

TELEVISIÓN Y PROGRAMACIÓN INFANTIL EN EUSKADI

J. L. Ibañez, J. C. Pérez & B. Zalbidea

**Profesores del Departamento de Periodismo en la Facultad de
Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País
Vasco.**

Resumen:

El artículo que presentamos es el resultado del proyecto de investigación "El universo televisivo infantil en Euskadi: programación y audiencias", financiado por la Universidad del País Vasco (UPV-EHU). Este trabajo tenía como objetivo analizar la programación infantil de las televisiones generalistas, públicas y privadas, que se reciben en Euskadi. En él se analiza, desde una perspectiva cuantitativa, la importancia que las televisiones otorgan a la categoría de espacios que podríamos calificar de infantiles, según las distintas clasificaciones de programas realizadas por diversos organismos internacionales y por las propias cadenas. Además, estudiamos desde una perspectiva cualitativa el conjunto de los programas que las propias televisiones califican como infantiles, y tratamos de precisar el papel que juegan en el desarrollo de cada programa. Y en su caso, de cada serie de animación: la estructura, la presentación, la ambientación, la música, la realización, la publicidad, el grado de espectacularización, así como los valores que reflejan y cuantos otros factores consideramos de interés.

Abstract:

This article is the result of the research project "The universe of children's television in the Basque Country: programming and audience" financed by the University of the Basque Country. The aim of this study was to analyze the children's programs which are broadcast by both the public and private general television channels in the Basque Country. From a quantitative perspective, we analyzed how much importance the television channels give to what may be termed as programs made for children, according to the diverse classifications of programs made by different international organizations and the TV channels themselves. Furthermore, we studied the complete range of programs which the television channels denominate as programs for children and we attempted to establish the role played in each program or cartoon series by its structure, presentation, setting, music, production, advertising and degree of attractiveness. We also studied the values reflected in each program together with any other factors which we considered of interest.

Laburpena:

Jarraian aurkezten dugun lana Euskal Herriko Unibertsitateak finantzaturako "Haurren telebista unibertsoa Euskadin: programaketa eta ikusentzulego mailak" izeneko ikerketa lanaren emaitza da. Egitasmoak Euskadin ikusi ahal diren telebista (publiko zein pribatu) orokorren haur-programaketa aztertzea zuen helburu. Bertan, zenbateko ikuspegi batez, telebistek haurrentzat bezala izenda daitezkeen saiok zer punturaino hartzen dituzten gogoko aztertzen da, nazioarte mailako zenbait erakundek baita telebista kateek ere erabiltzen dituzten telebista saioren sailkapenak kontutan harturik. Horrezaz gain, telebistek haurrentzat gisa hartzen dituzten saiok koalitate ikuspegi batez aztertzen ditugu, baita telebista neta, hala suertatzen bada, animazioko serieak ere bakoitzaren garapenean betetzen duten lana zehaztu ere. Eraberean, egitura, aurkezpena, giroa, musika, burutzapena, publizitatea, ikusgarritasun maila, isladaturako baloreak eta haintzat jo izan ditugun beste faktore guztiak ere izan dira aztertuak.

1. Los niños y su universo audiovisual.

El abuso y permanencia en exceso ante la televisión propició el fenómeno conocido como teleadicción, cuyos efectos se dejan sentir de manera especial en los más jóvenes. Así lo demuestra un estudio de la Sociedad Europea de Biosociología, recogido por Alonso, Matilla y Vázquez (1995: 50), que señala que el uso razonable de la televisión por parte de los menores no debe estar por encima de los cincuenta minutos diarios. Sin embargo, millones de niños de todo el mundo pasan casi tantas horas delante del televisor como en la escuela, si se tienen en cuenta fines de semana y periodos vacacionales.

Según determinan algunas investigaciones (Alonso, Matilla y Vázquez, 1995: 49) éstas son las características de los menores teleadictos:

- Poca atención a los detalles de lo que dice el profesor.
- Retraso en las respuestas, especialmente para las que exigen cierta rapidez de reflejos.
- Escasa utilización de conocimientos anteriores.
- Ausencia de un análisis sistemático Paso a paso de los elementos que componen lo que se les enseña.
- Reducción del dominio de los mecanismos de lectura, así como el de la plasmación por escrito de sus pensamientos.
- Trastornos físicos Déficit auditivo y cansancio visual y psicoemocionales Ansiedad y alteraciones del sueño.

La preocupación y las críticas sobre los efectos de la televisión en los niños se ha centrado también en los contenidos, y de forma muy especial en la violencia de algunos de ellos. No es de extrañar que algunos autores, como Francisco Rodríguez (1993: 210), se pregunten:

¿Hay que intentar captar la mayor parte de la audiencia posible, ofreciéndole al telespectador lo que se sabe positivamente que desea o, por el contrario, se debe desechar tal esquema para mostrarle a través de la pequeña pantalla contenidos no beligerantes aún a riesgo de que baje por ello el índice de la misma?

El propio autor considera que no resulta fácil inclinarse hacia una de las dos posturas, porque ambas serán duramente contestadas por quienes opinan y propugnan conceptos contrarios.

Esta situación se hace extensible a otros soportes audiovisuales como la consola de videojuegos, uno de los juguetes preferidos por millones de niños de todo el mundo. Sin entrar en los efectos de estos artilugios y sus correspondientes programas, es evidente que en algunos de ellos no sólo han copiado lo peor de las peores producciones de animación o de imagen real, sino que cada día se superan en mostrar lo peor del ser humano. Hoy en el mercado audiovisual se pueden encontrar juegos en los que se premia atropellar a peatones indefensos, a mujeres embarazadas y a deficientes mentales y minusválidos. Atropellar niños pequeños también proporciona altas puntuaciones.

Hasta ahora, ningún país de la Unión Europea ha regulado sobre los contenidos de este tipo de entretenimiento. Así, por ejemplo, uno de los juegos, llamado Carmagedon, se distribuye en España sin que el fabricante esté obligado a avisar sobre sus contenidos. Su creador asegura que el juego en cuestión es, sobre todo, Óterapéutico; una oportunidad de desahogar la agresividad (La Razón, 24-11-98: 33).

El Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, Javier Urra, al referirse a este juego afirma: ÓYo tengo mucha experiencia con jóvenes violentos y si algo he aprendido es que la violencia se transmite, se imita (La Razón, 25-11-98: 37).

En esta coyuntura, la mayoría de las televisiones de todo el mundo deberán adaptarse al nuevo telespectador infantil. La creación de programas para los más pequeños se presenta en la actualidad como una verdadera necesidad ante la competencia de infinidad de sistemas multimedia que contribuyen decisivamente al ocio de los niños.

Por eso se hace más necesario que nunca examinar cuál es la situación de la programación infantil de las televisiones, quiénes son los espectadores, y cuáles son los hábitos de consumo televisivo de una

población infantil cada vez menos interesada en los programas dirigidos hacia ella, tal y como reflejan los estudios de audiencia elaborados en España por Sofres.

En un trabajo de investigación realizado por los autores de este artículo se analizaba la programación infantil de las televisiones públicas y privadas españolas. Una parte fundamental se dedicó al estudio pormenorizado de unos cincuenta capítulos de otras tantas series de dibujos animados, incluidas o no en programas contenedores. Estos programas acogen, además, infinidad de microespacios que en gran medida, sobre todo los de mayor entidad, también fueron analizados.

El análisis de los programas y de las series se centraba, entre otros aspectos, en los valores que reflejaban, en el interés del programa en su conjunto y en el de los espacios que lo componían. No consideramos en el estudio los efectos de la TV en los niños, pero sí tuvimos en cuenta investigaciones realizadas, especialmente en las áreas de la psicología y de la salud. La mayoría de estos trabajos se han centrado en el binomio *Violencia-efectos*.

La discusión sobre los efectos de los medios de comunicación en el comportamiento de las personas es casi tan antigua como los propios medios. Sin embargo, los psicólogos no se muestran interesados en el tema hasta la llegada de la televisión. Según se recoge en un dossier del diario madrileño *El Mundo* (sup. Salud, 29-11-98:12), la Asociación Americana de Psicología revelaba que en EEUU los niños y adolescentes ven unas diez mil escenas de asesinatos, violaciones y asaltos al año. En un trabajo realizado en Washington se contabilizaron 1.846 escenas violentas entre las 6 de la madrugada y las 12 de la noche de un mismo día. La mayoría de ellas se emitieron entre las 14 y las 17 horas, intervalo en el que se contemplaron 203 escenas violentas cada hora.

Ese mismo documento recogía una investigación realizada en 1996 por la Escuela Andaluza de Salud Pública. El estudio revelaba que los dibujos animados, retransmitidos a lo largo de una semana en cinco cadenas, tenían un contenido muy alto de escenas violentas y sexistas. Los niños que ven más de seis horas diarias de televisión tienen más probabilidades de ser agresivos o de mostrar signos de depresión, ansiedad u otros problemas emocionales que los que pasan menos tiempo ante la pequeña pantalla.

En la investigación que realizamos nos referimos especialmente a dos estudios elaborados en España. El primero *Un texto de García Nebreda* presentado en las jornadas *Televisión, niños y jóvenes*, organizadas por el Ente Público Radio Televisión Valenciana recogía, desde una perspectiva cuantitativa, datos de la situación de la programación infantil, cuando las televisiones privadas españolas apenas llevaban tres años en funcionamiento. El segundo era un estudio cualitativo, editado en 1998 por la Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios (CEACCU), titulado *Televisión y derechos de los usuarios. Contenidos infantiles. Publicidad*. Se centraba en el análisis de los contenidos televisivos de la programación infantil de Televisión Española (TVE), Antena 3 y Tele 5 y para efectuarlo eligieron la semana del 20 al 26 de octubre de 1997. Aportaba una serie de conclusiones que, en algunos casos, nuestro trabajo vendría a corroborar.

Desde una perspectiva cuantitativa, un informe de Euromonitor *Organismo que realiza el seguimiento de la programación de las televisiones europeas para Televisión Española (TVE)*, en 1992, y que cita García Nebreda (VVAA, 1994: 71), relacionaba el peso de la programación infantil en España con la antigüedad en la privatización del mercado televisivo. Así, venía a decir que *la atención a los contenidos infantiles disminuye con la configuración más comercial del medio televisión*.

La propia García Nebreda, con datos de Sofres, recoge en un gráfico la evolución del porcentaje de la programación infantil en las cadenas españolas entre los años 92 y 94. Entre el 93 y el 94 se aprecia en todos los casos una disminución importante de la programación infantil. En la primera cadena de Televisión Española (TVE 1) pasaba de casi un 18% a un 11%, si bien es verdad que la segunda cadena de esa televisión pública (TVE 2) ganaba un 6% (del 5% al 11%). Tanto en Antena 3 como en Tele 5 y en Canal + descendía apreciablemente el porcentaje de su programación infantil. Antena 3, de casi un 15% pasaba a poco menos de un 12%, y Tele 5, de casi un 17% al 13,5%. Mientras tanto, Canal + perdía casi un punto en su programación infantil (del 4,2% al 3,5%). Ya en esos años se dibujaba una clara tendencia: la disminución del número de horas de programación infantil y la concentración simultánea de la oferta en la franja matinal. Razones de carácter económico desplazaban estos programas a horarios menos propicios para la publicidad televisiva.

Rebeca Garai, del Departamento de Investigación y Audiencias de la Radiotelevisión Pública Vasca (EITB), confirmaba este descenso. Incluso en el primer canal de Euskal Telebista, ETB 1, aportando los datos que se recogen en el CUADRO 1(1).

Desde una perspectiva cualitativa tomamos como referencia alguna de las conclusiones más destacables del citado informe realizado por la CEACCU:

1.^a La violencia no se presenta en un discurso verbal aislado sino que en ocasiones ocupa la totalidad de la acción argumental (CEACCU, s.f.: 23)

2.^a Determinadas ideologías hacen un uso casi impúdico de la televisión como correa de transmisión (CEACCU, s.f.: 32)

3.^a Aparecen frecuentemente referentes negativos para la salud y la higiene de las personas (CEACCU, s.f.: 34)

4.^a Se muestran comportamientos sexistas (CEACCU, s. f.: 36)

5.^a Se usa incorrectamente el lenguaje (CEACCU, s. f.: 41)

Con la finalidad de que cualquier persona o institución pudiera denunciar el incumplimiento del Convenio de autorregulación sobre la protección de la infancia y de la juventud, que las televisiones públicas y privadas suscribieron en 1993, a instancia del Ministerio de Educación y Ciencia, la CEACCU definió y agrupó en un listado los posibles incumplimientos del Convenio:

- 1.- Falta de respeto hacia la dignidad de la persona.
- 2.- Actitudes de intolerancia o discriminatorias.
- 3.- Actitudes insolidarias.
- 4.- Mensajes que perjudiquen los valores de paz.
- 5.- Exaltación de la violencia.
- 6.- Actitudes sexistas o atentatorias contra la dignidad de la mujer.
- 7.- Actitudes antidemocráticas.
- 8.- Actitudes negativas respecto a la conservación del medio ambiente.
- 9.- Referentes negativos para la salud y la higiene de las personas.
- 10.- Contenidos sexuales que afecten seriamente la sensibilidad infantil.
- 11.- Usos del lenguaje manifiestamente incorrecto.
- 12.- Otros.
- 13.- Exaltación de la competitividad.

Estos mismos criterios fueron los que utilizamos en el análisis de los contenidos y valores que reflejaban los programas, series y microespacios elegidos para nuestro estudio.

2. Análisis de los contenidos.

En el estudio se analizaba de manera global la programación infantil de TVE 1, TVE 2, Antena 3, Tele 5, ETB 1 y Canal + en su emisión abierta. ETB 1 es el canal de la televisión autonómica vasca (Euskal Telebista) que ofrece su emisión en lengua vasca.

La muestra elegida para materializar el trabajo abarcó el período comprendido entre el 2 y el 8 de marzo de 1998. Para su elección tuvimos en cuenta que no coincidiera con épocas especialmente significativas para el público infantil, como las fiestas navideñas o las vacaciones de verano, fechas en que la programación se altera de manera ostensible.

Los resultados son producto del análisis cuantitativo y cualitativo de la muestra. El primero se basó en el cálculo del tiempo total de emisión dedicado a los espacios infantiles, así como en el del tiempo de publicidad incluido en este tipo de programas. Para el segundo de los análisis se eligieron los días 4 (jueves), 7 (sábado) y 8 (domingo), a excepción de la cadena Tele 5, que sólo emitía programación infantil los fines de semana.

Se examinaron los siguientes aspectos: 1.º Horarios dedicados a la programación infantil en cada cadena, tanto los días laborables como los fines de semana. Ver CUADRO 2. 2.º Tipos de programas que se incluían en la categoría denominada infantiles. 3.º Procedencia de las series emitidas. 4.º Publicidad emitida en el transcurso de la programación infantil. CUADRO 2: Horarios de emisión en cada cadena analizada.

En el proceso se estudiaban, además, cada uno de los programas y series calificados como infantiles por las propias televisiones, según las pautas de análisis de programas de TV, de Carmen Echezarreta Soler (Echezarreta, 1994: 264), con las modificaciones que consideramos oportunas:

A) PROGRAMAS CONTENEDORES (QUE PUEDEN O NO INCLUIR SERIES) (véase CUADRO 3):

1.- Planteamiento (de qué va) y estructura (partes del programa) 2.- Presentación y conducción 3.- Decorados y ambientación (exceptuando las series que aparezcan) 4.- Música (ídem) 5.- Realización (ídem) 6.- Grado de espectacularización (uso de elementos fantásticos y efectos especiales) 7.- Publicidad (contenida dentro del programa) 8.- Público al que va dirigido y pertinencia de la publicidad 9.- Valores que refleja (ídem) 10.- Valoración global del programa (ídem)

B) SERIES (véase CUADRO 4):

1. Argumento: 1.1. General de la serie 1.2. Del capítulo analizado 2.- Planteamiento general 2.1. Estructura 2.2. Estereotipos 2.3. Ambientación 3.- Música 4.- Realización 5.- Grado de espectacularización 6.- Publicidad 7.- Valores que refleja 8.- Valoración global del capítulo analizado de la serie.

En la tercera parte del trabajo se analizó la relación entre las audiencias (niños de entre 4 y 12 años) y la programación infantil, y si ésta era seguida por el público al que pretendidamente iba dirigida. Para el análisis tomamos como referencia los datos de audiencia de Sofres. En este aspecto no se debe olvidar que los estudios de audiencia reflejan cada vez más unos hábitos infantiles de consumo televisivo que no se corresponden con las intenciones de los programadores.

Finalmente incluimos una serie de entrevistas realizadas a miembros de la Comisión de Control Parlamentario de Radio y Televisión, a portavoces de asociaciones de consumidores y usuarios y, de forma más específica, a directivos y responsables de la programación infantil de las distintas televisiones. Buscábamos respuesta a las siguientes cuestiones:

- ¿qué entienden los directivos de las cadenas por programación infantil? - ¿cuáles son los criterios que imperan a la hora de repartir los tiempos y porcentajes de emisión? - ¿cómo se seleccionan las series y contenidos de cada programa? - ¿se visualiza todo el material antes de comprarlo? - ¿cuál es el destino de lo que no interesa porque se considera lesivo para el menor o contrario a los principios de la cadena? - ¿qué escala de valores es la que se transmite? - ¿cuánto invierten las cadenas en programación infantil? - ¿cómo se mira a la competencia? - ¿cuál es el futuro de la televisión para niños?

Las respuestas a cada uno de estos interrogantes apenas diferían de unos directivos a otros. Tanto desde la empresa pública como desde la privada se defendían que sus objetivos eran divertir y entretener, innovar, crear e investigar, sorprender y buscar nuevos caminos mientras se cuentan historias de formas y maneras muy distintas. Esa coincidencia se repetía una y otra vez.

Loco Rico, ex directora de Programas Infantiles y Juveniles de Televisión Española, entendía que existe un claro distanciamiento entre el mundo real y el televisivo. Para ella la respuesta estaría en la situación que se vive actualmente Ñque denominaba Óde la economíaÕÑ, donde prevalecen los valores comerciales, o lo que es lo mismo, el Óconseguir audienciaÕ a costa de lo que sea.³

3. Resultados y conclusiones.

En este apartado se recogen, por un lado, los resultados de las entrevistas mantenidas y, por otro, las conclusiones que se derivan del análisis cualitativo y cuantitativo de la programación infantil, así como la relación entre ésta y las audiencias.

Algunas cuestiones planteadas en las entrevistas no encontraron respuesta y otras se perdieron entre divagaciones y evasivas. Los tópicos tampoco estuvieron ausentes, y como se ha apuntado, hay respuestas que se repiten.

Para los entrevistados, la programación infantil sería aquella que contribuye al desarrollo imaginativo, intelectual, emocional, equilibrado, dinámico y no agresivo ni xenófobo de los más pequeños. Cada uno de estos aspectos se basaba en el equilibrio diario de lo que es y lo que debiera ser, dado que los criterios de rentabilidad imperantes en cada una de las cadenas condicionaban y, en su caso, arrinconaban a la programación infantil específica a horarios poco propicios para la publicidad. Nada nuevo si se tiene en cuenta lo ya apuntado por García Nebreda en su trabajo ÒEl contenido de la programación infantil en televisiónÓ (VVAA, 1994: 65).

La selección de los espacios infantiles a emitir estaba igualmente condicionada. El interés por una serie o series obligaba al Departamento de Compras correspondiente a adquirir otras incluidas en el mismo paquete, limitando de esta manera los deseos y los criterios originarios. El resultado, salvo para el caso de la producción propia, era un conjunto de espacios empaquetados que productoras y distribuidoras vendían a precio único. La coherencia interna de la programación infantil se veía afectada, de tal forma que valores que en una serie se presentaban como prioritarios se diluían en la siguiente. Así puede entenderse que los responsables desconocieran en muchos casos de qué material concreto disponían para elaborar la escaleta de la programación infantil.

Respecto a distintos valores universales Ñcomo la solidaridad, la justicia, la no violencia, etc.Ñ, en principio, todas las televisiones estudiadas afirmaban defenderlos. Sus directivos hacían gala de buenas intenciones y de sus palabras se desprendía que, si existía algún aspecto censurable, la responsabilidad habría que buscarla en la competencia, la rentabilidad y las condiciones impuestas por quienes controlaban el mercado. El resultado del presente análisis Ñcomo se verá más adelanteÑ contradice en gran medida las buenas intenciones de los directivos.

De cara al futuro, aunque una mayoría de los entrevistados pensaba que, de momento, los programas infantiles se mantendrían en las televisiones generalistas, Enric Frigola, responsable de Programación Infantil de Televisión Española, concluía que en un futuro no muy lejano Óla programación infantil desaparecerá de aquéllas para ocupar franjas de canales específicos para los niñosÓ.⁽⁴⁾

Las opiniones recogidas se referían a la programación analizada, cuyo estudio concreto y pormenorizado arrojó los siguientes resultados:

1.º La mayoría de la programación infantil era de emisión diaria, a excepción de Tele 5 y TVE 1, que únicamente la emitían los fines de semana. TVE 2 lo hacía de lunes a viernes por la mañana, mediodía y tarde, y ETB 1 en horario de mañana y tarde, también de lunes a viernes. Los sábados y domingos, sin embargo, la emisión era sólo matutina. ETB 2, por su parte, carecía de programación infantil. Tele 5 dedicaba el 5,1% de su tiempo total de emisión a la programación infantil, Canal + el 5,9%, TVE 1 el 13,5%, TVE 2 el 23,5%, ETB 1 el 15,9% y Antena 3 el 10,5% (GRÁFICA 1).

- 2.º La mayoría de las cadenas ofrecían programas contenedores. Únicamente Tele 5 ofertaba series encadenadas y TVE 1 disponía de los dos tipos de espacios.
- 3.º En total se analizaron 93 series. De ellas 59 eran convencionales y su duración estaba entre los 20 y los 30 minutos. El resto las denominamos ÓmicroseriesÓ o ÓmicroespaciosÓ. La mayoría eran americanas y europeas (sólo siete eran asiáticas).
- 4.º Del tiempo total de emisión de la programación infantil, la publicidad ocupó en Antena 3 el 11,8%, en TVE 1 el 13,6%, en TVE 2 el 8,5%, en ETB 1 el 6,4% y en Tele 5 el 2,4%. Canal + carecía de publicidad. Llamaba la atención el hecho de que la publicidad no utilizara como referencia personajes o productos presentes en las series (GRÁFICA 2). TVE, Antena 3 y ETB 1 intercalaban promos en los espacios publicitarios de las emisiones infantiles.
- 5.º Los programas infantiles, a excepción de en Tele 5, tenían formato de ÓcontenedorÓ (programas que incluyen distintas series y diversos microespacios). En TVE y Antena 3 la figura del conductor iba dando paso a las diferentes series y microespacios. En Canal + eran compartimentos estancos, si bien una serie de mascotas virtuales hacían de nexo de unión entre ellos. En ETB 1 también aparecían las mascotas virtuales que, generalmente, daban paso a las series.
- 6.º Aunque no de forma general, algunos de los títulos remitían directamente a la violencia como argumento de la serie (Conan y los jóvenes guerreros, Jet mars, Space strikers...).
- 7.º Más de la mitad de las series analizadas recurrían a la violencia como elemento determinante en la resolución de conflictos.
- 8.º El maniqueismo Óbuenos vs. malosÓ se erigía como elemento conductor de la narración en la mayoría de las series, a excepción de las emitidas en Canal + y en algunas de ETB 1 y TVE.
- 9.º En casi todos los casos la música iba unida a los momentos más trepidantes del relato.
- 10.º La realización era muy distinta según las series fueran de origen americano y europeo o asiático. En las primeras se cuidaba mucho el equilibrio entre las formas de los personajes y el entorno, mientras que en las asiáticas el entorno se presentaba difuso.
- 11.º La espectacularidad caminaba de la mano de la fantasía.
- 12.º Así como en TVE, Tele 5, ETB 1 y Canal + no había cortes publicitarios que interrumpieran el capítulo en emisión, en Antena 3 ese hecho era una constante.
- 13.º La lucha contra el mal y el triunfo del bien era la moraleja que adquiría categoría de valor en la mayoría de las series, independientemente de los métodos utilizados para conseguir los fines. Pero no era el único valor, ya que la solidaridad también se abría paso, especialmente entre los buenos.
- 14.º En España, la media de consumo total de televisión en el período estudiado, entre los niños de 4 a 12 años, alcanzaba los 162 minutos diarios.
- 15.º Fuera del horario infantil, el programa más visto por los niños fue Manos a la Obra (Antena 3), con un rating del 14,8% y un share de un 48,6%.
- 16.º Si consideramos cada una de las cadenas y su programación infantil específica, vemos que el programa más visto en Euskal Telebista (ETB 1) era Euskaraoke. En la Primera de Televisión Española, Chip y Chop y Timon y Pumba. En la 2 de esa misma cadena, Merry Melodies y Calimero. En Tele 5, Los Archies y El Hombre Lobo. En Antena 3, Bola de Dragón y Supercampeones, y en Canal +, Vida de Perros (CUADRO 5).
- 17.º Entre los 15 programas más vistos por los niños en Euskadi, siete pertenecen a ETB 1, siete a la 2 de TVE y uno a Tele 5. El primero fue Euskaraoke (ETB 1), con un 21,7% de rating y un 63,1 % de share.

El segundo, Dragoi Bola Z (ETB 1), con un raíting del 21,4% y un share del 70,3% que algunos días alcanzaba hasta un 77,6 por ciento. Merrie Melodies de TVE 2 aparece en quinto lugar, con un 20,7% de raíting y un 73,9% de share. Espacios como La Cara Divertida (2º), La Casa de los Líos (5º), Impacto TV (6º), y Cosas de Casa (8º), todos de Antena 3, que no eran programas específicamente dirigidos a los niños de 4 a 12 años, completaban el ranking de los espacios más vistos (CUADRO 6).

18. Si comparamos lo que sucedía en Euskadi con los datos de la península y Baleares, las diferencias eran cuando menos sorprendentes. Así, el programa más visto por los niños en el conjunto del Estado fuera del horario infantil era Manos a la Obra (Antena 3), con un raíting del 14,8% y un share del 48,6% (CUADRO 6).

Referencias Bibliográficas

Alonso, M., Matilla, L. y Vázquez, M. (1995): Teleniños públicos teleniños privados. Ed. de la Torre. Madrid.

CEACCU (s.f.): Informes. Televisión y derechos de los usuarios. Contenidos infantiles. Publicidad. Madrid: CEACCU.

Echezarreta Soler, C. (1994): ÒAprender a ver la Televisión: una propuesta didáctica.Ó, en VV.AA.: Televisión, niños y jóvenes. Valencia. Ente Público RTVV.

El Mundo. Suplemento ÒSaludÓ, del 29 de noviembre de 1998.

García Nebreda, B. (1994): ÒEl contenido de la programación infantil en televisiónÓ, en VV.AA.: Televisión, niños y jóvenes. Valencia. Ente Público RTVV.

La Razón. 24 de noviembre de 1998.

La Razón. 25 de noviembre de 1998.

Rodríguez, Francisco Javier (1993): La televisión y los españoles. Ed. Paraninfo. Madrid.

Notas

1. Entrevista realizada a Manu Castilla y Rebeca Garai, de EITB, en Iurreta (Vizcaya), en mayo de 1998.

2. Encuentros mantenidos con José Rekalde, asesor del Grupo Parlamentario Vasco en la Comisión de Control Parlamentario del ente público RTVE; Elene Lizarralde, Francisco Díaz Ujados y María Fernández, de Antena 3; Juan Menor y Enric Frigola, de TVE; Olga Flórez, de Tele 5; Miquel Obiols, de Canal +; Alejandro Perales, de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) y Mercedes Álvarez, de la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR).

3. Entrevista realizada a Lolo Rico en Madrid, en junio de 1998.

4. Entrevista realizada a Enric Frigola, de TVE, en Barcelona, en julio de 1998.