

La protección de los menores en el entorno audiovisual en Francia

JUAN MARÍA MARTÍNEZ OTERO

Universitat de València

RESUMEN: En el nuevo panorama mediático digital, los menores de edad frecuentemente se encuentran en situaciones de riesgo frente a contenidos ilegales o inapropiados para ellos. Esta situación de desprotección exige una respuesta por parte de poderes públicos, profesionales de la comunicación y padres, orientada a proteger eficazmente a los menores en el entorno audiovisual. El presente artículo se propone analizar las medidas reguladoras y autorreguladoras que a tal efecto se han aprobado en Francia, repasando cómo se está articulando en dicho país la protección de los menores frente a los excesos en la expresión en los diversos medios audiovisuales: televisión, radio, publicidad, cine y vídeos, videojuegos, Internet y dispositivos móviles.

PALABRAS CLAVE: medios audiovisuales, menores, Francia, autorregulación, corregulación.

ABSTRACT: In the digital-media landscape, more than often the under-18s are jeopardized by illegal or harmful content. This deprotection challenges public authorities, media professionals, and parents, in order to protect minors effectively in the audiovisual environment. The main purpose of this paper is to analyse the different answers that are being developed in France, reviewing the way in which minors are protected against excesses in the exercise of freedom of speech, in the different audiovisual media: radio, television, advertising, film and videos, videogames, the Internet and mobile phones.

KEYWORDS: audiovisual Media, minors, children, youth, France, self-regulation, co-regulation.

SUMARIO

- I. INTRODUCCIÓN
- II. MARCO NORMATIVO APLICABLE Y PAPEL DEL CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL
- III. RADIO Y TELEVISIÓN
- IV. PUBLICIDAD
- V. CINEMATOGRAFÍA, VÍDEOS Y VIDEOJUEGOS
- VI. INTERNET
- VII. DISPOSITIVOS MÓVILES
- VIII. CONCLUSIONES
- IX. BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTOS CITADOS

I. INTRODUCCIÓN

La revolución tecnológica y digital ha propiciado, entre muchas otras cosas, la plena incorporación de los menores de edad a la *ciudadanía digital*. Si hasta hace pocos años la participación de niños y adolescentes en el espacio público y en el entorno de los medios era limitada –con unas fuentes de acceso a la información muy definidas, y pocas o ninguna tribuna para expresarse–, el advenimiento de las nuevas herramientas comunicativas multiplica exponencialmente los canales a través de los que el menor puede acceder y difundir contenidos de todo tipo. Este hecho debe ser considerado, *prima facie*, de un modo positivo: las capacidades comunicativas del menor pueden ser desarrolladas más tempranamente, sus fuentes de información son más plurales y ricas, sus posibilidades de interacción con otras personas se amplían. En cualquier caso, tampoco puede ignorarse que toda herramienta –las comunicativas, también– puede ser empleada de un modo

peligroso y perjudicial. Como ya advertía el clásico castellano: «no hay evento alguno en las cosas humanas que no pueda convertirse en daño o en provecho según lo maneje la prudencia»¹. Y precisamente la prudencia es una virtud que se adquiere con la experiencia... ¿Tienen los menores de edad la prudencia necesaria para emplear los medios audiovisuales de un modo provechoso? La respuesta a esta pregunta es sencilla: no, no la tienen. Es por ello por lo que otros agentes deben velar por los menores en el entorno audiovisual, procurando que el empleo de los medios audiovisuales redunde en su beneficio, y no en un perjuicio para ellos. ¿Quiénes son estos agentes? En primer lugar, los padres y educadores. Y, en segundo lugar y de manera subsidiaria, los poderes públicos y la industria, llamados a facilitar a los padres las herramientas para que puedan proteger eficazmente a sus hijos frente a los contenidos ilegales o nocivos.

El presente artículo se propone analizar las medidas protectoras que a nivel normativo y autorregulador están ofreciendo los poderes públicos y la industria franceses de cara a construir un espacio audiovisual más seguro para los menores. Espero que el estudio contribuya a extender la sensibilidad hacia la causa de la protección de los menores en el entorno audiovisual, así como a ofrecer a las autoridades e industria españolas algunas pautas de comportamiento que, en lo que tienen de bueno y eficaz, pueden ser ensayadas en nuestro país.

II. MARCO NORMATIVO APLICABLE Y PAPEL DEL CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Históricamente en Francia se ha reconocido la importancia de proteger a los menores frente a los mensajes pornográficos y los que incitan a la violencia. Por lo que a la prensa escrita se refiere, ya la Ley 49-956 de 16 de junio de 1949, de las Publicaciones dirigidas a los Jóvenes, establecía limitaciones a la difusión de contenido pornográfico o violento. Durante los años 70 se produjo un enconado debate acerca de la admisibilidad de la difusión de películas de contenido pornográfico o de incitación a la violencia o a la vulneración de los derechos humanos². Fue finalmente la Ley 75-1278 de 30 de diciembre de 1975, de Presupuestos, la que en sus artículos 11 y 12 admitía la emisión íntegra de dichos trabajos. Como telón de fondo de estos debates y previsiones latía la preocupación por la defensa de los derechos de los menores y la moralidad pública.

Actualmente la protección de niños y adolescentes como límite a las libertades informativas se fundamenta en el artículo 1 de la Ley n.º 86-1067 de 30 de septiembre de 1986, relativa a la libertad de comunicación. Dicho artículo, tras proclamar lacónicamente que «la comunicación al público por vía electrónica es libre», advierte los motivos que pueden limitar dicha libertad. Entre esos límites se menciona expresamente la protección de los niños y adolescentes, expresión que podemos equiparar a la de «juventud e infancia» del texto constitucional español (art. 20.4.º CE *in fine*). Otros motivos mencionados en la Ley que pueden justificar una limitación de la libertad de comunicación son el orden público, el respeto a la dignidad de la persona y a los derechos de los demás, o la defensa nacional.

Un segundo precepto de gran trascendencia para la protección de los menores en el ámbito audiovisual francés es el artículo 15 de la misma Ley. Dicho artículo indica las funciones del regulador independiente del sector audiovisual –el *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (CSA)– y señala que éste «velará por la protección de la infancia y la adolescencia en la programación de las emisiones difundidas por los servicios de comunicación audiovisual». En virtud de este cometido especial, el CSA ha desarrollado una amplia labor en la protección de los más pequeños en el entorno audiovisual, especialmente en las emisiones radiotelevisivas.

Una última norma debe mencionarse: el Código Penal francés de 1 de marzo de 1994. Su artículo 227-23 tipifica la creación, transmisión, grabación, distribución o posesión de pornografía infantil³. El artículo incluye un tipo agravado, en una clara alusión a Internet, consistente en difundir dichos materiales a través de una red de comunicación abierta, que permita su difusión

1. CADALSO, J., *Cartas Marruecas*, Carta V.

2. Para una explicación pormenorizada de este debate, véase: Triollet, Ch., «Images violentes et pornographiques: la protection des mineurs», *Revue de la gendarmerie nationale*, núm. 211, 2004, pp. 95-113.

3. La pena que se impone es de tres años de cárcel y multa de 45.000 € para todas las conductas, excepto para la posesión, a la que se asignan dos años de cárcel y multa de 30.000 €.

a un número indeterminado de personas⁴. Por su parte, el artículo 227-24 establece que «el hecho de fabricar, transportar o difundir, por cualquier medio y en cualquier soporte, un mensaje de carácter violento, pornográfico o susceptible de atentar gravemente contra la dignidad humana, o bien de comerciar con un mensaje de ese tipo, será castigado con tres años de prisión y multa de 75.000 € cuando dicho mensaje pueda ser visto o percibido por un menor». Este artículo ha fundamentado igualmente gran parte de las posteriores regulaciones que se han elaborado en cada medio en relación con los contenidos no recomendados para los menores de edad.

Antes de abordar el estudio del régimen aplicable en cada uno de los medios de comunicación audiovisual y en la publicidad, valga una breve presentación del ya mencionado *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* (CSA), principal agente regulador en el ámbito audiovisual francés, que va a aparecer reiteradamente a lo largo de las siguientes líneas⁵. Creado por la Ley nº 89-25 de 17 de enero de 1989, está revestido de amplias competencias reguladoras, administrativas y sancionadoras en el mercado audiovisual y de las telecomunicaciones⁶. El CSA centra su actuación en cuatro grandes áreas: la protección del pluralismo político; la protección de los menores; la salvaguardia del idioma y la cultura franceses; y la distribución del minutaje⁷. Su actuación tiene gran independencia respecto de los principales agentes políticos del país, y es transparente y rigurosa, extremos que le han dotado de un gran prestigio tanto a nivel interno como internacional.

III. RADIO Y TELEVISIÓN

La prolongada exposición de los menores al medio televisivo tiene efectos indudables en su educación y formación, influencia que ha sido abordada prolijamente desde muy diversos puntos de vista: sociológico, pedagógico, psicológico, publicitario, económico, etc.⁸ 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 o refleja la realidad, sino que también la construye: «es falso que la televisión se limite a reflejar los cambios que se están produciendo en la sociedad

4. Este tipo agravado es penado con cinco años de prisión y 75.000 € de multa.

5. Para un estudio pormenorizado de la naturaleza y las competencias del *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*, véase AUTIN, J.-L., «Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel en France», *Revista catalana de dret públic*, núm. 34, 2007, pp. 83-115.

6. El *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel*, junto con una labor administrativa y de orientación, tiene encomendadas funciones sancionadoras. Las posibles sanciones que puede imponer están previstas y reguladas en los artículos 42-1, 42-2, 42-3 y 42-7 de la Ley nº 86-1067 de 30 de septiembre de 1986, relativa a la libertad de comunicación, y son las siguientes:

- suspensión de la edición, la difusión o la distribución de una categoría de programas, de una parte de un programa, o de una o más secuencias publicitarias (por un mes o más tiempo);
- acortamiento de la duración de la autorización o convenio de licencia, con el máximo de un año;
- sanción económica, asociada eventualmente a una suspensión de la edición o la distribución de todo o parte del servicio o el programa en cuestión;
- retirada de la autorización o la resolución unilateral del contrato de licencia.

El procedimiento sancionador está recogido en el artículo 42-7. A excepción de la suspensión, la adopción de todas las sanciones está sometida a un procedimiento contradictorio, en el que el medio implicado puede exponer sus opiniones y defenderse adecuadamente. Si finalmente se produce una sanción, el medio penalizado puede asimismo interponer un recurso contra la sanción del CSA ante el *Conseil d'Etat* (art. 42-8). Para concluir, conviene recalcar que normalmente los pronunciamientos del CSA sobre contenidos improprios no acarrearán una sanción concreta, sino que su alcance es meramente simbólico. Sólo en casos excepcionales, con una intención ejemplarizante, al señalamiento de una infracción de la normativa le sigue efectivamente una sanción.

7. La propia página web del CSA recoge algunas concreciones de estas competencias: procurar que se cumplan el pluralismo y la honestidad de la información, organizar las campañas electorales radiotelevisadas, atribuir las frecuencias a los diferentes operadores, supervisar el espectro en lo que concierne a las bandas de frecuencia asignadas a la televisión y a la radio, y controlar los contenidos emitidos, garantizar el respeto de la dignidad de la persona humana y la protección de la infancia. Asimismo, el Consejo está a cargo de velar por la defensa y la ilustración de la lengua y de la cultura francesas en las distintas antenas. Cfr. <http://www.csa.fr/multi/index.php?l=es&p=b> (última visita: 10.VII.2010)

8. Para un análisis detenido de la cuestión, pueden consultarse a título de ejemplo: VVAA, *Televisión, niños y jóvenes*, 1ª ed., 1994 Ente Público RTVV; y también: URRÁ, J., CLEMENTE, M. y VIDAL, M. A., *Televisión: impacto en la infancia*, 1ª ed., 2000 Siglo XXI.

y en su cultura. En realidad, la televisión refleja los cambios que promueve e inspira a largo plazo»⁹. Por todo ello 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, discriminatorias¹⁰.

Las razones anteriormente esbozadas apuntan a la necesidad de proteger a los menores frente a los contenidos inapropiados de la televisión, necesidad que empezó a sentirse en Francia desde los años 70. Como concreción importante de esta preocupación, una de las principales misiones del CSA es la de proteger a los menores en el ámbito de sus competencias. Ya desde su primera directiva, el 5 de mayo de 1989, el CSA fijó un horario de especial protección para proteger a los telespectadores y radioyentes más jóvenes de contenidos inapropiados para ellos. Conforme a esta directiva, las emisiones eróticas o de incitación a la violencia no podían ser difundidas entre las 6 y las 22.00 horas. En el año 1996, y de acuerdo con todas las cadenas de radiodifusión terrestre –TF1, France 2, France 3, RFO, Canal + y M6–, el CSA estableció un sistema de señalización de contenidos para proteger a la audiencia más joven. La clasificación de los contenidos televisivos distinguía cinco grandes grupos de contenidos, señalizados por pictogramas¹¹. A medida que se concedían nuevas licencias a operadores privados, este sistema de señalización se incluía en su contrato de licencia. Cada televisión se obligaba a tener un *comité de visionado* y a clasificar los programas que emitía con arreglo al sistema de clasificación existente.

Constatando que el sistema de pictogramas y colores no era suficientemente explícito y en ocasiones llevaba a confusión a los padres, el CSA decide en junio de 2002 cambiar el sistema de clasificación de pictogramas de colores por otro en el que conste la edad. Así, las nuevas categorías son: todos los públicos, –10, –12, –16, –18, señalando las edades para las que el contenido se considera prohibido. Este nuevo sistema, implantado en noviembre de 2002, asigna a cada categoría de programas un horario de difusión, del modo que sigue:

Categoría I. Todos los públicos: puede programarse en cualquier momento.

Categoría II. –10: la programación de estos contenidos queda a la discreción del programador, con la indicación de no emitirlos en horarios en los que los más pequeños están viendo la televisión.

Categoría III. –12: no deberán emitirse antes de las 22.00 horas, salvo en los canales de cine. En cualquier caso, se prevé que excepcionalmente dichos contenidos puedan emitirse a partir de las 20.30 horas, salvo los martes, viernes o sábados, o durante períodos vacacionales.

Categoría IV. –16: estos programas deberán reservarse para público informado, y sólo podrán ser emitidos después de las 22.30 horas en los canales generales, y después de las 20.30 horas en los canales temáticos de cine.

Categoría V. –18: los programas incluidos en esta categoría sólo podrán ser emitidos por canales expresamente autorizados. Los canales autorizados deberán circunscribir estas emisiones a la franja horaria que va entre las 0.00 horas y las 5.00 horas, así como ofrecer un sistema de codificación para proteger a los menores.

Aunque, tal y como se ha señalado, son las propias televisiones las que clasifican los contenidos, el CSA está legitimado para controlar la correcta clasificación de los mismos, jugando un papel de homogeneizador de criterios. Por ello, si considera que un programa ha sido clasificado de manera demasiado laxa o estricta, puede informar a la cadena responsable e instarle a clasificar en adelante dicho contenido conforme al criterio del CSA. Durante los meses de febrero y marzo del año 2004 TF1 emitió el programa *Fear Factor*, clasificado como Categoría II (–10). El CSA, considerando el

9. SARTORI, G., *Homo Videns*, 3ª ed., 2003 Taurus, p. 76. En este mismo sentido se pronuncia BOURDIEU, P., *Sobre la televisión*, 2ª ed., 1998 Anagrama, p. 28.

10. Acerca de ambivalencia de los efectos de la programación televisiva resulta de interés: IGARTUA PEROSANZ, J. J., «La infancia construida: efectos prosociales y antisociales de los contenidos televisivos», *Doxa Comunicación: revista interdisciplinaria de estudios de comunicación y ciencias sociales*, núm. 6, 2008, pp. 179-206.

11. Los pictogramas eran los siguientes: Clase I: ninguno; Clase II: un círculo azul; Clase III: un triángulo naranja; Clase IV: un cuadrado rojo; Clase V: una cruz morada.

carácter particularmente repugnante de algunas de sus secuencias, y del riesgo de que los jóvenes telespectadores trataran de imitarlas, alertó a la cadena de que dicha emisión debería haber sido clasificada en la Categoría III (-12)¹². No obstante, no existe un listado de criterios a tener en cuenta a la hora de clasificar. Si bien el CSA ha publicado diversos documentos en los que recoge pautas a tener en cuenta –como el número y la naturaleza de las imágenes violentas, la representación degradante de la mujer, la aparición de temas conflictivos como las drogas, el incesto o el suicidio–, también se ha mostrado contrario a publicar unas directrices excesivamente concretas, al entender que el ofrecimiento de una lista exhaustiva y cerrada no es ni aconsejable ni posible en estas materias. Así pues, las cadenas y el propio CSA deberán juzgar los materiales caso por caso¹³. Junto con esta revisión *ad casum*, el CSA publica bienalmente un informe sobre la aplicación del sistema de señalización, que ofrece una orientación valiosa a los clasificadores de los distintos medios de comunicación.

Por lo que a la emisión de películas se refiere, las cadenas deberán señalar la clasificación concedida a cada trabajo en el visado expedido por el Ministro de Cultura. En ocasiones, sin embargo, la autoridad clasificadora puede otorgar una calificación más estricta para la televisión, considerando que en este formato los trabajos resultan más accesibles a un público joven. Esta práctica es común en otros países, como Reino Unido o España. En relación con los contenidos violentos, o que pueden herir la sensibilidad de un menor, vertidos en los noticiarios de la televisión, el CSA se ha mostrado contrario a incluir las señales acústicas o visuales de advertencia, prefiriendo la advertencia verbal por parte del presentador de la noticia.

Junto con estas previsiones referentes al medio televisivo, y en aplicación del art. 15 de la Ley nº 86-1067 de 30 de septiembre de 1986, relativa a la libertad de comunicación, el CSA ha aprobado igualmente medidas concretas encaminadas a proteger a los menores en las emisiones radiofónicas. Dos son los instrumentos normativos que han vehiculado durante los últimos lustros esta protección.

En primer lugar, encontramos los Convenios de concesión de licencia firmados entre el CSA y cada licenciataria. En estos convenios hay tres artículos que hacen referencia expresa a los menores. El primero de ellos –el número 6 en la mayoría de los convenios– anima a los emisores a velar por la dignidad de la persona humana, por la igualdad entre hombres y mujeres, y por la protección de los menores. Dicho artículo también insta a los emisores a advertir a los oyentes de aquellos contenidos que puedan herir la sensibilidad de niños y adolescentes. Finalmente, prohíbe la emisión de material violento, pornográfico, o que pueda atentar contra la dignidad humana. El siguiente artículo –normalmente, el número 7– prohíbe la programación contraria a las leyes, al orden público, a las buenas costumbres y a la seguridad del Estado. Por su parte, el tercer artículo cuyo tenor protege a los menores y que suele ser el número 8, regula ciertas medidas de prudencia tendentes a evitar la identificación de aquellas personas que participen en las emisiones que no hayan dado su consentimiento expreso para que su identidad sea revelada.

Junto con estas previsiones recogidas en convenios particulares, el 10 de febrero de 2004 el *Conseil* adoptó una resolución con carácter general sobre la concreta materia de protección de los menores en las ondas radiofónicas. Su tenor literal dice así: «Conforme al artículo 15 de la ley de 30 de septiembre de 1986 modificada, el *Conseil Supérieur de l'Audiovisuel* es el garante de la protección de la infancia y la adolescencia en los programas puestos a la disposición del público por los servicios de comunicación audiovisual. En especial, los emisores no emitirán programas que pongan en peligro del desarrollo físico, mental o moral de los menores, salvo en los momentos de emisión en los que los menores normalmente no están oyendo la radio. Por lo tanto, estos contenidos que pueden atentar contra la sensibilidad de los oyentes menores de dieciséis años no se emitirán entre las 6 y las 22.30 horas. Por su parte, los programas con contenido pornográfico o extremadamente violentos quedan prohibidos, debido a la falta de una técnica en los servicios de radiodifusión que asegure que sólo los adultos tienen acceso a ellos».

Cuando el CSA advierte una vulneración de las previsiones anteriormente expuestas, puede enviar una advertencia a la cadena de radiodifusión. En caso de reincidencia, puede iniciarse un

12. Resolución del CSA de 23 de abril de 2004.

13. «Protection de l'enfance et de l'adolescence b la télévision et b la radio», *Les brochures du CSA*, 2006 Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, pp. 20-21.

procedimiento sancionador en los términos de los artículos 42-1 y siguientes de la Ley nº 86-1067 de 30 de septiembre de 1986, relativa a la libertad de comunicación.

Los principales motivos que han propiciado la intervención del CSA en defensa de los oyentes más jóvenes son los siguientes: intromisiones en la vida privada; omisiones en la dirección de los programas o *falta de control en la antena*¹⁴; atentados a la dignidad de la persona humana; las emisiones dedicadas a la sexualidad; o las emisiones de carácter pornográfico. Especialmente espinosos son los programas denominados «de antena libre», muy extendidos en Francia, en los que adolescentes cuentan sus sentimientos y opiniones conducidos por un moderador o *animador*, y que suelen emitirse entre las 6 y las 9 horas, y las 21 y las 24 horas. Como el CSA ha constatado, gran parte de estos programas se dedican a la exposición de preocupaciones de contenido afectivo y sexual. Aunque el propósito educativo y liberador de estos programas no es puesto en entredicho –el CSA considera interesante que los jóvenes puedan expresarse con libertad sobre estas cuestiones y manifestar sus dudas y sentimientos–, muchas veces su contenido se desliza hacia descripciones excesivamente eróticas, o hacia descalificaciones personales, no se respeta la intimidad de muchos menores, etc.¹⁵

Como un ejemplo paradigmático de intervención del CSA, puede señalarse el caso de *La caverne des horreus*, programa emitido por Ado FM, con un contenido altamente violento, capaz de afectar al desarrollo mental de los menores. Tras un primer aviso a la cadena en marzo de 2003, y ante la reiteración de dichos contenidos en enero de 2006, el CSA le impuso una sanción de 10.000 €, en resolución de 17 de octubre de 2006.

Por último, el CSA también ha prestado atención a la aparición de los menores en los programas de radio y televisión, señalando con carácter general que cuando sean objeto de informaciones deberá ser respetada su identidad.

IV. 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 de distinguir muchas veces lo que es producto de la fantasía de lo real¹⁶. A esta falta de contexto y de experiencia de los menores, que hace recomendable la adopción de ciertas medidas de protección, 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 Francia.

La regulación de la publicidad en Francia está marcada profundamente por la actividad de la propia industria, que desde hace décadas se ha dotado de instrumentos eficaces de autocontrol. Junto con estos instrumentos, el CSA goza de competencia en materia publicitaria en la radio y la

14. En los programas en directo los conductores del debate o moderadores son responsables del correcto desarrollo del mismo. Por ello, si alguno de los participantes se extralimita en sus afirmaciones, el moderador deberá interrumpir la difusión y reconducir el debate. Si no lo hace, estaremos ante una *falta de control en la antena*, de la que será responsable la propia cadena radiofónica.

15. «Protection de l'enfance...», doc. cit., p. 43.

16. AZURMENDI apunta algunas razones que aconsejan la especial protección del menor en el mundo audiovisual en general, y en el contexto publicitario en particular: «el menor se encuentra en el punto inicial del desarrollo de su personalidad; su credulidad, su dificultad para distinguir muchas veces lo que es producto de la fantasía de lo real, su enorme capacidad de fabulación: su falta de madurez intelectual, su natural confianza en los adultos –en el ámbito familiar y en el escolar principalmente–, su tendencia a imitar conductas observadas, su curiosidad, entre otras condiciones, le configuran como un grupo particular entre los sujetos del derecho a la información». AZURMENDI, A., *Derecho de la Información: guía jurídica para profesionales de la comunicación*, 1ª ed., 2001 Eunsa, p. 347.

televisión. Finalmente, los propios tribunales ordinarios se encargan con carácter general de hacer cumplir las leyes de defensa de los usuarios y los menores en el ámbito de la publicidad.

El 20 de agosto de 1953 los profesionales de la publicidad en Francia crearon un organismo de autorregulación publicitaria llamado *Bureau de Vérification de la Publicité* (BVP, Consejo de Control de la Publicidad). Se trata de un órgano independiente, financiado por la propia industria¹⁷. En junio de 2008 el *Bureau* aprobó sus nuevos estatutos, cambiando su nombre por el de *Autorité de Régulation Professionnelle de la publicité* (ARPP, Autoridad de Regulación Profesional de la Publicidad). Igualmente estableció una división interna del trabajo entre tres instancias. Una instancia de anticipación, el *Conseil de l'Éthique Publicitaire* (CEP, Consejo de la Ética Publicitaria), llamado a estudiar la evolución de la publicidad y a ofrecer respuestas deontológicas, así como a ofrecer una visión crítica del modelo de autorregulación, en orden a mejorarlo. Una instancia de diálogo, el *Conseil Paritaire de la Publicité* (CPP, Consejo Mixto de la Publicidad), compuesto por representantes de la sociedad civil y profesionales de la publicidad, cuya finalidad es establecer un marco de diálogo entre la industria y los destinatarios de los anuncios. Y una instancia de sanción, el *Jury de Déontologie Publicitaire* (JDP, Jurado de la Deontología Publicitaria), encargado de tratar las quejas de los consumidores relativas a las campañas publicitarias que contravengan las reglas profesionales.

La misión de ARPP se desarrolla en torno a cuatro ejes: fijación de pautas publicitarias para los anunciantes; control preceptivo previo de los anuncios emitidos en televisión, a petición de los propios anunciantes y en virtud de un acuerdo tácito con el CSA; control voluntario previo de anuncios en cualquier soporte: prensa, carteles, radio, Internet, cine; y, finalmente, cumplimiento de las pautas deontológicas fijadas por parte de los anunciantes, que se sustancia a través de un control *a posteriori*. ARPP lleva a cabo, pues, principalmente actuaciones de autorregulación, como son la elaboración de códigos de buenas prácticas, el asesoramiento antes de la finalización de los anuncios, o el asesoramiento previo a la difusión del mismo. Sin embargo, también encontramos en su actuación medidas de corregulación, que vinculan a los anunciantes más allá de su mera buena voluntad en aceptar las pautas y decisiones de ARPP. Se trata del control previo sobre los anuncios que se emitirán en televisión. En este caso, de modo análogo a como sucede en Inglaterra con Ofcom y ASA, el CSA ha delegado de modo tácito el control de los contenidos publicitarios emitidos en televisión a ARPP, que sustancia dicho control a través del visionado previo a la emisión. De ese visionado puede derivarse una aceptación del mismo, si no existen pegas a su emisión; la sugerencia de revisiones, hechas las cuales ARPP deberá emitir un nuevo juicio; o bien la prohibición de emisión del trabajo publicitario¹⁸. Finalmente hay que señalar que ARPP, a través del JDP, recibe y resuelve las quejas presentadas sobre las campañas publicitarias. Efectivamente, si un ciudadano o persona jurídica estima que determinado anuncio vulnera alguna de las pautas de autorregulación de ARPP, puede solicitar al JDP la emisión de un juicio sobre su aceptabilidad. Este juicio no recaerá nunca sobre posibles infracciones de leyes que dichos mensajes publicitarios puedan constituir –para eso ya están los tribunales ordinarios–, sino que se circunscribe tan sólo al cumplimiento de las normas de autorregulación. A la vista de los Códigos –y tras un proceso contradictorio en el que se escucha a las dos partes– el Jurado determina si el anuncio es éticamente aceptable o si no, pudiendo llegar a dictaminar la retirada de dicha publicidad. Estas decisiones son publicadas en el sitio web oficial del JDP, y en los casos más graves, son enviadas como nota de prensa a las principales agencias de noticias. Sobre las decisiones del JDP cabe un recurso de revisión.

La eficacia de las actuaciones de ARPP es generalmente limitada, fundamentándose en la aceptación de sus decisiones por parte de la industria, así como en el posible efecto difuso negativo que para una compañía o anunciante puede suponer el hecho de que el gran público sepa que no cumple las normas básicas de deontología. No obstante, y por lo que a la publicidad televisiva se refiere, sus decisiones gozan del respaldo del CSA, que como es sabido sí tiene potestad de sancionar a las cadenas, lo que lleva a éstas en la totalidad de los casos a no aceptar anuncios que no cuenten con el visto bueno de ARPP.

17. En ocasiones, el hecho de que sean los anunciantes los que financian esta instancia de autocontrol ha llevado a poner en tela de juicio su independencia y su libertad a la hora de sancionar a las principales agencias publicitarias.

18. De los 23.105 anuncios para la televisión enjuiciados en 2008, recibieron un juicio favorable 20.021 (86,6%), se dictaminó la revisión de 3.083 (13,4%), y se denegó la emisión de 1 (0,004%).

Para tener una visión cabal de la amplitud de la actuación de ARPP, resultan significativos los datos de actuación de ARPP durante 2008: 14.000 consejos generales a campañas publicitarias; 23.000 avisos previos a emisiones televisivas; 190 intervenciones sobre campañas ya lanzadas. Junto con estas decisiones particulares, cada año ARPP publica un informe dirigido a los anunciantes y a los profesionales de la publicidad en el que describe con precisión los límites y criterios rectores de la publicidad en los diversos sectores, a la luz de las decisiones tomadas a lo largo de ese año. Este informe constituye un instrumento valioso para interpretar los códigos deontológicos existentes, contribuyendo a la seguridad jurídica en el sector.

Una vez descrito este marco general, es preciso indicar que uno de los principales objetivos de la actuación de ARPP es garantizar la protección de los menores frente a la publicidad, teniendo en cuenta su especial vulnerabilidad frente a los mensajes publicitarios. Sobre esta cuestión en particular existen tres códigos de autorregulación específicos, uno de alcance general (*Niños*), y dos más específicos (*Alimentación para niños menores de tres años*, y *Juguetes*). Por otro lado, el Código *Comportamientos Alimentarios*, aprobado en octubre de 2009, recoge un capítulo específico con normas aplicables a la publicidad en la que aparecen o que se dirige a menores¹⁹. Merece la pena resaltar positivamente el hecho de que las directrices recogidas en estos códigos son aplicables a todos los soportes publicitarios, extremo que simplifica bastante el universo de normas autorreguladoras²⁰. Veamos brevemente los contenidos de estos tres instrumentos de protección.

Niños (junio de 2004): el pórtico de este texto lo constituye la transcripción del artículo 18 del Código de Buenas Prácticas Publicitarias de la Cámara de Comercio Internacional, que aborda la cuestión de la protección de los menores en el ámbito publicitario, alertando sobre posibles abusos en la publicidad²¹. Tras esta declaración de principios, el Código está dividido en diversas secciones: identificación de los mensajes como mensajes publicitarios; responsabilidad social de los anunciantes; dignidad y decencia; violencia; seguridad; publicidad leal; educación del joven consumidor; componentes alimenticios; publicidad interactiva; y publicidad de productos audiovisuales y videojuegos.

Alimentación para niños de menos de tres años (noviembre de 2000): El principio general en estos anuncios es la prohibición de sugerir que productos de consumo corriente responden a necesidades nutricionales específicas de niños de esas edades. Cuatro reglas –sobre la distinción entre productos de consumo corriente y productos para menores, sobre los productos *bio*, sobre la mención a ingredientes no autorizados, y sobre la mención a garantías médicas o científicas reglamentarias– completan el Código.

Juguetes (octubre de 1998): este documento incluye reglas sobre la descripción del juguete, su tamaño y la representación del mismo, el movimiento, las precauciones exigidas para el uso del producto, así como ciertas normas relacionadas con el precio. Las menciones tendentes a desacreditar otros juguetes similares quedan prohibidas.

Cerramos este epígrafe con un ejemplo de actuación de ARPP contra una campaña publicitaria potencialmente nociva para el armónico desarrollo de niños y adolescentes. El 18 de marzo de 2009, tras recibir numerosas quejas sobre el particular, el JDP se pronunció contra un anuncio de MTV en el que diversos personajes se van agrediendo sucesivamente de modo violento y lúdico. El lema o eslogan del anuncio es: «no has terminado tu lucha por el mando a distancia». El anuncio se emitió en salas de cine, Internet y prensa escrita, ente otros soportes. El JDP, a la luz de la violencia de las conductas, el tono lúdico y casi festivo de las mismas, y la probabilidad de que fuera visionado y emulado por menores, estimó que la campaña era contraria a las normas deontológicas recogidas en el Código *Niños*, y lo comunicó a las partes²².

19. Los cuatro códigos mencionados están disponibles en la página web de la ARPP: <http://www.arpp-pub.org> (última visita: 10.VII.2010)

20. En otros países, como el Reino Unido, existen diferentes códigos para la publicidad dependiendo del medio que le sirva como soporte: radio, televisión, prensa, etc. Este extremo complica no poco el marco regulador de la publicidad. Cfr. PALOMBA, M., y HACKFORD, Ch. (eds.), *Ad Law*, 1^a, 2004 Institute of Practitioners in Advertising.

21. Algunas de las afirmaciones del artículo 18 son: «Las comunicaciones comerciales no deben explotar la inexperiencia o la credulidad de los menores o adolescentes». Y también: «las comunicaciones comerciales no deben incluir declaraciones o imágenes susceptibles de causar a los menores o adolescentes un daño en el plano mental, moral o psíquico».

22. Puede verse la resolución íntegra en: <http://www.jdp-pub.org/MTV.html> (última visita: 10.VII.2010)

V. CINEMATOGRAFÍA, VÍDEOS Y VIDEOJUEGOS

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. En el caso de los videojuegos, a estas fuerzas hay que sumarles el factor de la interactividad: el menor ya no es un receptor pasivo de la historia, sino un agente activo, que toma decisiones mientras juega. La fuerza educadora de los 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 dado en calificar la *fuerza arrolladora de las imágenes*, que se presentan al espectador sin mediaciones²³. 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 todo ello por lo que Pérez Alonso-Geta concluye que «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»²⁴. Por estas razones, desde un momento temprano del desarrollo audiovisual se ha procurado regular el acceso de los menores a determinados contenidos cinematográficos, de vídeo y videojuegos.

En Francia, la protección de los menores frente a la cinematografía se articula a través de un sistema de clasificación de los trabajos en virtud de las edades para los que son recomendados. La clasificación corresponde al Ministro de Cultura, de acuerdo con lo previsto en el artículo L211-1 del Código del cine y de la imagen de animación. Desde 1990 una Comisión de Clasificación auxilia al Ministro en su tarea, realizando el visionado de cada película y elaborando un informe con una propuesta de clasificación²⁵. Esta Comisión, en la que el CSA está representado, depende del *Centre national du cinéma et de l'image animée*, y está formada por veintiocho miembros reunidos en cuatro colegios.

El Ministro de Cultura, a la luz del informe elaborado por la Comisión de Clasificación, emite un visado para cada película, que puede ser: para todos los públicos, o bien prohibida para menores de doce (-12), dieciséis (-16), ó dieciocho (-18) años. Dentro de las prohibidas para menores de dieciocho años, puede señalarse expresamente su carácter pornográfico o su especial incitación a la violencia. Los trabajos de este tipo, autorizados por primera vez en Francia por los artículos 11 y 12 de la Ley de Presupuestos de 30 de diciembre de 1975, deberán ser proyectados en salas de cine específicas, y no pueden beneficiarse de ciertas ventajas fiscales aplicables con carácter general al sector del cine. Finalmente, la Comisión y el Ministro de Cultura pueden oponerse a otorgar el visado para su visualización a un film si su contenido es degradante o contrario a la dignidad de la persona humana, como pueden ser trabajos que representan prácticas de pedofilia o zoofilia. Junto con la clasificación en el visado, el Ministro de Cultura puede exigir que la difusión de una película sea acompañada de determinados avisos complementarios, a fin de informar al espectador del contenido que va a encontrar en el trabajo.

Por último, es preciso señalar que en aplicación de las previsiones del Código Penal francés el *Conseil d'Etat* puede anular o revisar las decisiones clasificatorias del Ministro de Cultura. Como ejemplo reciente, puede citarse la resolución de 30 de junio de 2000, en la que el *Conseil d'Etat* resolvía contra la clasificación del film *Baise-moi* como película no recomendada para menores de dieciséis años, considerando que su contenido, con imágenes de gran violencia y escenas de sexo no simulado, podían perjudicar a una audiencia adolescente. Por ello, se clasificó la película como no apta para menores de dieciocho años.

Respecto de los vídeos (videocasetes, DVDs, juegos electrónicos), se encuentran dos posibles supuestos. Primeramente, se encuentran los trabajos que ya han sido clasificados por el Ministerio de Cultura para obtener el visado y poder ser proyectados en las salas de cine, en virtud del artículo

23. SARTORI, G., *Homo Videns*, oc, p. 75.

24. PÉREZ ALONSO-GETA, P. M., «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.

25. El régimen de funcionamiento de esta comisión está recogido en el Decreto nº 90-174 de 23 de febrero de 1990.

L211-1 del Código del cine y de la imagen de animación. Cuando estos trabajos previamente clasificados incluyan alguna prohibición (-12, -16, ó -18), ésta deberá constar claramente en cada ejemplar ofrecido a la venta o alquiler, sea cual sea el soporte en el que se ofrezca²⁶. Por otro lado, aquellos vídeos que no hayan obtenido un visado, o a los que se les haya otorgado un visado de -18 con especial mención a su contenido pornográfico o de incitación a la violencia, se rigen por las previsiones de los artículos 32-34 de la Ley 98-468, de 17 de junio de 1998, relativa a la prevención y represión de las infracciones sexuales y a la protección de los menores, artículos que se resumen a continuación.

El artículo 32 de la Ley prescribe que cuando un documento –legible electrónica, analógica o digitalmente– representa un riesgo para los jóvenes debido a su carácter pornográfico, el soporte y el embalaje de cada unidad debe incluir de manera visible, legible, e indeleble, las palabras «prohibida la puesta a disposición para menores de edad», conforme al artículo 227-24 de Código Penal. Su ofrecimiento, venta, entrega, o alquiler a menores queda terminantemente prohibida. El mismo tipo de documentos que, sin tener un carácter pornográfico, puedan representar un riesgo para los jóvenes debido a la importancia concedida a la delincuencia, la violencia, la incitación al uso, posesión o tráfico de estupefacientes o la incitación al consumo excesivo de alcohol, así como la discriminación o el odio contra una persona o un grupo determinado de personas, deberán alertar en el soporte de cada unidad y en su envase sobre estos potenciales riesgos. Los signos de alerta serán los establecidos por la autoridad administrativa competente. La aplicación de estas medidas de señalización es responsabilidad del editor y, en su defecto, del distribuidor del documento.

La autoridad administrativa competente –la Comisión de control de soportes de vídeo, dependiente del Ministerio del Interior– podrá prohibir, conforme al artículo 33 de la ley:

- la proposición de entrega, alquiler o venta a menores de edad de los documentos mencionados en el artículo 32;
- la exposición o exhibición de dichos documentos a vista del público en cualquier lugar. Sin embargo, la exhibición sí será posible en los lugares donde el acceso esté prohibido a menores de edad;
- la actividad tendente a publicitar dichos documentos, publicidad que tan sólo será admitida en aquellos lugares en los que esté prohibido el acceso de los menores.

El artículo 34 recoge las penas previstas para los casos de incumplimiento de las obligaciones y prohibiciones establecidas en los artículos 32 y 33²⁷. La pena básica es de un año de prisión y una multa de 15.000 €. La ley también prevé una pena accesoria de confiscación del objeto empleado para cometer el delito o del propio producto. Cuando el responsable de estos hechos delictivos es una persona jurídica, la pena puede ser de multa y de confiscación.

Por lo que a los videojuegos se refiere, desde 1992 han sido clasificados en Francia, conforme al criterio de la edad, por la Unión de los editores de *software* de entretenimiento (*Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs*, SELL), cuerpo autorregulador creado por la propia industria. Desde 1998 las categorías empleadas son coincidentes con las existentes para las películas de cine. Los diferentes íconos con las edades recomendadas se sitúan en la parte posterior de la caja, y, si se trata de juegos prohibidos para menores de dieciocho años, se añade una etiqueta adicional en la parte delantera de la misma. El sistema es totalmente voluntario para los editores de videojuegos.

En enero de 2004, con un propósito unificador, el sistema de clasificación de SELL fue sustituido por el sistema de clasificación PEGI (*Pan European Game Information*). Se trata éste de un sistema de autorregulación con gran prestigio en el sector del videojuego –muchos fabricantes de videoconsolas no admiten juegos si no han sido previamente clasificados por PEGI–, que se aplica

26. Artículo 5 del Decreto nº 90-174 de 23 de febrero de 1990.

27. Existe un tipo agravado del delito, para el que se doblan las penas, cuando se intenta eludir la aplicación de los artículos 32 y 33 fraudulentamente, cambiando la presentación del producto –título, soporte, publicidad.

en más de treinta países²⁸. El funcionamiento de este sistema es sencillo: el creador del juego, para obtener una clasificación, rellena un cuestionario y lo envía junto con el juego a PEGI, que lo recomienda para distintas edades en función del contenido. Junto con la clasificación por edades (3+, 7+, 12+, 16+ y 18+), PEGI añade etiquetas en función del contenido del videojuego (violencia, lenguaje ofensivo, terror, drogas, sexo, discriminación, juego y apuestas, y posibilidad de jugar en la red).

En cuanto a la publicidad de los videojuegos, el CSA ha animado a los productores y anunciantes de videojuegos a extremar su precaución a la hora de publicitarlos en soportes accesibles a los menores. En primer lugar, el anuncio del videojuego deberá indicar siempre el rango de edades para el que está recomendado. Además, el CSA aconseja que la publicidad televisada de videojuegos no recomendados para menores de doce, dieciséis ó dieciocho años se emita en las franjas horarias en las que están permitidos contenidos para las audiencias de dichas edades. Por ejemplo, el CSA insta a que los juegos para mayores de dieciséis años no se anuncien en televisión antes de las 20.30 horas, y que los juegos para mayores de dieciocho años no se publiciten antes de las 22.30 horas²⁹.

VI. INTERNET

Durante los últimos años la preocupación sobre Internet y sus contenidos se ha extendido entre usuarios, prestadores de servicios y proveedores de Internet (ISP), y poderes públicos, especialmente en relación con la protección de los menores de edad. Internet es un mar sin orillas a través del cual puede transmitirse todo tipo de mensajes y contenidos. Como apunta Cremades, «Internet permite difundir y expresar sus ideas tanto a comunidades científicas como a organizaciones terroristas, xenófobas o antisemíticas»³⁰. Así, junto con innumerable cantidad de material legal y apropiado para los menores, también se encuentra en Internet material ilegal o de naturaleza no apropiada para ellos (piénsese en contenidos violentos o pornográficos). Es más, sin un exceso de alarmismo puede afirmarse que dicho material no es precisamente minoritario ni recóndito, sino más bien moneda de curso común, y que a veces presenta incluso un carácter netamente invasivo. Dos son los contenidos de Internet que pueden afectar negativamente a los menores en Internet. Por un lado, se encuentran aquellos contenidos de corte ilegal o ilícito, que se consideran nocivos para cualquier receptor y que se tratan de retirar de la red. Por otro lado, existe en la red mucho material legal pero inapropiado para niños o adolescentes, que puede perjudicar su desarrollo físico, mental o moral por diversos motivos. Este contenido más problemático, por su naturaleza potencialmente nociva, está amparado por la libertad de expresión, si bien se procura que no esté disponible a los menores de edad. El desafío que se presenta al Derecho y a la industria no es pues su eliminación, sino la limitación de su acceso³¹.

En la actualidad, en ausencia de legislación específica referida a la Red y sus contenidos, los tribunales franceses castigan a los responsables de estos contenidos en base a las diversas normativas existentes y dependiendo del contenido ilegal o desaconsejable del que se trate. Los dos supuestos más conectados con los menores son la pornografía infantil y la distribución de material pornográfico a menores, previstos y penados respectivamente en los artículos 227-23 y 227-24 del Código Penal francés. Otros contenidos susceptibles de persecución en Internet, a la luz de la normativa

28. Para un estudio doctrinal sobre el Código PEGI, véase: Pérez Alonso-Geta, P. M., «Protección de la infancia y nuevas tecnologías de la comunicación: el Código PEGI de regulación de los videojuegos y juegos on-line», *Revista Electrónica de Teoría de la Educación: Educación y cultura en la Sociedad de la Información*, vol. 9, núm. 3, 2008, pp. 29-47.

29. «Protection de l'enfance...», doc. cit., pp. 27 y ss.

30. CREMADES, J., «Acceso restringido a Internet», *Régimen jurídico de Internet*, 1ª ed., 2002 La Ley, p. 1365. Y continúa el mismo autor: «El espacio Internet no es más que un reflejo virtual del espacio social. En él encontramos los mismos defectos, miserias y malas costumbres que acompaña al hombre en el mundo *real* (por contraposición al mundo *virtual* de Internet que, en realidad, es tan auténtico como el mundo *real*). Estos defectos, miserias y malas costumbres se traducen, en el espacio Internet, en contenidos indeseables y especialmente repulsivos».

31. 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». De LAMA AYMÁ, A., *La protección de los derechos de la personalidad del menor de edad*, 1ª ed., 2006 Tirant lo Blanch, p. 291.

gala, son los siguientes: odio por motivos sexuales o raciales (arts. 24.5º, 24.8º, 24.9º, 24 bis, 32 y 33 de la Ley de 29 de julio de 1881, de la libertad de prensa); crímenes o delitos contra las personas (art. 24.1º da Ley de 29 de julio de 1881); contenidos relacionados con el terrorismo (arts. 322-6.1º, 421-1 a 422-7 del Código Penal y art. 24.6º de la Ley de 1881); provocación al suicidio (arts. 223-13 y 223-14 del Código Penal).

Por lo que al contenido no recomendado para menores se refiere, desde hace unos años se está prestando especial atención a las barreras de acceso a dicho contenido que los proveedores de servicios de Internet deben establecer, con el fin de evitar la disponibilidad de dichos materiales para los menores de edad. Valgan dos casos a título ejemplificativo. En 1999 el Tribunal de Apelación de Caen determinó que el procedimiento de acceso a un foro con contenido pornográfico era poco restrictivo, y podía permitir el acceso de menores³². En esta misma línea, en abril de 2002, el Tribunal de Apelación de París estimó que el hecho de imponer a los usuarios una tarifa de acceso tampoco era una limitación del acceso que pudiera proteger suficientemente a los menores³³. Así, la jurisprudencia gala está tratando de imponer a los proveedores de contenidos la obligación de garantizar por diversos procedimientos técnicos que imágenes pornográficas o violentas no estén en la Red a disposición de los menores, sin que estos proveedores puedan escudarse en el control parental o en la evolución de la moral³⁴.

Como es común en muchos otros países, en Francia existe el *Portail officiel de signalement des contenus illicites de l'Internet*, línea oficial de denuncia de contenidos ilegales en Internet. La línea depende del Ministerio del Interior, y tiene una página específica para los contenidos de carácter pedófilo: el *Site de protection des mineurs pour lutter contre la pédophilie*. Las denuncias son tramitadas a la Gendarmería, que analiza los contenidos, y en caso de estimarlos contrarios a las leyes, persigue a los responsables de dichas conductas. Junto con la posibilidad de denunciar, el *portail officiel* contiene valiosos consejos para los padres y los hijos, así como una guía de navegación segura.

Desde una perspectiva distinta a la meramente judicial, consciente de la importancia del buen uso de Internet y su enorme potencial –valioso o perjudicial, según el sentido en que se emplee– el Ejecutivo francés creó en 2003 la Delegación para el uso de Internet (*Délégation aux Usages de l'Internet*, DUI), dependiente del Ministerio de Educación. Como el Decreto de su creación señala, su principal función consiste en «proponer las medidas tendentes a generalizar el acceso a Internet, así como facilitar la formación de las familias, los menores, y el gran público, en el uso de las nuevas tecnologías»³⁵. Durante estos años, esta Delegación ha desarrollado diversas iniciativas en materia de alfabetización digital y protección de los colectivos más débiles en la Red. En materia de menores, realiza una importante tarea de sensibilización, y procura activamente la implicación de todos los sujetos afectados, como son padres, educadores, industria, profesionales, y los propios menores. Entre su amplia tarea –seminarios, conferencias, concursos, etc.– cabe destacar el lanzamiento de tres páginas web específicas sobre el particular, que ofrecen numerosos recursos a educadores y menores:

Internet sans crainte (Internet sin miedo). Este proyecto, encuadrado dentro de Plan de Acción para una Utilización Más Segura de Internet de la Unión Europea (*Safer Internet*), tiene como objetivo involucrar a todos los agentes interesados en Internet –instituciones públicas, asociaciones, proveedores de Internet, usuarios– en el ámbito de la defensa de los niños en Internet.

Menuers.fr. Abierta en diciembre de 2003, enumera las distintas posibilidades existentes para defender a los menores contra contenidos ilícitos en Internet, tanto en el hogar como en la escuela. Tiene una sección dirigida especialmente a los menores.

Internet Accompagné (Internet en compañía). En colaboración con asociaciones como Intel, Orange o Microsoft, la DUI fomenta con esta página la alfabetización digital, encaminada a dotar a niños y padres de herramientas que les permitan navegar de manera segura por Internet.

32. Cour d'appel de Caen, 8 de septiembre de 1999, nº 99/00742.

33. Cour d'appel de Paris, 13ème chambre, 2 de abril 2002, nº 01/03637.

34. Véase, por todas, la resolución del Tribunal Correctionnel de Paris, 12 de febrero de 2004.

35. Decreto nº 2003-1168 de 8 de diciembre de 2003, sobre la creación de una Delegación para el uso de Internet, artículo 2.

Hasta la fecha la labor de DUI ha resultado muy interesante, ya que ha sabido implicar a todos los agentes interesados en construir un entorno digital más seguro: poderes públicos, industria, profesionales del sector, padres y educadores, menores. Y es que no se puede olvidar que la consecución de un Internet respetuoso con los menores será más el fruto de un trabajo horizontal de colaboración entre todos los agentes implicados, que el de unas directrices verticales, emitidas desde el poder público y cumplidas obligatoriamente por el resto de interesados.

Otra entidad muy activa en el campo de la protección de los menores en Internet ha sido, desde su creación en 1997, la Asociación de Proveedores de Acceso y de Servicios de Internet (*Association des Fournisseurs d'Accès et de Services Internet*, AFA). Legalmente, el régimen de responsabilidad de los ISP es un régimen comprensivo con el proveedor del servicio, consciente de su función de mero intermediario y de la dificultad de controlar el contenido que almacena o transmite. La norma general es la no responsabilidad por la información almacenada o transmitida, siempre que se cumplan dos condiciones: que no se tenga conocimiento efectivo de que la actividad o la información almacenada es ilícita o de que lesiona bienes o derechos de un tercero susceptibles de indemnización; y que si se tiene, se actúe con diligencia para retirar los datos o hacer imposible el acceso a ellos³⁶. Como proveedores de los servicios de Internet –en parte por responsabilidad social corporativa, en parte por disposiciones legales, y en parte para no verse involucrados en procedimientos judiciales por albergar y ofrecer contenidos ilegales–, desde el comienzo de la generalización de Internet estos sujetos han procurado ofrecer a los usuarios filtros de contenidos y líneas de denuncia para evitar contenidos no apropiados y eliminar los ilegales, respectivamente³⁷. El 14 de junio de 2004, los proveedores de Internet asociados en AFA firmaron la Carta contra los Contenidos Odiosos (*Charte contre les Contenus Odieux*), por la que se comprometían a luchar contra determinados materiales que atentan contra la dignidad de la persona y los derechos de los internautas, especialmente de los menores³⁸. En aplicación de la Carta, dos son las iniciativas más importantes de AFA. En primer lugar, el lanzamiento y actualización de la página web *Point de Contact*, que contiene el modo de actuar ante los siguientes contenidos en línea: contenido sexual en las que aparecen menores; contenido incitando a la violencia; contenidos chocantes accesibles a menores; contenidos relacionados con la protección de los menores; prácticas de *spam*; música y cine en línea. Se trata de un recurso muy interesante ya que aglutina la legislación existente en cada ámbito, orientaciones para evitar dichos contenidos, y una línea de denuncia rápida y sencilla.

Por otro lado, todos los proveedores asociados se comprometen a ofrecer a sus clientes un servicio de filtro de Internet. El sistema recomendado por AFA es el ofrecido por la Asociación *Internet Content Rating Association* (ICRA). Se trata de un sistema de alcance supranacional que se basa en la autclasificación de los sitios web por parte de los titulares de los mismos, a través de distintas etiquetas que describen su contenido. ICRA ofrece un *software* que permite al usuario elegir a qué clase de contenidos puede tener acceso desde su ordenador³⁹. A nivel nacional, AFA recomienda el sistema de filtrado y control parental *Logiciel de contrôle parental d'activité*.

Por último, también el CSA tiene un papel interesante en el control de ciertos contenidos ofrecidos a través de Internet. En virtud de la DSMA y de su transposición al Derecho interno francés (por la Ley 2009-258, de 5 de marzo), determinados contenidos ofrecidos a través de Internet quedan vinculados a los requisitos que tradicionalmente se imponían a los contenidos ofrecidos por televisión⁴⁰. Se trata de aquellos materiales ofrecidos por Internet que guardan una analogía con los tradicionales servicios de comunicación, como son los servicios de radio, de televisión o de vídeo a la carta a través de la Red. Así, la competencia del CSA se extiende también a controlar aquellos sitios que ofrecen servicios de televisión, radio, o vídeo a la carta *online*, medios

36. Su régimen de responsabilidad está previsto en los artículos 6 y siguientes de la Ley n° 2004-575 de 21 de junio de 2004, para la confianza en la economía digital. Esta Ley traspone los principios consagrados en la Directiva 2000/31/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio.

37. La Ley n° 2004-575 de 21 de junio de 2004, para la confianza en la economía digital, recoge la obligación de los proveedores de servicios de comunicación en línea de informar a sus clientes de la existencia de medidas tendentes a limitar el acceso a ciertos contenidos (art. 6.I.1°).

38. La Carta está disponible en el portal de AFA: <http://www.afa-france.com> (última visita: 10.VII.2010)

39. Para hacerse cargo de la amplia aceptación de este sistema, cabe señalar alguno de sus miembros: AOL, Google, Microsoft, Myspace, Ning, Optenet, Norton, Telefónica, Yahoo.

40. Directiva 2007/65/CE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de Servicios de Medios Audiovisuales. Resulta interesante el análisis que de dicha Directiva hace: ARIÑO, M., «La regulación audiovisual en la era de la convergencia digital», *Revista de los Estudios de Derecho y Ciencia Política de la UOC*, núm. 7, 2008, pp. 5-11.

de comunicación que deben respetar los mismos principios de protección de los menores que aquellos canales o estaciones que emiten a través de ondas herzianas, por cable, satélite, etc. (art. 15 de la Ley nº 86-1067 de 30 de septiembre de 1986, relativa a la libertad de comunicación).

VII. 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 de los menores, 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, etc.⁴¹

En este contexto, los principales operadores de telefonía móvil franceses, asociados en la Asociación Francesa de Operadores Móviles (*Association Française des Opérateurs Mobiles*, AFOM) están trabajando para ofrecer una protección eficaz a los usuarios más jóvenes. Enero de 2006 constituye una fecha importante en el camino de la protección de los menores en el mundo de la telefonía móvil. Ese mes AFOM y el Ministro de Familia francés firmaron la *Carta sobre los dispositivos móviles multimedia*, documento que armoniza las previsiones de los distintos operadores del mercado en materia de contenidos sensibles y ofensivos para los menores, y establece nuevas obligaciones para los operadores de telefonía móvil. Como medida básica de control parental, la Carta preveía la apertura de una línea a través de la cual los padres o representantes legales de un menor pudieran restringir el acceso de éste a través de su teléfono móvil a Internet, y a líneas de contenido erótico y de citas, línea que fue abierta poco después de la aprobación de la Carta.

Además, en el mismo documento los operadores se comprometían a desarrollar un sistema de clasificación de los contenidos, que permitiría a los padres bloquear al acceso a ciertos servicios y contenidos perjudiciales. Descargas, juegos para el móvil, canciones, videoclips, etc., son algunos de los contenidos que quedarían debidamente clasificados y cuya puesta a disposición de los menores sería limitada⁴². Para elaborar un sistema eficaz de clasificación de los contenidos se constituyó un grupo de trabajo en el que AFOM trabajó con diversos actores, como el *Forum des droits sur l'internet*, el propio CSA, o la DUI mencionada más arriba (la Delegación para el uso de Internet), entre otros. En octubre de 2006 se aprobó la Recomendación «Clasificación de los contenidos multimedia para móviles», que insta a cada operador clasificar los contenidos ofrecidos en cuatro grandes categorías: todos los públicos, no recomendado para menores de doce (-12) o dieciséis (-16) años, y reservado para adultos (-18). Como contenidos especialmente sensibles, la guía señala el nudismo, el sexo, la violencia, y los contenidos susceptibles de incitar a un menor a cometer actos peligrosos o ilícitos. Finalmente, la Recomendación incluye un sistema de gestión y de resolución de quejas, para resolver posibles discrepancias de criterio entre operador y clientes en materia de clasificación⁴³.

Para concluir este breve repaso de la tarea de AFOM en materia de protección de menores, conviene mencionar la publicación de la guía práctica «Vuestro hijo y el teléfono móvil», documento dirigido a los padres, que resume los principales riesgos inherentes al uso de teléfonos móviles y propone soluciones.

El CSA también comparte esta preocupación por la defensa de los usuarios más jóvenes de telefonía móvil, y es competente para proteger a los mismos frente a aquellos servicios de carácter televisivo, radiofónico o de vídeo en demanda ofrecidos a través de los dispositivos móviles⁴⁴.

41. 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*, Informe del Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid, Madrid, 2008.

42. Cuestión distinta es el tema del acceso a Internet y a los contenidos en línea a los que se accede, para lo que nos remitimos a lo expuesto en el epígrafe anterior.

43. *Classification des contenus multimédias mobiles*, Le Forum des droits sur l'Internet, París, 2006.

44. Así lo establece el artículo 15 de la Ley nº 86-1067 de 30 de septiembre de 1986, relativa a la libertad de comunicación.

VIII. CONCLUSIONES

Tras el recorrido realizado, cabe subrayar que en Francia tanto los poderes públicos como la industria audiovisual están realizando esfuerzos interesantes de cara a proteger a los menores frente a abusos en el ejercicio de la libertad de expresión y frente a contenidos potencialmente nocivos.

En nuestra opinión, merece una mención especial la labor del CSA, que, a través de su capacidad normativa, sancionadora y de sensibilización, está llevando a cabo una protección eficaz y transparente en defensa de los más pequeños. Es de esperar que la pronta creación en España del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales (CEMA), prevista en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, traiga consigo similares efectos positivos. Los esfuerzos autorreguladores de la industria han de ser asimismo aplaudidos: la tarea autorreguladora de PEGI, el sistema mixto de protección en el ámbito publicitario, los esfuerzos de la asociación de proveedores de servicio en Internet, así como de las compañías de telefonía móvil, muestran de modo patente la voluntad cooperativa de los profesionales de la comunicación en la tarea de protección de los más jóvenes.

Quizá la asignatura pendiente a día de hoy –tanto en Francia como en la práctica totalidad de los países– es la llamada *alfabetización digital* de los padres. Si los padres, que son los primeros responsables de la educación de los hijos, no conocen el modo de aprovechar las medidas protectoras que ponen a su alcance el poder público y la industria, de bien poco sirven los esfuerzos protectores de éstos. Por ello, junto con una valoración positiva de las medidas normativas y autorreguladoras aquí analizadas, se ha querido terminar estas líneas alertando sobre la tarea más importante y urgente que la protección de los menores en el ámbito audiovisual afronta en estos momentos: la educación de los padres en las nuevas tecnologías.

IX. BIBLIOGRAFÍA Y DOCUMENTOS CITADOS

AUTIN, J.-L., «Le Conseil Supérieur de l'Audiovisual en France», *Revista catalana de dret públic*, núm. 34, 2007, pp. 83-115.

AZURMENDI, A., *Derecho de la Información: guía jurídica para profesionales de la comunicación*, 1ª ed., 2001 Eunsa.

BOURDIEU, P., *Sobre la televisión*, 2ª ed., 1998 Anagrama.

Classification des contenus multimédias mobiles, Le Fórum des droits sur l'Internet, París, 2006.

CREMADES, J., «Acceso restringido a Internet», *Régimen jurídico de Internet*, 1ª ed., 2002 La Ley, pp. 1365-1373.

DE LAMA AYMÁ, A., *La protección de los derechos de la personalidad del menor de edad*, 1ª ed., 2006 Tirant lo Blanch.

IGARTUA PEROSANZ, J. J., «La infancia construida: efectos prosociales y antisociales de los contenidos televisivos», *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, núm. 6, 2008, pp. 179-206.

La telefonía móvil en la infancia y la adolescencia. Usos, influencias y responsabilidades, Informe del Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid, 2008.

PALOMBA, M., y HACKFORD, Ch. (eds.), *Ad Law*, 1ª, 2004 Institute of Practitioners in Advertising.

PÉREZ ALONSO-GETA, P. M., «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.

– «Protección de la infancia y nuevas tecnologías de la comunicación: el Código PEGI de regulación de los videojuegos y juegos on-line», *Revista Electrónica de Teoría de la Educación: Educación y cultura en la Sociedad de la Información*, vol. 9, núm. 3, 2008, pp. 29-47.

«Protection de l'enfance et de l'adolescence b la télévision et b la radio», *Les brochures du CSA*, 2006 Conseil Supérieur de l'Audiovisuel.

SARTORI, G., *Homo Videns*, 3ª ed., 2003 Taurus.

TRIOLLET, Ch., «Images violentes et pornographiques: la protection des mineurs», *Revue de la gendarmerie nationale*, núm. 211, 2004, pp. 95-113.

URRA, J., CLEMENTE, M. y VIDAL, M. A., *Televisión: impacto en la infancia*, 1ª ed., 2000 Siglo XXI.

VVAA, *Televisión, niños y jóvenes*, 1ª ed., 1994 Ente Público RTVV.