

Modelos europeos de clasificación por edades del contenido audiovisual: claves para su adaptación al consumo digital del público infantil

European models of the age rating of audio-visual content: keys to their adaptation to the digital consumption of children's audiences



Rebeca Martín-Nieto. Doctora en Ciencias de la Comunicación y Máster en Neurodidáctica por la Universidad Rey Juan Carlos. Licenciada en Comunicación Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid. Profesora Contratada Doctor del área de Comunicación Audiovisual y Publicidad (URJC). Ha participado en diversos proyectos de investigación tanto nacionales (Plan nacional de I+D+i) como internacionales. Las líneas de investigación giran alrededor de la relación de Internet con la infancia y la adolescencia y su aplicación en la innovación educativa, así como de la comunicación en las organizaciones. Forma parte de los Grupos de Investigación sobre Comunicación, Sociedad y Cultura (GICOMSOC), Investigación Solidaria, y el grupo de innovación docente CC_Creat&in. Premio Profesores innovadores URJC 2021 con el proyecto "Radio Gaga: la escucha desatada".

Universidad Rey Juan Carlos, España
rebeca.martin@urjc.es
ORCID: 0000-0003-3184-3564



Laura Martínez Otón. Doctora en Comunicación social por CEINDO (Universidad CEU San Pablo). Licenciada en Periodismo por el CEU San Pablo de Madrid. Actualmente dirige el Máster en radio, podcast y audio digital, de la Universidad Nebrija. Es docente en diferentes grados de la Facultad de Comunicación y Artes de Nebrija. Forma parte del grupo de investigación INNOMEDIA de la Universidad Nebrija donde centra sus trabajos investigadores en la radio, el podcast y el audio en general, en relación con la Sociedad de la Comunicación digital. Ha desarrollado su carrera profesional en comunicación en el Grupo COPE (1995 a 2019) Cadena 100 y Cadena COPE. Ha trabajado junto a Carlos Herrera, Ernesto Sáenz de Buruaga, Ángel Expósito, Javi Nieves o Cristina López Schlichting entre otros. Ha sido reconocida con el IX Premio "Lolo" a su trayectoria periodística y Premio de Radio Grupo Norte contra la Violencia de Género.

Universidad Nebrija, España
lmartinezot@nebrija.es
ORCID: 0000-0002-2535-8282



Luis Miguel Pedrero Esteban. Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca (1994) y Doctor en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Autónoma de Barcelona (1999). Ha sido redactor de informativos en la Cadena SER (Madrid y Zamora), guionista de musicales en Los 40, M-80 y Dial; colaborador en COPE Salamanca y Onda Cero Salamanca; y consultor en Kiss FM, RTVC, RTVM y CRTVG. Catedrático en la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad Nebrija (Madrid) e investigador principal del grupo INNOMEDIA. Profesor visitante en la Università degli Studi di Siena (Italia), Birmingham City University (Reino Unido); y Universidad de Lima (Perú). Profesor invitado en UNAM (México), Concepción (Chile), Técnica Particular de Loja y Técnica de Cotopaxi (Ecuador), Nacional de Quilmes (Argentina), Monteávila (Venezuela) (Ecuador) y do Minho (Braga, Portugal). Docente en los másteres de Radio (CEU), Podcast y Audio Digital (Barreira), Radio, Podcast y Audio Digital (Nebrija).

Universidad Nebrija, España
lpedrero@nebrija.es
ORCID: 0000-0003-4949-2360

Cómo citar este artículo:

Martín-Nieto, R. Martínez Otón, L. y Pedrero Esteban, L. M. (2023). Modelos europeos de clasificación por edades del contenido audiovisual: claves para su adaptación al consumo digital del público infantil. *Doxa Comunicación*, 36, pp. 359-379.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n36a1700>

Resumen:

El ecosistema mediático digital se ha estandarizado como referencia preeminente de ocio y entretenimiento. Su exponencial oferta resulta accesible de forma inmediata, ubicua y constante a través de dispositivos conectados, y ello ha diluido la efectividad de los sistemas de orientación sobre la idoneidad o inconveniencia de contenidos para niños y adolescentes. Esta investigación revisa, ordena y sistematiza los criterios e indicadores de los modelos de clasificación por edades en la televisión, el cine, las plataformas de *streaming* de video y los videojuegos utilizados en España, Reino Unido, Francia, Alemania, Italia y Portugal, seis países europeos con entornos socioculturales y estructuras de mercado asimilables. El estudio constata notables diferencias en la definición y categorización según los medios y territorios; además, pone de relieve la necesidad de redefinir las bases semánticas, estéticas y técnicas sobre las que construir un modelo común de recomendaciones compatible con todos los contenidos digitales, al margen del tipo de soporte o la tecnología de distribución; sólo así se podrá promover un consumo activo que fomente el pensamiento crítico y la educación mediática digital en niños y jóvenes.

Palabras clave:

Consumo digital; asesoramiento; clasificación; edad; infancia.

Abstract:

The digital media ecosystem has become established as the dominant reference for entertainment. Its exponential supply is immediately, everywhere, and continuously accessible through connected devices. This has diminished the effect of guidance systems on the suitability or unsuitability of content for children and adolescents. This research review organises and systematises the criteria and indicators of age rating models in television, cinema, video streaming platforms and video games applied in Spain, the United Kingdom, France, Germany, Italy and Portugal, six European countries with similar socio-cultural environments and market structures. The study finds notable differences in the definition and classification according to the media and territories: it also emphasises the need to redefine the semantic, aesthetic and technical bases on which to build a common model of recommendation compatible with all digital content, regardless of the medium or distribution technology; this is the only way to promote active consumption that fosters critical thinking and digital media education in children and young people.

Keywords:

Digital consumption; advice; classification; age; childhood.

1. Introducción y estado de la cuestión

La consolidación de la conectividad y la normalización en el acceso a Internet han redefinido la relación entre los medios de comunicación y la ciudadanía –en especial la de adolescentes y jóvenes– con los contenidos y las redes digitales. La familiaridad y el contacto continuo de este perfil demográfico con los escenarios virtuales facilita una relación con las pantallas y el entorno digital más fluida, aunque ello no equivale necesariamente a un conocimiento o a una capacidad crítica más elevada (Sádaba y Pérez-Escoda, 2020).

Por primera vez en la historia, hoy son los individuos más jóvenes quienes toman la iniciativa y se comportan como conductores (*drivers*) en el empleo de los medios de comunicación y en la interacción con sus contenidos (Rubio Gil, 2000), si bien se ha diluido en su dieta de consumo la presencia de las marcas tradicionales de televisión, radio y prensa en favor de las redes sociales y las nuevas ventanas digitales (Jiménez-Morales, Montaña y Medina Bravo, 2020). Esta tendencia se comienza a constatar desde la segunda década del siglo XXI, cuando el tiempo dedicado por el público de 14 a 25 años a medios convencionales se acortaba mientras crecía el protagonizado por las plataformas y redes sociales a través de *smartphones*, ordenadores y tabletas (López-Vidales y López-Rubio, 2021).

Si hace años el debate académico se centraba en si los niños y adolescentes estaban conectados, en la tercera década del nuevo milenio las inquietudes se orientan a cómo interaccionan en la red las generaciones más jóvenes, pues su presencia intensiva en ella resulta incuestionable: informes como *The Monitor Report* (Childwise, 2022) reflejan que la edad de acceso al *smartphone* se sitúa en los 7 años, y a los 11 años su posesión es casi universal. Otro estudio en 19 países europeos sobre una muestra de 25.101 niños entre 9 y 16 años (Smahel *et al.*, 2020) estima un tiempo diario de conexión a Internet de casi 3 horas (2h 47min). En EE. UU., *Common Sense Media* (2020) reveló que los niños de 8 a 12 años pasan 4:44 h diarias ante las pantallas, cifra que aumenta hasta 7:22 h en los adolescentes (13 a 18 años). En España, según AIMC (2018), los escolares entre 6 y 13 años permanecen a diario frente a alguna pantalla cinco horas los días laborables y siete el fin de semana.

El repertorio de contenidos a los que acceden durante ese tiempo se ha multiplicado de forma exponencial hasta normalizar el paradigma “lo que quieran, donde quieran y cuando quieran”. Esta lógica ha alterado las pautas de producción y distribución de la industria de medios, pero también la efectividad de la mediación parental propia de la era analógica: la renovación de tecnologías, la eclosión multiplataforma y la hibridación de géneros y lenguajes complica hoy la clasificación y categorización de la oferta atendiendo a su idoneidad en función de la edad del público. Esa cautela, considerada inexcusable como medida de protección de los niños, se convierte en el actual entorno un problema de creciente y cada vez más compleja regulación.

2. Antecedentes

De entrada, conviene centrar qué se entiende por *niño* para determinar a qué podemos llamar *infancia*. Por *niño* se entiende una persona menor de 18 años según el artículo 12 de la Constitución Española (CE), atendiendo al precepto 1 de la Ley Orgánica 1/1996 (15 de enero) de Protección Jurídica del Menor, y a la definición de la Convención de los Derechos del Niño (1989) como tratado internacional en la resolución 44/25 de Naciones Unidas, que además establece que:

«El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño [...]; Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto, los Estados Parte: a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño [...] e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar [...]».

Por tanto, se deduce que existe una responsabilidad que va más allá de las familias y los propios medios de comunicación y que a la sociedad, en general, le corresponde el desarrollo, la educación y la formación de los menores (Lozano-Oyola; Romero Landa, 2009), aunque los progenitores posean la responsabilidad última sobre los contenidos que sus hijos consumen en los medios audiovisuales y sean garantes de su bienestar. Si seguimos el ‘principio del interés superior del niño’ que debe primar atendiendo a la Convención, sería conveniente que la sociedad y las propias familias tuvieran acceso a información sobre los contenidos audiovisuales antes de su consumo para facilitar así la selección real de contenidos accesibles a los menores (Nieto Tamargo, 2008).

Esta necesidad y preocupación es la que favorece la aparición de las clasificaciones por edades de los contenidos mediáticos. Para Tur-Viñes (2020), las clasificaciones serán útiles cuando incorporen datos con una recomendación de edad idónea y otra sobre el contenido desde un punto de vista más moral, que “garantizará un repertorio de informaciones destinadas no sólo a la protección, prevención o advertencia, sino también a la prescripción de aspectos que contribuyan a generar una experiencia positiva en la audiencia”, siempre que se respete su libertad última de decisión.

Pero ¿cómo establecer qué contenidos son convenientes o no según la edad de los menores? La mayoría de las clasificaciones reflejan las fases de desarrollo intelectual de la teoría del desarrollo evolutivo de Piaget (1981), que se relaciona, además, con las del desarrollo biológico. En función de ellas se establecen varios grupos: los menores de 7 años, los que tienen entre 8 y 12-14 años y un último grupo a partir de esa edad. No obstante, todas las clasificaciones en el ámbito audiovisual incluyen, al menos, una división más: hasta 18 años. En su categorización se cuenta no solo con productores audiovisuales, sino también con familias, profesionales de la psicología y la pedagogía, educadores y asociaciones de consumidores (Guadarrama Rico, 2007).

Los medios de comunicación, en especial los audiovisuales, han tomado partido por esta identificación por edades desde hace décadas. Sirva como ejemplo el ‘Código Hays’, aplicado en el cine de Hollywood entre 1934 y 1967, justo antes de que se adoptara el sistema de clasificación por edades de la Motion Picture Association (MPAA, 1968). No obstante, el medio más regulado e investigado es la televisión, con gran diferencia respecto al resto. En España se estableció ya en 1963 un sistema de identificación visual a través de unos rombos insertados al inicio de los programas que alertaban a las familias de contenidos violentos o eróticos no adecuados para la infancia. El Comité de Censura de TVE establecía dos niveles: un rombo en contenidos destinados a mayores de 14 años y dos rombos para los mayores de 18 (en los años 70, este último incluía también una identificación sonora). Este sistema se mantuvo hasta 1984, en plena democracia, cuando se cedió a las familias la decisión completa del consumo de contenidos a los que podían acceder los menores (Tur-Viñes, 2020).

En 1989 se aprueba la directiva europea de Televisión Sin Fronteras –sería reformada en 1997– para fijar reglas relativas a la protección de la infancia (Tur-Viñes, Lozano Oyola, M., Romero Landa, 2008); en ellas se señala que los Estados miembros deben evitar la emisión de programas que perjudiquen el desarrollo físico, mental o moral de los menores, en particular programas con pornografía o violencia gratuita, además de que no contengan incitaciones al odio por razón de raza, sexo, religión o nacionalidad. Los países miembros tendrían que concretar individualmente la directiva para la aplicación en su territorio. En España, los operadores de televisión firmaron en 2004 el *Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia*, en el que se intentaban combinar sus legítimos objetivos económicos (y de audiencia) con las garantías para los menores que están previstas en la Constitución. En el código se establecen criterios orientadores para la evaluación de contenidos y se refuerza el cuidado del menor con franjas de especial protección según los hábitos del consumo televisivo infantil; este código se mantendría hasta 2013, cuando se puso en marcha el actualmente vigente.

La Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual (LGCA), basándose en la directiva europea, determina que los operadores de TV utilizarán para la clasificación por edades una codificación digital que permita el ejercicio del control parental. De nuevo, la responsabilidad final de selección de contenidos recae en los progenitores. En 2010 se concretan también los criterios orientativos para la calificación por grupos de edad de las películas de cine y otras obras audiovisuales; estos no deberían interpretarse como reglas de aplicación normativa automática, sino como base para orientar a la Comisión de Calificación

de Películas Cinematográficas del Instituto de la Cinematografía y de la Artes Audiovisuales y, por consiguiente, para “permitir la orientación de padres, educadores y otros responsables de menores de edad, así como de los profesionales del sector cinematográfico, prestadores de servicio de radio o TV y demás profesionales a los que pueda afectar la decisión, acerca de qué existe en cada caso detrás de una determinada calificación atribuida a una película”. La orientación por edades de una película en España se mantiene incluso aunque se emita más tarde a través de otros medios como el televisivo.

El cine y la televisión han avanzado en la clasificación por edades; en cambio, medios impresos y sonoros carecen de un código de clasificación similar para sus contenidos. Los videojuegos han impulsado un sistema reconocido y reconocible: el Sistema Paneuropeo de Información sobre Juegos (*Pan European Game Information System*, popularmente denominado PEGI), al que desde 2003 se acogen 30 países europeos. Su objetivo es proteger la infancia y ayudar a las familias a tomar decisiones informadas al adquirir juegos para consolas. Posteriormente se amplió con el sistema PEGI Online para videojuegos en línea. Además de un código de edades como el de la TV o el cine, cuenta con un código visual de contenidos que identifica lo que se puede encontrar en el juego (violencia, miedo, lenguaje soez, juego, sexo, drogas o discriminación). Esta identificación del contenido ya se incluye también en algunas plataformas audiovisuales como Netflix o HBO atendiendo a sus propios criterios.

Conviene recordar que la mayoría de los medios de comunicación, desde la televisión hasta los digitales, necesitan financiación a través de la publicidad, un contenido que también llega a la infancia y que tiene su propia regulación. En España, el *Código de Autorregulación de la Publicidad Infantil de Juguetes* (2011) categoriza tres franjas de edades similares a las inspiradas por Piaget: hasta 7 años, entre 7 y 14 años, y entre 15 y 18 años. Existe consenso sobre la especial protección de los menores frente a los mensajes publicitarios por su inmadurez, credulidad, facilidad de persuasión y sugestión que los hace más vulnerables. Bajo esta perspectiva la publicidad, además de auténtica, ha de ser honesta, leal, legal y veraz. Por eso, los anuncios destinados al público infantil buscarán evitar mensajes discriminatorios, violentos, peligrosos, contra el medio ambiente, sexuales, contra la salud, con lenguaje soez, etc. (Serrano-Maíllo, 2022). De nuevo, la inserción de espacios publicitarios está más regulada en el medio televisivo: en 2021 la CNMC y la Asociación para la Autorregulación de la Comunicación Comercial firmaron un acuerdo para el fomento de la corregulación sobre las comunicaciones comerciales en televisión que actualiza el anterior.

De manera complementaria a los códigos regulatorios *impulsados* desde los medios o desde la administración a lo largo de las últimas décadas, cabe recordar la apuesta de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual (2018) por impulsar la alfabetización mediática en todos los sectores sociales, todas las edades y todos los medios con el fin de que la ciudadanía pueda utilizar los medios con eficacia y seguridad.

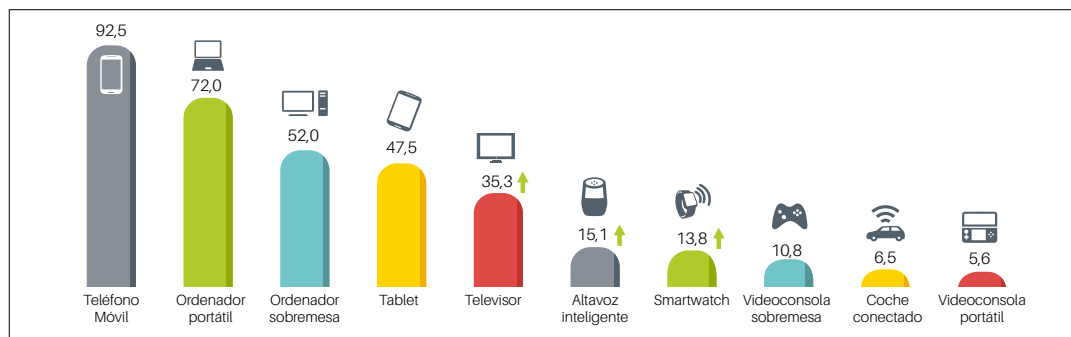
3. Metodología

El objetivo de esta investigación es encuadrar, ordenar y sistematizar los criterios e indicadores de los modelos de clasificación por edades definidos para la televisión, el cine, las plataformas de *streaming* de video y los videojuegos en España, Reino Unido, Francia, Alemania, Italia y Portugal, países cuyos entornos socioculturales y estructuras de mercado –desarrollo digital, entornos de producción, tasas de consumo audiovisual– resultan homologables (Comisión Europea, 2019).

La premisa de partida es que, dado que los terminales conectados son los dispositivos preferentes de acceso a los contenidos de ocio y entretenimiento digital –sirvan como referencia los datos de España (AIMC, 2022, Figura 1)–, y que en ellos se diluye la

naturaleza del medio de procedencia (los usuarios acceden desde una misma pantalla a películas, series de cadenas televisivas y/o plataformas de *streaming*, programas de entretenimiento y videojuegos), los criterios orientadores acerca de la conveniencia o posible perjuicio para el menor de todos esos contenidos deberían ser homogéneos en su categorización y en su apariencia visual y/o sonora.

Figura 1. Dispositivos de acceso a Internet en España por usuarios de 14 y más años (%)



Fuente: 24ª encuesta *Navegantes en la Red*. AIMC, 2022

No obstante, la hipótesis de partida es que la señalización de la idoneidad o peligro de los contenidos para el público infantil no responde a los mismos parámetros ni en cada medio ni en cada uno de los países analizados, cuyos modelos de clasificación no se han alineado aún con los nuevos hábitos y tendencias de consumo propiciadas por la convergencia tecnológica y la expansión de la conectividad digital (Jenkins, 2008). El trabajo ha optado por una metodología cualitativa en la que se usa el análisis documental y de contenido para reconocer el objeto de estudio desde un mismo enfoque para diferentes conjuntos de datos, lo cual permite verificar la información recogida en el proceso (Denzin, 1978 y Opperman, 2000). Además de la exploración bibliográfica, se ahonda en la situación regulatoria de los seis países elegidos como muestra: España, Francia, Portugal, Italia, Reino Unido y Alemania.

El análisis y sistematización de los modelos de orientación se ha articulado en torno a seis variables: país, sistema de clasificación, organismo de control, organismo de protección, tipo de clasificación y obligatoriedad de cumplimiento. Entendemos por organismo de control el que conforman las autoridades regulatorias audiovisuales independientes en cada país según los criterios asumidos en el Consejo de Europa (García Castillejo, 2006); los organismos de protección son las organizaciones independientes creadas para salvaguardar a la infancia en el consumo de productos audiovisuales. El valor que mide el cumplimiento de los sistemas orientadores es el que establece si, desde el punto de vista legislativo, el creador, productor o distribuidor está obligado, o no, a cumplirlo a la hora de poner en circulación el contenido.

4. Resultados

4.1. Criterios de clasificación de películas de cine

La clasificación por edades de las películas de cine en los países europeos analizados está atribuida a ministerios, instituciones u organismos de titularidad pública (Tabla 1): la *Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft* (FSK) en Alemania; el Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales (ICAA) en España; el *Centre National du Cinéma et de l'Image Animée* (CNC) en Francia (que también se ocupa de las series televisivas, los videojuegos y la creación digital); la *Commissione per la Classificazione delle Opere Cinematografiche* en Italia; la IGAC, *Inspecção-Geral das Atividades Culturais*, a través de la *Comissão de Classificação de Espectáculos* en Portugal; y el *British Board of Film Classification* (BBFC) en el Reino Unido.

Todos ellos coinciden en los principios que guían cada clasificación, especialmente en la protección de la infancia y de los consumidores. Con la clasificación por edades pretenden informar a las familias sobre la edad a partir de la cual se considera que el contenido de la obra de cine no provoca perjuicios en el desarrollo psicológico de los menores. Esta información se establece para la difusión de las películas en las salas de exhibición, pero en algunos países como Alemania o Reino Unido la edad queda vinculada a la obra también para video, DVD o *Blu Ray* y para su distribución en los servicios digitales de cine bajo demanda.

La clasificación por edades de las películas de cine es obligatoria, salvo en Alemania donde el proceso es voluntario, aunque si un productor decidiera no contar con la supervisión del FSK, el *film* sería clasificado automáticamente como “película para adultos”. Las personas que determinan la categoría a la que pertenece cada obra varía en cada país; en la mayoría participan docentes, psicólogos, pedagogos, profesionales o investigadores de la comunicación, asociaciones de familias de estudiantes, autores o críticos de cine, y en países como Alemania o Italia también perfiles jurídicos, sobre todos relacionados con la protección del menor.

Los criterios para diseñar la clasificación varían en cada país, aunque giran siempre en torno a la observancia de la presencia de la violencia verbal, física o psicológica; elementos que puedan provocar miedo; desnudez o escenas de relaciones sexuales; consumo de alcohol, tabaco, drogas u otras sustancias que puedan provocar adicción; o maltrato animal. Existe un consenso más o menos extendido entre los países analizados en proteger a la primera infancia, aunque hay algunos como Portugal más exhaustivos en la división por edades en esta franja etaria, mientras otros, como Italia, son más laxos.

El siguiente hito son los 12 años, el inicio de la adolescencia, donde casi la totalidad de los países marcan una nueva división (Italia es la excepción, porque incluye una franja que va de los 6 a los 14 años). La mayoría coincide también en avisar a las familias de los contenidos para mayores de 16 años (salvo en Italia: 14 y en el Reino Unido: 15); por último, el límite unánime es el de 18 años, acceso a la mayoría de edad en los países analizados y momento en el que se advierte ya de contenido para adultos. En esta etapa hay películas que por su contenido y tratamiento pueden obtener una identificación adicional, como en Francia o España (calificadas con X) o en el Reino Unido (R18).

Tabla 1. Sistemas de clasificación de contenidos en cine para menores en Europa

País	Regulación	Control	Cumplimiento	Edades
España	MCD	ICAA	Obligatorio	TP, 7, 12, 16 y 18, X
Italia	MiC	CCOC	Obligatorio	T, 6, 12, 18
Portugal	CP	IGAC	Obligatorio	3, 4, 6, 7, 12, 16 y 18
Alemania	SPIO	FSK	Voluntario	TP, 6, 12, 16, 18
Reino Unido	—	BBFC	Obligatorio	4, 8, 12, 15, 18, R18
Francia	MC	CNC	Obligatorio	TP, 10, 12, 16, 18, X

Fuente: elaboración propia

Desde el punto de vista visual, la clasificación por edades se comunica a través de códigos que combinan, por un lado, la edad, y por otro, un color identificativo para cada etapa. No hay consenso internacional en el uso del color; sin embargo, los países analizados usan colores similares. En todos ellos el código utiliza blanco o verde para la primera infancia, que deriva en el rojo para las películas de adultos, pasando por el naranja, el amarillo o el azul para las edades intermedias, en este intervalo hay mayor disparidad de uso de color.

4.2. Criterios de clasificación de contenidos en televisión

La progresiva penetración e incidencia de la TV sobre el público infantil durante la segunda mitad del siglo XX justifica las cautelas que tanto las instituciones públicas y educadores como la propia industria han desarrollado para proteger a este público mediante normas y la autorregulación de las cadenas televisivas (Muñoz y Pedrero, 1996). Al igual que en el cine, los códigos de clasificación por edades y su control se realizan de forma diferenciada en cada uno de los países analizados (Tabla 2).

En el Reino Unido la *Office of Communications* (OFCOM), autoridad independiente que regula las industrias de radio y telecomunicaciones, especifica en la sección 1ª de su código las reglas de protección para los menores de 18 años, que incluyen la obligación de emitir una programación adecuada y detalla cómo se debe abordar la información sobre delitos sexuales que involucren a menores, la inclusión de drogas, tabaco y alcohol, la violencia peligrosa, la desnudez, el exorcismo y lo paranormal, y el lenguaje ofensivo. No se define un sistema de clasificación por edades, y por ello la referencia es la del BBFC para las películas de cine. Sí se establecen, en cambio, pautas para la participación de los niños y adolescentes en programas televisivos, e impone una amplia franja horaria (5:30 a 21:00) en la que se prohíbe la emisión de contenidos no aptos para niños. El control de estas reglas lo ejecutan dos organismos independientes cuyos miembros nombra el Parlamento: el *Broadcasting Standards Council* (BSC) y la *Broadcasting Complaints Commission* (BCC). El BSC revisa el exceso de violencia, las escenas sexuales y los asuntos de

gusto y decencia (lenguaje y coberturas de desastres naturales o tragedias humanas); mientras, la BCC estudia las quejas de los espectadores.

En Francia, las competencias del *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (CSA), creado en 1989 como autoridad reguladora de la radio y la televisión, fueron asumidas desde el 1 de enero de 2022 por la *Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique* (ARCOM), organismo que fusiona el citado CSA y la Alta Autoridad para la difusión de obras y la protección de los derechos en Internet (HADOPI). Sus líneas de acción incluyen la garantía de acceso por el público a una oferta audiovisual plural y respetuosa con los derechos y las libertades, y en ese cometido se enmarca la protección de jóvenes y menores a través de la señalización de canales televisivos. Distingue cuatro categorías: -10 (programas que tratan temas o incluyen escenas que pueden perturbar a menores), -12 (programas con violencia física o psicológica, o escenas que evoquen la sexualidad adulta), -16 (programas eróticos o con escenas de violencia impactante) y -18 (programas pornográficos o muy violentos).

En Italia el control de funcionamiento de la televisión le corresponde a la Autoridad de Garantías en las Comunicaciones (AGCOM), un organismo independiente cuya tarea es garantizar la competencia leal y proteger el pluralismo en el mercado de las telecomunicaciones, la edición y los medios de comunicación masivos y postales. Los usuarios pueden denunciar ante esta Autoridad la posible presencia en emisiones de radio y televisión –transmitidas a través de cualquier plataforma– de contenidos lesivos a la dignidad humana o nocivos para el desarrollo físico, psíquico o moral de los menores, o bien que presenten escenas de violencia gratuita, persistente, brutal o pornográfica. No existe, pues, un código específico que establezca la categorización de los contenidos por edades en las televisiones italianas, aunque sí se ha extendido el recurso a logotipos cromáticos de advertencia: el verde identifica contenidos aptos para todos los públicos; el amarillo sugiere la supervisión de los padres, y el rojo se emplea para programas recomendados para espectadores adultos.

La organización de los operadores de radio y televisión en Alemania compete a los distintos estados federados, que establecen en cada caso los principios básicos de la programación, las emisiones no admisibles para menores, los deberes de información y otros preceptos. Aunque no existe un código expresamente definido, la mayoría de las cadenas utilizan cinco etiquetas: 0-blanca (contenido apto para toda la familia), 6-amarilla (contenido no recomendado para menores de 6 años); 12-verde (contenido no recomendado para menores de 12 años); 16-azul (contenido no recomendado para menores de 16 años) y 18-roja (contenido no recomendado para menores de 18 años). Los criterios y detalles de las diferentes categorías no están consensuados.

Portugal sigue un sistema similar al definido en España, pues son los propios canales televisivos los que desde 2006 se autorregulan en el control de contenidos que puedan perjudicar al público infantil. En concreto, la cadena pública RTP y las privadas de mayor audiencia (SIC y TVI) aplican un código de cinco variantes: T-Todos (para todas las edades); 10-Aconselhamento parental (contenidos que se recomienda que los niños menores de 10 años vean con sus padres: ocurre con muchas telenovelas); 12-Aconselhamento parental (lo mismo con menores de 12 años); 16 (contenidos que pueden ser inadecuados para menores de 16) y 18 (prohibido para menores de 18 años). Estos logotipos han de mostrarse un minuto al comienzo de cada programa y después de cada pausa; además, los contenidos con calificación de 16 o más solo se pueden emitir después de las 22:30 y antes de las 6:00.

Tabla 2. Sistemas de clasificación de contenidos en TV para menores en Europa

País	Regulación	Control	Cumplimiento	Edades
España	LGCA	CNMC	Obligatorio	Especialmente recomendado, TP, 7, 12, 16, 18
Italia	AGCOM	—	Voluntario	TP, niños con padres, adultos
Portugal	Autorregulada	—	Voluntario	T, 10, 12, 16, 18
Alemania	Descentralizada	—	Voluntario	0, +12, +16, +18
Reino Unido	OFCOM	BSC / BCC	Obligatorio	U (Todos), PG (Control parental), 12, 15, 18, R18
Francia	ARCOM	ARCOM	Obligatorio	10, 12, 16, 18

Fuente: elaboración propia

En España la regulación de los contenidos televisivos se halla parcialmente en manos de las cadenas licenciatarias, aunque la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones e Infraestructuras Digitales –dependiente del Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital– controla el contenido de las emisiones televisivas. Desde 1994 rige un horario de protección al menor, contemplado en la Directiva europea de Televisión sin Fronteras, que abarca desde las seis de la mañana a las diez de la noche. En 2005 los operadores firmaron el Código de autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia, cuyas categorías de calificación por edades seguían las que el ICAA otorga a las películas de cine: a) contenidos especialmente recomendados para la infancia (ERI, lila); b) todos los públicos (TP, verde); c) no recomendados para menores de 7 años (azul); d) no recomendados para menores de 12 años (amarillo); e) no recomendados para menores de 16 años (naranja); y f) no recomendadas para menores de 18 años (rojo). Se establece una franja de protección reforzada para el público infantil (hasta 13 años) que prohíbe programas no recomendados para ellos: lunes a viernes, de 8 a 9 y de 17 a 22; sábados, domingos y festivos de 9 a 12.

En 2010 entró en vigor la Ley General de la Comunicación Audiovisual (LGCA) para regular el sector televisivo español; en ella se recogen los contenidos del Código de Autorregulación y se transpone al ordenamiento español la Directiva Europea de Servicios de Comunicación Audiovisual (2007). La LGCA diferencia los contenidos muy perjudiciales para la infancia de otros no adecuados para menores. En 2015 la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) aprobó los criterios orientadores para la calificación de contenidos audiovisuales. Por un lado, definió los especialmente recomendados para la infancia: a) diseñados para ella; b) orientados al refuerzo en el aprendizaje de materiales escolares; d) que fomenten los valores (responsabilidad, solidaridad, respeto, amistad...); d) que impulsen la creatividad; e) orientados a la educación y pedagogía; y f) que prevengan o denuncien el consumo de drogas, alcohol u otras sustancias tóxicas. Por otro, detalló los contenidos que se consideraran expresamente nocivos para los menores en torno a ocho temas (Tabla 3).

Tabla 3. Definición de contenidos perjudiciales para la infancia en TV (CNMC, España)

3.1. Violencia	a) Violencia física o psicológica b) Violación de los derechos humanos, violencia de género y doméstica
3.2. Abusos sexuales	
3.3. Sexo	a) Cuerpos desnudos o desnudándose b) Insinuación de actos sexuales c) Actos sexuales sin presencia de cuerpos desnudos d) Actos sexuales con presencia de cuerpos desnudos e) Prostitución f) Sadomasoquismo y vejaciones relacionadas con sexo, pedofilia y zoofilia
3.4. Miedo o angustia	a) Graves conflictos emocionales o situaciones extremas que generen miedo b) Víctimas con lesiones graves o muerte por accidente o catástrofes c) Cadáveres humanos que generen miedo o angustia; espiritismo y exorcismo d) Criaturas de fantasía con actitudes o comportamientos terroríficos
3.5. Drogas y sustancias tóxicas	a) Fabricación o almacenamiento de drogas ilegales b) Alcoholismo; consumo o distribución de drogas ilegales c) Drogadicción o sus efectos d) Tabaquismo grave
3.6. Discriminación	
3.7. Conductas imitables	a) Comportamientos que lesionan gravemente los derechos de los demás b) Corrupción, actos vandálicos contra el patrimonio, violencia callejera c) Hábitos de vida gravemente perjudiciales para la salud
3.8. Lenguaje (escrito, verbal, gestual)	a) Expresiones, provocaciones, insinuaciones o alusiones violentas b) Expresiones intolerantes o discriminatorias

Fuente: elaboración propia a partir de Criterios/DTSA/001/15 (CNMC)

4.3. Criterios de clasificación en plataformas de vídeo bajo demanda

No existe un criterio consensuado en las distintas OTTs de vídeo a la hora de calificar los contenidos; cada una apela a una clasificación de expertos locales, pero sin revelar quiénes son. Tampoco se identifica un organismo común de control o protección que supervise los contenidos. Se observa, además, que hay diferencias dependiendo de la región: la clasificación en Estados Unidos no es similar a la de Europa, e incluso en los seis países analizados existen diferencias. La gran novedad en esta modalidad de consumo audiovisual a la carta es el control parental, una funcionalidad que permite a los responsables de los menores a su cargo

supervisar lo que visiona el niño con una configuración previa, introduciendo su edad y creando una contraseña de acceso; así, la plataforma solo mostrará contenidos que correspondan a ese rango etario dentro de la clasificación previa.

Para el análisis se han elegido las tres plataformas de suscripción de vídeo *Over The Top* (OTT, es decir, de acceso en *streaming* o a través de la nube) con mayor alcance en España en el primer trimestre de 2022: Netflix (58,1%); Amazon Prime Video (51,4%) y HBO (24,7%), según datos de la consultora Barlovento (2022). Además, y con el fin de completar el estudio con un servicio de acceso libre, se ha analizado la aplicación YouTube Kids, la más utilizada por los menores de 13 (Qustodio, 2021).

En la tabla 4 se constata que no existe consenso sobre la descripción de contenidos: Amazon Prime es la única que de manera pública comparte el sistema de clasificación que sigue según el país donde opera. Además, advierte que “los títulos que contengan actos violentos o con contenido gráfico explícito de carácter sexual o recurrente, desnudos gratuitos o temas eróticos (contenido para adultos)” no se incluirán en su catálogo.

En el caso de Netflix, se establece la calificación por edades en función de la frecuencia y el impacto del contenido restringido que hay en un título, así como por la cantidad de escenas de violencia, sexo, lenguaje para adultos, desnudos o consumo de estupefacientes que puedan aparecer en él. Ofrece un apartado de contenidos infantiles previamente seleccionados por la plataforma. En cuanto a HBO, permite filtrar la programación en dos: HBO-Max y HBO-Kids: los niños solo podrán ver contenido considerado apto para todos los públicos o los contenidos infantiles. La propia plataforma habla de clasificaciones orientativas por edades, sin descripción de contenidos, pero guían en su web hacia la información de familia y menores. Se han observado contenidos muy violentos de los que la plataforma no avisa.

Tabla 4. Sistemas de clasificación de contenidos en OTTs para menores en Europa

OTT	Contenido señalado	C. parental	Cumplimiento	Edades
Amazon Prime Video	Lenguaje malsonante, contenido sexual, violencia, desnudez, consumo de tabaco, consumo de drogas	Sí	Voluntario	7: niños mayores 13: adolescentes 16: jóvenes adultos 18: adultos
Netflix	Información de contenido por calificación: sexo, lenguaje, drogas, desnudos	Sí	Voluntario	0, 7: Infantil 12: Adolescentes 16, 18: Adultos
HBO	No informa	Sí	Voluntario	Todas las edades 7, 10, 13, 16, 18
YouTube Kids	Violencia, imágenes perturbadoras, desnudos, contenido sexualmente provocativo, representación de actividades peligrosas o lenguaje vulgar	Sí	Voluntario	Preescolar Niños pequeños Mayores de 9 a 12

Fuente: elaboración propia

Por su parte, la OTT de contenido audiovisual a la carta en abierto YouTube Kids es un canal específico para el público infantil de YouTube (Google, Alphabet) que da a los padres la opción de configurar el contenido al que acceden los menores. Existen cuatro categorías de clasificación por edad: Preescolar (hasta 4 años), niños pequeños (5 a 8) y más mayores (9 a 12). Mediante el empleo de la Inteligencia Artificial, la plataforma asegura que combina los filtros automáticos creados por los equipos de ingeniería con la revisión humana y comentarios o recomendaciones de los padres. También permite limitar el tiempo de uso de la pantalla y bloquear vídeos o canales de contenido. YouTube Kids permite a los padres un seguimiento diario del consumo de los menores. No se reporta de manera pública el organismo de control y protección a los menores dentro de la plataforma. Salvo en la versión *premium*, los contenidos incluyen publicidad.

En cuanto a YouTube, solo existe clasificación de edad en el contenido de pago: son los propios productores de contenido los que deben autorregularse sin que exista una supervisión por parte del agregador, que restringe el consumo para menores de 18 años y solo clasifica los contenidos no aptos para menores que contienen violencia, imágenes perturbadoras, imágenes de desnudos, contenido sexualmente provocativo, representación de actividades peligrosas o lenguaje vulgar entre otros. En conjunto, las plataformas de películas y series bajo demanda no aportan transparencia en los órganos de supervisión de contenidos y protección de la infancia, aunque facilitan la herramienta del control parental para que los cuidadores adultos puedan ejercer la responsabilidad de lo que consumen los menores.

4.4. Criterios de clasificación de contenidos en videojuegos

El sistema de clasificación de contenidos en videojuegos estandarizado en los países estudiados es el *Pan European Game Information System*, popularmente denominado PEGI. La categorización es común, aunque hay pequeñas variaciones: por ejemplo, Portugal introduce dos variantes más (4 y 6). No obstante, se confirma que Europa trabaja al unísono en el control de contenidos digitales en el ámbito del videojuego. La clasificación de PEGI se materializa a través de pictogramas por partida doble: edad sugerida y descripción de contenidos (lenguaje, drogas, sexo, discriminación etc.) El sistema está supervisado por consejos y comités como el Consejo PEGI, compuesto por representantes nacionales seleccionados entre organismos de padres, consumidores, psicólogos infantiles, especialistas en medios, académicos y asesores jurídicos en protección de menores. Cuenta con el Comité Jurídico de asesoramiento, el grupo de expertos y la Comisión de quejas. Editores y desarrolladores de juegos (usuarios PEGI) y fabricantes de consolas están representados en la Junta, su órgano superior. Se trata de una estructura que “garantiza una supervisión adecuada, al tiempo que mantiene la fuerza de autorregulación del sistema” (PEGI, 2022).

Tabla 5. Sistemas de clasificación de contenidos de videojuegos para menores en Europa

País	Sistema	Control	Organismo	Cumplimiento	Clasificación
España	PEGI	CNMC	INCIBE	Voluntario	Edad sugerida: 3, 7, 12, 16, 18 Advertencia de contenidos: drogas, lenguaje soez, miedo, sexo, violencia, juego, discriminación, en línea, PEGI OK
Italia	PEGI	AGCOM	GC	Obligatorio	
Portugal	PEGI	IGAC	PTSIC	Voluntario	
Alemania	PEGI	USK	KLIKS SAFE	Obligatorio	
Reino Unido	PEGI	VSC	SIC	Obligatorio	
Francia	PEGI	DGCCRF	SIF	Obligatorio	

Fuente: elaboración propia

Este sistema es utilizado por 35 países europeos e Israel. Entró en vigor en 2003 y fue promovido por la *Interactive Software Federation of Europe* (ISFE), organismo que representa a la industria del videojuego en el Viejo Continente. El contenido de los videojuegos es supervisado, a su vez, por el organismo independiente *Instituto Holandés de Clasificación de Medios Audiovisuales* (NICAM), y está basado en el sistema holandés *Kijkwijzer*. PEGI no es de obligado cumplimiento si no lo estipulan las leyes de cada país –Reino Unido y Francia sí lo tienen legislado–, sino que la participación es voluntaria para el creador de contenidos. La clasificación se obtiene a través de un cuestionario que evalúa el contenido para cada versión del producto.

En función de las respuestas del editor, el sistema de clasificación en línea de PEGI determina de forma automática una clasificación provisional con descriptores de contenido. Los administradores de PEGI reciben el juego del editor y revisan a fondo la etiqueta provisional por edad. NICAM se ocupa de los juegos clasificados para 3 y 7 años, mientras que *VSC Rating Board* (el organismo regulador del Reino Unido que forma parte de PEGI) revisa las calificaciones de 12, 16 y 18. Según la revisión, los administradores aprueban o modifican la clasificación provisional y PEGI entrega una licencia al editor para el uso del icono de clasificación por edad y los descriptores de contenido relevantes: breve resumen del tipo de contenido, etiquetas de edad sugerida y pictograma (Tabla 5).

El editor puede ya reproducir el logotipo de clasificación por edad y los descriptores de contenido apropiados en el paquete o el punto de venta digital de acuerdo con las Pautas de Etiquetado y el Código de Conducta PEGI. Este sistema se aplica tanto a los videojuegos vendidos en tiendas físicas como a los adquiridos en Internet, a los discos de revistas y a los descargados en línea. A estos efectos se ha establecido como la clasificación PEGI online. El sistema de calificación PEGI es el más consensuado debido a los importantes niveles de control por organismos autorizados en la defensa de la infancia; sus criterios y pictogramas resultan intuitivos e interpretables con gran facilidad por todos los públicos.

5. Conclusiones y discusión

Se ha cumplido ya más de medio siglo desde que la inquietud social por las relaciones entre el público infantil y los medios de comunicación ha propiciado iniciativas de protección desde diferentes esferas. Entre ellas, destaca la regulación de los medios con relación a los efectos potencialmente perjudiciales para los menores, tanto en la industria de la televisión convencional como en los nuevos servicios *online* surgidos a raíz de la consolidación de Internet y las redes y tecnologías de distribución digital de contenidos de ocio y entretenimiento accesibles al público infantil (Ortiz-Sobrino, Fuente-Cobo y Martínez-Otero, 2015).

La atención prestada al análisis de los sistemas de clasificación y señalización de los contenidos audiovisuales, en especial de la televisión, ha superado diferentes estadios en el ámbito de la investigación universitaria. A pesar de que, de acuerdo con la regulación europea, este asunto ha sido uno de los ejes de la política adoptada en España en materia de protección de menores, los estudios iniciales fueron de carácter muy general y, sobre todo –como explica Núñez Ladevéze (2012)–, concentrados en el primer decenio del siglo, momento en el cual se produjo un expansivo desarrollo de la industria audiovisual en todo el mundo más allá de la televisión.

Merecen destacarse, entre otros, los trabajos de Tur-Viñes (2008, 2016 y 2020) y el análisis de Ortiz-Sobrino, Fuente-Cobo y Martínez-Otero (2015) a instancias de la Federación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de los Medios (iCmedia). Varios grupos de investigación (CEU San Pablo, Universidad Villanueva, URJC y UCIII) aunaron sus trabajos en el proyecto PROCOTIN centrado en el estudio de la relación de los niños con la televisión. Sin embargo, pese a la constatada necesidad de la protección de menores en el consumo de determinados productos que se ha demostrado interfieren en el desarrollo del menor (CAA, 2008), no se han terminado de unificar criterios ni de encontrar proyección con los nuevos actores audiovisuales de creación y difusión de contenidos bajo demanda.

Se constata que algunos códigos emplean un sistema de calificación y clasificación de los contenidos de tipo evaluativo, es decir, se limitan a realizar recomendaciones sobre edades. Otros países, sin embargo, añaden modelos más complejos de carácter descriptivo en los que se aporta información adicional a la edad, advirtiendo a padres y educadores sobre la presencia de determinado tipo de contenidos (violencia, sexo, lenguaje...), como ocurre con los videojuegos y el código PEGI. Este se erige como el sistema más completo de clasificación de contenidos para menores: está avalada por expertos, refrendada por el fabricante y aceptada por los consumidores. En el extremo contrario, las plataformas de contenido bajo demanda no recurren a criterios unificados, y el consumo de material no apropiado para los menores solo ofrece la solución imperiosa de un control parental con insuficientes pautas de recomendación.

A modo de referencia en territorios distintos a los analizados en esta investigación, en Estados Unidos las *TV Parental Guidelines* incorporan una recomendación de edad y una serie de datos contextuales como abreviaturas: D (diálogo sugestivo), L (lenguaje vulgar), S (situaciones sexuales), V (violencia) y FV (violencia fantástica). En Europa, los Países Bajos han definido un modelo de clasificación común para la televisión, el cine y las plataformas online en el que participan el Estado, la autoridad independiente para la regulación audiovisual y el prestigioso Instituto Holandés para la clasificación de los Medios Audiovisuales (NICAM). Ambos sistemas pueden ser un elemento de consideración en el rediseño de los modelos estudiados.

La estandarización de Internet a escala global y la proliferación de dispositivos y plataformas de acceso convergente al contenido audiovisual suponen un reto para una industria en la que ya no parece razonable mantener criterios y compartimentos estancos

en las valoraciones de los productos que circulan a través de cada entorno; más aún cuando la televisión, en otro tiempo el medio dominante, está perdiendo la hegemonía en la difusión de contenidos en beneficio de otras propuestas. En este sentido, esta investigación ha identificado los sistemas de clasificación por edades de los contenidos audiovisuales más presentes en la dieta de consumo analógico y digital con el objetivo de confrontarlos en busca de una propuesta homogénea que permita el acceso a los menores de manera orientada, sin menoscabar la libertad de expresión e información.

Si la calificación por edades consensuada con los productores se convierte en un instrumento que dote de información a tutores, menores y a la sociedad en su conjunto sobre los contenidos potencialmente perjudiciales para facilitar una toma de decisiones informada y responsable, ¿por qué la ley de Comunicación Audiovisual solo profundiza en los contenidos televisivos a pesar de que el artículo 1 de la Directiva de Servicios de Comunicación Audiovisual especifica que deberán tratarse los contenidos al margen del medio de transmisión utilizado: ondas hertzianas terrestres, satélite, cable, Internet TV, webs, aplicaciones móviles? ¿Quién se hace cargo de la emisión por otros medios? Lo razona Alborno (2009): ¿Quiénes tienen el deber y responsabilidad social de establecer las relaciones entre determinados productos audiovisuales y determinadas franjas de edades? ¿Son los poderes públicos? ¿Deben ser las propias empresas productoras y distribuidoras? ¿Es posible que recaiga en grupos sociales significativos o colectivos profesionales?

La realidad mediática contemporánea invita a superar los sistemas de clasificación unimedia (Tur-Viñes, 2020), que tuvieron sentido cuando imperaba la hegemonía de la televisión, pero ya no se sostienen ante la irrupción de medios digitales que generan contenidos disponibles para públicos vulnerables ajenos a la supervisión adulta por un acceso cada vez más temprano a dispositivos conectados. Si los países del entorno estudiados han llegado a un consenso en la clasificación de los videojuegos con todos los actores implicados, debería impulsarse una hoja de ruta que permita unificar criterios de manera obligatoria y por igual para el resto de contenido digital.

El estudio realizado pretende ser facilitador de la apertura de un debate académico y social entre los actores responsables de las clasificaciones en los países estudiados. El objetivo pasa por llegar, en primera instancia, a organismos de control en España para consensuar un sistema único de recomendaciones, que además se podrá ampliar a contenidos de audio (radio, podcast, libro digital, audio social...). Las limitaciones de su aplicación estarán condicionadas por la aceptación de la propuesta por parte de todos los actores implicados.

Son muchas las voces que llevan advirtiendo desde hace tiempo que “urge tomar conciencia de la nueva realidad en la que se desarrollan los niños” (Blanco Alfonso, 2011, p. 29). El desafío no parece fácil de atender, pero resulta inaplazable, pues de las pautas y criterios para un acceso orientado a los contenidos audiovisuales depende la conformación de una cultura de consumo sana, crítica y responsable en el presente y futuro de la sociedad digital.

6. Agradecimientos

Artículo traducido al inglés por Sophie Phillips.

7. Contribuciones específicas de cada autor/a

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Rebeca Martín-Nieto, Laura Martínez Otón y Luis Miguel Pedrero
Metodología	Rebeca Martín-Nieto, Laura Martínez Otón y Luis Miguel Pedrero
Recogida y análisis de datos	Rebeca Martín-Nieto, Laura Martínez Otón y Luis Miguel Pedrero
Discusión y conclusiones	Rebeca Martín-Nieto, Laura Martínez Otón y Luis Miguel Pedrero
Redacción, formato, revisión y aprobación de la versión	Rebeca Martín-Nieto, Laura Martínez Otón y Luis Miguel Pedrero

8. Referencias bibliográficas

AIMC (2018). *Más del 40% de los niños ve contenidos televisivos en los dispositivos móviles o el ordenador*. Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación. <https://bit.ly/3GysmeQ>

AIMC (2022). *24ª Encuesta Navegantes en la Red*. Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación. <https://bit.ly/38X7fpZ>

Albornoz, L. A. (2009). Un debate abierto: La clasificación de contenidos audiovisuales en España. *O público e o privado* 14, 147-164. <https://bit.ly/3Mo2VxZ>

Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (2003). *Introducción al Código de Autorregulación sobre videojuegos: Pan European Game Information (PEGI)*. <http://www.pegi.info/es/index>

Autocontrol (20 de abril de 2021). La CNMC y Autocontrol firman un nuevo acuerdo para el fomento de la corregulación sobre comunicaciones comerciales en televisión. <https://bit.ly/3L5omUd>

Barlovento (2022). *Informe TV-OTT: Televisión de Pago y OTT's. 1ª ola. Abril de 2022*. <https://bit.ly/3r7WNSh>

Blanco Alfonso, I. y Fernández-Martínez, P. (2011). *Los niños y el negocio de la televisión*. Sevilla: Comunicación Social.

Comisión Europea, Dirección General de Comunicación, (2020). *Uso de los medios en la Unión Europea: informe*, Comisión Europea. <https://data.europa.eu/doi/10.2775/80086>

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (5 de noviembre de 2015). *La CNMC requiere a las televisiones que cumplan en los informativos los criterios del Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos en Infancia*. NdP. <https://bit.ly/38e9Zym>

Common Sense Media (2020). The Common Sense Census: Media use by kids age zero to eight. <https://bit.ly/3Pp6u8P>

Consejo Audiovisual de Andalucía (2008). Informe General sobre menores y televisión en Andalucía. <https://bit.ly/3z6YBQy>

Constitución Española [Const.] Art. 12. 29 de diciembre de 1978, (España).

Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, 20 de noviembre de 1989, 157, 3. <https://bit.ly/3Onisjs>
Childwise (2022). *The Monitor Report 2022. Children's media use, purchasing attitudes and activities*. <https://www.childwise.co.uk/monitor.html>

Denzin, N. K. (Eds.) (2012). *Manual de investigación cualitativa*. Gedisa.

Directiva «Televisión sin fronteras» 89/552/CEE del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva. DO L 298 de 17 de noviembre de 1989.

Directiva «Televisión sin fronteras» 97/36/EC destinada a reforzar la seguridad jurídica y a modernizar el dispositivo de la Directiva 89/552/CEE. DO L 202 de 30 de julio de 1997.

Directiva (UE) 2018/1808 de 14 de noviembre de 2018. Modificación de la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas a la prestación de servicios de comunicación audiovisual (Directiva de servicios de comunicación audiovisual), habida cuenta de la evolución de las realidades del mercado. Diario Oficial de la Unión Europea. L 303/69 de 28 de noviembre de 2018. <https://www.boe.es/doue/2018/303/L00069-00092.pdf>

García-Castillejo, A. (2006). Las autoridades independientes del audiovisual: El Consejo Estatal de Medios Audiovisuales de España (68) pp. *Telos*. Fundación Telefónica. <https://bit.ly/38goT7z>

García-Jiménez, A. (Ed.) (2012). *Comunicación, infancia y juventud: Situación e investigación en España*. Barcelona: UOC.

Guadarrama Rico, L.A. (2007). Sistemas de clasificación de contenidos mediáticos. Una revisión en ocho países. *Convergencia*, 14, (43). <https://bit.ly/3POjUw0>

Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, de 16 de febrero de 2010. *Resolución por la que se establecen criterios para la calificación por grupos de edad de las películas cinematográficas y otras obras audiovisuales, así como pictogramas informativos*. Boletín Oficial del Estado, 44, 19 de febrero de 2010, pp. 16602-16606 <https://www.boe.es/eli/es/res/2010/02/16/1>

Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Paidós.

Jiménez-Morales, M., Montaña, M., & Medina-Bravo, P. (2020). Uso infantil de dispositivos móviles: Influencia del nivel socioeducativo materno. *Comunicar*, 64, 21-28. <https://doi.org/10.3916/C64-2020-02>

Kids Listen (2021). *Kids Listen: Understanding The Kids & Family Audience*. <https://www.kidslisten.org/>

Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor Boletín Oficial del Estado, 15, de 17 de enero de 1996. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-1069>

Ley Orgánica 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual. Boletín Oficial del Estado, 79, de 01 de abril de 2010. <https://www.boe.es/eli/es/l/2010/03/31/7/con>

López-Vidales, N. y Gómez-Rubio, L. (2021). Tendencias de cambio en el comportamiento juvenil ante los *media: Millennials vs Generación Z*. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 27 (2), 543-552. <https://dx.doi.org/10.5209/esmp.70170>

- Lozano-Oyola, M.; Romero Landa, L.B. (2009). La regulación europea del mercado televisivo para la protección de los menores. Iberoamérica: comunicación, cultura y desarrollo en la era digital: Ibercom 06, IX Congreso Iberoamericano de Comunicación. <https://bit.ly/3v49MH0>
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2004). *Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia*. <https://bit.ly/3MmfD0f>
- Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad; Agencia Española de Consumo, Seguridad Alimentaria y Nutrición y Asociación Española de Fabricantes de Juguetes (2011). *Código de autorregulación de la publicidad infantil de juguetes*. <https://bit.ly/38ctoA2>
- MPAA (1968). «Film Ratings». Motion Picture Association of America. <https://www.motionpictures.org/film-ratings/>
- Muñoz, J. J. (2011). Aciertos y limitaciones de la regulación del sector audiovisual: la normativa del ICAA para la calificación de películas. *Telos*, nº 88, 1-8.
- Muñoz, J. J. y Pedrero-Esteban, L. M. (1996). *La televisión y los niños*. Cervantes.
- Nieto-Tamargo, A. (2008). Ciudadano y mercado de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 21, (3), 7-13. <https://dadun.unav.edu/handle/10171/8493>
- Núñez Ladeveze, (2012). Prólogo. La investigación sobre comunicación e infancia. En García Jiménez, A.(Ed.) *Comunicación, Infancia y Juventud*. Situación e investigación en España. (1ª Ed., pp.11-35) Editorial UOC.
- Oppermann, M. (2000). Triangulation. A methodological discussion. *International Journal of Tourism Research*, 2, 141-146.
- Ortiz Sobrino, M.A.; Fuente-Cobo, C.; Martínez-Otero, JM. (2015). La señalización de los contenidos en las principales cadenas de TV españolas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 468-489. <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1055/25es.html>
- Pérez-Alaejos, M.P.M.; Marcos Ramos, M.; Cerezo Prieto, M. y Hernández Prieto, M. (2021). Niños, niñas y adolescentes, revolución del consumo audiovisual. El impacto de las plataformas en línea en España. *Análisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*, 65, 155-172. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3292>
- Piaget, J. (1981). La teoría de Piaget. *Journal for the Study of Education and Development*. 4(2). 13-54.
- Qustodio (2021). *Informe anual de Qustodio sobre los hábitos digitales de los niños*. <https://bit.ly/36EXTOA>
- Rubio Gil, A. (2010). Generación digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social. *Revista de Estudios de Juventud*, 88, 201-221. <https://bit.ly/3by9U5d>
- Sádaba, C. y Pérez-Escoda, A. (2020). La generación streaming y el nuevo paradigma de la comunicación digital. Pedrero-Esteban, L.M.; Pérez-Escoda, A. (eds). *Cartografía de la comunicación postdigital: medios y audiencias en la Sociedad de la COVID-19*. Thompson Reuters.
- Serrano-Maíllo, I. (2022). Menores y contenidos digitales. Derechos y obligaciones. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 13(1), 107-122. <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM.20818>
- Smahel, D. et al. (2020). *EU Kids Online 2020. Survey results from 19 countries*. The EU Kids Online network. <https://bit.ly/3Px6cNf>

Tur-Viñes, V.; Lozano Oyola, M.; Romero Landa, L. (2008). Contenidos programáticos audiovisuales: experiencias internacionales de regulación. *Sphera Pública*, 8, 41-63.

Tur-Viñes, Victoria (2016). Propuesta de pictogramas para la clasificación audiovisual en España. García-García, F; Taborda-Hernández, E. (coords). *I Congreso Internacional de Cine e Imagen científicos*, Icono 14, 669-685. <http://bit.ly/2LBy6df>

Tur-Viñes, Victoria (2020). Clasificación de programas de televisión y audiencia informada. *Profesional de la información*, 29(2,) <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.12>

9. Glosario

Organismos implicados en los sistemas de clasificación por edades de las películas cinematográficas

Acrónimo	País	Organismo
BBFC	Reino Unido	British Board of Film Classification
CCOC	Italia	Commissione per la Classificazione delle Opere Cinematografiche
CNC	Francia	Centre National du Cinéma et de l'Image Animée
CP	Portugal	Ministerio de Cultura
FSK	Alemania	Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft
ICAA	España	Instituto de Cinematografía y Artes Audiovisuales
IGAC	Portugal	Inspeção-Geral das Atividades Culturais
MC	Francia	Ministère de la Communication et de la Culture
MCD	España	Ministerio de Cultura y Deporte
MIC	Italia	Ministero della Cultura
SPIO	Alemania	Spitzenorganisation der Filmwirtschaft

Organismos implicados en los sistemas de clasificación por edades de la televisión

Acrónimo	País	Organismo
AGCOM	Italia	Autorità per le Garanzie Nelle Comunicazioni
ARCOM	Francia	Autorité de regulation de la communication audiovisuelle
BCC	Reino Unido	Broadcasting Comapints Commission
BSC	Reino Unido	Broadcasting Standars Council
CNMC	España	Comisión Nacional del Mercado de la Competencia
LGA	España	Ley General de la Comunicación Audiovisual
OFCOM	Reino Unido	Office of Communications

Organismos implicados en los sistemas de clasificación por edades de los videojuegos

Acrónimo	País	Organismo
AGCOM	Italia	Autorità per le Garanzie Nelle Comunicazioni
CNMC	España	Comisión Nacional del Mercado de la Competencia
DGCCRF	Italia	Direzione generale della concorrenza, consumo e controllo delle frodi
GC	Italia	Generazione Connesse
IGAC	Portugal	InspeÇao Geral de Atividades Culturais
INCIBE	España	Instituto Nacional de ciberseguridad
KLICKSAFE	Alemania	Klick Safe
PTSIC	Portugal	Centro Português de Internet Segura
SIC	Reino Unido	Safer Internet Centre
SIF	Francia	Safer Internet France
USK	Alemania	Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle
VSC	Reino Unido	Video Standard Code

