

La protección de los menores en los medios audiovisuales en Estados Unidos*

Juan María MARTÍNEZ OTERO

Resumen

El autor presenta en este ensayo una revisión completa y precisa de las normas que regulan la protección de los menores en los medios audiovisuales en Estados Unidos. Aborda temas como la radiodifusión, la publicidad, la cinematografía y videos, los videojuegos, el internet y los dispositivos móviles. En el análisis se plantea la trascendencia de cada uno de los medios en la vida de niños y las responsabilidades de las instituciones públicas, privadas, así como de la sociedad civil. Concluye que un control eficaz pasa por un paradigma eminentemente horizontal, en el que el poder público, la industria y los usuarios trabajen conjuntamente, entrelazando regulación externa, autorregulación, y prudencia.

Palabras clave: Derecho de la información, protección de los menores, medios audiovisuales.

Abstract

The author presents a detailed and accurate revision of the regulatory framework on the protection to minors in audiovisual media in the United States, including broadcasting, advertising, movie and video production, videogames, internet and mobile devices. The analysis emphasizes the importance of the protection to minors in each media, as well as the responsibilities held by public, private institutions and civil society. He concludes that an effective control runs through a horizontal paradigm in which public power, the media industry and users work together jointly, interweaving external regulation, self-regulation and common sense.

Key words: Media law, protection to minors, broadcasting law.

* Artículo recibido el 24 de julio de 2010 y aprobado para su publicación el 17 de noviembre de 2010.

1. Introducción y objeto

En los últimos años las tribunas de expresión y las fuentes de información se han multiplicado exponencialmente. Los menores de edad no han sido ajenos a este cambio social, en todo el planeta se han incorporado a los procesos comunicativos con rapidez y naturalidad.

En los países más desarrollados la mayoría de adolescentes, y muchos niños, tiene teléfono móvil, son miembros de una red social, juegan videojuegos y navegan a diario por internet. ¿A qué contenidos están expuestos los menores en estos entornos audiovisuales? ¿Qué conductas y valores se promueven desde las diferentes tribunas de expresión? ¿Están suficientemente protegidos contra posibles abusos de sus derechos en el mundo comunicativo y digital? Las respuestas a estas preguntas no resultan precisamente tranquilizadoras.

Por ello, la preocupación por la protección de los menores frente a los abusos de la libertad de expresión ha cobrado particular relevancia en los últimos lustros, y en todos los países del mundo los poderes públicos están ensayando medidas concretas para promover un entorno audiovisual más seguro para los menores.¹ Más recientemente, a estos esfuerzos del poder público se ha unido

¹ La primera Constitución que recoge expresamente en su articulado la protección de los menores, como límite a las libertades informativas, es la alemana Ley Fundamental de Bonn, del 23 de mayo de 1949, que en su artículo 5o. consagra: "1. Todos tienen el derecho de expresar y propagar libremente sus opiniones por la palabra, el escrito y la imagen (...) 2. Estos derechos encuentran sus límites en los preceptos de las leyes generales, en lo establecido en las normas legales relativas a la protección de la juventud, y en el derecho al honor personal". Previsiones similares pueden encontrarse en las Constituciones de España (1978, artículo 20.4), Honduras (1982, artículo 75), Holanda (1983, artículo 7o.), Brasil (1988, artículo 221.IV), Rumanía (1991, artículo 31.1), Cabo Verde (1992, artículo 45.4) o Etiopía (1994, artículo 29.6).

la industria audiovisual, que a través de mecanismos de autorregulación está contribuyendo de modo activo en la protección de los menores en los medios audiovisuales.

El objetivo del presente artículo es analizar cómo se está llevando a cabo esta protección de niños y adolescentes en EEUU, repasando las medidas reguladoras y autorreguladoras ensayadas hasta la fecha. El liderazgo de dicho país en materia tecnológica, comunicativa y audiovisual, es indiscutible. Por ello, el estudio de cómo en ese país se está protegiendo a los menores en los medios audiovisuales, resulta interesante y esclarecedor.

El artículo comienza refiriéndose a la Primera Enmienda y los tipos de expresión que ésta protege, así como a la *Federal Communications Commission*, autoridad federal en materia audiovisual y de telecomunicaciones. Posteriormente, aborda el modo en que los menores están siendo protegidos en los distintos medios de comunicación: radio, televisión, publicidad, cinematografía y vídeos, videojuegos, internet y dispositivos móviles.

2. La Primera Enmienda y los menores

La libertad de expresión en EEUU es reconocida en la Primera Enmienda de la Constitución, en los siguientes términos:

el Congreso no hará ley alguna con respecto a la adopción de una religión o prohibiendo su libre ejercicio; *o que coarte la libertad de expresión o de la prensa*, o el derecho del pueblo para reunirse pacíficamente, y para solicitar al gobierno la reparación de agravios.

A diferencia de las principales constituciones europeas, la Primera Enmienda no incluye expresamente la previsión de límites a la libertad de expresión o de prensa, con lo que su planteamiento es de entrada más amplio o *liberal*

que el europeo. Sin embargo, jurisprudencialmente sí se han reconocido límites a la libertad de expresión, que cabe dividir en dos grandes categorías: *anti-speech restrictions* y *non-speech restrictions*.

Las primeras, apunta Sánchez González:

tratan de proteger un interés determinado, suprimiendo o limitando el contenido de la expresión, es decir, las ideas concretas que la expresión transmite, pues se piensa que el mensaje lesiona un interés contrapuesto. (...) Con las segundas, se pretende amparar un bien jurídico o interés amenazado por la forma en que la expresión se materializa, prescindiendo de su contenido.²

La protección de la juventud y la infancia se incluiría dentro de la primera categoría de restricciones o límites.

Si bien ha quedado dicho que los límites a la libertad de expresión en EEUU son *a priori* más reducidos que en Europa, es preciso señalar que en el ordenamiento estadounidense no toda expresión queda amparada por esta libertad. Las expresiones que “no son parte esencial de ninguna exposición de ideas y que no poseen ningún valor social” son situadas por el Tribunal Supremo (TS) *extra-muros* del ámbito de la libertad de expresión, con lo que su contenido no será protegido por las garantías de la Primera Enmienda.³ Entre estas expresiones no protegidas pueden mencionarse los insultos, las obscenidades, la injuria, la difamación, el lenguaje comercial falso, y que induzca al engaño.⁴ A efectos de este estudio, resulta interesante la caracterización del concepto *obscenidad*, así como los colindantes: *indecencia* e *irreverencia*. La distinción entre estos tres conceptos aparece en el artículo 1464 del Tí-

² Sánchez González, Santiago, *La libertad de expresión*, Madrid, Marcial Pons, 1992, pp. 36 y 37.

³ Chaplisky vs. New Hampshire 315 US 568 (1942).

⁴ Sánchez González, Santiago, *op. cit.*, p. 37.

tulo 18 del US Code, que con el título “Radiodifundir lenguaje obsceno” señala: “quien emita por radiodifusión un contenido obsceno, indecente o irreverente será multado bajo este título o encarcelado por no más de dos años, o ambas cosas”.⁵ Estos tres conceptos marcan los límites a la libertad de expresión en relación con la protección de los menores y la moral pública, y su análisis nos permitirá abordar el estudio de cada medio audiovisual con las coordenadas básicas para comprender las líneas maestras de la regulación.

La irreverencia tiene un significado claro en nuestra lengua. Alude a lo que cabe denominar “como el escarnio a los dogmas, creencias, ritos o ceremonias de cualquier religión”.⁶ Irreverentes serán pues aquellas expresiones que traten indignamente la religión y las cosas sagradas, entre las que se puede destacar la blasfemia. La obscenidad y la indecencia son conceptos más cercanos entre sí. Ambos se refieren a expresiones —palabras, imágenes, acciones— relacionadas con la actividad sexual y con las denominadas *excretory activities* (actividades realizadas con los orificios excretores). La principal diferencia entre obscenidad e indecencia radica en el grado de explicitud: mientras la obscenidad se refiere a actividades que tienen una clara conexión con la sexualidad y las *excretory activities* y sólo tienen tal finalidad, la indecencia no alcanza el grado de explicitud asociado con la obscenidad.⁷

5 Como se verá más adelante, la regulación estadounidense otorga gran importancia al modo en que los contenidos son comunicados. Para el caso de la radio y la televisión, existe una diferencia sustancial entre los contenidos emitidos a través de ondas hertzianas y aquellos transmitidos por cable o satélite. Los primeros responden a la palabra inglesa *broadcast*, que en el presente capítulo traducimos por radiodifundir.

6 Betancor Rodríguez, Andrés, “¿Están justificadas las autoridades administrativas de control del contenido de las emisiones? La experiencia norteamericana”, *Revista Catalana de Dret Públic*, núm. 34, 2007, p. 37.

7 *Ibidem*, p. 37. Para hacerse una idea del tipo de contenidos que cabría incluir en cada uno de estos dos conceptos, puede decirse que la pornografía

La moderna definición de obscenidad la dio el TS en el caso *Miller vs. California* 413 U.S. 15 (1973), en el que se señala que las emisiones obscenas serán aquellas que cumplan tres requisitos: 1. la persona media, aplicando los estándares aceptados por la comunidad, encuentra que el trabajo tomado como un todo apela principalmente al componente lascivo de la sexualidad; 2. representa o describe la conducta sexual de una forma patentemente ofensiva; 3. tomado en su conjunto, el trabajo carece de un serio valor literario, artístico, político o científico.

Por su parte, la indecencia ha sido definida por la *Federal Communications Commission* como aquella propiedad de un material que, tomado en su contexto, representa o describe actividades u órganos sexuales o excretorios de un modo patentemente ofensivo, en función de los estándares comúnmente aceptados para el medio de comunicación concreto.

Pues bien, la obscenidad no está encubierta por la libertad de expresión, por lo cual su radiodifusión queda prohibida a cualquier hora del día o de la noche. Por el contrario, tanto la irreverencia como la indecencia sí quedan amparadas por la Primera Enmienda, y pueden ser emitidas en público con el cumplimiento de algunas precauciones —que se estudiarán un poco más adelante—, orientadas a limitar la difusión de este tipo de contenidos con la finalidad de proteger al receptor menor de edad.

A la hora de limitar la libertad de expresión y los contenidos potencialmente perjudiciales para los menores, en EEUU tradicionalmente se ha trazado una frontera clara entre aquellos mensajes emitidos por ondas —*broadcas-*

siempre será un contenido obsceno, mientras que el erotismo puede ser en ocasiones caracterizado como indecente. Puede encontrarse una delimitación más detallada de los conceptos obscenidad, indecencia e irreverencia en: Weiss, Lindsay, "S!t, P*@s, C*t, F*#k, C*@!s*&ler, M*!#\$ *@!#r, T*!s - The FCC's Crackdown on Indecency", *Administrative Law Judiciary Journal of the National Association of Administrative Law Judiciary*, núm. 28, 2008, pp. 577-593.

ted—, y aquellos que circulan impresos.⁸ Jurisprudencialmente se han argumentado dos causas para establecer un régimen más estricto a la hora de limitar los contenidos indecentes en la radio y la televisión: su especial grado de penetración y su presencia generalizada, así como su accesibilidad a los niños.⁹

Por estos motivos, a los mensajes emitidos por ondas han de imponérseles mayores límites que a los que circulan impresos, ya que éstos ni tienen aquél grado de penetración y carácter generalizado (son buscados activamente por el usuario particular que compra el periódico o la revista) ni son tan fácilmente accesibles a los menores. A esta clara delimitación regulatoria coadyuvó el hecho de que desde hace un par de décadas la frontera entre ambos modos de comunicación era clara: los mensajes de radio y televisión pertenecían al primer grupo; los mensajes de la prensa escrita y las revistas, al segundo.

Al paso en que han ido apareciendo nuevos medios de comunicación, o que los ya existentes han ido evolucionando y han cambiando su naturaleza, la jurisprudencia norteamericana ha hecho un esfuerzo clasificador, determinando en cada caso la mayor analogía del nuevo medio con lo que podríamos llamar el paradigma hertziano o el paradigma de la prensa.

Si el nuevo medio se asemeja a la radio o la televisión tradicional, se le exigen unos estándares elevados de respeto a otros derechos y valores generalmente admitidos, así como ciertas obligaciones positivas. Si el nuevo medio se asemeja a la prensa tradicional —televisión por cable

⁸ Para un estudio histórico sobre la evolución de estos conceptos, véase: Brown, Keith y Candeub, Adam, "The Law and Economics of Wardrobe Malfunction", *Brigham Young University Law Review*, núm. 6, 2005, <http://ssrn.com/abstract=787928> (última visita: 25 de julio de 2010).

⁹ La argumentación completa del TS puede verse en: FCC v. Pacifica Foundation, 438 U.S. 726 (1978), y también en: Ginsberg vs. New York 390 U.S. 629 (1968).

premium, televisión a la carta, internet—, los estándares son más permisivos. En el inmediato estudio de cada medio, conviene no perder de vista esta distinción fundamental, verdadera clave del arco del sistema de límites, de la libertad de expresión en los EEUU.

3. La Federal Communications Commission

El garante del cumplimiento de la normativa en materia de comunicaciones en EEUU es la *Federal Communications Commission* (en adelante, FCC). Se trata de una agencia federal independiente del gobierno, creada por la Communications Act of 1934, cuya función es actuar como máxima autoridad federal respecto de cualquier medio que sirva para transmitir señales que comuniquen mensajes que sirvan a la comunicación entre personas. En un primer momento, sus competencias se extendían a la radio, al teléfono y al telégrafo, y paulatinamente fueron alcanzando otros medios de comunicación, como la televisión o el satélite. Actualmente su ámbito competencial es muy vasto. Se extiende a las comunicaciones interestatales e internacionales efectuadas por medio de radio, televisión, teléfono, telégrafo, cable y satélite.¹⁰

Su principal misión es hacer cumplir a la Communications Act of 1934, para que pueda desarrollar y pormenorizar sus previsiones, así como sugerir al Congreso modificaciones legislativas. En el desempeño de esta misión, la FCC se erige en el garante del cumplimiento de la normativa existente en materia de protección de menores en

¹⁰ “Le corresponde controlar las licencias de aproximadamente tres millones de compañías y particulares, delimita el espectro radiológico y asigna frecuencias a los usuarios, otorga licencias y regula los servicios comerciales de comunicaciones audiovisuales, regula las telecomunicaciones por telégrafo, teléfono y satélite, fija los estándares nacionales de competencia en el servicio telefónico local, regula los servicios de vídeo y televisión por cable y promueve la seguridad en el uso de las comunicaciones”. Rallo Lombarte, Artemi, *Pluralismo informativo y Constitución*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2000, p. 287.

muy diversos ámbitos comunicativos, principalmente la radio y la televisión. Este control se materializa, fundamentalmente, en el control de contenidos en dos ámbitos: por un lado, la indecencia, y por otro, las emisiones mediante ciertos medios que utilizan las ondas para transmitir sus señales.

La FCC está dirigida por cinco comisarios y un presidente, y organizada en distintos comités con diferentes competencias. Como una agencia reguladora, tiene competencias ejecutivas, normativas y sancionadoras.¹¹ Como se ha apuntado anteriormente, la FCC puede desarrollar y concretizar las previsiones incluidas en la legislación vigente, así como promover modificaciones legislativas. También tiene encomendada la concesión de licencias para el uso del espectro radioeléctrico. Junto con estas competencias reguladoras y administrativas, la FCC tiene atribuida la competencia sancionadora, en cumplimiento de la cual está capacitada para advertir, imponer multas y confiscaciones, así como para retirar una licencia. En cuanto al control de contenidos en relación con la protección de los menores, cabe destacar que FCC ha adoptado una postura reactiva en esta materia, y sólo inicia los procedimientos a instancia de parte, tras recibir una queja o denuncia de un radioescucha o telespectador.¹²

4. Radio y televisión

La prolongada exposición de los menores al medio televisivo tiene indudables efectos en su educación y formación, influencia que ha sido abordada prolijamente desde

¹¹ La Sentencia del TS FCC v. Pacifica Foundation, 438 U.S. 726 (1978) ratificó el poder de la agencia para prohibir y, en su caso, sancionar, las emisiones indecentes.

¹² “Se pretende, de esta manera, evitar que la agencia se convierta en un censor que controla todos los contenidos”. Betancor Rodríguez, Andrés, *op. cit.*, p. 40.

muy diversos puntos de vista: sociológico, pedagógico, psicológico, publicitario, económico, etcétera.¹³ La pléyade de estudios existentes coincide en destacar el enorme potencial de la televisión como elemento configurador de la visión del mundo de sus espectadores, así como su enorme fuerza creadora y modeladora del imaginario colectivo. A este factor hay que añadirle el hecho, subrayado certeramente por Sartori, de que la televisión no sólo transmite y refleja la realidad, sino que también la construye.¹⁴ En consecuencia, cabe concluir que la televisión, bien empleada, puede ser un amplificador y catalizador de valores positivos y democráticos, una escuela de convivencia y de derechos humanos. Empero, también puede convertirse en un difusor de contravalores, ensalzando conductas irresponsables, intolerantes y discriminatorias. Por todo ello, resulta imprescindible instrumentar mecanismos de protección de los menores frente a los contenidos televisivos.

El marco normativo aplicable al ámbito radiotelevisivo en EEUU está definido por las siguientes normas: la Communications Act of 1934 —norma sustantivamente modificada por la Telecommunications Act of 1996—, y la Children's Television Act of 1990. Antes de entrar al análisis dicha normativa, es preciso detenerse en una importante distinción inicial.

Dentro de las emisiones de radio y televisión, hay que diferenciar entre los canales emitidos a través de sistemas de radiodifusión —*broadcasted*— y los canales transmitidos por otros medios, como el satélite o el cable, cuyo común nominador es el hecho haber sido contratado por el usuario. La normativa relativa a los contenidos obscenos e

¹³ Para un análisis detenido de la cuestión, puede consultarse a título de ejemplo: Urra, Javier *et al.*, *Televisión: impacto en la infancia*, Madrid, Siglo XXI, 2000.

¹⁴ Sartori, Giovanni, *Homo videns*, 3a. ed., Barcelona, Taurus, 2003, p. 76.

indecentes no se aplica a estos últimos servicios, no radio-difundidos, en los cuales el control sobre los contenidos a los que acceden los menores, recae principalmente en los padres. Como se verá, lo que el legislador estadounidense sí hace respecto de estos canales es garantizar a los padres las herramientas que permitan su control, pero no impone limitaciones generales en estos servicios contratados por los usuarios. En estos canales tampoco rigen las obligaciones positivas en materia de protección infantil que el Legislador ha impuesto a los canales emitidos por ondas.¹⁵

Entrando ya en las previsiones legales, y como punto de partida, hay que incidir de nuevo en la prohibición de emitir —a través de ondas— material obsceno a cualquier hora del día o de la noche. El material indecente o irreverente, por su parte, sí que es constitucional, con lo que no puede ser censurado: la absoluta prohibición de emitirlo públicamente resultaría contrario a la Primera Enmienda.¹⁶

Sin embargo, afirmar esto no quiere decir que la radio-difusión de dicho material en abierto no sera limitada al atender a ciertos intereses que puedan quedar comprometidos por su emisión. En este sentido, el Congreso ha prohibido la emisión de dicho contenido durante los momentos del día en los que existe un riesgo razonable de que un número considerable de niños forme parte de la audiencia. La FCC, en su papel de concreción de la legislación vigente, ha entendido que dicho horario se extiende entre las 6 y las 22 horas, con lo que la emisión de contenidos indecentes quedará prohibida en ese lapso.¹⁷ ¿Y qué hay que entender por contenido indecente?

15 United States v. Playboy Entertainment Group, Inc. 529 U.S. 803 (2000).

16 Así lo señala la Sección 326 de la Communications Act of 1934.

17 Esta limitación fue declarada constitucional por el TS en su sentencia *Action for Children's Television vs. Federal Communications Commission* 58 F. 3d 654 (1995).

Anteriormente se definió la indecencia como aquella propiedad de un material que, tomado en su contexto, representa o describe órganos, actividades sexuales o excretoras de un modo patentemente ofensivo, en función de los estándares aceptados por la comunidad para el medio de comunicación concreto. Esta definición ha sido elaborada por FCC mediante el denominado *test for indecency*, que gira en torno a tres elementos: la representación de órganos o actividades sexuales o excretoras, su patente carácter ofensivo según los estándares de la comunidad, y el contexto en el que se emiten.¹⁸ Dentro pues de la amplia categoría de indecencia cabe incluir varios de los contenidos problemáticos que en otras legislaciones se prohíben o limitan por separado: sexo, nudismo, mal lenguaje.

En el caso de que un emisor no respete la normativa existente y radiodifunda en abierto algún contenido indecente o irreverente en el horario de especial protección, o algún contenido obsceno independientemente de la hora, es preciso presentar una queja ante la FCC. El procedimiento que se sigue es el siguiente: una vez recibida la queja (*Complaint*), la FCC dicta una *Letter of Inquiry* (LOI) dirigida al responsable de la emisión del contenido indecente, irreverente u obsceno, en la que se comunica el inicio de una investigación y se solicita información sobre los hechos. Tras analizar la respuesta del emisor y los hechos probados, la FCC efectúa la calificación inicial en la *Notice of Apparent Liability* (NAL), documento que recoge los hechos probados, la argumentación acerca de su anti-juridicidad, y una propuesta de sanción al emisor. La NAL es comunicada al responsable de los hechos, para que en el plazo de 30 días presente su *Opposition* o bien proceda

¹⁸ El test for indecency está definido en el documento Industry Guidance On the Commission's Case Law Interpreting 18 U.S.C. 1464 and Enforcement Policies Regarding Broadcast Indecency, Washington, FCC, 2001.

al pago de la multa. Finalmente, si el inculpado se opone a la NAL, el procedimiento queda cerrado por la *Order*, documento con el que la FCC impone definitivamente al acusado la obligación de abonar la multa correspondiente.¹⁹

Aunque la FCC ha estado investida de competencias garantistas y sancionadoras durante muchos años, lo cierto es que hasta 2004 su actividad, en materia de protección de menores en el ámbito radiotelevisivo, se redujo al mínimo, asumiendo desde dicho año un rol más intervencionista y protector. El punto de inflexión lo constituyó un incidente acaecido durante el intermedio de la *Super Bowl* de dicho año, en una de las actuaciones musicales programadas para entretener a la audiencia durante el tiempo de descanso. Es bien sabido que dicho evento deportivo es uno de los más escuchados por radio y televisión en todo el país, alcanza una audiencia de cien millones de personas (casi un tercio de la población estadounidense). Pues bien, al final de la intervención de Justin Timberlake y Janet Jackson, Timberlake arrancó una pieza del traje de Jackson y dejó al descubierto uno de sus pechos durante unos segundos. Este destape —que puede considerarse más o menos grave según las distintas sensibilidades—, fue sancionado duramente por FCC (550.000 dólares de multa a la empresa responsable del evento), y marcó un antes y un después en la actividad de FCC, que desde entonces multiplicó su actuación sancionadora y protectora de los menores.²⁰

¹⁹ Betancor Rodríguez, Andrés, *op. cit.*, pp. 50 y ss.

²⁰ El suceso protagonizado por Janet Jackson ha sido denominado por la doctrina norteamericana, no sin cierta ironía, como el *wardrobe malfunction*, el fallo en el vestuario. Otra fecha importante en este giro proteccionista de FCC es 2006, en el que por primera vez FCC entra a juzgar la indecencia de algunos anuncios, sanciona a una cadena pública por emitir contenido indecente, y empieza a multar sistemáticamente con la mayor multa posible dentro de la orquilla propuesta por la Ley. *FCC Regulation of Broadcast: Obscenity, Indecency and Profanity*, Washington, DowLohnes, 2006.

Otro contenido tradicionalmente problemático en la relación entre los menores y la televisión es el de la violencia. Respecto a los contenidos violentos, y a pesar de la creciente preocupación social en la materia, no existe una regulación específica en la normativa estadounidense. La principal medida de protección frente a estos contenidos es la obligatoria implantación del V-Chip en los aparatos de televisión de más de trece pulgadas, dispositivo que permite a los padres identificar ciertos contenidos potencialmente violentos y así limitarlos. Independientemente de la implantación del V-Chip, la FCC ha considerado importante la aprobación de ciertas medidas legislativas en materia de violencia televisiva, y en 2007 presentó al Congreso un informe en el que se recomendaba una mayor implicación de dicha industria para evitar la programación de contenidos violentos en los horarios en los que hay más menores viendo la televisión. En ese mismo informe se sugería la posibilidad de adoptar alguna regulación al respecto en defensa de la audiencia infantil, equiparando el potencial dañino para los niños de la exposición a conductas o expresiones indecentes con el de la exposición a escenas de violencia extrema o gratuita.²¹ Hasta la fecha, este llamamiento no ha tenido eco alguno en la normativa estadounidense.

Dejando a un lado la regulación propiamente negativa, conviene valorar muy positivamente las previsiones de la *Children's Television Act 1990* (en adelante, CTA) cuyo contenido es eminentemente positivo. El principal propósito de esta norma es incrementar la cantidad de material educativo e informativo dirigido específicamente a los niños en la parrilla televisiva. La CTA impone a las cadenas que emiten mediante ondas la obligación de servir a las necesidades informativas y educativas de los menores en

²¹ *Violent Television Programming And Its Impact On Children*, Washington, FCC, 2007, pp. 11 y ss.

el conjunto de su programación, y en espacios concretos dirigidos a los más pequeños (la CTA llama a estos espacios *core programming*).

Para que un programa se comprenda dentro del *core programming*, se requieren algunos requisitos: tiene que durar al menos media hora; tiene que ser emitido entre las 7 y las 22 horas; y tiene que ser transmitido con regularidad cada semana. Junto con esta obligación, se establecen unos límites a la duración de los espacios publicitarios durante los programas dirigidos a menores de doce años: 10 minutos y 30 segundos cada hora los fines de semana, y 12 minutos cada hora entre semana.

La FCC, por su parte, ha concretado las obligaciones de las televisiones en lo que a la programación dirigida a los más pequeños se refiere: las televisiones han de informar a padres y clientes de su programación infantil; han de señalar expresamente cuáles de sus programas cumplen esa función educativa e informativa, con un icono establecido al efecto compuesto por las letras “I/E” (informativo y/o educativo), y han de emitir al menos tres horas semanales este tipo de programas. Esta exigente normativa, lejos de constituir una mera declaración de intenciones sin un ulterior cumplimiento real, incluye un sistema de control a través de informes periódicos que todas las televisiones comerciales están obligadas a cumplir.²²

En el ámbito televisivo —junto con horario protegido, la prohibición de contenidos obscenos, la limitación de contenidos indecentes e irreverentes, la actividad de la FCC, y las obligaciones positivas de las cadenas—, destaca la medida protectora del V-Chip, prevista en la Telecommunications Act of 1996.²³ El V-chip es un dispositivo insta-

²² *The public and broadcasting: How to get the most service from your local station*, Washington, FCC, 2008, p. 30.

²³ Para un estudio detallado de la tecnología V-Chip, véase: Monoley, Patricia, “V-Chip and TV Ratings: Monitoring Children’s Access to TV Programming”,

lado en el aparato de televisión que permite a los padres limitar los contenidos a los que los menores tienen acceso. Su implantación en todos los receptores de televisión de más de trece pulgadas fabricados en EEUU constituye un requerimiento legal. Esta tecnología, que ha de ser activada por los padres, actúa en conjunto con un sistema de autclasificado de los contenidos, creado y administrado por la industria, que tiene una casi unánime aplicación. El V-Chip detecta la clasificación de cada programa y suspende la presentación de aquéllos pertenecientes a las categorías no deseadas por los padres.

A diferencia de otros países, en los que medidas similares de limitación han sido promocionadas o recomendadas por las distintas administraciones, en EEUU su adopción supone una verdadera obligación para los fabricantes.

Si la mayoría de las medidas protectoras analizadas anteriormente constituían una protección efectiva del menor en la televisión por ondas, el V-Chip constituye un sistema de protección frente a todos los contenidos, incluidos los recibidos por cable y satélite en sus distintas modalidades, como vídeo a la carta, *pay per view*, etcétera.

Paralelamente a la aprobación de la *Telecommunications Act 1996*, con sus disposiciones sobre el V-Chip, el Congreso sugirió a la industria televisiva que estableciera un sistema voluntario de clasificación de los contenidos, que funcionara en conjunción con el V-Chip. En respuesta, las tres principales asociaciones de cadenas de televisión (la *Nacional Association of Broadcasters*, la *Nacional Cable Televisión Association*, y la *Motion Picture Association of America*) crearon el sistema conocido como *TV Parental Guidelines*. Este sistema se aplica a la inmensa mayoría de contenidos televisivos, con excepción de los

espacios de noticias, los deportivos, y los anuncios. Las posibles calificaciones son:

- TV-Y. Programa infantil dirigido a todos los niños.
- TV-Y7. Programa infantil dirigido a niños desde los siete años.
- TV-Y7-FV. Programa infantil dirigido a niños desde los siete años, con contenidos algo violentos o fantásticos.
- TV-G. Contenido dirigido a todas las audiencias, pero sin ser un programa infantil.
- TV-PG. Contenido para el que se recomienda la orientación paterna.
- TV-14. Contenido frente al que se alerta seriamente a los padres. Será apropiado para adolescentes a partir de los catorce años.
- TV-MA. Sólo para audiencias adultas, no recomendado para menores de edad.

Las últimas tres categorías —aquellas que no son recomendadas para todos los públicos y en las que se aconseja la orientación paterna— suelen ir acompañadas de descriptores que justifican la calificación restrictiva, de manera que el público pueda conocer el contenido conflictivo que encontrará en el trabajo. Hay cuatro descriptores, cada uno de los cuales es representado con una letra: V (violencia), S (situaciones sexuales), L (mal lenguaje) o D (diálogos sugestivos).

Los pictogramas que advierten la calificación de un programa han de ser mostrados en la parte superior izquierda de la pantalla al comienzo de las emisiones y tras las interrupciones publicitarias. Existe un Consejo de Seguimiento del *TV Parental Guidelines*, formado por un presidente y seis miembros, que revisan las clasificaciones y responden a las quejas que puedan recibir.

5. Publicidad

Frente a los mensajes publicitarios, los menores pueden hallarse en una situación de especial desprotección, debido a su falta de experiencia, a su particular credulidad, y a su dificultad para distinguir muchas veces lo que es producto de la fantasía o de lo real.²⁴ A esta falta de contexto y de experiencia de los menores se une el especial interés de los anunciantes por captar un consumidor joven. Efectivamente, el menor se constituye en un apreciado destinatario —*target*— de la publicidad, al tener un amplio recorrido como consumidor, y estar dotado de una especial habilidad para obtener de sus padres aquello que se empeñe en conseguir. Un último motivo que aconseja la protección de los menores en la publicidad está relacionado con el menor como agente del mensaje, como protagonista del anuncio. Es de sobra conocido que la imagen de un menor generalmente suscita sentimientos positivos en la audiencia, tales como bondad, inocencia, esperanza, alegría, despreocupación, juventud. Una vez destacados los motivos que aconsejan establecer un marco protector del menor, en el ámbito de la comunicación publicitaria, podemos abordar el marco regulatorio de la publicidad en EEUU.

La jurisprudencia estadounidense ha considerado protegida la publicidad comercial bajo el manto de la libertad de expresión, aunque no le otorgue el mismo nivel de tutela que a otras modalidades de expresión, como puede ser la expresión política. El TS norteamericano ha elaborado un *test* de admisibilidad de toda actuación restrictiva de la libertad de expresión en materia de publi-

²⁴ Azurmendi apunta algunas razones que aconsejan la especial protección del menor en el mundo audiovisual en general, y en el contexto publicitario en particular, en Azurmendi, Ana, *Derecho de la información: guía jurídica para profesionales de la comunicación*, Pamplona, Eunsa, 2001, pp. 347 y ss.

cidad comercial de actividades legales y no engañosa.²⁵ El *test* consiste en tres criterios: el interés alegado para justificar la restricción ha de ser sustancial (la protección de los menores ha de ser entendida como sustancial); la restricción ha de promover directamente el interés gubernamental, y la actuación restrictiva no ha de ser más extensiva de lo necesario para promover el interés gubernamental.²⁶

En cuanto a la regulación existente en la materia, en los años setenta la *Federal Trade Commission* (FTC), máxima autoridad en materia comercial a nivel administrativo, estudió la posibilidad de prohibir o limitar la publicidad dirigida a los menores, pero finalmente rechazó dicha posibilidad. Desde entonces, las normas aprobadas dirigidas a proteger a los menores frente a la publicidad son escasas: existen algunas previsiones específicas acerca de la duración de los espacios publicitarios en la radiodifusión, que se estudiaron en el apartado de la radio y la televisión al hablar del *core programming*;²⁷ existen normas que prohíben o limitan la publicidad de algunos productos, tales como el tabaco, el alcohol, o algunos servicios telefónicos de tarificación adicional;²⁸ y finalmente, existen normas genéricas para todo tipo de anuncios, que se aplican con especial atención cuando

²⁵ El *test* fue diseñado en 1980 en la sentencia *Central Hudson Gas & Electric Corporation vs. Public Service Commission of New York* 447 U.S. 557 (1980), y modulado en: *Board of Trustees of the State University of New York vs. Fox* 492 U.S. 469 (1989).

²⁶ Freixes Montes, Jordi, "Libertad de expresión y publicidad comercial en los EEUU de América: una aproximación a la reciente jurisprudencia del TS", *Cuadernos Constitucionales de la Cátedra Fadrique Furió Ceriol*, núm. 8, 1995, pp. 55 y 56.

²⁷ La norma que recoge dichas restricciones es la *Children's Television Act of 1990*.

²⁸ Por ejemplo, la *Telephone Disclosure and Dispute Resolution Act of 1992*.

el público destinatario es menor de edad.²⁹ La autoridad encargada de velar por el cumplimiento de dicha normativa es la FCC para lo previsto en los medios de radiodifusión, y la FTC para la publicidad en el resto de soportes.³⁰

Como en la mayoría de países estudiados, la protección de los menores frente a los abusos de las expresiones comerciales se articula en torno a iniciativas nacidas en el seno de la propia industria. El principal actor autorregulador en la industria publicitaria estadounidense en materia de menores es la *Children's Advertising Review Unit* (Unidad de Control de la Publicidad Infantil, CARU), creada en 1974 para promover una publicidad infantil responsable.³¹ Esta unidad depende del *Council of Better Business Bureaus* (CBBB), agrupación de empresarios que trabaja y autorregula muy diversas facetas de la actividad empresarial y económica de sus miembros.³² CARU evalúa la publicidad y el material promocional dirigido a niños menores de doce años cualquiera que sea su soporte, velando por su cumplimiento de las disposiciones legales genéricas —veracidad y exactitud—, así como por el respeto de los

²⁹ La norma genérica más aplicada está recogida en la sección 5 de la Federal Trade Commission Act 1914, que prohíbe los actos engañosos o desleales en el comercio, categoría general en la que se comprende la publicidad.

³⁰ Un artículo más detallado sobre la regulación de la actividad publicitaria en EEUU en relación con los menores de edad puede encontrarse en: Koester, Jennifer, "Legal briefing: advertising to children in the USA", *Young consumers: Insight an Ideas for Responsible Marketers*, núm. 4, vol. 1, 2002, pp. 65-71.

³¹ Junto con esta actividad en materia publicitaria, CARU ha extendido sus funciones de autorregulación y cooperación a la industria de Internet en relación con la privacidad de los menores en Internet, recibiendo quejas y asesorando a portales web sobre la protección de los datos de los menores y el cumplimiento de las previsiones recogidas en la Children's Online Privacy Protection Act 1998, norma que se analizará en el próximo apartado referido a Internet.

³² El número de asociaciones de anunciantes y empresarios que participa de la actuación de CARU, es muy grande. Entre ellas cabe destacar la CBBB, la American Association of Advertising Agencies, la American Advertising Federation, la Association of National Advertisers, la Direct Marketing Association, la Electronic Retailing Association y el Interactive Advertising Bureau.

estándares de autorregulación vigentes, previstos en el *Self-Regulatory Program for Children's Advertising*.

Este código de autorregulación se actualiza periódicamente. En él se incluyen ocho principios generales, así como previsiones específicas para distintos tipos de mensajes comerciales: presentaciones del producto, ventas en línea, premios, sorteos, concursos, etcétera. Entre los principios generales pueden destacarse los siguientes: a la hora de valorar la veracidad y la precisión de un anuncio dirigido a menores, habrá que hacerlo desde las categorías y experiencia del propio menor, y no desde las del adulto; los productos y contenidos no apropiados para menores no se anunciarán directamente a este público; los anuncios no propiciarán excesivas expectativas de los menores acerca de la calidad del producto; los anunciantes evitarán el empleo de los estereotipos y los prejuicios, y procurarán incluir en sus anuncios representantes de minorías sociales.

Las previsiones más concretas son muy numerosas, y recogen pautas de conducta sobre el *qué* y el *cómo* anunciar. Como ejemplo, nos limitaremos a mencionar tres: los anuncios no deben mentir sobre el verdadero contenido del paquete comprado; tampoco deben representar a menores llevando a cabo conductas peligrosas; finalmente, el menor debe distinguir fácilmente entre lo que es publicidad y lo que no lo es.

El papel de CARU se extiende a la resolución de las quejas que puedan suscitarse respecto de anuncios concretos, a través de un procedimiento de resolución recogido en el documento *The advertising industry's process of voluntary self-regulation*.³³ CARU puede actuar de oficio frente a un anuncio, o bien a instancia de parte, tras re-

³³ *The advertising industry's process of voluntary self-regulation*, Nueva York, National Advertising Review Council, 2007.

cibir una queja. El proceso de revisión del anuncio tiene una naturaleza contradictoria, tomando parte la empresa anunciante (*advertiser*) y la persona que denuncia la campaña o anuncio (*challenger*). Tras la decisión final de CARU, tanto el anunciante como el demandante pueden apelar la determinación ante el *Nacional Advertising Review Board* (NARB), última instancia de revisión dentro de los procesos de autorregulación de la publicidad. Una vez cerrado el caso, ya sea por la aceptación de la decisión de CARU, o por la resolución final de NARB, se publica la resolución. Si el anuncio ha sido estimado contrario a los mínimos legales y autorreguladores exigidos, se insta al anunciante a modificar o retirar la campaña, y, en el caso de que éste no lo haga, se activa el procedimiento legal pertinente, denunciando el hecho ante las autoridades competentes (la FTC o los tribunales).

Una última iniciativa autorreguladora que cabe mencionar, nacida en el núcleo de CBBB, es la *Children's Food and Beverage Advertising Initiative* (Iniciativa sobre la publicidad para niños de productos alimenticios). Originada en 2006, la mencionada iniciativa tiene como finalidad promover los hábitos alimenticios saludables entre los menores, y tiene como participantes empresas alimenticias importantes como Coca-Cola, Pepsi, General Mills, Burger King, Kellogg's, McDonalds, o Nestlé.³⁴

6. Cinematografía y vídeos

La potencialidad pedagógica de los relatos narrados en el cine y los vídeos obedece a la acumulación de las dos fuerzas que los componen: la fuerza de los relatos y la fuerza de las imágenes. La fuerza educadora de los

³⁴ Como la web de la Children's Food and Beverage Advertising Initiative señala que se estima que más de dos tercios de los anunciantes de productos alimenticios para menores en televisión forman parte del proyecto.

relatos hace que las ideas que transmiten queden especialmente grabadas en los espectadores, motivo por el cual los relatos han sido utilizados recurrentemente a la hora de educar a los niños. Los cuentos son el más claro ejemplo: para transmitir una enseñanza puede darse un discurso de dos horas, pero resulta más práctico, fácil, y eficaz, contar una breve historia. Junto a esta fuerza de los relatos, encontramos lo que Sartori ha calificado como la *fuerza arrolladora de las imágenes*, que se presentan al espectador sin mediaciones.³⁵

Efectivamente, las imágenes presentadas en la pantalla tienen una enorme fuerza, máxime en nuestra cultura audiovisual, fuerza que no poseen los razonamientos, necesariamente abstractos, áridos, y más extensos. Es por eso que Pérez Alonso-Geta concluye:

los relatos y las imágenes de los medios permiten a los menores aprender más que los argumentos teóricos. Les enseñan a comportarse y lo que cabe esperar de la conducta adulta. Lo adecuado de este aprendizaje depende del contenido que ofrecen.³⁶

Por estas razones, desde un momento temprano del desarrollo audiovisual se ha procurado regular el acceso de los menores a determinados contenidos cinematográficos y de vídeo.

La industria cinematográfica estadounidense es una de las más antiguas y florecientes del mundo. Como en el resto de países, desde un momento temprano de su desarrollo se arbitraron formas de censura de contenidos considerados inapropiados o inmorales. En EEUU, dicha censura fue legitimada por la sentencia *Mutual Film Cor-*

³⁵ Sartori, Giovanni, *op. cit.*, p. 75.

³⁶ Pérez Alonso-Geta, Petra María, "El impacto socializador de la televisión en niños y adolescentes", *Conferencia pronunciada con motivo de la Jornada Familia y juventud en la ficción televisiva*, Valencia, 2006.

poration vs. Industrial Commission of Ohio 236 U.S. 230 (1915), en la que el TS calificó los trabajos cinematográficos como negocios y no como obras de arte, por lo que quedaron fuera del ámbito de cobertura de la Primera Enmienda. Ante el creciente número de ciudades y Estados que empezaron a crear consejos de censura, la industria cinematográfica se dotó de un estricto código de autorregulación en 1934: el *Motion Picture Production Code*, conocido también como el *Hays Code*, debido al nombre de su principal impulsor. Este código recogía abundantes prohibiciones referidas tanto al fondo como a la forma de las películas, principalmente en materias relacionadas con la sexualidad, el nudismo y el consumo de drogas. Según lo establecido en el *Production Code*, todas las películas producidas en EEUU debían obtener un certificado de aprobación de modo previo a su estreno, cuya concesión se supeditaba a la conformidad con los criterios recogidos en el Código. Pese a tratarse de un código de autorregulación y carecer del respaldo de una ley o gobierno federal, estatal o local para su cumplimiento, el *Production Code* estuvo vigente durante más de treinta años imponiendo sus pautas éticas y morales a toda la producción cinematográfica estadounidense.³⁷ El *Production Code* limitó mucho la actividad de los comités gubernamentales de censura, aunque en ocasiones hubo películas cuya exhibición fue prohibida en algunas ciudades por las autoridades administrativas, como fue el caso de *Two-Faced Woman*, última película interpretada por Greta Garbo, que fue censurada en la ciudad de Nueva York.

Varios motivos propiciaron la caída del *Production Code* y la adopción de un nuevo mecanismo de autorregulación: el cambio de costumbres y estándares éticos de la socie-

³⁷ Esta vigencia no estuvo exenta de ciertas tensiones y conflictos, como los suscitados por las siguientes películas: *Kings Row*, dirigida por Sam Wood; *Suddenly Last Summer*, dirigida por Joseph L. Mankiewicz, o *The Miracle*, distribuida por Joseph Burstyn.

dad estadounidense, la paulatina llegada de películas extranjeras no sujetas a los límites del *Production Code*, y la decisión del TS de considerar las obras cinematográficas como obras de arte, revocando su decisión de 1915 en la sentencia *Joseph Burstyn, Inc. vs. Wilson* 343 U.S. 495 (1952). A este progresivo colapso del sistema de autorregulación asentado en el *Production Code*, se sumó otro pronunciamiento jurisprudencial, esta vez en la sentencia *Freedman v. Maryland* 380 U.S. 51 (1965), en el cual el TS negó que los comités gubernamentales tuvieran potestad para prohibir una película, limitando el marco de su actuación a la clasificación de los trabajos y, en su caso, a su denuncia ante los tribunales si su contenido era considerado contrario a las leyes.

Así pues, tras esta evolución cultural y jurisprudencial, desde mediados de los años sesenta cualquier película estadounidense tiene la libertad de estar en el mercado sin clasificación ni descripción de ningún tipo. En cualquier caso, el vacío dejado por la desaparición del *Production Code* ha sido colmado con la aparición de numerosas asociaciones y organizaciones que clasifican las películas en función de diversos criterios, con la finalidad de ofrecer al público en general, a padres y educadores en particular, elementos de juicio para decidir libremente qué contenidos quieren ver. El sistema más extendido fue establecido en 1968 por la principal asociación de productores de la industria, la *Motion Picture Association of America* (MPAA), sistema al que posteriormente se sumó la principal asociación de salas de cine, la *National Association of Theater Owners* (NATO). Este sistema de clasificado voluntario está liderado por la *Classification and Rating Administration* (CARA), un comité de padres que tras el visionado de cada película y una breve discusión, vota sobre la clasificación que a cada trabajo debe asignársele.

Los criterios que se atienden para esta clasificación son la representación sexual, la violencia, el nudismo, el mal

lenguaje, los temas para adultos, o el consumo de drogas. Las diferentes categorías existentes son:

- G - *General Audiences*. Para todas las audiencias. Se trata de películas para todos los públicos.
- PG - *Parental Guidance Suggested*. Se recomienda la orientación de los padres. En estas películas puede haber contenidos algo conflictivos (cierto lenguaje ofensivo, consumo de tabaco, humor crudo, momentos de miedo o violencia), por lo que se aconseja a los padres que se informen sobre dichos contenidos para adoptar su propia decisión.
- PG-13 - *Parents Strongly Cautioned*. Se alerta seriamente a los padres sobre determinados contenidos, que se consideran generalmente inadecuados para niños menores de 13 años. En esta categoría se incluyen las películas que contienen cierto material sexual, escenas breves o parciales de nudismo, lenguaje ofensivo, temas políticos, escenas de terror o de violencia intensa. Una película que incluyese un reducido consumo de drogas podría encuadrarse en esta categoría.³⁸
- R - *Restricted*. Restringidas, los menores de diecisiete años necesitan el acompañamiento de un adulto responsable mayor de veintiún años para entrar en la sala del cine. Estas películas contienen abundante material irreverente así como mal lenguaje, una mayor presencia de temas y representaciones sexuales, nudismo, violencia, escenas de horror o *gore*, y fuerte empleo de drogas.
- NC-17 - *No One 17 And Under Admitted*. Acceso restringido a menores de edad. Los trabajos clasifica-

³⁸ De modo anecdótico, puede señalarse que hasta la fecha *Forrest Gump* ha sido la única película que representa el consumo de drogas duras —Jenny esnifa cocaína en una breve escena— que ha sido incluida en esta categoría.

dos en esta categoría incluyen un exceso de violencia, sexo intenso o explícito, conductas horribles o depravadas, explícito abuso de drogas, muy mal lenguaje, nudismo, y otros elementos que las hacen no recomendables para los menores de edad. Si bien las películas pornográficas o con abundantes contenidos obscenos se incluyen en esta categoría (el sistema de clasificación no incluye la categoría X), la clasificación NC-17 no es equivalente a lo que comúnmente se asociaría con X.

- NR - *Not Rated*. No clasificada. Esta calificación no es una calificación oficial del sistema MPAA, pero su uso está bastante extendido, principalmente en películas independientes o extranjeras, así como en películas cuyo estreno está próximo, pero aún no han sido clasificadas por MPAA.
- Si el productor o editor de un trabajo no está contento con la calificación recibida, puede editar su trabajo y volver a someterlo al criterio de CARA. También tiene la posibilidad de impugnar la calificación recibida ante la propia MPAA, que cuenta con un Comité de Apelaciones que resolverá finalmente sobre la calificación que ha de concederse al trabajo en cuestión.

Antes de concluir este repaso sobre las medidas protectoras de menores en el ámbito de la cinematografía, cabe mencionar otro sistema de clasificación, menos extendido que el de MPAA: el establecido por el *Film Advisory Board* (FAB).³⁹ Se trata de un sistema basado en el nivel de madurez de la audiencia que cada contenido requiere, y es

³⁹ Para comprender mejor la total libertad existente en EEUU para productores de películas, de someterse al sistema de clasificación que quieran, o de no someterse a ninguno, se ha considerado interesante describir, aunque sea brevemente, un segundo método de clasificación.

muy empleado por trabajos que se comercializan directamente en vídeo. Las seis categorías existentes son:

- C - *Children*. Niños. Apropiado para niños menores de nueve años.
- F - *Family*. Familia. Apropiado para toda la familia.
- PD - *Parental Discretion*. Discrecionalidad paterna.
- PD-M - *Parental Discretion-Mature*. Discrecionalidad paterna, recomendada para mayores de trece años.
- EM - *Extremely Mature*. Público maduro. Se recomienda para mayores de diecisiete años.
- AO - *Adults Only*. Sólo para adultos.

7. Videojuegos

La creciente aparición de videojuegos violentos o con contenido sexual (por ejemplo, *Night Trap*, *Mortal Kombat* o *GTA San Andreas*) ha suscitado la preocupación de padres, educadores, y poderes públicos estadounidenses acerca de qué contenidos llegan a los niños y adolescentes por medio de los videojuegos. La respuesta a esta preocupación se ha orquestado en tres niveles: la autorregulación, la regulación estatal, y la regulación federal.

Conscientes de la creciente preocupación social sobre la exposición de contenidos inapropiados a los menores en los videojuegos, la principal asociación de la industria del videojuego, la *Entertainment Software Association*, estableció en 1994 el *Entertainment Software Rating Board* (ESRB), con la finalidad de ofrecer a los consumidores información acerca del contenido de cada videojuego. ESRB es una organización que clasifica los videojuegos en función de la edad para la que se recomienda y el tipo de contenido que incluye, y tiene un alcance territorial que comprende EEUU y Canadá. La clasificación otorgada por ESRB a cada juego deberá estar en su caja, en los anun-

cios, y, en su caso, en la página *web* del juego, en un lugar visible. Las categorías existentes son:

- EC – *Early Childhood*. Primera infancia. Son juegos apropiados para niños de entre dos y diez años.
- E- *Everyone*. Todos los públicos.
- E10+ - *Everyone 10 +*. Todos los mayores de diez años.
- T – *Teen*. Adolescentes. Juegos no recomendados para menores de trece años.
- M – *Mature 17+*. Público maduro. Juegos no recomendados para menores de diecisiete años.
- AO – *Adults Only 18+*. Sólo adultos. Juegos no recomendados para menores de edad, que en ningún caso podrán comprar los menores. El videojuego más vendido de la historia, *Grand Theft Auto: San Andreas*, mereció en su versión original la calificación AO, lo que llevó a sus creadores a rebajar la cantidad de contenidos conflictivos para obtener la calificación final de M.⁴⁰

Además de estas categorías generales, ESRB utiliza más de treinta descriptores de contenido, para facilitar la comprensión de las causas que han motivado la clasificación. Algunos de estos descriptores son los siguientes: mal lenguaje, sangre y *gore*, uso de drogas, uso de alcohol, violencia.

Desde su creación, ESRB ha clasificado alrededor de 18 mil videojuegos, de más de 350 editores diferentes. Si bien este sistema de clasificación es voluntario, prácticamente la totalidad de los videojuegos solicitan la clasificación, ya que los juegos no clasificados no son aceptados

⁴⁰ Del videojuego existen diversas versiones, cada una de las cuales ha merecido una calificación. En cualquier caso, la versión más extendida es la que ha merecido la calificación M.

por los principales fabricantes de videoconsolas, ni por muchos distribuidores de *software* de entretenimiento.

Por lo que al ámbito normativo estatal o local se refiere, la industria del videojuego ha sido frecuentemente objeto de regulación en distintos Estados de la Unión Americana ciudades, con previsiones relativas a los contenidos, a la clasificación y a la protección de los videojugadores más jóvenes. Cada una de las propuestas de regulación del videojuego ha tenido distinta suerte: unas no llegaron a aprobarse, otras fueron aprobadas y declaradas inconstitucionales por los tribunales, y, finalmente, otras han sido aprobadas y están actualmente en vigor.

A continuación se enumeran algunos de los intentos de regulación, señalando si finalmente han permanecido vigentes o han sido declarados inconstitucionales como contrarios a la Primera Enmienda:

Tennessee. Este estado aprobó la primera medida legislativa en relación con los videojuegos. La intención inicial de la *21st Century Media Market Responsibility Act 2000* era establecer un sistema obligatorio de clasificación de los videojuegos, e imponer fuertes sanciones penales a las personas que lo incumplieran. Tras la advertencia del abogado general del Estado de que dicha regulación podría resultar inconstitucional, finalmente la ley se limitó a incluir los videojuegos violentos y los programas de ordenador dentro de la definición estatal de obscenidad.

Indianápolis, Indiana. Otra regulación que merece una mención específica es la ensayada por la ciudad de Indianápolis. En septiembre de 2000 dicha ciudad aprobó una ordenanza prohibiendo a los menores jugar a cualquier videojuego considerado como “perjudicial para menores”. La norma, además, imponía serias multas en caso de incumplimiento. Si bien en un primer momento la ordenanza fue declarada constitucional por un juez de distrito federal, quien argumentó que cada Estado es libre para proteger

a sus menores como considere oportuno, finalmente el tribunal de apelación (7th U. S. Circuit Court of Appeals) la declaró inconstitucional en su decisión *American Amusement Machine Association. vs. Kendrick* 244 F.3ºd 572 (7th Cir. 2001). Esta decisión ha constituido desde entonces un precedente insoslayable en todos los procesos judiciales relacionados con la regulación de los videojuegos. Sus principales pilares argumentativos son los siguientes: las causas que pueden justificar que un Estado regule la libertad de expresión en materias no autorizadas por la Primera Enmienda han de ser importantes, necesarias (*compelling*), y no simplemente razonables, convincentes o convenientes (*plausible*); es dudoso que un Estado considere necesario evitar que los menores jueguen a videojuegos violentos; la investigación en esta área no ha tenido conclusiones nítidas acerca de que los videojuegos violentos incrementen la conducta agresiva de los menores; y, finalmente, los presuntos beneficios de dicha normativa restrictiva no son suficientes para hacer ceder las previsiones de la Primera Enmienda.

Louisiana. La HB (House Bill) 1381, declarada inconstitucional, permitía a los jueces determinar si un videojuego era inapropiado para los menores, y en su caso, ordenar su retirada de las baldas de los comercios. La Senate Bill (SB) 340, vigente desde agosto de 2006, prohíbe distribuir videojuegos a menores con contenidos sexuales explícitos.

Mariland. La HB 707 prohíbe a personas y comercios exponer o exhibir videojuegos con contenidos sexuales explícitos a menores de edad. Se trata de una ley vigente desde 2006.

Oklahoma. Su HB 3004 limitaba la venta de videojuegos violentos a los menores y exigía a los comercios que mantuvieran fuera de la vista dichos productos. La ley fue declarada inconstitucional en 2007, al año de haber sido aprobada.

Como se desprende de esta somera enumeración, las normas estatales y locales de regulación de los videojuegos han tenido mayor o menor fortuna en función del grado de control y limitación de los contenidos de videojuegos que han propuesto.

Un último escalón normativo en los EEUU es el federal. A este nivel, tan sólo se ha aprobado una ley al respecto, la *Video Game Health Labeling Act 2009*, que obliga a señalar con una etiqueta de advertencia los videojuegos que hayan sido calificados como T, M, o AO por el ESRB.

Aunque no existen estudios empíricos concluyentes sobre la conexión entre el uso de videojuegos violentos y posteriores conductas violentas, muchas personas están convencidas de que esta conexión existe. Es por ello que la *Video Game Health Labeling Act 2009* obliga a señalar los videojuegos calificados como T, M o AO con una etiqueta con el siguiente texto de advertencia: “AVISO: una excesiva exposición a videojuegos violentos y a otros medios audiovisuales violentos ha sido asociada con un comportamiento agresivo”. En este nivel federal cabe mencionar también la propuesta HR 5990 del diputado Jim Matheson, realizada en 2008 y todavía en trámite de aprobación, que exige el etiquetado de los videojuegos y la prohibición de vender o alquilar videojuegos a menores clasificados para adultos.

8. Internet

Como cuna de Internet, EEUU ha sido el país donde el debate en torno a la regulación de la Red de redes se ha presentado de un modo más temprano y enconado.⁴¹ En los albores de la generalización de Internet, a mediados

⁴¹ Para un análisis pormenorizado de la polémica en torno a la regulación de Internet, véase: García Mexía, Pablo, “El derecho de internet”, *Principios de derecho de internet*, 2a. ed., Valencia, Tirant lo Blanch, 2005, pp. 104 y ss.

de los años noventa, la postura libertaria o anárquica de la Red se extendió con rapidez. Sus principales postulados cuajaron en la Declaración de Independencia del Ciberespacio, aparecida en 1996 como reacción al primer intento de regulación de la Red por la Administración Clinton. Esta postura idealista y ciberlibertaria, que reconocía en Internet un espacio universal sin barreras temporales ni espaciales, pretendía preservarlo todo tipo de cortapisas, incluidas las jurídicas.

Para sus defensores, Internet debía ser un gran espacio de libertad absoluta, en el que cada cual podía ejercer sin límite alguno sus libertades informativas. Frente a esta posición, se alzaron otras voces que (esgrimiendo el aserto clásico *ubi societas ibi ius*) señalaron la necesidad de imponer ciertas normas en la red, ya que tratándose de un espacio de relaciones interpersonales, necesariamente surgirían controversias que habría que resolver conforme a derecho. Con el paso del tiempo esta posición reguladora y realista se ha terminado imponiendo, ya que los abusos de la libertad de expresión y la conculcación de otros derechos humanos en la red no han dejado de multiplicarse, y de ninguna manera pueden ser obviados. En cualquier caso, hay que reconocer que todavía permanece en el imaginario colectivo cierta dosis de fe en la postura anárquica o idealista, fruto tanto de la dificultad técnica de regular Internet, como de cierta añoranza por un espacio de libertad natural, no estabulado ni racionalizado por el derecho.

De modo paralelo a este debate doctrinal, y mediante un constante ensayo y error, la legislación y jurisprudencia estadounidenses han ido definiendo su postura en torno a las libertades informativas y sus límites en Internet. En este proceso de asentamiento y cristalización, la protección de los menores ha sido una pieza clave, en la medida en que una parte muy importante de la regulación de la Red responde a la necesidad de combatir conductas ile-

gales relacionadas con menores (pornografía infantil) y a limitar el acceso de éstos a contenidos legales, pero potencialmente nocivos para ellos, tales como la pornografía o los contenidos violentos o xenófobos.⁴²

En 1996 la administración Clinton aprobó dos normas destinadas a combatir en internet tanto el contenido ilegal como el nocivo: la *Child Pornography Prevention Act 1996*, con la principal finalidad de castigar la difusión de pornografía infantil, y la *Telecommunications Decency Act 1996*, que declaraba la ilegalidad del uso de ordenadores y líneas telefónicas para transmitir contenidos indecentes u obscenos. El fin último de estas normas no era otro que la protección de los menores respecto del material ilegal o nocivo, teniendo en cuenta la proliferación de contenidos pornográficos en la Red.⁴³ La *Child Pornography Prevention Act 1996* fue declarada inconstitucional en el año 2002 en la sentencia *Ashcroft vs. Free Speech Coalition* 535 U.S. 234 (2002), por considerar que su definición de pornografía infantil era demasiado amplia (incluía cualquier representación de sexo explícito entre menores, incluidos adolescentes), y no atendía a su potencial valor literario, artístico o cultural. Actualmente, la norma americana que castiga la pornografía infantil es la *Protect Act 2003*, que contiene previsiones similares a su antecesora, pero precisa que para que una representación de activi-

⁴² La distinción entre contenidos ilegales y contenidos nocivos en Internet es importante: “mientras que en los contenidos ilícitos el menor es víctima de una intromisión ilegítima en sus derechos, siendo parte activa directa o indirectamente del contenido ilícito, en los contenidos nocivos el menor participa solamente en tanto que espectador por lo que no es víctima de intromisión alguna en su honor, intimidad o imagen sino que simplemente se considera que los contenidos nocivos pueden perjudicar el libre desarrollo de su personalidad”. Lama Aymá, Alejandra de, *La protección de los derechos de la personalidad del menor de edad*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2006, p. 291.

⁴³ Vera Santos, José Manuel, “Derechos fundamentales en Internet y nuevas tecnologías de la información y de la comunicación”, *Principios de derecho de internet*, 2a. ed., Valencia, Tirant lo Blanch, 2005, pp. 229 y 230.

dad u órganos sexuales de menores pueda ser considerada ilegal, ha de tener un carácter obsceno.

Por su parte, la Telecommunications Decency Act 1996 suscitó una importante controversia desde su aprobación. Esta norma constituyó, propiamente, el primer intento de regulación de la libertad de expresión en Internet, y realizó una opción fundamental: asimilar el régimen jurídico de Internet al régimen jurídico de la radiodifusión. El TS norteamericano declaró pocos meses después, en la sentencia *Reno v. American Civil Liberties Union* 521 U.S. 844 (1997), la inconstitucionalidad de gran parte de la ley, determinando que el régimen jurídico de internet debía asemejarse al de la prensa escrita por dos motivos: en internet no hay escasez de espectro, pudiendo constituirse como emisor todo el que quiera, y la red no tiene un carácter tan invasivo y generalizado como el de la televisión o la radio, siendo el propio usuario quien busca activamente la información que más le interesa.

Después de este primer revés jurisprudencial, el Congreso hizo un intento menos ambicioso de regulación para limitar la exposición de los menores de edad a contenidos perjudiciales en Internet, con la aprobación de la Child Online Protection Act 1998. Esta ley fue igualmente declarada inconstitucional por diversos tribunales, que suspendieron su aplicación.

Tras estos dos intentos fallidos, la Children's Internet Protection Act 2000 (CIPA) se aprobó con un propósito más acotado: garantizar que en todas las escuelas y bibliotecas públicas se instalaran filtros de contenidos para proteger a los menores. El legislador norteamericano entendió que junto con el propio hogar, son las bibliotecas y las escuelas los principales lugares en los que los menores tienen acceso a Internet, y estimó que un buen modo para reducir la exposición de los menores a contenidos perjudiciales era limitar el acceso a la red precisamente

en las bibliotecas y escuelas, lugares en los que el control parental no se produce. Tras diversas impugnaciones y pronunciamientos jurisdiccionales, la CIPA fue declarada constitucional en 2003.⁴⁴ El método para garantizar la instalación de tecnologías de filtrado en escuelas y bibliotecas consiste en supeditar fuertes ayudas económicas federales a la efectiva instalación de dichas herramientas.

La CIPA exige a los colegios y bibliotecas que quieran recibir fondos públicos para equipos informáticos y acceso a Internet la instalación de tecnologías protectoras en todos sus ordenadores con acceso a Internet, tendentes a limitar el acceso a contenidos visuales de carácter obsceno, con pornografía infantil, o que puedan reputarse como perjudiciales para los menores. Cuando dichos equipos sean empleados por adultos, los filtros podrán desactivarse para facilitar el acceso a esos contenidos, siempre y cuando dicho acceso se realice con un propósito de buena fe y de investigación y no con un propósito contrario a las leyes.

Junto a la CIPA, encontramos la *Children's Online Privacy Protection Act 1998* (COPPA), que regula la protección de datos de los menores en la Red. En palabras de Gómez-Juárez cabe subrayar que la COPPA:

incide básicamente sobre tres facetas: la política de privacidad que deben incluir los titulares de sitios web que recojan datos de carácter personal de niños menores de trece años, cuándo y cómo se debe obtener el consentimiento de sus padres o representantes legales y la responsabilidad del titular del sitio web con respecto a la política de privacidad y seguridad del menor en línea.⁴⁵

⁴⁴ US vs. American Library Association 539 U.S. 194 (2003).

⁴⁵ Gómez-Juárez Sidera, Isidro, "La protección de los datos del menor como e-consumidor", *Consumidores y usuarios ante las nuevas tecnologías*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2008, p. 723.

Las previsiones de la COPPA se aplican a todas las páginas *web* y servicios en línea con propósitos comerciales dirigidos a menores de trece años, así como a aquellos que tienen conocimiento de que dichos menores están cediendo sus datos en su sitio *web* o servicio. La COPPA no se aplica exclusivamente a los sitios *web* o servicios estadounidenses, sino a todos aquellos que recojan información de menores de trece años nacionales de EEUU. Especialmente interesante resulta esta normativa en relación con las redes sociales y las páginas *web* colaborativas, pues si quieren admitir usuarios menores de trece años, deberán recabar previamente el consentimiento paterno.

El organismo encargado de velar por el cumplimiento de las previsiones recogidas en la COPPA es la *Federal Trade Commission* (FTC), comisión a la que se reconoce capacidad de desarrollar y pormenorizar las previsiones de la ley. FTC tiene también reconocida la potestad sancionadora. Una de las sanciones más importantes impuestas por FTC, en materia de protección de datos de menores en internet, fue la impuesta en septiembre de 2006 a la comunidad virtual *Xanga*. La ejemplar multa ascendió a un millón de dólares, por permitir que menores de trece años se dieran de alta en su red social sin consentimiento paterno, haciéndose pasar por personas mayores de dicha edad.

Además de estas previsiones legales, tanto el gobierno federal como los principales agentes de la industria de Internet han desarrollado numerosas políticas mixtas orientadas a proteger a los menores frente a contenidos perjudiciales. Entre muchas, cabe destacar la plataforma *Online On Guard* (en guardia en línea), a través de la cual la industria y el gobierno ofrecen consejos a los usuarios sobre cómo proteger a sus hijos en Internet, haciendo especial referencia de los riesgos para no ceder datos perso-

nales.⁴⁶ Dos últimos puntos que no cabe olvidar al hablar de protección de los menores en Internet son la existencia de líneas de denuncia sobre posibles contenidos ilegales en la red (en EEUU destaca la línea *Cybertipline*), y el esfuerzo de la industria por desarrollar sistemas eficaces de autoclasificación y filtrado de contenidos.

9. Dispositivos móviles

Como es sabido, el uso de los teléfonos móviles puede constituir un factor de riesgo para los menores. Basta pensar su influencia en los hábitos de conducta y concentración, por la capacidad que ofrecen de fotografiar y ser fotografiados, de grabar y ser grabados, con los consiguientes riesgos para la intimidad y la propia imagen, así como el hecho de que muchos móviles constituyen un acceso a Internet o a servicios de televisión, videojuegos, etcétera.⁴⁷

Del mismo modo a cómo sucede en otros países, en EEUU la industria de la telefonía móvil ha elaborado un código de clasificación de contenidos, a fin de evitar el acceso de menores de edad a aquellos contenidos no apropiados para ellos. Por otro lado, aquellos servicios telefónicos dirigidos a adultos están fuertemente regulados por la FCC, que ha instrumentado importantes garantías para evitar que los menores accedan a ellos.

Por lo que al código de autorregulación de la propia industria respecta, desde principios de 2004 *The Wireless Association* (CTIA), principal asociación en el ramo de la telefonía móvil, ha desarrollado un amplio esfuerzo para

⁴⁶ El sitio web es <http://www.onguardonline.gov/> (última visita: 15 de julio de 2010).

⁴⁷ Para hacerse cargo del decisivo rol que los dispositivos móviles desempeñan en la vida de los menores, véase: *La telefonía móvil en la infancia y la adolescencia. Usos, influencias y responsabilidades*, Madrid, Informe del Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid, 2008.

desarrollar herramientas tendentes a la clasificación y restricción de contenidos. Fruto de este esfuerzo, en noviembre de 2005 se aprobaron las *Wireless Content Guidelines* (directrices sobre los contenidos para dispositivos móviles), cuya principal intención es ofrecer a los usuarios información para poder decidir libremente a qué contenidos quieren acceder, o permitir a sus hijos que accedan, a través de los dispositivos móviles.

El sistema se basa en la clasificación voluntaria de los contenidos que los proveedores de servicios vía móvil ofrecen a los usuarios. Una vez clasificados, determinados contenidos pueden ser bloqueados a voluntad del cliente. Es preciso señalar que a tenor de estas *Guidelines* sólo podrán ser clasificados y bloqueados los contenidos que el usuario contrata o compra a su proveedor. Contenidos generados por los propios usuarios —como correos electrónicos o sms—, así como los descargados de internet no pueden ser ni clasificados ni bloqueados. En cuanto a éstos últimos, las *Wireless Content Guidelines* piden a los proveedores de servicios facilitar a los usuarios la instalación en sus dispositivos móviles de sistemas de filtrado que permitan limitar el acceso a contenidos potencialmente nocivos en internet. Actualmente los usuarios pueden limitar totalmente el acceso a la red desde un dispositivo, pero no discriminar a qué contenidos se puede acceder y a cuáles no.

Los operadores móviles que voluntariamente se sometan a las previsiones de las *Guidelines* deberán calificar sus contenidos, por lo menos, en dos categorías básicas, comprometiéndose a bloquear el acceso al contenido más conflictivo a los clientes que así lo deseen. Las dos categorías básicas son: Accesible para Todos (*generally accessible*) y Restringido (*restricted*), accesible sólo a mayores de edad o a menores cuando conste el consentimiento expreso de sus padres o tutores. Los criterios de clasificación previstos, que se fundan en otros preexistentes

para distintos medios, son los siguientes: violencia o irreverencia intensa, representación de actividades sexuales, discursos de odio, representación de consumo de drogas ilegales, y otras actividades que están restringidas para menores de dieciocho años, como los juegos de azar. En cualquier caso, se trata de criterios abiertos que a cada operador corresponde aplicar libremente.

Finalmente, es preciso señalar que a diferencia de otros países, como por ejemplo Reino Unido, en los que la industria ha creado instancias de queja para los casos de incumplimiento de las obligaciones libremente asumidas por los operadores móviles, en EEUU no existe dicha autoridad, con lo que los últimos responsables del cumplimiento de las *Wireless Content Guidelines* son los propios operadores móviles.

10. Conclusiones

Tras el recorrido realizado hasta aquí, podemos extraer las siguientes conclusiones:

Tanto los poderes públicos como la industria estadounidense están realizando un importante esfuerzo protector de los menores en el entorno audiovisual, esfuerzo que ha de ser profundizado y aplaudido.

La protección de los menores, si queremos que sea eficaz, ya no puede ser exclusivamente vertical, ni tener como sujeto protector al poder público (principalmente el Legislativo), y como sujetos pasivos al resto de agentes implicados en los procesos comunicativos (industria, educadores, menores). Hoy en día, con el advenimiento de Internet, la telefonía móvil, las plataformas 2.0, etcétera, un control eficaz pasa por la asunción de un paradigma eminentemente horizontal, en el que el poder público, la industria y los usuarios trabajen conjuntamente, entrelazando regulación externa, autorregulación, y prudencia,

Derecho, deontología y sentido común. A lo largo de las páginas anteriores se ha evidenciado que en EEUU ya ha comenzado ese cambio de paradigma controlador, mediante la cooperación entre poderes públicos e industria, con la aparición de instancias de correulación ciertamente eficaces.

De la pluralidad de mecanismos e instituciones protectoras que se han estudiado, se desprende una última conclusión: en la tarea de establecimiento de un entorno audiovisual, respetuoso con los derechos de todos, particularmente de los más pequeños, no hay descanso. El vertiginoso avance de las herramientas tecnológicas y comunicativas siempre traerá consigo, junto con efectos ciertamente beneficiosos, peligros concretos para las relaciones humanas y para los menores de edad. Y es tarea de todos (poderes públicos, profesionales de la comunicación, estudiosos del derecho, educadores, usuarios de los medios), comprometer nuestra inteligencia y nuestra voluntad para que dichos efectos negativos queden minimizados. A esta gran causa me gustaría que este pequeño trabajo contribuyese.

11. Bibliografía y documentos citados

- AZURMENDI, Ana, *Derecho de la información: guía jurídica para profesionales de la comunicación*, Pamplona, Eunsa, 2001.
- BETANCOR RODRÍGUEZ, Andrés, “¿Están justificadas las autoridades administrativas de control del contenido de las emisiones? La experiencia norteamericana”, *Revista Catalana de Dret Públic*, núm. 34, 2007.
- BROWN, Keith y ADAM, Candeub, “The Law and Economics of Wardrobe Malfunction”, *Brigham Young University Law Review*, núm. 6, 2005 <http://ssrn.com/abstract=787928>.

- GARCÍA MEXÍA, Pablo, “El derecho de internet”, *Principios de derecho de internet*, 2a. ed., Valencia, Tirant lo Blanch, 2005.
- FCC *Regulation of Broadcast: Obscenity, Indecency and Profanity*, Washington, DowLohnes, 2006.
- FREIXES MONTES, Jordi, “Libertad de expresión y publicidad comercial en los EEUU de América: una aproximación a la reciente jurisprudencia del TS”, *Cuadernos Constitucionales de la Cátedra Fadrique Furió Ceriol*, núm. 8, 1995.
- GÓMEZ-JUÁREZ SIDERA, Isidro, “La protección de los datos del menor como e-consumidor”, *Consumidores y usuarios ante las nuevas tecnologías*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2008.
- Industry Guidance On the Commission’s Case Law Interpreting 18 U.S.C. 1464 and Enforcement Policies Regarding Broadcast Indecency*, Washington, FCC, 2001.
- KOESTER, Jennifer, “Legal briefing: advertising to children in the USA”, *Young consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, núm. 4, vol. 1, 2002.
- LAMA AYMÁ, Alejandra de, *La protección de los derechos de la personalidad del menor de edad*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2006.
- La telefonía móvil en la infancia y la adolescencia. Usos, influencias y responsabilidades*, Madrid, Informe del Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid, 2008.
- MONOLEY, Patricia, “V-Chip and TV Ratings: Monitoring Children’s Access to TV Programming”, *CRS Report for Congress*, Washington, 2005, <http://lieberman.senate.gov/assets/pdf/crs/vchipchildren.pdf>.
- PÉREZ ALONSO-GETA, Petra María, “El impacto socializador de la televisión en niños y adolescentes”, *Conferencia pronunciada con motivo de la Jornada Familia y juventud en la ficción televisiva*, Valencia, 2006.
- RALLO LOMBARTE, Artemi, *Pluralismo informativo y Constitución*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2000.

- SÁNCHEZ GONZÁLEZ, Santiago, *La libertad de expresión*, Madrid, Marcial Pons, 1992.
- SARTORI, Giovanni, *Homo Videns*, 3a. ed., Barcelona, Taurus, 2003.
- The advertising industry's process of voluntary self-regulation*, Nueva York, National Advertising Review Council, 2007.
- The Public and Broadcasting: How to get the most Service from your Local Station*, Washington, FCC, 2008.
- URRA, Javier *et al.*, *Televisión: impacto en la infancia*, Madrid, Siglo XXI, 2000.
- VERA SANTOS, José Manuel, "Derechos fundamentales en Internet y nuevas tecnologías de la información y de la comunicación", *Principios de derecho de internet*, 2a. ed., Valencia, Tirant lo Blanch, 2005.
- Violent Television Programming And Its Impact On Children*, Washington, FCC, 2007.
- Weiss, Lindsay, "S!t, P*@s, C*t, F*#k, C*@!s*&!er, M*!#\$*@!*#r, T*!s - The FCC's Crackdown on Indecency", *Administrative Law Judiciary Journal of the National Association of Administrative Law Judiciary*, núm. 28, 2008.