

31.10.08

La Asociación de Usuarios de la Comunicación considera exagerada y carente de fundamento científico la prohibición de programas televisivos dirigidos a menores de 3 años

Para AUC es importante garantizar la calidad pedagógica y audiovisual de los contenidos, evitando los excesos publicitarios, pero sin caer en prohibiciones.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación manifiesta su preocupación por la tendencia creciente que va calando en Europa de aumentar la edad desaconsejada para el consumo televisivo por parte de los menores, que de acuerdo con la decisión de algunos reguladores europeos (CSA francés, OFCOM británico) se situaría ya en torno a los 3 años.

Tradicionalmente, señala AUC, ha existido un consenso científico en torno a la posición de la Asociación Americana de Pediatría que desaconsejaba el consumo televisivo para menores de 2 años, por razones relacionadas sobre todo con el desarrollo cerebral y no tanto cognitivo. Sin embargo, cada vez más se busca retrasar la edad de inicio del consumo televisivo, a pesar de que aumentan al mismo tiempo los contenidos audiovisuales y los canales dirigidos a la población preescolar.

La Asociación de Usuarios de la Comunicación considera que no existen realmente conclusiones de carácter científico que permitan desaconsejar el consumo televisivo a partir de los 2 años, y defienden que la preocupación de las autoridades reguladoras y de los operadores televisivos debería orientarse sobre todo a garantizar la calidad de los contenidos y el respeto a los menores. En este sentido, consideran que debería evitarse el exceso de saturación publicitaria y promocional en la programación infantil; el recurso a estímulos visuales y sonoros excesivamente agresivos por su intensidad o ritmo; el cuidado en los valores que se transmite; la existencia de criterios pedagógicos que avalen la idoneidad de los contenidos para los más pequeños, etc.

Finalmente, AUC señala que en los últimos tiempos la industria de producción audiovisual infantil ha hecho un gran esfuerzo precisamente en la mejora de la calidad y la adecuación de los contenidos dirigidos a niños y niñas, y España es precisamente un buen ejemplo de esta tendencia. Se trata, por ello, de promover las buenas prácticas y de mejorar la oferta de programación infantil existente, más que de alejar inútilmente a los menores de un medio tan implantado en su vida cotidiana.

Para más información:

Esperanza Rodríguez (91 501 67 73)
Alejandro Perales (600 56 46 92)