINA, M. "La interpretación infantil de la violencia en la ficción televisiva. La noción de realismo de proximidad". *Cultura y Educación*. Vol. 24, núm. 4, 2012, 489-504. doi: <http://dx.doi.org/10.1174/113564012803998794>
- AZNAR, H. "El ombudsman, como mecanismo de autorregulación". *Revista Latina de Comunicación Social*, Vol. 13, 1999.
- BERABA, M. "Situación del ombudsman en Brasil". *Revista de Comunicación*. núm. 4, 2005, 66-73.
- BRINGUÉ, X; DE-LOS-ÁNGELES, J. "La investigación académica sobre publicidad, televisión y niños". *Comunicación y Sociedad*. Vol. 13, núm. 1, 2000, 37-70.
- BUCKINGHAM, D. "Infancias cambiantes, medios cambiantes: nuevos desafíos para la educación mediática". *Cultura y Educación*. Vol. 12, núm. 4, 2000, 23-38.
- CALLEJO, J. "El tiempo infantil de consumo televisivo y su relación con otras actividades". *Doxa Comunicación*, núm. 6, 2008, 267-296.
- CALLEJO, J. "Limitaciones para el establecimiento de una tipología de la investigación sobre niños y televisión: el caso español". *Empiria*. núm. 8, 2004, 11-54.
- CASAS, F.; FIGUER, C.; GONZÁLEZ, M.; MALO, S. "Los medios audiovisuales entre los progenitores y los hijos e hijas". *Cultura y Educación*. Vol. 19, núm. 3, 2007, 311-330. doi: <http://dx.doi.org/10.1174/113564007782194499>
- CEPEDA, C. "La defensoría del Televidente del canal RCN (Colombia)". *Revista de Comunicación*. núm. 4, 2005, 77-79.
- CÓDIGO DE AUTORREGULACIÓN DE CONTENIDOS TELEVISIVOS E INFANCIA, 2005. <<http://tvinfancia.es/tvinfancia>> [Consulta: 05-02-2020].
- DE-CASAS-MORENO, P.; MARAVER-LÓPEZ, P.; AGUADED, I. "Análisis de contenido de la programación sensacionalista pública española: propuesta de cuestionario como medidor de los hábitos de la audiencia audiovisual". *Icono 14*. Vol. 14, núm. 1, 2016, 1-23. doi: <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v14i1.914>

- DEL-RÍO, P. "La televisión y el niño". *Cultura y Educación*. Vol. 9, 1997, 23-24.
- DEL-MORAL, M.E.; VILLALUSTRE, L. "Alfabetización Mediática, participación y responsabilidad frente a los medios de la generación del silencio". *Comunicar*. Vol. XX, núm. 40, 2013, 173-181.
- DVORKIN, J. "La diaria tarea de un ombudsman". *Cuadernos.info*. núm. 18, 2005, 43-47.
- EURODATA TV. *Kids TV Report*. 2019 <<https://www.glance-mediаметrie.com/en/kids-tv-report>> [Consulta: 03-02-2020].
- ESPINOSA, M-A.; OCHAÍTA, E.; GUTIÉRREZ, H. "Adolescentes consumidores de televisión: autopercepciones sobre sus derechos". *Comunicar*. Vol. XXII, núm. 43, 2014, 181-188. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C43-2014-18>
- FERNÁNDEZ-GÓMEZ, E. "La programación infantil y juvenil de la televisión pública española: ¿oferta generalista o temática? El paso de La 2 a Clan TVE". *Estudios sobre el mensaje periodístico*. núm. 18, núm. especial octubre (1), 2012, 313-323.
- FEJOO-FERNÁNDEZ, B.; GARCÍA-GONZÁLEZ, A. "40 años de televisión infantil en España (1970-2010)". *Doxa Comunicación*, núm. 22, 2016, 79-104.
- FERNÁNDEZ-MARTÍNEZ, A.; LÓPEZ-DE-AYALA LÓPEZ, M. C. "Televisión e infancia: cinco años después del código de autorregulación". *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 66, 2011, 31-62. doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-923-031-062>
- FERRÉS, J. "La familia frente al televisor: ¿víctima o culpable?". *Comunicar*. Vol. 13, núm. 25, 2005, 237-242.
- GALLARDO-CAMACHO, J.; LAVÍN, E.; SIERRA-SÁNCHEZ, J. "Los programas infantiles de televisión y su consumo en diferido en España". *Icono 14*. Vol. 18 (1), 2020, 155-178. doi: <http://dx.doi.org/10.7195/ri14.v18i1.1387>
- GARCÍA-GALERA, M.C. "Los derechos de la infancia frente al televisor ¿quién los defiende?". *Doxa Comunicación*. núm. 6, 2008, 93-112.
- GARCÍA-GONZÁLEZ, A.; TENREIRO, L. "Las reclamaciones de los telespectadores y radioyentes de RTVE". A: FUNDACIÓN COSO. *La ética y el derecho en la producción y el consumo del entretenimiento*. València: Fundación Coso, 2006, 234-243.
- GARCÍA-MATILLA, A. *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona: Gedisa, 2003.
- GARCÍA-MATILLA, A.; WALZER, A.; CALLEJO-GALLEGO, M.J. "Una investigación sobre televisión e infancia". *Cuadernos de pedagogía*. núm. 343, 2005, 53-56.
- GÓMEZ-AMIGO, S. "Desajustes entre la audiencia televisiva infantil y los horarios de protección". *Revista Mediterránea de Comunicación*. Vol. 7(1), 2015, 63-78. doi: <http://dx.doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.4>
- GONZÁLEZ-ESTEBAN, J.L.; GARCÍA-AVILÉS, J.A.; KARMASIN, M.; KALTENBRUNNER, A. "La autorregulación profesional ante los nuevos retos periodísticos: estudio comparativo europeo". *Revista Latina de Comunicación Social*. Vol. 66, 2011, 426-453. doi: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-66-2011-940-426-453>
- HERRERA, S. "El defensor de la audiencia como instrumento para la comunicación en medios". *Comunicar*. Vol. XXV, núm. 30, 2008, 125-130. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/c30-2008-02-005>
- HERRERA, S. "Situación del ombudsman en el mundo". *Revista de Comunicación*. núm. 4, 2005, 17-37.
- HERRERA, S.; ZETA, R. "Situación del ombudsman en Latinoamérica". *Revista de Comunicación*. núm. 4, 2005, 38-59.
- IZQUIERDO-CASTILLO, J. "El nuevo negocio mediático liderado por Netflix: estudio del modelo y proyección en el mercado español". *El profesional de la información*. Vol. 24, núm. 6, 2015, 819-826. doi: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.nov.14>
- LICERAS-RUIZ, A. "La educación informal de los medios de comunicación y la protección de los menores de la violencia en televisión: historia de un fracaso". *Profesorado*. Vol. 18, núm. 2, 2014, 353-365.
- LILLARD, A.; PETERSON, J. "The immediate impact of different types of television on young children's executive function". *Pediatrics*. Vol. 128, núm. 4, 2011, 644-649. doi: <http://dx.doi.org/10.1542/peds.2010-1919>
- LLOPIS, R. "La mediación familiar del consumo infantil de televisión. Un análisis referido a la sociedad española". *Comunicación y Sociedad*. Vol. 17, núm. 2, 2004, 125-147.
- LÓPEZ-SÁNCHEZ, C.; TUR-VIÑES, V.; GARCÍA-DEL-CASTILLO, J.A. "Evaluación del protagonista-antagonista en los contenidos audiovisuales dirigidos a la infancia en cadenas de televisión españolas". *Revista Latina de Comunicación Social*. Núm. 65, 2010, 553-560.
- MACÍA-BARBER, C. "Un modelo de Defensor del Lector, del Oyente y del Telespectador para el perfeccionamiento del ejercicio del periodismo en España". *Comunicación y Sociedad*. Vol. XIX, núm. 1, 2006, 47-66.
- MARTA-LAZO, C. "La competencia televisiva en el currículo escolar". *Zer*. Vol. 13, núm. 25, 2008a, 107-120.
- MARTA-LAZO, C. "El proceso de recepción televisiva como interacción de contextos". *Comunicar*. Vol. XVI, núm. 31, 2008b, 35-40.
- MARTA-LAZO, C. "El consumo televisivo responsable en el niño". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, núm. 71, 2007, 101-103.

- MARTA-LAZO, C. "Los padres y madres, principal referente de lo que los niños ven en la pantalla". *Comunicar*. Vol. 13, 25(2), 2005.
- MARTA-LAZO, C.; PÉREZ-SERRANO, M.J.; ARTERO MUÑOZ, J.P. "Comparative analysis of Public Television Channels for Children in Europe. The case of CBBC, RAI Yoyo and Clan". *Journal of Social Sciences Research*. Vol. 7, núm. 1, 2015, 1168-1177.
- MATEOS-PÉREZ, J. "La programación infantil y juvenil en el cambio de ciclo televisivo español (1990-1994)". *Palabra clave*. Vol. 15, núm. 3, 2012, 524-548.
- MELGAREJO, I.; RODRÍGUEZ, M.M. "Los canales infantiles politemáticos de televisión digital en España: análisis y clasificación". *Doxa Comunicación*, núm. 120, 2011, 44-64.
- MORENO-RODRIGUEZ, M.D. "La TDT impulsa la multiplicación de canales infantiles". *Revista electrónica de tecnología educativa*. núm. 28, 2009, doi: <https://doi.org/10.21556/edutec.2009.28.473>
- NÚÑEZ-LADEVECE, L. "El contexto de recepción infantil". *Telos*, núm. 73, 2007, 46-51.
- OLIVEIRA, M. "Da figura do Ombudsman de Média às singularidades do Provedor Pacote de Oliveira". *Revista Comunicando*. Vol. 6, núm. 1, 2017, 163-172.
- OLIVEIRA, M. "Provedor do telespectador: um argumento contra a caixa de Pandora". *Comunicar*. Vol. XIII, núm. 25, 2005.
- OLIVEIRA, F.; OLIVEIRA, M. "Ombudsmen in the brazilian and portuguese media: a reflection on the activities developed between 1989 and 2013". *Brazilian journalism research*. Vol. 10, núm. 1, 2014, 58-75.
- OROZCO-GÓMEZ, G. *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid: Ediciones de la Torre, 1996.
- OROZCO-GÓMEZ, G. "La televisión y los niños desde una perspectiva latinoamericana". *Revista de Ciencias de la Información*. núm. 8, 1993, 121-134.
- ORTIZ, M.A.; RUIZ, J.A.; DÍAZ, E. (2013). "Las televisiones y la investigación en infancia y televisión". *Comunicar*. Vol. XX, núm. 40, 2013, 137-144.
- ORTIZ-SOBRINO, M.A.; FUENTE-COBO, C.; MARTÍNEZ-OTERO, J.M. "La señalización de los contenidos en las principales cadenas de televisión españolas". *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 70, 2015, 468-489.
- PALAU-SAMPIO, D. "Dealing with viewers' complaints: Role, visibility and transparency of PSB Ombudsmen in ten European countries". *Observatorio (OBS*) Journal*. Vol. 11, núm. 4, 2017, 122-138.
- PAZ-REBOLLO, M.A.; MARTÍNEZ-VALERIO, L. "La primera conformación de una audiencia infantil y juvenil para la televisión en España (1958-1968)". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 20, Núm. especial, 2014, 4358.
- PEREIRA, S.; FARIA, J.; PESSÔA, C. "Public television and media literacy: the role of TV ombudsman programmes in Portugal and Brazil". *Comunicação e Sociedade*. Vol. 30, 2016, 245-265.
- PÉREZ-ORNIA, J.R.; NÚÑEZ-LADEVECE, L. "Lo que los niños ven en la televisión". *Zer: revista de estudios de comunicación*. núm. 20, 2006, 133-177.
- PÉREZ, A. "La defensoría del televidente del canal Caracol (Colombia)". *Revista de Comunicación*. núm. 4, 2005, 74-76.
- PÉREZ-TORNERO, J.M. (2008). "La sociedad multipantallas: retos para la alfabetización mediática". *Comunicar*. Vol. XVI, núm. 31, 2008, 15-25.
- POYATOS-FERNÁNDEZ, M.D.; TUR-VIÑES, V. "El mensaje televisivo de programas y publicidad dirigido al público infantil: aproximación a la calidad de su contenido". *Comunicar*. Vol. XIII, núm. 25, 2005.
- RTVE (2010-2015). Informes trimestrales de la Oficina del Defensor de espectador, oyente y usuario de medios interactivos. <<http://www.rtve.es/defensora/informes/>> [Consulta: 05-12-2019]
- RTVE (2007). *Acuerdo del consejo de administración de 29 de noviembre de 2007 por el que se aprueba el estatuto del defensor del espectador, oyente y usuario de medios interactivos*. <http://www.rtve.es/contenidos/documentos/Estatuto_defensora.pdf> [Consulta: 01-04-2020]
- RUIZ SAN-ROMÁN, J.A.; SALGUERO-MONTERO, M. "Tres años de Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia en España (2004-2007)". *Sphera Pública*, Vol. 8, 2008, 65-81.
- SÁNCHEZ-APELLÁNIZ, M.J. "La nueva figura del defensor del telespectador". *Comunicar*. núm. 7, 1996, 68-72.
- TORRECILLAS-LACAVE, T. "Los padres, ante el consumo televisivo de los hijos: Estilos de mediación". *Revista Latina de Comunicación Social*. Vol. 68, 2013, 27-54. doi: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2013-968>.
- TORRECILLAS-LACAVE, T. "Características de los contextos familiares de recepción televisiva infantil. La responsabilidad mediadora de los padres". *Sphera Pública*, Vol. 12, 2012, 127-142.
- TUR-VIÑES, V. "Aproximación a la medida empírica de la calidad del audiovisual dirigido a niños". *Comunicar*. Vol. XIII, núm. 25, 2005, 17-23.
- VELÁSQUEZ-OSSA, C.M.; CADAVID-ÁLVAREZ, H. "El Defensor del Público: una figura por descubrir". *Palabra Clave*, núm. 6, 2002.
- VILLANUEVA, E. *La defensoría de la audiencia*. México: UNAM, 2011.
- ZETA, R. "Hacia un defensor de la audiencia en los medios peruanos". *Revista de Comunicación*. Núm. 4, 2005, 60-65.