



Universidad  
de La Laguna

TRABAJO DE FIN DE GRADO

# La protección del menor frente a contenidos televisivos

El caso de *Sálvame Diario*



**Alumnas:** Carla Jorge Vargas

Sara Rodríguez Hernández

**Tutora:** Dra. María Dolores Meneses Fernández

La Laguna, curso académico 2014-2015

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS, SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

**AVAL FAVORABLE**

La **Dra. María Dolores Meneses Fernández**, profesora del Departamento de Ciencias de la Comunicación y Trabajo Social de la Universidad de La Laguna.

Como directora del Trabajo de Fin de Grado titulado:

***La protección del menor frente a contenidos televisivos. El caso de  
Sálvame Diario,***

realizado por los alumnos **Carla Jorge Vargas** y **Sara Rodríguez Hernández**, autorizo su entrega y defensa, dado que reúne los requisitos establecidos por el Reglamento del Trabajo de Fin de Grado de este Centro.

San Cristóbal de La Laguna, 26 de mayo de 2015.

Fdo. María Dolores Meneses Fernández.

Este recibo incorpora firma electrónica de acuerdo a la Ley 59/2003  
La autenticidad de este documento puede ser comprobada en la dirección: <https://sede.ull.es/validacion/>

Identificador del documento: 420765

Código de verificación: q5btCzRw

Firmado por: **UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA**  
En nombre de **MARIA DOLORES MENESES FERNANDEZ**

Fecha: 26/05/2015 16:04:18

## ÍNDICE

Resumen .....	5
I. INTRODUCCIÓN .....	6
II. JUSTIFICACIÓN .....	8
III. MARCO TEÓRICO .....	10
III.1. Un híbrido entre el magacín, el <i>talk show</i> y el <i>reality show</i> : el infoentretenimiento de <i>Sálvame Diario</i> .....	10
III.2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia .....	12
III.3. Franja horaria de protección infantil .....	13
III.4. Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia.....	14
III.5. Ley General de la Comunicación Audiovisual .....	16
III.6. Regulación interna de Mediaset España .....	16
IV. MARCO DE LA INVESTIGACIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN .....	19
IV.1. Resolución de la CNMC hacia <i>Sálvame Diario</i> .....	19
IV.1.1. El debate: ¿se vulnera la libertad de expresión? .....	20
IV.1.2. Otras faltas de Telecinco desde 2009: informes de TvInfancia.....	21
IV.2. Campaña de la cadena a favor del programa.....	23
IV.3. La solución: <i>Sálvame Limón</i> y <i>Sálvame Naranja</i> .....	24
IV.4. Jurisprudencia española.....	25
IV.5. Antecedentes internacionales .....	26
V. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS.....	28
VI. METODOLOGÍA DEL TRABAJO .....	30
VII. RESULTADOS DEL ANÁLISIS .....	35

VII.1. Datos cuantitativos .....	35
VII.2. Datos cualitativos .....	39
VII.2.1. Medios de comunicación .....	39
VII.2.2. Organismos .....	46
VII.3. Resultado de la encuesta .....	48
VIII. CONCLUSIONES .....	56
IX. DISCUSIÓN .....	59
X. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS EN RED .....	60
XI. ANEXO .....	63
XI.1. Entrevista a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia .....	63
XI.2. Entrevista a la Asociación de Usuarios de la Comunicación .....	65

## **Resumen:**

La protección de los menores frente a contenidos televisivos inadecuados es un tema que preocupa a la mayor parte de la sociedad española y que, actualmente, está muy en alza. Desde hace unas décadas existen una serie de organismos y asociaciones que luchan en contra de la vulneración de los derechos y la protección de los niños frente a esas emisiones calificadas como dañinas y perjudiciales para su desarrollo. En este sentido, encontramos el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, una normativa que, firmada en 2004 por los principales grupos de comunicación del país, vela por la protección infantil y el cumplimiento de la franja horaria reforzada (17:00 horas a 20:00 horas). Sin embargo, la función del propio Código se ha puesto en entredicho, de alguna manera, después de la publicación de una resolución, en diciembre de 2014, por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en la que instaba al programa de Telecinco, *Sálvame Diario*, a cambiar sus contenidos y adecuarlos a la franja de protección infantil, o por el contrario, sería sancionado de carácter grave. Todo ello, después de recabar durante los años de vida del espacio televisivo un total de 167 quejas y reclamaciones por parte de la ciudadanía. No obstante, teniendo en cuenta que *Sálvame Diario* se emite desde el año 2009, son muchas las personas que creen que dicha resolución debería haber llegado con anterioridad, ya que el programa llevaba 5 años incumpliendo lo expuesto en el Código de Autorregulación.

Este trabajo de investigación tiene el objetivo de conocer la reacción de los distintos medios digitales españoles ante la emisión de la resolución de la CNMC, así como la función de diferentes asociaciones y organismos destinados a la protección del menor frente al tema estudiado. Además, ha sido de gran importancia saber cuál es la opinión pública al respecto a través de una encuesta realizada a una parte representativa de la población.

El periodo de tiempo estudiado ha sido el mes de diciembre de 2014, teniendo en cuenta que 39 medios digitales nacionales y regionales se hicieron eco de la publicación de la advertencia a *Sálvame Diario* por parte de la CNMC. Se han aplicado técnicas cuantitativas y cualitativas para la obtención de resultados. Estos se refieren a noticias relacionadas con la resolución, con la solución planteada por el espacio televisivo para evitar sanciones, y la cobertura por los medios españoles de lo sucedido.

**Palabras clave:** televisión, horario infantil, infoentretenimiento, normativa, deontología.

## I. INTRODUCCIÓN

Desde el surgimiento de la televisión, la sociedad ha luchado en contra de la emisión de contenidos perniciosos para los menores. Sin embargo, en las últimas décadas, sobre todo con la aparición de las nuevas tecnologías, esa lucha se ha hecho todavía más notable, tanto a nivel nacional como internacional. Son numerosos los organismos e instituciones que se han creado con el objetivo de velar por los derechos de los menores en relación con los contenidos audiovisuales.

En España, desde el año 2004, con la creación del Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, es lógico pensar que los distintos grupos de comunicación firmantes del mismo (Radio Televisión Española, Net TV, Mediaset España, Atresmedia, Forta y Unidad Editorial) deberían haber controlado sus emisiones para adaptarlas a los menores. Sin embargo, son muchas las ocasiones en las que dichos canales publican contenidos inadecuados para los niños, y es en esos casos cuando el Comité de Autorregulación y la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) actúa. Un ejemplo claro de esto es el del ultimátum a *Sálvame Diario*, un programa de televisión que trata temas denominados “del corazón”, y que pertenece a Telecinco y al grupo de comunicación Mediaset España.

En diciembre de 2014, después de recibir un total de 167 reclamaciones desde la creación de programa *Sálvame Diario* (2009) hasta 2013, la CNMC lanzó una advertencia al espacio televisivo para que adecuara sus contenidos a la franja horaria de protección infantil reforzada, que va desde las 17:00 horas hasta las 20:00 horas (periodo de tiempo en el que se emite el programa).

Actualmente, la televisión forma parte de la vida de los niños, se trata de un elemento central en la ocupación de su tiempo de ocio, por lo tanto es un agente fundamental en el desarrollo de su personalidad, y los padres tienen la tarea de ayudarles a comprender los mensajes que los menores reciben a través de ella (Aznar, 2005). Esta reflexión hace que se haya abierto un debate en la sociedad española, y que se haya acentuado después del caso de *Sálvame Diario*: ¿La televisión tiene una función educadora en los menores, o esto es solo competencia de los padres? Las opiniones son diversas, son muchos los que creen que los padres son los que deben educar a los niños, dejándoles ver ciertos programas televisivos y no aquellos que les perjudiquen, gracias a la gran variedad de espacios televisivos y canales que existen en la actualidad. Sin embargo, son más los que aseguran

ver en la televisión un complemento para la educación de los niños. Por esta razón, existen muchas asociaciones y organizaciones que apuestan por una televisión de calidad, que respete los horarios de protección infantil y que adecue sus contenidos al mismo, como es el caso de la plataforma TvInfancia o la CEAPA (CEAPA). En este sentido, Hugo Aznar, en su libro *Pautas éticas para la Comunicación Social*, manifiesta que “en beneficio de los menores, las televisiones deben adoptar altas dosis de responsabilidad en sus programaciones, contribuyendo al pleno desarrollo de la personalidad de nuestros niños y adolescentes”, enseñándoles a respetar los derechos y las libertades esenciales.

Hay que destacar que, muchas cadenas de televisión, en su línea editorial, apuestan por contenidos adecuados para los menores en la franja de horario infantil, como es el caso de la BBC (APM, 2007), que apunta que “en cuanto a los menores, la BBC tratará de salvaguardar siempre el bienestar de los mismos cuando aporten o intervengan en los contenidos. Además, se programará en un horario adecuado los contenidos que sean inapropiados para niños y adolescentes”.

Lo cierto es que Mediaset España, grupo de comunicación implicado en la investigación, también alude al derecho de los menores en uno de sus Informes de Responsabilidad Corporativa (2013), y lo que es más importante, está adherido como miembro al propio Código de Autorregulación. A pesar de ello, este grupo es uno de los que más quejas y reclamaciones recibe de la ciudadanía por emitir contenidos inadecuados en el horario de protección infantil reforzado, franjas que se establecen en el Código que firmó.

## II. JUSTIFICACIÓN

El Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia es un acuerdo suscrito el 9 de diciembre de 2004 por parte de Radio Televisión Española, Net TV, Mediaset España, Atresmedia, Forta y Unidad Editorial por el cual se comprometían a la protección de los menores en relación con los contenidos televisivos que emiten. Para cumplir este objetivo, las cadenas firmantes se comprometieron a una serie de acuerdos y principios entre los que se encuentran, por ejemplo, “evitar la emisión de imágenes de violencia, tratos vejatorios, o sexo no necesarias para la comprensión de la noticia”.

En diciembre de 2014, la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC) alertaba al programa de Telecinco *Sálvame Diario*, al que requería que adaptase sus contenidos a la franja horaria de protección infantil establecida en el Código de Autorregulación ya mencionado, que habla de una “franja de protección reforzada” que se da entre las 08:00 y las 20:00 horas de lunes a viernes, y de 09:00 a 12:00 horas los fines de semana. La CNMC realizó esta actuación a raíz del número de quejas que había acumulado por parte de las diferentes asociaciones de consumidores de contenidos televisivos y de protección al menor, como la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), las cuales se quejaban de los contenidos inapropiados del programa, entre los que destacaron la “presentación sin finalidad educativa o informativa de actitudes intolerantes, racistas, sexistas y violentas”, tal y como muestra la resolución de la CNMC. Se trata de unos contenidos que, como se observa en el Código de Autorregulación, las cadenas firmantes se comprometían a evitar emitir en el horario de protección infantil establecido.

La televisión es un medio que consumen a diario miles de niños, los cuales pueden ver reflejados aspectos de su vida cotidiana en ella, y de alguna manera aprender de lo que ven a través de la pantalla. Tal y como aseguran M<sup>a</sup> Cruz López de Ayala López y Ángeles Fernández Martínez (2009), “la imitación es el primer mecanismo de aprendizaje que tienen los niños”, por lo que la emisión de contenidos violentos e inadecuados en horario en los que los más pequeños se encuentran frente al televisor puede suponer que éstos actúen de la misma manera de lo que ven en la pantalla.

Como asegura, por otro lado, Carmen Herrero (2008) “los medios conceden más importancia a lo superficial y al sensacionalismo”, en lugar de promover valores sociales importantes que puedan inculcarse y, de alguna manera, educar a los menores.



Desde que se estrenó *Sálvame Diario* como programa de entretenimiento en la parrilla de Telecinco, han sido muchas las quejas que han recibido organismos como la AUC, el Comité de Autorregulación o los Consejos Audiovisuales. Por este motivo, el “ultimátum” a Telecinco y al programa por parte de la CNMC para que adecúe sus contenidos y los dote de la calificación por edades adecuada ha suscitado un gran número de opiniones por parte de la opinión pública y una amplia cobertura por parte de los medios de comunicación españoles.

Con este trabajo de investigación se pretende, por tanto, tratar un tema de gran actualidad debido al poco tiempo que hace que se envió la resolución de la CNMC a *Sálvame*. Además, se trata de una cuestión que afecta a un gran número de españoles que han expresado a las diferentes organizaciones sus opiniones sobre el programa. No solo se trata de lo que “aprenden” los más pequeños viendo esta clase de espacios televisivos y lo desamparados que muchas veces se encuentran con la emisión de contenidos inapropiados en su franja horaria de protección. Los padres o familias españolas que han emitido quejas a las organizaciones correspondientes como el Comité de Autorregulación o la Comisión Mixta de Seguimiento (a través de la página de TV Infancia) también se han visto afectados por este tema, ya no solo con el caso de *Sálvame Diario*, sino con muchos otros programas que a lo largo de los años han emitido contenidos inapropiados.

### III. MARCO TEÓRICO

#### III.1. Un híbrido entre el magacín, el *talk show* y el *reality show*: el infoentretenimiento de *Sálvame Diario*

La llegada de *Sálvame Diario* a la parrilla de Telecinco como un claro sustituto del anterior programa del mismo tipo, *Aquí Hay Tomate*, supuso para la cadena un cambio total, ya que se ha convertido en un programa que ha mantenido sus índices de audiencia y su popularidad seis años después de su estreno. Aunque en un primer momento, *Sálvame* surgiera para comentar las destrezas de los concursantes de uno de los *reality shows* de la cadena, *Supervivientes*, con el paso de los años se ha convertido en un ejemplo de programa híbrido que combina los formatos de magacín, *talk show* y el propio *reality show*.

Mariano Cebrián (2004) define al *talk show* como un formato en el que se dan una serie de debates en los que predomina más el espectáculo que las argumentaciones de las personas que participan en el mismo. Se trata, pues, de un debate en el que se confrontan ideas y opiniones de manera espectacularizada con el fin de atraer y mantener a la audiencia. Junto a ello, el autor define al magacín como un seguimiento de la actualidad por parte de un presentador que cuenta con una gran variedad de subtemas para hacer de este formato algo variado y entretenido. Además, el autor realiza también una definición de *reality show*, a los que considera los géneros de espectacularización de la realidad en los que aparecen situaciones reales, naturales o creadas de manera artificial y donde, además, se incorporan tratamientos espectaculares entre los que se encuentran la narrativa de los géneros de ficción.

En este sentido, Josep Camacho Vila (2014) destaca en *La nueva era del infoshow: Sálvame Diario, el formato híbrido en la televisión española*, que se acostumbra a considerar *reality show* a programas del tipo *Gran Hermano* o al ya mencionado *Supervivientes*. Sin embargo, Camacho destaca una serie de características por las que considera que *Sálvame Diario* cuenta también con una parte de este formato. En este sentido, argumenta que se produce en directo, dando un tratamiento especial a los tomas y convirtiendo a los propios colaboradores del programa en personajes que cuentan lo que les ocurre.

Así, para Camacho, el programa utiliza técnicas muy atractivas y que traen consigo una espectacularización de la información, junto a cierta vulgarización. Además, los presentadores y colaboradores son fundamentales para el desarrollo del programa ya que,

sin ellos, no se conseguiría tal éxito. Se trata de una serie de características que hacen que se defina a *Sálvame Diario* como un híbrido al que se considera infoentretenimiento o *infoshow*.

El infoentretenimiento fue un modelo adaptado y exportado en la década de los 80 y 90, y que llegó a España en 1995 de la mano del programa *Las noticias del guiñol*, que se emitió en primer lugar en Canal+ y, posteriormente, en Cuatro, y que supuso un gran cambio debido a que utilizaban un tratamiento humorístico en la información, con el que se satirizaba la figura de personajes públicos como la familia real o personalidades célebres y del mundo político. Este formato se basó en *Les Guignols de l'Info*, de Canal+ Francia, que a su vez se inspiró en *Spitting Image*, de la Independent Television (ITV) inglesa. Así, los guiñoles se convirtieron, tal y como destaca Gordillo (2011), en un importante precedente en el campo del infoentretenimiento.

Autores como Mariano Cebrián (2004), sin embargo, hablan de un culebrón realista que consistiría en personas que exponen su vida y hablan de su experiencia personal o incluso de la de otras personas. En este sentido, para Cebrián, “opinan sobre diversos hechos, exponen su amor y odio, ríen, lloran, pasan de un canal o otro, de un programa a otro narrando nuevos hechos, avanzando en su relato con nuevas opiniones y reacciones ante lo que dicen otras personas”. Así, el autor destaca que son personajes conocidos o anónimos que adquieren gran popularidad, ya que los telespectadores pasan a conocerlos debido a que recorren los platós de varios canales contando sus historias. Además, Cebrián asegura que todo ocurre de manera similar a los relatos de ficción, ya que se anuncian hechos reales o inventados, en este caso de la vida real de las personas que se exponen como información comprobable. Sin embargo, para el autor, “la realidad supera a la ficción”.

Ya en la página web de la productora, *La Fábrica de la Tele*, se define al programa como un híbrido entre el magacín y el *reality show*, y lo considera, además, el programa más imprevisible de la televisión, que trata la crónica social con “locuras, improvisaciones y momentos divertidos”.

### **III.2. La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia**

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) es un organismo independiente del Gobierno español que, tal y como refleja en su página web, trata de

garantizar la libre competencia y la regulación de los mercados y sectores de la economía española con el fin de proteger a los consumidores. Además, según se definen desde la propia entidad se encargan de “garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la asistencia de una competencia efectiva en todos los sectores y mercados productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios”.<sup>1</sup>

La CNMC es un organismo muy reciente ya que fue creada el 7 de octubre de 2013. Anteriormente, era el Gobierno español a través de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información (SETSI), quien se hacía cargo de estas cuestiones, que, además de lo ya mencionado, se centra en que se respete el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia o la Ley General de la Comunicación Audiovisual, entre otros aspectos, para así para así lograr la protección de los consumidores de medios de comunicación, en especial de los menores.

Con el objetivo de reforzarse como institución básica para una economía de libre mercado, esta comisión se somete a control parlamentario. Además, entre sus funciones principales encontramos la de supervisión y control de los sectores económicos, la resolución de conflictos entre operadores económicos, la aplicación de la normativa de defensa de la competencia o la promoción de la misma a través de estudios, trabajos y un órgano consultivo que se encarga de promover la competencia efectiva.

Fue la CNMC quien, a raíz de las diversas quejas, acumuladas durante años, por parte de muchos consumidores con respecto al programa *Sálvame Diario* y a sus contenidos, emitió una resolución en la que instaba al programa de Telecinco a modificar los mismos o, de lo contrario, se enfrentaría a una sanción de carácter grave y su correspondiente multa.

### **III.3. Franja horaria de protección infantil**

El Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia, el cual firmaron de manera voluntaria las principales cadenas del momento y al cual, con el paso de los años, se han ido sumando más, establece dos franjas horarias diferenciadas con el objetivo de proteger a los menores en cuanto a los contenidos televisivos. Por tanto, según el Código, se

---

<sup>1</sup> [www.cnmc.es](http://www.cnmc.es)

<sup>2</sup> *Código de Autorregulación Sobre Contenidos Televisivos e Infancia* (2004)

determinan unas franjas de protección reforzada para el público infantil, es decir, los menores de doce años, en las que, tal y como firmaron, se evita la emisión de contenidos inadecuados y se incrementa la señalización de este tipo de contenidos para facilitar el control parental.

Se establece, entonces, un horario protegido que va de 06:00 a 22:00 horas, período de tiempo en el que se entiende que el menor puede contar o no con supervisión parental o de un adulto, por lo que incluye tanto a la infancia como a la juventud. Junto a esto, se determinan también unas franjas denominadas de “protección reforzada”, que se dan de lunes a viernes de 08:00 a 09:00 horas y de 17:00 a 20:00 horas y los fines de semana entre las 09:00 y las 12:00 horas. Además, los días 1 y 6 de enero, viernes santo, 1 de mayo, 12 de octubre, 1 de noviembre y 6, 8 y 25 de diciembre (días festivos en España), se aplica la franja de protección horaria habitual de los fines de semana<sup>2</sup>. En este sentido, se mostrará una especial atención por parte de las cadenas al período de vacaciones escolares, en el que se tendrá “especial sensibilidad y cuidado en la programación”, según establece el Código de Autorregulación.

Además, en el acuerdo se establece que se evitará la promoción de programas con una calificación de “No recomendado para menores de dieciocho años” en el horario protegido de entre las 06:00 y las 22:00 horas, en el que se evitará también la inclusión de imágenes o sonidos propios de la calificación para adultos. Para facilitar este aspecto, el Código de Autorregulación establece una señalización en la que, por colores, se indican qué contenidos son adecuados para cada edad. Así, en este caso, la calificación que no recomienda ver el contenido a menores de dieciocho años es un símbolo de color rojo, dentro del cual aparece la cifra 18.

Junto a esto, se establece que en las franjas de protección reforzada ya citadas no podrán emitirse contenidos con una calificación de “no recomendados para menores de doce años”, la cual aparece con un símbolo de color amarillo con el número 12 en su interior.

---

<sup>2</sup> *Código de Autorregulación Sobre Contenidos Televisivos e Infancia (2004)*

### **III.4. Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia**

El 9 de diciembre de 2004 el Gobierno de España y los principales grupos de comunicación del país (Radio Televisión Española, Net TV, Mediaset España, Atresmedia, Forta y Unidad Editorial) firmaron un acuerdo con el objetivo de proteger a los menores de contenidos dañinos en televisión. Se trata del Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, un documento que detalla una serie de principios buscando que se garantice la protección de los niños frente a los contenidos audiovisuales, pero que además se aseguren los fines económicos de las cadenas.

A pesar de que en 1994 a nivel europeo ya existían una serie de obligaciones establecidas por la Directiva de la Televisión sin Fronteras en referencia a la protección del menor, lo cierto es que en el territorio español no se cumplía esa Ley. Por ello, la creación de un Código de Autorregulación, que protegiese a los niños de contenidos televisivos perniciosos venía siendo reclamado por la sociedad desde mucho antes de su nacimiento.

En dicho documento se expone que aunque “el contenido de un código de autorregulación debe ser aceptable por todas las televisiones firmantes del mismo”, eso no impide que cada cadena sea libre de mantener su propia línea editorial o su propia deontología interna. En este punto entraría la libertad de expresión, un concepto que, durante los últimos años, ha formado un debate social de gran relevancia ¿se estaría faltando a la libertad de expresión a la hora de censurar contenidos televisivos nocivos para los menores en la franja de horario protegido? El Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia lo deja muy claro, “el presente código se ha elaborado con la intención de hacer compatibles entre sí valores que informan el actual Estado social y democrático de derecho: la libertad de expresión con respecto a los derechos de la personalidad y la protección de la infancia y la juventud”.

Así como las franjas horarias de protección infantil reforzadas, la calificación de los contenidos por edades es otro de los aspectos más relevantes que trata este Código. Concretamente, es el apartado 4, denominado “Clasificación, señalización y emisión de programas televisivos”, el que habla sobre ello. En él se manifiesta la importancia de “fomentar el control parental, de modo que se facilite a los padres o tutores una selección crítica de los programas que ven los menores, para lo cual, las televisiones adheridas al presente código se comprometen a reforzar la aplicación del sistema de señalización de la programación televisiva”. En este sentido, el Código de Autorregulación establece la

aplicación de un sistema de señalización para calificar los contenidos audiovisuales en función de su nivel de adecuación a los menores. Según la normativa, la forma en la que se indiquen dichos contenidos televisivos será mediante el siguiente código de señales visuales:

- 1. Símbolo de color verde; especialmente recomendado para la infancia*
- 2. Ausencia de símbolo: para todos los públicos*
- 3. Símbolo de color azul, dentro del cual aparece la cifra 7: no recomendado para menores de siete años*
- 4. Símbolo de color amarillo, dentro del cual aparece la cifra 12: no recomendado para menores de doce años*
- 5. Símbolo de color amarillo, dentro del cual aparece la cifra 16: no recomendado para menores de dieciséis años*
- 6. Símbolo de color rojo, dentro del cual aparece la cifra 18: no recomendado para menores de dieciocho años*
- 7. Símbolo de color rojo, dentro del cual aparece la letra X: programa o película X”*

Existen dos órganos reguladores cuya función, entre otras, es velar por el cumplimiento de lo que se expone en el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia: el Comité de Autorregulación y la Comisión Mixta de Seguimiento. El primero de ellos está formado por las cadenas adheridas al propio Código y que, según la página web de TvInfancia “tiene como objetivo principal emitir dictámenes sobre quejas o reclamaciones presentadas por cualquier ciudadano”. La Comisión Mixta de Seguimiento se diferencia del Comité en que éste se encuentra integrado no solo por las televisiones firmantes del Código de Autorregulación, sino también por miembros de organizaciones que representan a la sociedad civil y que están relacionadas con el tema, como por ejemplo el Consejo de Consumidores y Usuarios (CCU) o la Confederación Española de Asociaciones de Padres y Madres de Alumnos (CEAPA), entre otros. Además, ese segundo órgano, en cuyas reuniones se da cuenta de la aplicación del Código en el periodo precedente por parte de cada uno de los operadores adheridas al mismo, actúa como “secretaría técnica” la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

### **III.5. Ley General de la Comunicación Audiovisual**

La Ley General de la Comunicación Audiovisual es una ley española, cuyo nombre oficial es Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual y que fue aprobada por el Congreso de los Diputados el 18 de marzo del año 2010. Tiene la peculiaridad de ser la primera ley que concentra todos y cada uno de los rasgos que tienen que ver con los medios de comunicación en España.

En lo que se refiere a la protección de los menores, esta ley cuenta con un artículo específico que reúne todos los aspectos relacionados con ese tema. Concretamente, se trata del Artículo 7 “Los derechos del menor”, que está compuesto por 6 apartados diferentes. En él, se hace mucho hincapié en la prohibición de emisiones de contenidos audiovisuales perjudiciales para los niños, como pueden ser escenas violentas, pornográficas o de maltrato, entre otras. Además, se pone de manifiesto el derecho del menor de que su imagen y voz no sean utilizadas por los medios sin su consentimiento o el de su tutor legal. En el documento, también, se establecen las tres franjas horarias de protección reforzada para los menores, las cuales han sido explicadas con anterioridad.

Otro de los artículos de la Ley General de la Comunicación Audiovisual que tiene que ver con el tema tratado en este trabajo (“últimátum” que dio Competencia al programa *Sálvame Diario*) es el Artículo 58, denominado como “Infracciones graves”. En este artículo se detallan qué situaciones o acciones son calificadas como “graves”, lo que traería consigo algún tipo de penalización. En concreto, el apartado 3 considera una infracción grave “la vulneración de la prohibición, y en su caso, de las condiciones de emisión de contenidos perjudiciales para el menor, previstas en el artículo 7.2.”.

### **III.6. Regulación interna de Mediaset España**

El grupo de comunicación *Mediaset España Comunicación* (con anterioridad Gestevisión Telecinco) fue creado en marzo del año 1989. Pertenece a la empresa italiana Mediaset y “está formado por un conjunto de empresas dedicadas al desarrollo de negocios vinculados con el sector audiovisual”<sup>3</sup>. El Grupo tiene como función principal producir y emitir contenidos televisivos, operando un total de seis canales diferentes: Telecinco, Cuatro, Factoría de Ficción, Boing, Divinity y Energy, cada una de ellos destinados a un público específico.

---

<sup>3</sup> [www.mediaset.es](http://www.mediaset.es)



Además, las nuevas tecnologías han hecho que los grupos de comunicación fueran más allá de las pantallas de televisión y Mediaset España no se ha quedado atrás, ha desarrollado una plataforma de contenidos *online* (mitele.es), tanto a la carta como en directo, entre otras iniciativas.

Es en una de las cadenas de televisión pertenecientes al Grupo donde se emite el programa *Sálvame Diario*, objeto de estudio de este proyecto de investigación. Se trata, de Telecinco, un canal que, según Mediaset, es líder en audiencias y que se basa en “una programación que pretende ser un vehículo de entretenimiento, saber, reconocimiento del esfuerzo, a la vez que de colaboración social”. Según la propia entidad, la programación de Telecinco es generalista, pero lo cierto es que es una cadena conocida, generalmente, por la emisión y proliferación de programas del corazón y *realities*.

A pesar de las grandes audiencias y de la popularidad del canal, ese tipo de contenidos han hecho que una parte de la sociedad lo califique como “telebasura”. Además, Mediaset España ha recibido una notable cantidad de reclamaciones y quejas por parte de ciudadanos que ven en sus emisiones contenidos inadecuados o impropios, sobre todo por vulnerar el Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia. A lo largo de su trayectoria, Telecinco ha emitido una multitud de programas del corazón y *realities show*, algunos de ellos, incluso, llegaron a recibir condenas judiciales por intromisión al derecho, al honor y a la intimidad de las personas, como pueden ser, *Salsa Rosa* o *Aquí hay tomate*, pero en su programación actual destacan como “espacios del corazón” *Sálvame Diario*, *Sálvame Deluxe* y *El programa de Ana Rosa*.

En cuanto a la gestión interna de los contenidos, Mediaset España asegura que “gestiona con responsabilidad sus contenidos, sin olvidar su función de entretenimiento, dando cobertura informativa temas de interés social, ofreciendo distintas perspectivas de los asuntos abordados que permiten imparcialidad informativa y contribuyen a una mejor comprensión”. Han apostado por modelo de gestión de contenidos en el que la innovación en las emisiones juega un papel fundamental dentro del Grupo.

En lo referido al tema investigado, la publicación de contenidos inadecuados para menores en el programa *Sálvame Diario* y la advertencia de Competencia al mismo (2014), Mediaset España asegura en su Informe de Responsabilidad Corporativa del año 2013 que todos y cada uno de los programas, generados por diferentes productoras, son visionados por la operadora antes de su emisión con el fin de evaluar su adecuación a, entre otras

cosas, el “derecho de los menores”. Esto supone una contradicción, ya que, a pesar de manifestar en el documento nombrado, que su programación es revisada con el objeto de velar por los menores, Mediaset España ha sido advertida en más de una ocasión para que adecue los contenidos de alguno de sus espacios a la franja de horario infantil protegida.

## IV. MARCO DE LA INVESTIGACIÓN Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

### IV.1. Resolución de la CNMC hacia *Sálmave Diario*

El día 17 de diciembre de 2014, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) emitió una resolución en la que requería al programa de Telecinco *Sálmave Diario* que adecuase sus contenidos a la franja horaria de protección infantil en la que se emite, de acuerdo con el Código de Autorregulación firmado por la cadena en 2004.

En dicha resolución, que se lleva a cabo en Madrid el 11 de diciembre, pocos días antes de su publicación, se especifican una serie de antecedentes previos que sirvieron para motivarla. Así, nos encontramos con una denuncia por parte de Alejandro Perales Albert quien, en nombre de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), se queja de los contenidos del programa *Sálmave Diario* y pide su recalificación por edades. Aparece también la denuncia de la Asociación de Consumidores y Usuarios de Medios Audiovisuales de Cataluña (TAC), que trata el mismo tema.

A raíz de tales denuncias y las constatadas faltas al Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia, junto con los informes de la Comisión Mixta de Seguimiento, la CNMC decidió actuar emitiendo la resolución ya mencionada hacia el programa de Telecinco. En ella, se destaca que *Sálmave Diario* se emite con una calificación por edades de “no recomendado para menores de 7 años” en un horario que comprende desde las 16:00 hasta las 20:10 horas, ocupando toda la franja horaria de protección reforzada.

Para Competencia, tal y como queda reflejado en la resolución<sup>4</sup> la mayor parte de los contenidos del programa “no se corresponden con la calificación otorgada por Mediaset”. Además, se destaca, tras el visionado de diversos programas, que se abarca una temática inadecuada para los menores, expuesta de una forma que puede perjudicar su desarrollo al causarles confusión en determinadas cuestiones.

Destaca también que los contenidos no apropiados para menores que realiza el programa no son únicamente expresiones verbales o imágenes concretas, sino que más bien son los temas que se tratan y la manera de hacerlo, que genera conflictos emocionales sin solución o un alto grado de agresividad, entre otros aspectos. Así pues, la CNMC

---

<sup>4</sup> Expediente REQ/DTSA/1890/14/MEDIASET/SÁLVAME. 2014

considera en la resolución que “la calificación otorgada no es la adecuada”, por lo que es incorrecta la emisión de estos contenidos en la franja horaria en la que se dan. En este sentido, se destaca, que Mediaset “ha firmado el Código de Autorregulación y, en consecuencia, ha de cumplirlo”.

En cuanto a los ejemplos de faltas al Código que quedan reflejados en la resolución de la CNMC tras el visionado de algunos programas de *Sálvame Diario*, se habla de la presentación de graves conflictos emocionales y exacerbados, poniendo como ejemplo unas declaraciones de Belén Esteban del día 8 de enero de 2014, en las que habla en tono amenazante diciendo “te saco los ojos, me los como, los vomito y los pisoteo, ¿vale?”, entre otras cosas.

Además, se expone en la resolución la presentación de situaciones de acoso psicológico a través de vejaciones, humillaciones y faltas de respeto hacia la colaboradora del programa Karnele Marchante. Junto a esto, se destaca también el intercambio de gritos, descalificaciones y nuevas faltas de respeto también hacia otra colaboradora como es Lydia Lozano.

Otras prácticas no adecuadas que considera la CNMC que se dan en *Sálvame Diario* son la presentación de violencia como una manera de solucionar problemas, la presentación de situaciones denigratorias, escenas de angustia, el planteamiento de dilemas morales generadores de angustia o la presentación de un lenguaje soez expresado de manera ofensiva. Por estos motivos, Competencia decidió llevar a cabo esta resolución para que, en el plazo de diez días, el programa efectuara un cambio en su línea de contenidos y la correspondiente recalificación por edades.

#### **IV.1.1. El debate: ¿se vulnera la libertad de expresión?**

La libertad de expresión ha supuesto y supone una cuestión de vital importancia en las sociedades actuales, se trata de un derecho por el que se ha luchado a lo largo de la historia. Incluso, la Constitución Española le dedica uno de sus artículos, concretamente, el número 20. En ese texto se reconocen y protegen los derechos a “expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción” y a “comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”. Sin embargo, dicha ley expresa que el ejercicio de esas

libertades tiene sus límites, basándose en el respeto a los derechos nombrados en la propia Constitución, sobre todo “al derecho al honor, a la intimidad, a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia”.

Después de la emisión de la resolución por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia al programa de televisión *Sálvame Diario*, para que adaptara sus contenidos a la franja horario de protección infantil, se ha creado un relevante debate en la sociedad en lo referido a la libertad nombrada anteriormente.

¿Se ha faltado al derecho de libertad de expresión al “obligar” al espacio televisivo a adecuar sus emisiones? Lo cierto es que, después de analizar las diferentes informaciones, se ha detectado que son muchos los que, a pesar de no estar a favor del programa, creen que la resolución de la CNMC vulnera dicha libertad, un claro ejemplo, es el de un artículo de opinión publicado en *La Vanguardia*, su autor expresa las siguientes palabras: “Dejad a las personas que elijan lo que quieran ver, que estamos en un país libre y con libertad de elección”. Por otro lado, están todas aquellas personas que, ni están a favor del programa ni creen que se haya faltado a la libertad de expresión al instar a *Sálvame Diario* a adecuar sus contenidos al horario infantil, nuevamente, se ha encontrado un ejemplo de esto en el diario *La Vanguardia*, esta vez el autor del artículo expresa así su opinión sobre la respuesta del propio espacio televisivo ante la advertencia de la CNMC: “Una cosa es defender una televisión libre y otra muy distinta convertir al programa más loco de la televisión mundial en estandarte de algo tan serio como la libertad de expresión”.

Al encontrar posturas y opiniones para todos los gustos, se llega a la conclusión de que el debate sobre la libertad de expresión con respecto a las programaciones inadecuadas en horario infantil está todavía abierto en la sociedad, y está claro, que va a ser casi imposible cerrarlo, sobre todo con los avances que se están desarrollando, desde hace unos años, con las nuevas tecnologías.

#### **IV.1.2. Otras faltas de Telecinco desde 2009: informes de TVInfancia**

La Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia ha elaborado, desde su creación en 2004, informes anuales en los que se ha valorado el comportamiento, de una forma general, de los grupos de comunicación adheridos al mismo y la adecuación de los contenidos emitidos por sus diferentes canales de

televisión. Según estos documentos, Telecinco ha sido uno de las cadenas que más reclamaciones ha recibido. Por ello, es necesario analizar cada uno de los informes que se hayan publicado desde el año 2009, coincidiendo con el nacimiento de programa *Sálvame Diario*, con el fin de conocer otras faltas del propio espacio televisivo, además de la emisión de contenidos inadecuados en horario de protección infantil. Los informes analizados correspondientes serían: el Quinto (2009-2010), el Sexto (2010-2011), el Séptimo (2011-2012), el Octavo (2012-2013) y el Noveno (2013-2014)

- ***Quinto informe: del 9 de marzo de 2009 al 9 de marzo de 2010***

En este periodo de tiempo, el Comité de Autorregulación evaluó un total de 128 quejas. Entre ellas, Telecinco es la cadena con mayor número de réplicas, con un total de 40. Además, se destaca que el programa *Sálvame* es el que más quejas ha recibido, concretamente, 26.

En cuanto a las quejas aceptadas por el Comité, las 5 que corresponden al programa *Sálvame* son debidas a escenas de sexo y a comportamiento social, violencia y temática conflictiva que se emiten en el periodo de tiempo ya mencionado. Además, también existen quejas sobre la calificación para mayores de 13 años del programa.

Hay que tener en cuenta que *Sálvame Diario* se estrena el 27 de abril de 2009, por lo que éste es el primer informe en el que se incluye al programa, que supera con creces al resto en cuanto a reclamaciones recibidas.

- ***Sexto informe: del 9 de marzo de 2010 al 9 de marzo de 2011***

De nuevo, al igual que en el informe anterior, Telecinco es la cadena con mayor número de quejas recibidas, con un total de 118 presentadas, de las cuales 116 son respecto a *Sálvame Diario*. No obstante, de las quejas presentadas, la Comisión aceptó únicamente 14 de las emitidas hacia Telecinco, todas ellas de *Sálvame*.

En cuanto al motivo de las quejas hacia el programa, el informe detalla que se producen por comportamiento social, sexo, temática conflictiva y violencia.

- ***Séptimo informe: del 9 de marzo de 2011 al 9 de marzo de 2012***

Durante este periodo se presentaron un total de 67 reclamaciones, muchas menos que en el periodo anterior, de las cuales 40 son hacia Telecinco, lo que la hace convertirse, de nuevo, en la cadena que más quejas ha recibido. Además, cabe destacar que todas ellas son hacia *Sálvame Diario*.

De todas las reclamaciones presentadas sobre la cadena que analizamos, el Comité de Autorregulación aceptó durante este intervalo de tiempo un total de 4, todas ellas hacia *Sálvame Diario* y debidas a la emisión de violencia, temática conflictiva, comportamiento social y sexo.

- **Octavo informe: año 2013**

Este octavo informe publicado en la web de TVInfancia se centra en las reclamaciones recibidas durante el año 2013, que han sido un total de 44, de las cuales 14 (un 32%) corresponden a Telecinco. Además, seis de ellas se realizaron hacia el programa *Sálvame Diario*.

No obstante, es preciso destacar que de las tres quejas hacia Telecinco aceptadas por el Comité, ninguna se producía contra los contenidos de *Sálvame Diario*, sino que dos de ellas eran para *El Programa de Ana Rosa* y la otra para *El Programa del Verano*.

- **Noveno informe: año 2014**

Este último informe corresponde a la evaluación del año 2014, por parte de la Comisión Mixta de Seguimiento del Código, sobre el incumplimiento del mismo. Durante ese intervalo de tiempo se recogieron un total de 131 quejas, de las cuales 95 (un 72,5%) corresponden a Mediaset España, y concretamente, 54 de esas reclamaciones a la cadena Telecinco.

Hay que destacar que el programa *Sálvame Diario*, es el espacio televisivo que más quejas ha recibido en ese año, según el informe, un total de 38. Sin embargo, solo han sido aceptadas por la Comisión 16 de esas reclamaciones hacia el programa, casi todas ellas por “presentación de conflictos graves, emisión de contenidos de carácter sexual y expresiones violentas”.

## **IV.2. Campaña de la cadena a favor del programa**

Tal y como se expresó en las hipótesis previas a la investigación, los colaboradores y el equipo de *Sálvame Diario*, junto con la propia cadena y el resto de los programas de la misma, llevaron a cabo una gran campaña de marketing a raíz de la resolución de la CNMC. Así, se creó el *hashtag* #YoVeoSálvame, el cual la cadena colocó durante todas sus emisiones en la parte superior izquierda de la pantalla.

Esta campaña dio mucho de qué hablar en las distintas redes sociales. Twitter y Facebook contabilizaron un gran número de menciones con este lema, el cual el espacio televisivo, en su cuenta oficial (@salvameoficial), sigue utilizando. Se crearon también muchos perfiles en la red social en los que se mostraba el apoyo al programa.

#YoVeoSálvame se acabó convirtiendo en todo un lema de la cadena a favor del programa y de sus contenidos. Tanto fue así que se llegaron a vender camisetas con el *hashtag*, las cuales se siguen encontrando actualmente a la venta en la web del programa.

Además, cabe destacar que, actualmente, Mediaset está emitiendo en todas sus cadenas un spot a favor de la emisión de contenidos adecuados para los menores. En él, explica a los padres el peligro que supone para los más pequeños ver programas no calificados para su edad. En este sentido, explica también la calificación por edades y la diferenciación por colores que establece el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia, en un intento más por cumplir con el mismo.

### IV.3. La solución: *Sálvame Limón* y *Sálvame Naranja*

Después de que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia emitiera la resolución en la que instaba al programa de televisión *Sálvame Diario* a adaptar sus contenidos al horario de protección del menor, el espacio televisivo y su respectiva cadena, Telecinco, y grupo de comunicación, Mediaset España, no tardaron en buscar una solución para evitar una posible multa y un posible cierre.

Antes es necesario recordar que la franja de horario infantil reforzado es, por las tardes, desde las 17:00 hasta las 20:00 horas, y *Sálvame Diario* se emite entre las 16:00 y las 20:00 horas, por lo que abarca todo el tiempo de protección del menor. Esto quiere decir,



**MITIENDA MEDIASET**

**Las camisetas de 'Sálvame'**

Paz Padilla empieza el programa bajando las escaleras: ¡guapa! ¡guapa! le corean sus fans. Nuestra simpática presentadora siempre luce estupenda pero... ¿te has fijado en la camiseta tan especial que lleva? ¡Hazte con ella en mitienda Mediaset!

**Figura 1.** Publicidad sobre la venta de  
Fuente: [telecinco.es/salvame](http://telecinco.es/salvame)



que el programa debe respetar estos horarios reforzados y no publicar contenidos inapropiados para los niños.

La solución al problema que se les planteaba tras la advertencia de la CNMC fue dividir el espacio televisivo en dos: *Sálvame Limón* y *Sálvame Naranja*. La primera parte, *Sálvame Limón*, se inicia con el comienzo del programa, a las 16:00 horas, y se emite hasta las 17:00 horas, una sección que, al estar fuera del horario infantil reforzado, cuenta con contenidos más “ácidos” y más polémicos, como ellos mismos los califican. Por otro lado, *Sálvame Naranja*, la segunda parte del programa, abarca desde las 17:00 horas hasta la finalización del mismo, a las 20:00 horas. En esta sección los temas son más suaves, utilizando un lenguaje no tan soez, ya que coge toda la franja horaria de protección del menor. El cambio de una sección a otra se aprecia con la transformación del color amarillo de los rótulos en *Sálvame Limón*, al naranja en *Sálvame Naranja*. Sin embargo, el cambio más significativo y que hace que se cumpla con la normativa de la CNMC es la recalificación de los contenidos por edades, la primera parte no recomendada para menores de 13 años, y la segunda para menores de 7 años.

Lo cierto es que a muchas personas esta medida no les convence, esto ha quedado reflejado en muchas de las informaciones publicadas por los medios digitales y analizadas para esta investigación, por ejemplo, en una de las noticias de *Ver Tele*, su autor escribe “el cambio de contenidos no ha sido evidente ni drástico”. A pesar de ello, de este modo, Mediaset España ha conseguido librarse, por el momento, del castigo de tener que pagar una multa, o incluso, del fin de uno de sus espacios televisivos con más audiencia.

#### **IV.4. Jurisprudencia española**

Además de la ya mencionada Ley General de la Comunicación Audiovisual, en materia de protección de los menores sobre contenidos audiovisuales, la jurisprudencia española cuenta también con el Real Decreto 410/2002 del 3 de mayo. En él, se establecen criterios uniformes de clasificación y señalización para los programas de televisión.

Más concretamente, este Real Decreto establece que, al comienzo de la emisión de cada programa de televisión y en su reanudación, se debe informar a los espectadores de “su mayor o menor idoneidad para los menores de edad” según las calificaciones orientadoras que ya fueron mencionadas anteriormente. Además, también se establece, al

igual que el el Código de Autorregulación, una serie de señales visuales de acuerdo a dicha calificación, que se lleva a cabo por colores.

Además, la forma y tamaño de estos iconos puede ser decidida por cada cadena según su imagen corporativa y diseño, aunque siempre debe aparecer en pantalla de una manera clara y legible. Junto a esto, se establece que el icono deberá permanecer en pantalla durante, como mínimo, cinco segundos al comienzo de la emisión de cada programa y al reanudarse la misma después de cada espacio publicitario.

El quinto artículo establece también una señal sonora de un segundo de duración que será obligatoria en todos los programas que no estén recomendados para menores de dieciocho años o en programas y películas X. Se trata de una señal sonora común en todas las cadenas televisivas.

Cabe destacar, además, que este Real Decreto surgió para desarrollar el apartado 3 del artículo 17 de la Ley 25/1994, la cual fue modificada por la Ley 22/1999 del 7 de junio que trata la coordinación de disposiciones legales sobre el ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva.

#### **IV.5. Antecedentes internacionales**

##### **- Directiva <<Televisión Sin Fronteras>>**

La Directiva <<Televisión Sin Fronteras>> fue creada en el año 1989 con la función de regular la materia audiovisual a nivel europeo. Según lo expuesto en la página oficial de la Unión Europea, la Directiva TSF “pretende garantizar la libre circulación de los servicios de radiodifusión en el mercado interior preservando algunos objetivos importantes de interés público, como la diversidad cultural, el derecho de réplica, la protección de los consumidores y la protección de los menores”. Entrando en el tema analizado en esta investigación, este organismo tiene la capacidad de poder suspender la emisión de programas televisivos que violen la normativa suscrita por la propia Directiva TSF en relación con la protección infantil.

En la jurisdicción española, estas disposiciones se incorporaron en el año 1994 a través de la Ley 25/1994 de 12 de julio, después modificada por la Ley 22/1999 de 7 de junio. Sin embargo, el Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales asegura, tras

la elaboración de un informe, que “la situación real en nuestro país era la de un incumplimiento generalizado de dicha Ley (no solo en lo que respecta a los menores)”.

Hay que destacar que debido a los avances tecnológicos y a la aparición de la “Era Digital”, en 2006 se le cambió el nombre por Directiva de Medios Audiovisuales Sin Fronteras con el objetivo de revisar y modernizar la normativa que estaba vigente y, según la propia Unión Europea, teniendo “en cuenta la evolución tecnológica y los cambios acaecidos en la estructura del mercado audiovisual”<sup>5</sup>.

#### - **Libro Verde**

La Unión Europea (UE) publicó en 1996 un Libro Verde llamado “Libro Verde sobre la protección de los menores y de la dignidad humana en los nuevos servicios audiovisuales y de información”. En este Libro se asegura que, es necesario combatir en contra de la emisión de contenidos que vulneren la protección infantil y los derechos humanos, con el objetivo de poder desarrollar y crear nuevos medios audiovisuales que encajen con el panorama actual tecnológico y que, además, respeten ambas cosas.

El documento consta de tres capítulos, concretamente, es el primero y en el segundo de ellos el los que se habla sobre todo lo relacionado con los menores y su protección ante los medios audiovisuales.

En el capítulo 1 se exponen los dilemas más relevantes que pueden crear los contenidos audiovisuales para la propia protección infantil. De este modo, el Libro Verde plantea que existen dos tipos de problemas que dañan dichos contenidos, uno de ellos es el acceso a emisiones “susceptibles de afectar al desarrollo físico o mental de los menores” y que, por lo tanto “únicamente están autorizados para los adultos”.

Por otro lado, en el segundo capítulo se hace alusión a la normativa interna de cada país de la UE, explicando que en muchos se hace referencia a la protección de los niños como “disposiciones de carácter penal que prohíben el suministro a menores de contenidos susceptibles de perjudicar su desarrollo”, mientras que, en los ordenamientos jurídicos de aquellos Estados miembros en los que no se especifica una ley de protección infantil frente a contenidos audiovisuales, existen normas particulares en cada uno de lo medios de comunicación que respaldan dicha protección.

---

<sup>5</sup> [http://europa.eu/legislation\\_summaries/audiovisual\\_and\\_media/l24101a\\_es.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24101a_es.htm)

## V. HIPÓTESIS Y OBJETIVOS

A modo de ejes directores de la investigación, y teniendo en cuenta el marco normativo y las propuestas teóricas de los autores de referencia en este estudio, se enunció las hipótesis siguientes:

H1. Los medios se hacen más eco del incumplimiento de la franja horaria infantil que de la solución dada por el programa y la cadena, días después de la advertencia.

H.2 Telecinco lleva a cabo una campaña a favor de *Sálvame* y de sus contenidos.

H3. Los medios que analizaremos hacen mayor hincapié en los errores deontológicos cometidos por el programa y en el incumplimiento por parte de éste al Código de Autorregulación de Contenidos de TV e Infancia.

H4. La documentación de la FAPE constata las quejas del público sobre los contenidos de *Sálvame*.

H5. Los Consejos Audiovisuales de Andalucía y Cataluña también reaccionan al respecto y se muestran contrarios a los contenidos del programa.

H6. La página del Código de Autorregulación de Contenidos de TV e Infancia (TvInfancia) recoge también las quejas de los espectadores sobre los contenidos de *Sálvame*.

Los objetivos marcados para el desarrollo de este trabajo de investigación han sido:

O1. Conocer cómo actúan los medios de comunicación ante el incumplimiento del Código de Autorregulación por parte de otro medio.

O2. Saber la reacción de los diferentes órganos como consejos audiovisuales ante el incumplimiento de la franja horaria infantil.

O3. Averiguar por qué se ha demorado tanto la sanción a un programa que desde sus comienzos ha incumplido el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia.

O4. Comprobar si la nueva estrategia llevada a cabo por *Sálvame* (la división del programa en dos secciones) es válida y si realmente ha renovado sus contenidos.

O5. Analizar la postura que toma Telecinco a través de su página web y la del programa, y las informaciones con respecto a los contenidos de *Sálvame* que se han publicado en ellos.

O6. Comprobar cómo reacciona la página web del Código de Autorregulación televisiva para menores (TvInfancia) con respecto a las quejas enviadas desde el público de *Sálvame* sobre sus contenidos.

## VI. METODOLOGÍA DEL TRABAJO

El primer paso para realizar un trabajo de investigación es determinar el tema a tratar como objeto de estudio. En este sentido, como ya quedó reflejado en el apartado de Justificación, para este caso concreto se tuvieron en cuenta factores como la actualidad o el interés que causaba el tema tratado, entre otros.

Tal y como precisan Berganza y Ruiz San Román (2005), los objetivos determinan lo que se quiere conseguir con una investigación y guían la misma, por lo que han de estar presentes a lo largo de todo el proyecto. Teniendo esto en cuenta y bajo las premisas de la obra de estos dos autores, este trabajo de investigación continuó planteando una serie de objetivos que se pretendían alcanzar una vez finalizado. A continuación, con el fin de acotar el problema de investigación, se realizaron dos preguntas clave para el objeto de estudio y que ayudan a alcanzar los objetivos planteados en un primer momento. En este caso en concreto, las cuestiones planteadas fueron las siguientes:

1. ¿Cómo ha evitado *Sálvame* durante seis años las sanciones por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)?
2. ¿Qué medidas se tomaron y cuáles se deberían haber tomado ante el incumplimiento del código de autorregulación por parte del programa de Telecinco?

El planteamiento de estas preguntas se llevó a cabo, como ya se ha mencionado, en un momento en el que había un conocimiento general sobre el tema objeto de estudio y en el que aún no se había ahondado ni investigado al respecto. Así pues, tras las preguntas, se pasó al desarrollo de las hipótesis, las cuales, como ya aclararon Berganza y Ruiz San Román en su obra, son el elemento clave de toda investigación. Son construcciones elaboradas de manera previa a una argumentación y que sirven como punto de partida de la misma, en la que se emplea el método hipotético - deductivo. Con las hipótesis, además, se trata de adelantar los resultados que se espera obtener, siendo una conjetura o suposición con la que se ha tratado de comprender o avanzar qué ocurriría en el desarrollo de la investigación, contando con una serie de premisas al respecto.

Ante el caso de *Sálvame Diario* y la resolución enviada por parte de la CNMC, en este trabajo de investigación se recoge la cobertura dada por los medios digitales españoles, tanto nacionales como regionales, al respecto. El periodo establecido para recabar información ha sido el del mes de diciembre del año 2014. La selección de este espacio de

tiempo es debida a la necesidad de recabar información tanto a partir de la fecha en la que la CNMC emite su resolución (el día 17), como de los días previos a la misma, por si se hubiera producido algún hecho que los medios de comunicación considerasen destacable y, de alguna manera, hubiera podido desencadenar en la resolución ya citada.

Así pues, con el objetivo de recabar información al respecto tanto de los efectos como de los posibles antecedentes de la situación del programa de Telecinco, se ha llevado a cabo un análisis de los medios digitales españoles y, a partir de las informaciones recabadas al respecto, se han realizado una serie de fichas de análisis de tales contenidos. En total, han sido analizados 39 medios digitales, los cuales sumaron 106 noticias en relación con el tema estudiado. En este sentido, cabe destacar que se hizo especial hincapié en las informaciones de la web de Telecinco y de *Sálvame* para obtener el punto de vista de la cadena al respecto de la situación por la que pasaba. La lista de los medios digitales que se estudiaron para este trabajo de investigación es la siguiente:

- |                     |                        |                          |
|---------------------|------------------------|--------------------------|
| 1. ABC              | 14. El País            | 27. Mundiario            |
| 2. Antena 3         | 15. El Periódico       | 28. Norte de Castilla    |
| 3. As               | 16. El Plural          | 29. Noticias de Gipuzkoa |
| 4. Cadena Ser       | 17. Estrella Digital   | 30. Periodista Digital   |
| 5. Deia             | 18. Expansión          | 31. Radio Intereconomía  |
| 6. Diario Crítico   | 19. Fórmula TV         | 32. República            |
| 7. Diario de Ibiza  | 20. Ideal              | 33. Sálvame              |
| 8. El Boletín       | 21. IrisPress Magazine | 34. SatCesc              |
| 9. El Comercio      | 22. La Gaceta          | 35. Te Interesa          |
| 10. El Confidencial | 23. La Nueva España    | 36. Vanity Fair          |
| 11. El Correo       | 24. La Vanguardia      | 37. Ver Tele             |
| 12. El Diario       | 25. La Voz Libre       | 38. Voz Pópuli           |
| 13. El Mundo        | 26. Libertad Digital   | 39. 20minutos            |

La búsqueda de estos medios se realizó a través de la web de los mismos, en la hemeroteca pertinente o a través del uso de palabras clave en el buscador de la página o en el servidor.

A continuación, se presenta el modelo de ficha que se ha seguido para proceder al posterior análisis de las informaciones encontradas en los medios digitales:

<p><b>FICHA DE ANÁLISIS DE CONTENIDOS PUBLICADOS EN MEDIOS DIGITALES SOBRE SÁLVAME DIARIO</b></p>	<p><b>Ficha número:</b></p>
<p><b>Fecha de la publicación:</b></p>	<p><b>Medio que publica:</b></p>
<p><b>Titular de la noticia:</b></p>	
<p><b>Resumen del contenido de la noticia:</b></p>	
<p><b>Realiza quejas sobre el programa (cuáles):</b></p>	

Además de los medios, se quiso realizar un estudio sobre lo publicado por diferentes organismos a raíz de comunicados, resoluciones o incluso notas de prensa. Por este motivo, se seleccionó a la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), para investigar todas las resoluciones emitidas por la misma desde el año 2009 (cuando apareció *Sálvame Diario*) hasta 2014. Junto a ella, se analizó la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), a la cual realizamos una entrevista disponible en el Anexo para conocer en qué línea iban las quejas emitidas por los consumidores y que la Asociación remite a la CNMC. Competencia tampoco podía faltar en esta investigación, por lo que se desarrolló otra entrevista a la misma, y se analizó también la resolución emitida en diciembre de 2014 a *Sálvame Diario* y que supone el motivo y el objeto de estudio fundamental de este trabajo de investigación.

Finalmente, se estudiaron los dos consejos audiovisuales más activos actualmente en España: el Consejo Audiovisual de Andalucía y el de Cataluña, para conocer qué habían emitido con respecto a los contenidos no adecuados para los menores en el programa. Junto a los ya citados, también se investigó la web de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM) por ser uno de los referentes en el ámbito nacional.



Con el objetivo de conocer la opinión de la sociedad y para complementar la investigación, se ha llevado a cabo una encuesta a un total de 72 personas, en la que han respondido a 14 preguntas en relación con los contenidos televisivos y, en concreto, la situación de los menores con respecto a los mismos. Además, se han realizado una serie de cuestiones concretas sobre el caso de *Sálvame Diario*, sus contenidos y la situación por la que ha pasado y está pasando.

A continuación, se añade el modelo de encuesta llevado a cabo:

### **La protección del menor frente a contenidos televisivos inadecuados: *Sálvame Diario***

1. Sexo:
  - Hombre
  - Mujer
2. Edad:
  - Menor de 18 años
  - Entre 18 y 30 años
  - Entre 30 y 50 años
  - Mayor de 50 años
3. ¿Es usted consumidor habitual de medios televisivos?:
  - Sí
  - No
4. En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenidos son de su interés?
  - Informativos
  - Entretenimiento
  - Series / Películas
  - Programas del corazón
  - Dibujos animados
  - Documentales
  - Infoentretenimiento
5. ¿Considera que los programas que se dan en horario infantil emiten contenidos adecuados para los menores?:
  - Sí
  - No
6. Argumente su respuesta:  
*Respuesta a desarrollar*
7. ¿Considera que la televisión juega un papel educador para los niños? O, por el contrario, ¿cree que esta labor es exclusiva de los padres y madres?:
  - La televisión educa a los niños
  - Es una labor exclusiva de los padres
  - Ambos juegan un papel educador para los menores
  - Ninguno de los dos. Se educa en la escuela
  - NS/NC
8. ¿Se considera consumidor del programa de Telecinco *Sálvame Diario*?:
  - Sí
  - No

9. ¿Considera que *Sálvame Diario* emite contenidos adecuados para la franja horaria en la que se sitúa (de 15:00 a 19:00 horas)? ¿Por qué?:

*Respuesta a desarrollar*

10. ¿Conoce la resolución que emitió la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en la que pidió al programa *Sálvame Diario* que adaptara sus contenidos al horario de protección infantil o, de lo contrario, se enfrentaría a una multa o, incluso, al cierre del programa?:
- Sí
  - No
11. ¿Qué le parece esta medida?:
- Buena
  - Buena, pero debería haberse hecho antes
  - No estoy de acuerdo
  - NS/NC
12. ¿Considera que, con esta resolución, se está faltando al derecho de libertad de expresión?
- Sí
  - No
  - NS/NC
13. Ante la resolución de la CNMC, *Sálvame Diario* ha decidido dividir el programa en dos secciones, 'Sálvame Limón' y 'Sálvame Naranja', con las que aseguran adaptar sus contenidos al horario infantil. ¿Conocía esta medida?
- Sí
  - No
14. En caso afirmativo, ¿cómo valora este cambio? ¿Considera que realmente respeta el horario infantil?

*Respuesta a desarrollar*

La metodología, como explicaron Berganza y Ruiz San Román, es el conjunto de procedimientos que intervienen en la tarea del investigador a través de una serie de técnicas y herramientas que se aplican, adaptándose así a las particularidades del tema que se estudia. En este sentido, la investigación sobre el caso de *Sálvame Diario* se ha llevado a cabo siguiendo una clara metodología en la que se han aplicado esas herramientas básicas para el correcto desarrollo del proyecto.

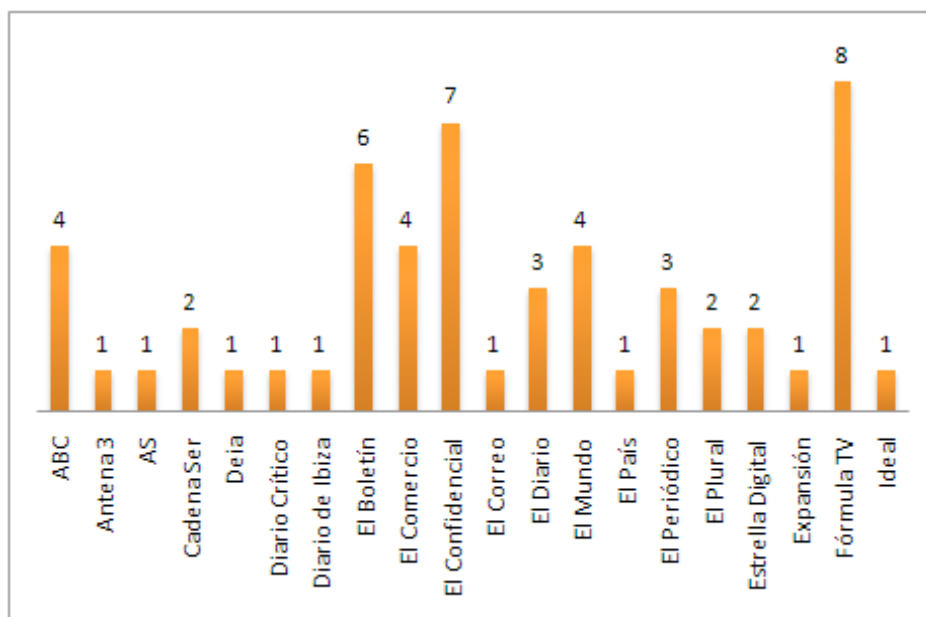
## VII. RESULTADOS DEL ANÁLISIS

En este estudio se ha tenido en cuenta la dicotomía existente entre aquellos autores que están a favor de las técnicas cuantitativas de investigación y los que defienden una postura cualitativa. Con la intención de obtener unos resultados más exactos y completos, y para poder verificar algunas de las hipótesis planteadas el comienzo del proyecto, en esta investigación se han incluido ambas técnicas: cuantitativas y cualitativas.

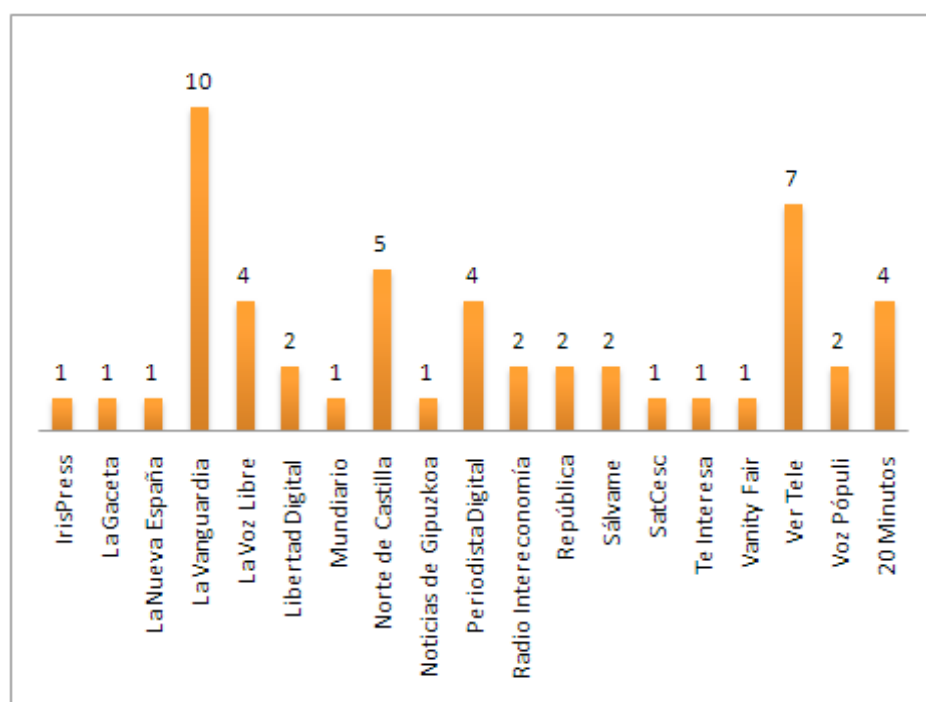
### VII.1. Datos cuantitativos

Según lo expuesto por José A. Ruiz San Román y María Rosa Berganza, “la perspectiva cuantitativa engloba una serie de técnicas de investigación que pretenden obtener y medir datos sobre la realidad”. Se trata de una postura empírica, es decir, basada en números. Ambos autores afirman que, en esta perspectiva, los diferentes datos que se estudian pueden ser obtenidos a través del trabajo de investigación o, por el contrario, pueden ser datos que ya vengan dados. Las técnicas de carácter cuantitativo más utilizadas son las encuestas y las gráficas, y los resultados que se extraen de esas estadísticas sirven, después, como “base para la correcta realización de las conclusiones del proyecto de investigación”.

En este caso, los datos cuantitativos no han venido dados, es decir, han sido obtenidos después de desarrollar un amplio análisis, como se ha mencionado con anterioridad, en aquellos medios de comunicación digitales españoles que han publicado informaciones sobre el caso objeto de estudio en la investigación, la advertencia de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia al programa de televisión *Sálvame Diario*, durante el mes de diciembre de 2014. De este modo, se han encontrado y analizado un total de 106 mensajes informativos en 39 medios digitales diferentes. Como era de esperar, algunos medios se hicieron más eco de la noticia que otros, por lo que en las siguientes gráficas se muestra el número exacto de informaciones que publicó cada uno de ellos.



Gráfica I. Número de noticias publicadas por medio de comunicación. Elaboración propia.

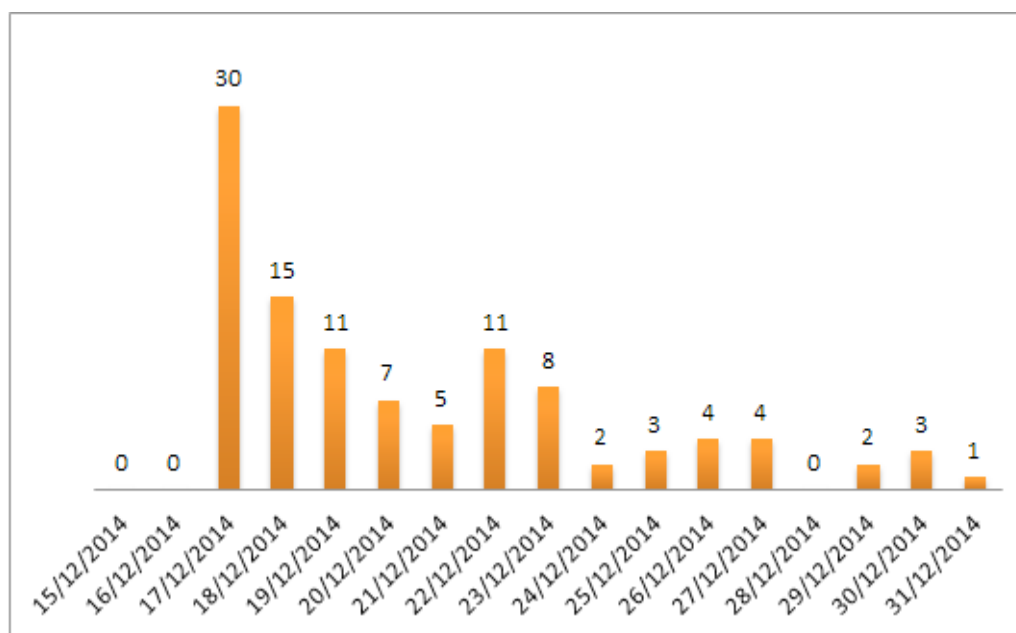


Gráfica II. Número de noticias publicadas por medio de comunicación. Elaboración propia.

Se puede observar que los medios digitales que más noticias sacaron a la luz sobre el tema investigado, en un ranking de cinco, son: *La Vanguardia* con 10 informaciones, seguida de

*Fórmula TV* con 8, en tercer y cuarto lugar se encuentran *El Confidencial* y *Ver Tele* con 7 mensajes cada uno, y por último *El Boletín* con 6. Cabe mencionar que 25 de los 39 medios analizados únicamente publicaron entre 1 y 2 noticias sobre el asunto a tratar.

Como ya se ha dicho, el periodo de tiempo escogido para el estudio de las informaciones ha sido de un mes, concretamente, diciembre del año 2014. En este sentido, resulta de interés conocer los días que han concentrado un mayor número de noticias. Por ello, y apelando a las propias técnicas cuantitativas se ha elaborado otra gráfica, con el objetivo de exponer de una forma estadística la cuestión planteada con anterioridad.

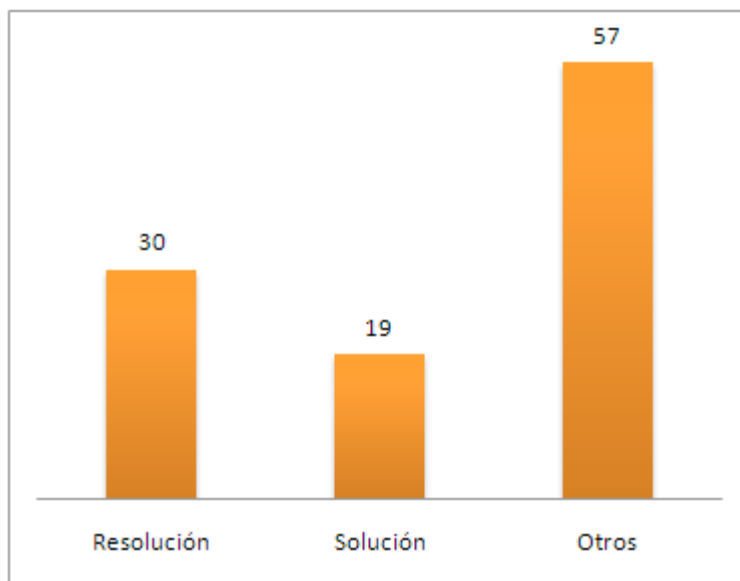


Gráfica III. Número de informaciones publicadas por día. Elaboración propia.

Aunque se quiera saber qué días de diciembre de 2014 los medios publicaron más mensajes informativos, solo se ha cogido para la elaboración de esta gráfica la segunda quincena del mes. Esto se debe a que, después de analizar las 106 noticias que se han encontrado sobre el tema, ninguna de ellas se ha publicado en los días correspondientes a los primeros quince, concretamente, todas las informaciones se concentran entre los días 17 y 31 de diciembre. Según esta tabla estadística, el día que más noticias salieron a la luz es el 17 con un total de 30, coincidiendo con la emisión de la resolución por parte de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia al programa *Sálvame Diario*. Durante los días siguientes también se concentran un número notable de mensajes informativos, sobre todo el 18 de diciembre con 15, y el 19 y el 22 del mismo mes, ambos con 11 informaciones,

correspondiendo con la división del programa en dos (*Sálvame Limón* y *Sálvame Naranja*) como solución a la ya mencionada resolución.

En este sentido, para poder verificar alguna de las hipótesis, es necesario saber cuántas noticias tienen relación con la propia resolución y cuántas con la solución llevada a cabo por el espacio televisivo *Sálvame Diario*. Así, se ha podido realizar otra gráfica que muestre esos datos, recogidos en las fichas de análisis ya elaboradas, de una manera más clara.



Gráfica IV. Número de informaciones según su contenido. Elaboración propia.

Según esta gráfica se concluye que, de las 106 informaciones analizadas, 30 centran sus palabras en la resolución de la CNMC. Por otra parte, aquellas noticias que plantean y explican la solución expuesta por el programa suman un total de 19. Los 57 mensajes informativos restantes hablan de otras cuestiones, aunque siempre relacionadas con el tema investigado. Muchas de ellas se refieren a la respuesta que dio Mediaset y el propio *Sálvame* ante la publicación de la resolución, como por ejemplo, una escrita en el medio digital *El Plural* titulada “Jorge Javier estalla por la recalificación de ‘Sálvame’: “Quieren acabar con nuestra familia”. Otras de esas 57 exponen los apoyos que recibieron tanto el espacio televisivo, como la advertencia de la CNMC, la primera sobre todo por parte de famosos y la

segunda por parte de organizaciones sociales, como Hazte Oír, CEAPA<sup>6</sup> o Plataforma de Infancia, entre otras, que aplaudieron la acción de Competencia.

## VII.2. Datos cualitativos

Los resultados cualitativos van a aportar una indagación más completa y profunda de los datos obtenidos en el análisis cuantitativo. Así, José A. Ruiz San Román y María Rosa Berganza explican que las técnicas cualitativas son aquellas que “recogen datos teniendo en cuenta su base en la metodología interpretativa y que pretenden recoger el significado de la acción de los sujetos”, es decir, no se basa en números, sino en la interpretación de cualidades, en este caso, de los distintos medios de comunicación analizados y en su respectivas informaciones sobre el tema investigado.

### VII.2.1. Medios de comunicación

Como se ha visto reflejado en el apartado anterior, los medios con mayor número de informaciones sobre el tema investigado han sido *La Vanguardia* (10), *Fórmula TV* (8), *El Confidencial* (7), *VerTele* (7) y *El Boletín* (6). Estos medios han publicado más de cinco informaciones cada uno sobre el caso de *Sálvame Diario* y la protección de los menores en diciembre de 2014, motivo por el cual ahondaremos más en ellos, ya que los 34 restantes de los que se han obtenido informaciones han publicado menos.

Pasamos, pues, al análisis de los cinco medios con más informaciones sobre el tema estudiado:

## LA VANGUARDIA

Tal y como se ha mencionado, el periódico catalán *La Vanguardia*, ha sido el medio que más publicaciones ha hecho sobre la resolución de la CNMC hacia *Sálvame Diario*, y sobre la protección de los menores con respecto a los contenidos audiovisuales. Así, desde el día 17 al 29 de diciembre, el periódico aborda lo acontecido y las reacciones que se han producido

---

<sup>6</sup> Confederación Española de Asociaciones de Padres y Madres de Alumnos (CEAPA)

al respecto, tanto de la propia cadena como de diferentes asociaciones. Además, en la sección “Cartas al Director”, se publican dos comentarios de los lectores.

Las dos cartas publicadas resultan totalmente diferentes entre sí, ya que una se muestra totalmente en contra de los contenidos de *Sálvame Diario* y apoya la resolución de la CNMC, asegurando, además, que personalmente ha sido una de las personas que ha enviado quejas a Competencia y otras organizaciones. Por el contrario, la segunda carta hace referencia a la libertad de las personas para ver lo que quieran en televisión, y al deber de los padres, a los que, asegura, les corresponde controlar qué ven sus hijos en la televisión. Ambas cartas muestran, por tanto, dos versiones ante un mismo hecho y dos opiniones totalmente diferentes, que el periódico ha decidido hacer públicas.

En cuanto a las informaciones en sí mismas, cabe destacar que *La Vanguardia* hace un recorrido por todo lo acontecido con respecto a la resolución de la CNMC hacia el programa *Sálvame Diario* durante el mes de diciembre, y demuestra su imparcialidad al publicar las opiniones de los colaboradores del programa, totalmente en contra de la resolución y las de organizaciones como la Confederación Católica de Padres de Alumnos (Copaca), que se mostraba satisfecha de lo ocurrido.

El día 17 publica “Usuarios de la Comunicación aplauden el requerimiento de la CNMC a Mediaset”, información en la que se destaca que la AUC muestra su apoyo a la resolución de Competencia y considera al programa un claro ejemplo de contenidos inadecuados en horario de protección infantil. De la misma manera, ese mismo día publican “Jorge Javier Vázquez: Asociaciones ultraconservadoras quieren destruir ‘Sálvame Diario’”, donde se habla del discurso del presentador de *Sálvame Diario*, que considera que son asociaciones ultraconservadoras las que quieren que el programa cierre y han provocado la resolución de la CNMC.

*La Vanguardia* ha sido el medio que más cobertura ha dado al tema, lo cual se esperaba ya que se trata de un periódico de Cataluña, Comunidad Autónoma que cuenta con su propio Colegio de Periodistas y con uno de los consejos audiovisuales más importantes actualmente en España junto con el andaluz. Ha publicado todo lo acontecido desde que la CNMC emitió la resolución hasta que el programa decidió dividirse en dos partes para cumplir con los requisitos que se le exigían. Además, como se ha observado, el periódico ha emitido las reacciones al respecto y cartas de los lectores con diversas



opiniones, lo que demuestra la relevancia que se le ha dado desde este medio al tema investigado, y la imparcialidad y objetividad demostrada al respecto.



*Fórmula TV* ha sido, en cuanto a informaciones publicadas sobre el tema que nos compete, el segundo medio con mayor número de las mismas, con un total de 8. Este medio se encarga de tratar temas de la televisión, por lo que se esperaba que fuera, junto con *VerTele*, los que más cobertura realizaran de la resolución de la CNMC al programa de Telecinco. No obstante, es cierto que se encuentran entre los que más informaciones han publicado, a pesar de que, como ya se ha desarrollado, *La Vanguardia* haya realizado mayor cobertura que ningún otro medio analizado al respecto.

En el caso de *Fórmula TV*, es preciso destacar que 5 de las 8 publicaciones hacen referencia a las reacciones y las palabras tanto de Telecinco como de miembros del programa, mientras que únicamente una de las informaciones habla de la reacción del OCTA. Así, el día 18 de diciembre se publica “Frank Cuesta: Mi apoyo total a ‘Sálvame’”. Es un programa que ayuda a muchísimas personas a superar la soledad”, donde se muestra el apoyo al programa por parte de personalidades del mundo de la televisión.

No es, sin embargo, hasta el día 26, cuando publica acerca de la reacción de una asociación en contra de los contenidos del espacio televisivo, en este caso el OCTA. Bajo el titular “El Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales, también contra ‘Sálvame’ por su morbo, violencia verbal...”, la noticia habla de una nota de prensa emitida por el Observatorio en la que considera a *Sálvame Diario* un programa que emite contenidos totalmente inadecuados para la franja horaria en la que se encuentra. Este hecho demuestra que *Fórmula TV* ha dado más cabida e importancia a las reacciones a favor del programa que a las que se situaban en contra del mismo.

Además, resulta reseñable que el día 18 se publica sobre otro expediente de Competencia hacia el espacio televisivo de Telecinco: “La CNMC abre un expediente sancionador a Mediaset por la emisión de un microespacio de salud en ‘Sálvame’”. Así, en el marco de informaciones sobre la resolución por contenidos inapropiados para menores, *Fórmula TV* destaca un nuevo expediente que se realiza al programa por publicidad encubierta, algo que no todos los medios analizados publican.

El diario *El Confidencial* publicó un total de 7 informaciones al respecto del tema investigado, 2 de ellas en la sección “Vanitatis”. En este caso, de todas ellas 2 estuvieron dedicadas a la postura de cada una de las partes implicadas: una a la del programa y otra a la de una organización, en este caso la Plataforma de Infancia.

En el caso de este medio, que publica informaciones sobre *Sálvame Diario* desde el 17 hasta el 31 de diciembre, destacan dos artículos en concreto que resultan muy ilustrativos y con los que se explica realmente al lector sobre qué ha ocurrido, el por qué y el contexto en el que se encuentra la protección de los menores en la jurisprudencia española. En este sentido, el día 19 se publica “Los cinco programas que han puesto contra las cuerdas a ‘Sálvame’”, donde se dan las claves y los errores al Código de Autorregulación que se han cometido durante diversos días en el programa.

En la misma línea que esta publicación, el día 27 nos encontramos con “La ley nació obsoleta: ¿cuántos niños ven ‘Sálvame’?”, un artículo que refleja en qué se ha basado la CNMC para emitir su resolución contra *Sálvame Diario* y explica diversos aspectos del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia que ayudan al lector a comprender el contexto de la situación. Además, en el artículo se destaca que la Ley General de la Comunicación Audiovisual se encuentra “obsoleta”, al no estar adaptada a la televisión actual.

Entre las publicaciones de *El Confidencial* destaca también una información del día 23 y titulada “El nuevo ‘Sálvame’: mismo contenido, lenguaje más suave y menos audiencia”, en la que se explica cómo ha sido el cambio realizado por la cadena en el espacio televisivo y cómo ha afectado tal cambio a su audiencia. Se trata del único medio analizado que profundiza en cuál es la situación del programa tras modificar su planificación para adaptarse al requerimiento de la CNMC.



*VerTele* es un medio que se dedica a publicar informaciones del ámbito televisivo, al igual que *Fórmula TV*, como ya se explicó con anterioridad. En este caso, *VerTele* realizó una menor cobertura que el anterior medio citado y que publica en su misma línea. Así, se constataron un total de 7 publicaciones en este medio.

De ellas, cabe destacar que, de manera similar a *Fórmula TV*, hablan de la reacción de los afectados por la resolución de la CNMC, tanto de los colaboradores del programa como de la cadena en sí y personalidades del mundo de la televisión que los apoyan. No obstante, ninguna de las informaciones, al contrario de lo que ha ocurrido con los otros medios analizados, muestra la reacción de asociaciones u organizaciones como la AUC al respecto de la resolución o de los contenidos del programa, lo cual es algo destacable.

El día 22 de diciembre *VerTele* publica “Así cambió ‘Sálvame’ limón a ‘Sálvame’ naranja: la delgada línea ‘rosa’”, un artículo que destaca por explicar cómo ha sido el primer día del cambio de formato de *Sálvame Diario*. En este sentido, habla de un contenido más sosegado en general pero con algunos aspectos que hacen pensar que los contenidos no han cambiado, entre los que se destaca una pelea entre dos colaboradoras en este primer programa.



De los cinco medios con mayor número de informaciones sobre el tema investigado, *El Boletín* es el que menos publicó en el mes de diciembre de 2014, con un total de 6. En ellas, pone de manifiesto tanto las reacciones y opiniones de la cadena como de las organizaciones que tengan relación con la protección de los menores. En este caso, no hay más informaciones de un sector que de otro, por lo que todo se encuentra igualado.

Así, destaca una publicación del día 23 titulada “Los ultracatólicos retoman su ‘cruzada’: ahora contra un Sálvame en horas bajas”, en la que se trata la reacción del colectivo ultracatólico Hazte Oír, que se muestra de acuerdo con la resolución de Competencia y piden más actuación al respecto, al considerar al programa una “gritona tertulia”. Las reacciones de la cadena quedan también reflejadas en varias de las publicaciones, entre las que destaca la del día 17: “Mediaset reprocha a Competencia que no sancione a los culebrones de Antena 3”.

En general, *El Boletín* lleva a cabo una cobertura estable de lo que sucede, con informaciones que van desde el día 17 y que abren con la noticia del ultimátum, hasta publicaciones del día 26, pasando por el cambio de formato de lespacio televisivo. Esto, junto con el reflejo de las versiones de las partes implicadas demuestra que, en este caso, el medio ha demostrado su imparcialidad y su objetividad a la hora de hacer públicas las informaciones al respecto del tema en cuestión.



A la hora de plantear la investigación, tal y como se explicó en el apartado de Metodología, se quiso hacer un mayor hincapié en las publicaciones de la web de Telecinco y la del programa. Sin embargo, a la hora de la búsqueda no se encontró ninguna publicación al respecto en la web de la cadena, pero sí en la zona dedicada al programa, aunque cabe señalar que únicamente fueron 2 publicaciones, muchas menos de las que se esperaba en un principio. No obstante, a pesar de la poca cantidad de informaciones, analizaremos las dos encontradas con el fin de dar a conocer la postura que se tomó desde *Sálvame Diario*.

La primera de ellas es del día 17 de diciembre, día en el que se hace pública la resolución de la CNMC. Bajo el título “JJ. Vázquez: si un día nos vamos que sea porque ya no nos veis, no porque se decida en un despacho fuera de televisión”, el artículo hace referencia al discurso del presentador del programa, Jorge Javier Vázquez, que se presentó en plató ese día para destacar lo injusto de la situación y la lucha que se iba a llevar a cabo por parte del programa y la cadena.

A continuación, el día 23, la web de *Sálvame* publicó: “María Teresa: no es la televisión la que tiene que educar a los niños, sino sus padres”, donde una de las

colaboradoras del programa, María Teresa Campos, se muestra totalmente en contra de la resolución de la CNMC, argumentando que los padres deben controlar qué ven sus hijos en la televisión y educarlos. Abre así un debate que se aborda en este trabajo de investigación como es si la televisión educa, son los padres los que deben encargarse de este aspecto o si, por el contrario, ambos tienen esa responsabilidad en los menores.

Con sus publicaciones, el programa deja aún más claro, como era obvio, que está en contra de la resolución y que no considera que se emitan contenidos inadecuados, sino que simplemente los menores no deberían ver tales contenidos, lo cual sería, bajo su punto de vista, tarea exclusiva de los padres y madres.



Aunque no ha sido uno de los medios con más informaciones al respecto, las 2 publicaciones de la página web de *Cadena Ser* destacan por ser las que más críticas realizó de los contenidos de *Sálvame Diario* y a su escasa adecuación al horario de protección infantil. En ambas se contabilizaron un total de 8 quejas (iguales en las dos publicaciones) sobre los contenidos del programa, todas ellas extraídas de la resolución de la CNMC.

Aunque muchos de los medios (la mayoría) no han emitido quejas propias hacia el programa y, en su lugar, hayan optado por extraer aspectos de la resolución de Competencia, no todos optaron por los mismos puntos, y no todos extrajeron tantos apartados como lo hizo *Cadena Ser*. Por este motivo, en este apartado se cita a este medio como el que más quejas realiza.

Las 8 quejas realizadas por *Cadena Ser* y, como ya se ha mencionado, extraídas de la resolución de la CNMC hablan del tratamiento de las noticias de manera frívola y de la emisión de conflictos personales, lenguaje malsonante, la utilización del cuerpo femenino como objeto de insinuaciones, la banalización de temas de carácter sexual o drogas, la promoción de la competitividad y todo ello realizado de manera continuada en el tiempo. Son

solo 8 de los 15 apartados con los que cuenta la resolución de Competencia. Sin embargo, éste ha sido el único medio que decidió publicar tantos.

### **VII.2.2. Organismos**

Tal y como se explicó en el apartado de Metodología, durante la investigación se pretendía llevar a cabo un análisis, además de en los medios de comunicación, en organismos como la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE), la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC), los consejos audiovisuales de Andalucía y Cataluña y la Asociación de la Prensa de Madrid (APM). Además, se consultó la web de la Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación. Sin embargo, en prácticamente ninguno de estos organismos se encontró información ni resoluciones con respecto a *Sálvame Diario* y la protección de los menores.

En primer lugar, la Comisión de Arbitraje, Quejas y Deontología de la FAPE no emitió ninguna resolución sobre Telecinco ni sobre el programa en cuestión desde su creación en 2009 hasta la actualidad. Este hecho ha supuesto una gran sorpresa ya que, tal y como se planteaba en las hipótesis previas, se creía que la FAPE iba a ser uno de los organismos más críticos con el programa. No obstante, como se ha podido comprobar, no ha emitido resolución alguna al respecto.

Con los Consejos Audiovisuales ocurrió algo similar. En el caso de Cataluña, no se encontró resolución de ningún tipo sobre *Sálvame Diario*. Por su parte, el Consejo Audiovisual de Andalucía sí que emitió resoluciones sobre el espacio televisivo, un total de tres, pero ninguna de ellas en relación con los contenidos inapropiados para los menores, sino todas sobre publicidad encubierta.

Al no encontrar datos en la web de la Asociación de Usuarios de la Comunicación, se envió un cuestionario a los mismos para conocer el carácter de las quejas que se habían recibido en relación con los contenidos emitidos durante la franja horaria de protección infantil. De la misma manera, se envió otro cuestionario a la propia CNMC. Ambos pueden verse en el Anexo.

La Asociación de la Prensa de Madrid (APM) cuenta, en su página web con la sección “Defensor del Asociado”, que se encarga de atender las reclamaciones y

sugerencias de los mismos. No obstante, éstas no se hacen públicas en su totalidad, encontrándonos con que únicamente se hacen públicas aquellas quejas que se consideren de interés general. Por este motivo, no se han podido constatar quejas o reclamaciones que se hayan hecho a la APM con motivo del programa *Sálvame Diario*.

Sin embargo, al introducir el nombre del programa de Telecinco en el buscador de la web, se ha constatado que existen noticias que mencionan al programa, aunque ninguna de ellas habla de la situación en la que se encontraba tras la resolución de la CNMC ni de las quejas que han sido remitidas en cuanto a ello.

Por último se consultó la web del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia<sup>7</sup> en la que, a pesar de no hacer públicas las quejas de los distintos usuarios, se emite un informe anual sobre las reclamaciones recibidas por faltas al propio Código. En este sentido, se analizaron el Quinto, Sexto, Séptimo, Octavo y Noveno informe, ya que corresponden a los años posteriores a la creación de *Sálvame Diario*.

Como ya se pudo observar en apartado del Marco de la investigación y el estado de la cuestión, en estos cuatro informes se constata de manera clara que Telecinco es la cadena que más reclamaciones presenta sobre sus contenidos. Además, resulta ser el programa *Sálvame Diario*, el que acarrea un mayor número de quejas por parte de la audiencia. En concreto, se produjeron un total de 188 reclamaciones hacia el espacio televisivo desde marzo de 2009 (primer informe) hasta 2013.

Cabe destacar, además, el periodo del 9 de marzo de 2010 al 9 de marzo de 2011, el cual queda reflejado en el Sexto informe, y en el que Telecinco presenta el mayor número de quejas hasta la fecha. La audiencia presentó ante la Comisión Mixta de Seguimiento un total de 118 quejas, de las cuales 116 acusaban al programa *Sálvame Diario*.

Durante el siguiente periodo, que corresponde al séptimo informe y se establece entre los meses de marzo de 2011 y 2012, resulta destacable que todas las quejas que se presentan hacia Telecinco (un total de 40) están motivadas por los contenidos del programa *Sálvame Diario*, al que acusan de violencia, temática conflictiva, comportamiento social y escenas de carácter sexual.

---

<sup>7</sup> [www.tvinfancia.es](http://www.tvinfancia.es)

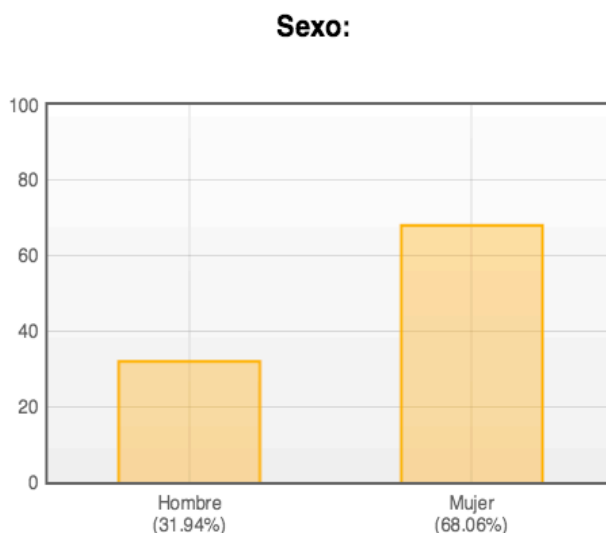
Con la lectura de los informes se demuestra que, con el paso del tiempo, las quejas hacia el programa han disminuido, encontrándonos con los picos de reclamaciones más altos en el segundo informe, durante el segundo año de emisión de *Sálvame Diario*. En el informe correspondiente a 2013, sin embargo, únicamente 6 quejas se dirigían al programa, y ninguna de ellas fue admitida por el Comité.

En el Noveno informe de 2014, intervalo de tiempo en el que se enmarca el caso de la resolución de la CNMC, se constata que el 72,5% de las quejas corresponden a Mediaset.

De este último documento cabe destacar que *Sálvame Diario* es el programa que más quejas recibió, con un total de 38, casi todas ellas por “presentación de conflictos graves, emisión de contenidos de carácter sexual y expresiones violentas”, lo cual se corresponde con la situación que se produjo en el mes de diciembre.

### VII.3. Resultado de la encuesta

Con el objetivo de conocer qué piensa la opinión pública en relación a la protección de los menores en cuanto a los contenidos televisivos, se ha llevado a cabo una encuesta a un total de 72 personas que, de manera anónima, han contestado a 14 preguntas al respecto.

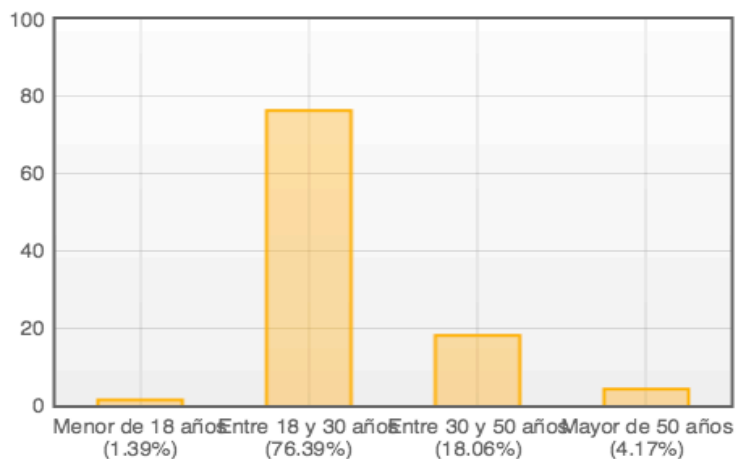


Gráfica V. Sexo de los encuestados. Elaboración propia.



Empezando por los datos generales para conocer a la muestra de la encuesta, nos encontramos con que la mayor parte de la misma (68,06%) son mujeres, mientras que el 31,94% son hombres.

### Edad:

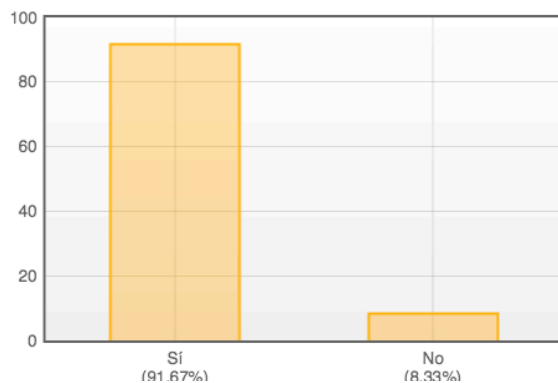


Gráfica VI. Edad de los encuestados. Elaboración propia.

Además, la mayoría de estas personas, es decir, el 76,39% del total, corresponden a la franja de edad comprendida entre los 18 y los 30 años.

Por otro lado, encontramos a personas de entre 30 y 50 años, que forman el 18,06%, los mayores de 50 años con el 4,17% y los menores de 18, que representan el 1,39% de la muestra.

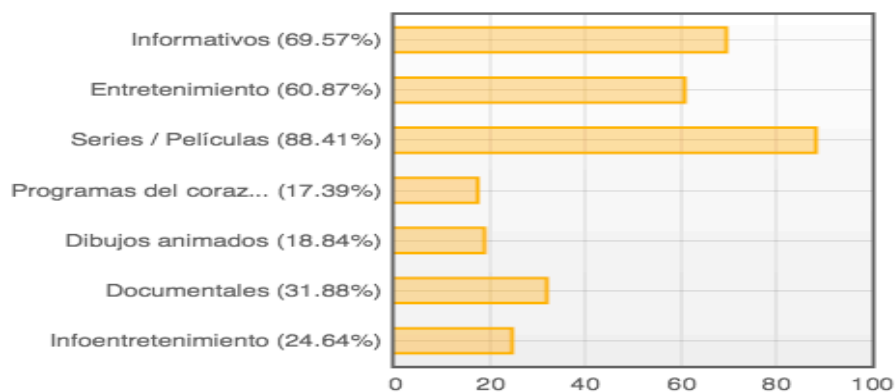
### ¿Es usted consumidor habitual de medios televisivos?



Gráfica VII. Consumidores habituales y no habituales de medios televisivos. Elaboración propia.

Un total de 66 personas de la muestra, que representa al 91,67% del total, se considera consumidor habitual de los medios televisivos. Por el contrario, solo 6 personas (8,33%) afirman no consumir habitualmente tales medios.

### **En caso afirmativo, ¿qué tipo de contenidos son de su interés?**

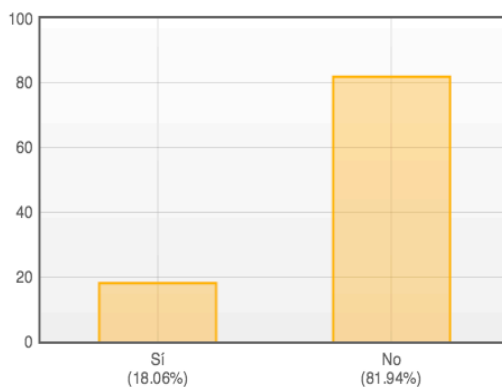


Gráfica VIII. Contenidos televisivos de interés para los encuestados. Elaboración propia.

Entre los contenidos televisivos de mayor interés destacan las series y películas, a las que es asiduo el 88,41% de los encuestados. Junto a ellas, encontramos informativos (69,57%) y programas de entretenimiento (60,87%).

Por otro lado, se encuentran los documentales (31,88%), los programas de infoentretenimiento (24,64%), los dibujos animados (18,84%) y, finalmente, los programas denominados del corazón, que representan el 17,39% del total. Cabe destacar, en este apartado, que se trataba de una cuestión de respuesta múltiple, con el objetivo de que los encuestados pudieran seleccionar sus preferencias.

**¿Considera que los programas que se dan en horario infantil emiten contenidos adecuados para los menores?**



Gráfica IX. Opinión sobre contenidos en horario infantil. Elaboración propia.

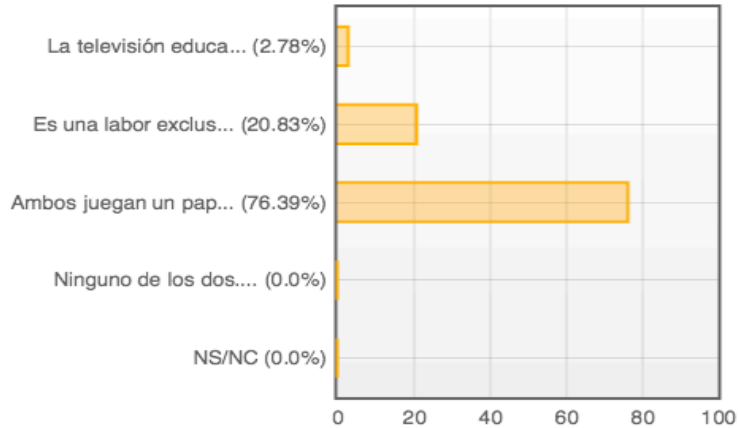
Una amplia mayoría de la muestra (el 81,94% de la misma) considera que, en horario infantil, las televisiones no emiten contenidos apropiados para los menores. La otra parte, sin embargo, piensa al contrario.

En cuanto a la siguiente pregunta en la que se pedía a los encuestados argumentar su respuesta, destacan las críticas a la programación durante tal horario, la cual la mayoría considera no apta para un período de tiempo en el que los menores se encuentran delante del televisor. Nos encontramos, pues, con comentarios como “Vemos cómo en horario infantiles se incumplen los mínimos de educación y cuidado de los menores, pero parece que aún haciéndolo así, sale más rentable la emisión de esos contenidos y el posterior pago de las multas que la adecuación a la franja horaria”.

Por el contrario, se han constatado también comentarios que apoyan los contenidos que se emiten durante la franja horaria de protección infantil. Así, aparecen respuestas como “Por norma general se emiten contenidos apropiados, aunque es cierto que en ocasiones las cadenas se lo saltan porque buscan audiencia y no una televisión de calidad como tal”.

Destacar, además, que la muchos comentarios hacen referencia no solo a contenidos inapropiados en programas similares a *Sálvame Diario*, sino que son varios los que hablan también de dibujos animados como *American Dad* o películas con los que se emiten contenidos que consideran no aptos para los menores.

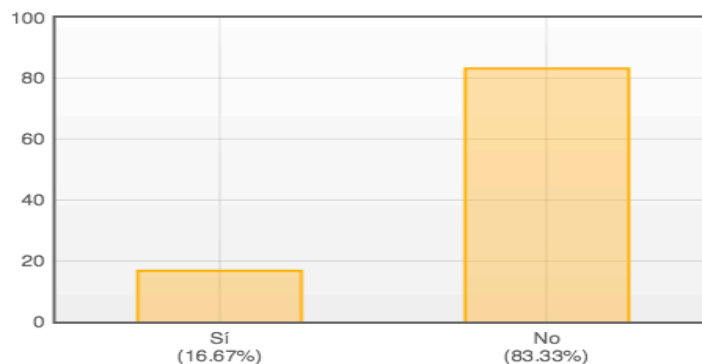
**¿Considera que la televisión juega un papel educador para los niños? O, por el contrario, ¿cree que esta labor es exclusiva de los padres y madres?**



Gráfica X. Papel de la televisión en la educación de los menores. Elaboración propia.

Uno de los debates planteados a lo largo de este estudio ha sido el papel educador de la televisión. En este sentido, la mayor parte de la muestra (76,39%) considera que tanto este medio de comunicación como los padres se encargan de educar a los menores. Seguidamente, el 20,83% de la muestra, considera que es una labor exclusiva de los padres, frente al 2,78%, que cree que la televisión es la que educa.

**¿Se considera consumidor del programa de Telecinco *Sálvame Diario*?**



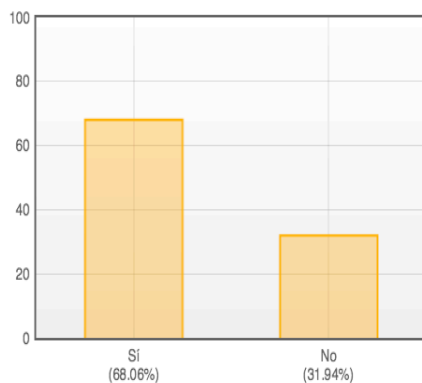
Gráfica XI. Porcentaje de consumidores de *Sálvame Diario*. Elaboración propia.

El 83,33% de la muestra no se considera consumidor de *Sálvame Diario*, mientras que el 16,67% sí.

En cuanto a la siguiente cuestión, que preguntaba por si se considera que el programa emite contenidos adecuados, la mayor parte de las respuestas hacen referencia a contenidos poco adecuados. Así, encontramos comentarios como “El tipo de comunicación que utilizan entre los propios colaboradores ya es un punto negativo. Y si hablamos del contenido... pura prensa rosa, que no creo, personalmente, que aporte ningún valor positivo a los menores”.

Ninguna de las respuestas obtenidas han apoyado los contenidos de *Sálvame Diario* y los han considerado como apropiados para la franja horaria de protección infantil en que se emite. Esto demuestra que la opinión pública, a pesar de considerarse o no consumidores habituales del programa, no lo consideran adecuado en cuanto a sus contenidos.

**¿Conoce la resolución que emitió la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en la que pidió al programa *Sálvame Diario* que adaptara sus contenidos al horario de protección infantil o, de lo contrario, se enfrentaría a una multa o, incluso, al cierre del programa?**



Gráfica XII. Conocimiento sobre la resolución de la CNMC. Elaboración propia.

En cuanto a la resolución de la CNMC en sí misma, el 68,06% de la muestra analizada conocía qué había ocurrido al respecto. Sin embargo, el 31,94% no había oído hablar de la resolución de Competencia.

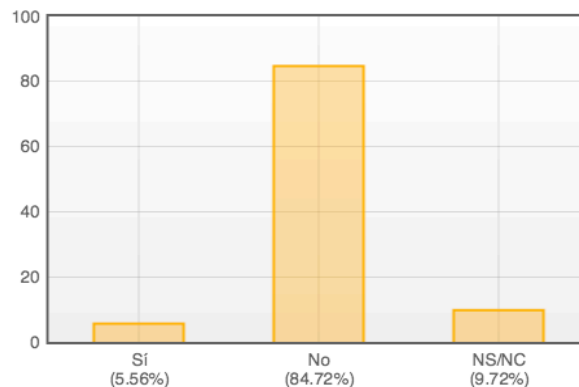
### ¿Qué le parece esta medida?



Gráfica XIII. Opinión de los encuestados sobre la resolución de la CNMC. Elaboración propia.

Sobre qué opinaban a raíz de esta medida de la CNMC, el 63,89% de las personas aseguraron que era una buena opción, pero que debería haberse realizado antes. El 18,06% simplemente destaca que es una buena medida, y el 2,78% se posiciona al contrario de la resolución, sobre la que no está de acuerdo. Finalmente, el 15,28% de la muestra analizada ha optado por no decantarse por ninguna opción clara.

### ¿Considera que, con esta resolución, se está faltando al derecho de libertad de expresión?

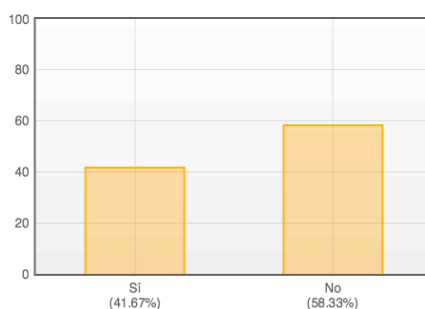


Gráfica XIV. Opinión sobre la falta a la libertad de expresión con la resolución. Elaboración propia.

El derecho a la libertad de expresión es otro de las cuestiones que se plantean a lo largo de la investigación, ya que puede considerarse, con la resolución de la CNMC, se falta a este derecho.

Al respecto, los encuestados se posicionan en el “no”, con un 84,72%. Solo un 5,56% de estas personas considera que se falta a este derecho, mientras que el 9,72% no se ha decantado por ninguna de las dos opciones.

**Ante la resolución de la CNMC, *Sálvame Diario* ha decidido dividir el programa en dos secciones, '*Sálvame Limón*' y '*Sálvame Naranja*', con las que aseguran adaptar sus contenidos al horario infantil. ¿Conocía esta medida?**



Gráfica XV. Conocimiento del cambio de formato del programa. Elaboración propia.

Los resultados sobre si se conocía o no la medida adoptada por *Sálvame Diario* para adaptarse al horario infantil se encuentran muy igualados entre sí. De esta manera, el 58,33% de las personas no conocía nada al respecto, mientras que el 41,67% sí que conocía esta medida del programa para evitar la sanción de la CNMC.

Por último, en la pregunta a desarrollar en cuanto a qué opinaban sobre esta medida (si la conocían), ningún comentario destaca que la línea de *Sálvame Diario*, en cuanto a contenidos, haya cambiado para bien. Nos encontramos, así, con respuestas como “Es el mismo perro con distinto collar” o “Me parece una medida para alejar la vista del programa un tiempo. Sin embargo, creo que no sirve ni servirá para nada”.

## VIII. CONCLUSIONES

Una vez obtenidos los resultados cuantitativos y cualitativos de la investigación llevada a cabo, se expondrán las conclusiones que se han extraído de los mismos, teniendo en cuenta tanto las hipótesis como los objetivos previos al trabajo desarrollado.

En primer lugar, es importante destacar que, en cuanto a la protección de los menores frente a los contenidos televisivos, no existen leyes o una normativa clara que promueva realmente esta función. Es cierto que, como se ha explicado, el Código de Autorregulación vela porque se emitan unos contenidos apropiados, pero, dado el tema que se ha tratado a lo largo de esta investigación y los otros muchos ejemplos que han surgido durante la misma, no queda claro si de verdad se cumple con este código.

Por otro lado, se ha determinado que ante un hecho de este tipo, los principales medios de tirada nacional no se han hecho tanto eco de la situación y de las faltas al Código de Autorregulación como los medios más pequeños. Así, se ha constatado que *El País* únicamente ha publicado una noticia al respecto, que además provenía de la Agencia EFE. En este sentido, los medios nacionales que más publicaciones han realizado son *ABC* y *El Mundo*, con cuatro cada uno. Otros como *La Razón* o *Público*, sin embargo, no sacaron a la luz ninguna información sobre el caso de *Sálvame Diario*.

Concretamente, llama la atención el caso del periódico *El País*, sobre el cual se esperaba una mayor cobertura sobre el tema investigado. No obstante, las escasas publicaciones por parte de este medio podrían deberse a que, al igual que Mediaset España, pertenece al grupo multimedia Prisa.

Respecto a la encuesta realizada, se ha llegado a la conclusión de que no se está de acuerdo con los contenidos que emite *Sálvame Diario* en la franja horaria en la que se ubica, y muchas personas se encuentran totalmente a favor del cierre del programa. Cabe destacar también que existe cierto desconcierto por el hecho de que no se haya sancionado antes a Telecinco y se continúen emitiendo espacios televisivos de este tipo.

Además, es importante señalar que muchos de los encuestados se quejaban de la programación no solo en programas del tipo *Sálvame*, sino también de dibujos animados que se emiten en la franja horaria de protección reforzada y que consideran no adecuados para los menores. Esto hace que se llegue a la conclusión de que existen una gran desprotección también con los programas y emisiones dedicadas exclusivamente para los niños.



Teniendo en cuenta las hipótesis planteadas, se expone a continuación si han sido o no verificadas:

1. Los medios se hacen más eco del incumplimiento de la franja horaria infantil que de la solución dada por el programa y la cadena, días después de la advertencia. 😊

Como se ha podido comprobar en el apartado dedicado a los resultados, un total de 30 noticias hablaban de la resolución de la CNMC, mientras que 19 explicaban la solución del programa de dividirse en dos secciones. Así, se ha podido constatar que los medios se han hecho más eco del incumplimiento al Código de Autorregulación por parte de *Sálvame Diario* y la correspondiente resolución de Competencia, que de la medida tomada por el programa para evitar la sanción.

2. Telecinco lleva a cabo una campaña a favor de *Sálvame* y de sus contenidos. 😊

Desde la publicación de la resolución de la CNMC, tanto el programa como sus colaboradores y presentadores llevaron a cabo una gran campaña a favor de *Sálvame Diario*. Como se ha visto anteriormente, el hashtag *#YoVeoSálvame* tuvo una gran repercusión en las redes sociales y se llegaron, incluso, a fabricar camisetas con el lema elegido por Telecinco, el cual secundaron un gran número de espectadores.

3. Los medios que analizaremos hacen mayor hincapié en los errores deontológicos cometidos por el programa y en el incumplimiento por parte de éste al Código de Autorregulación de Contenidos de TV e Infancia. 😞

Tal y como se ha podido observar a lo largo de la investigación, los medios analizados han tratado más las faltas del programa al Código de Autorregulación, debido a que es lo que ha causado la resolución de Competencia. No obstante, cabe señalar que ningún medio hizo referencia al Código Deontológico de la profesión periodística en cuanto a las faltas llevadas a cabo por el programa.

4. La documentación de la FAPE constata las quejas del público sobre los contenidos de *Sálvame*. 😞

Como se ha constatado en el apartado de Resultados, la FAPE no ha emitido ninguna resolución de ningún tipo con respecto al programa *Sálvame Diario*.

5. Los Consejos Audiovisuales de Andalucía y Cataluña también reaccionan al 😞

respecto y se muestran contrarios a los contenidos del programa.

Al igual que la FAPE, los consejos audiovisuales más activos del país no se pronunciaron en relación a los contenidos inapropiados del programa. Sin embargo, es cierto que el Consejo Audiovisual de Andalucía publicó tres resoluciones sobre *Sálvame Diario*, aunque en todas ellas refiriéndose a casos de publicidad encubierta.

6. La página del Código de Autorregulación de Contenidos de TV e Infancia (TvInfancia) recoge también las quejas de los espectadores sobre los contenidos de *Sálvame*. 😊

En la página web de TvInfancia existe un apartado donde los usuarios pueden emitir quejas sobre faltas al Código de Autorregulación, las cuales no se hacen públicas. A partir de éstas, el Comité de Autorregulación realizan un informe anual sobre las quejas recibidas y las aceptadas, y las características de cada una de ellas.

Es preciso señalar que durante esta investigación se ha cumplido gran parte de los objetivos planteados. En primer lugar, se ha constatado cómo han actuado los distintos medios de comunicación del país ante la falta al Código de Autorregulación por parte de otro medio como es Telecinco. Por otro lado, se ha conocido la reacción de los organismos competentes como consejos audiovisuales que, como hemos mencionado anteriormente, no han publicado al respecto. Únicamente la web de TvInfancia ha hecho públicas cuestiones sobre *Sálvame Diario* a través de sus informes anuales. Además, se ha podido estudiar la campaña llevada a cabo por Telecinco a favor de los contenidos del programa.

No obstante, el objetivo de comprobar si la división del programa en dos secciones es válida y renueva sus contenidos no se ha podido llevar a cabo. En las entrevistas realizadas a la AUC y la CNMC, adjuntadas en el Anexo, aseguran que cumple con la calificación por edades que se pidió, pero aún es pronto para conocer si los contenidos son los apropiados. Además, la imposibilidad de visualizar los programas en la web de Telecinco ha causado que no se haya podido llevar a cabo un análisis de contenidos.

## IX. DISCUSIÓN

La protección de los menores con respecto a los contenidos audiovisuales inapropiados es un tema que ha suscitado un gran número de investigaciones por parte de muchos autores. No obstante, no se han encontrado referencias exactas a *Sálvame Diario*, suponemos que debido al carácter reciente con el que cuenta la resolución de la CNMC, hecho que, supondremos, suscitará un mayor número de investigaciones.

En cuanto al programa en sí mismo, es preciso señalar que se encontró una investigación citada anteriormente, pero en la cual no se tratan los contenidos del mismo, sino únicamente su formato. Sin contar con las publicaciones meramente informativas de los medios de comunicación analizados, no se han encontrado indicios de investigaciones sobre los contenidos no apropiados para menores en *Sálvame Diario*. Por este motivo, no se ha podido llevar a cabo una comparativa entre los resultados de este trabajo y los de otros, ya que ninguno trata la misma temática por completo.

Con la realización de este estudio, han quedado líneas de investigación abiertas que podrían tratarse en un futuro:

1. La visualización y el posterior análisis de los programas de *Sálvame Diario* antes y después del cambio de formato para adaptarse a los requerimientos de la CNMC. Se trata de algo que se planteó llevar a cabo en un principio pero que resultó imposible al no contar con una sección en la página web de Telecinco donde poder visualizar los programas por completo.
2. Analizar el porqué de la audiencia de este programa. Cómo, a pesar del gran número de críticas que recibe, cuenta con tan altos índices de audiencia.
3. Llevar a cabo una investigación sobre los programas dedicados exclusivamente para niños (programas infantiles o dibujos animados) que no emitan contenidos apropiados y vayan en contra del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia.

## X. BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS EN RED

- ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (2007). *Directrices editoriales. Valores y Criterios de la BBC*. Madrid: APM.
- AZNAR, HUGO (2005). *Pautas éticas para la comunicación social*. Valencia: Universidad Cardenal Herrera - CEU.
- BERGANZA, M<sup>a</sup> ROSA y RUIZ SAN ROMÁN, JOSÉ A. (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: McGraw W-Hill.
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO. Real Decreto 410/2002 de 3 de mayo.
- BOLETÍN OFICIAL DEL ESTADO. Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual.
- CAMACHO VILA, JOSEP (2014). *La nueva era del infoshow: Sálvame Diario, el formato híbrido en la televisión española*. Universidad CEU - Cardenal Herrera.
- CEBRIÁN, MARIANO (2004). *La información en televisión: obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (1996). *Libro Verde sobre la Protección de los Menores y de la Dignidad Humana en los Nuevos Servicios Audiovisuales y de Información*. Bruselas: CCE.
- COMISIÓN MIXTA DE SEGUIMIENTO, *Informes de la Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia*. 2010, 2011, 2012 y 2013.
- COMISIÓN NACIONAL DE LOS MERCADOS Y LA COMPETENCIA, *Resolución por la que se requiere a Mediaset España Comunicación, S.A. para que adecúe la calificación y la emisión del programa "Sálvame Diario" a lo establecido en el Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia y a la ley 7/2010, de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual*. Madrid. 2014.
- CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA de 1978.

- GORDILLO, I.; GUARINOS, V.; CHECA GODOY, A.; RAMÍREZ ALVARADO, M.M.; JIMÉNEZ VAREA, J. LÓPEZ RODRÍGUEZ, F.J.; DE LOS SANTOS ROMERO, F.; PÉREZ GÓMEZ, M.Á. (2011). Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos infoentertainment. *Comunicación: revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, nº 9, pp. 93-106.
- GUERRA CASTRO, M<sup>a</sup> DALIA (2012). *Nuevos formatos audiovisuales para el periodismo. Estudio de caso: el formato de Salvados*. Trabajo Fin de Grado. Universidad de La Laguna.
- HERRERO, CARMEN (2008). *El horario infantil en televisión: de la falta de imaginación a la irresponsabilidad de los mensajes publicitarios*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- LÓPEZ DE AYALA, M<sup>a</sup> CRUZ y FERNÁNDEZ MARTÍNEZ, ÁNGELES (2009). *El compromiso de la autorregulación en el horario infantil ante el nuevo panorama televisivo*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- MEDIASET ESPAÑA. *Informe de Responsabilidad Corporativa*. 2013. Madrid.
- OCTA. *Informe sobre el cumplimiento del Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia*.
- TV INFANCIA (2004). *Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia*.

#### **Recursos en Red:**

- Páginas web de los 39 medios analizados
- <http://www.cnmc.es>
- <http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es>
- <http://www.europa.eu/legislation>
- <http://www.lafabricadelatele.com>
- <http://www.mediaset.es>
- <http://www.telecinco.es>

- <http://www.telecinco.es/salvame>
- <http://www.tvinfancia.es>

## **XI. ANEXO**

### **XI.1. Entrevista a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)**

#### **1. En total, ¿cuántas reclamaciones ha recibido la CNMC en cuanto a los contenidos inapropiados para menores en el programa *Sálvame Diario* durante 2014?**

Durante 2014, la CNMC ha recibido directamente 4 reclamaciones procedentes de asociaciones de consumidores. Todas las demás reclamaciones a este programa (38) se han efectuado a través de la web TVinfancia.es, habilitada para gestionar las reclamaciones por los propios operadores de televisión, a través del Comité de Autorregulación, en virtud del Convenio de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia.

#### **2. ¿Cuáles han sido los motivos o los contenidos que más quejas han suscitado (lenguaje soez, actitudes violentas, sexistas, etc.)? ¿Por qué cree que es así?**

Los principales motivos son por la emisión de contenidos inadecuados, ya sea por la presentación de conflictos graves, por contenidos inadecuados de carácter sexual y por el lenguaje o expresiones violentas. Se considera que la principal razón está motivada por los contenidos propios del programa y la dinámica con que se desarrolla.

#### **3. Sabiendo que las diferentes asociaciones de consumidores de medios audiovisuales han enviado quejas desde que se creó el programa *Sálvame Diario*, ¿por qué cree que no hubo una actuación previa a la de la Comisión por parte del Ministerio (organismo que llevaba el tema con anterioridad a la CNMC)?**

A la CNMC le consta que por parte del Ministerio de Industria, Energía y Turismo (Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información) se incoaron varios expedientes sancionadores contra este programa y se le sancionó por la comisión de infracciones relativas a la protección de los derechos de los menores.

#### **4. ¿Por qué, en lugar de una advertencia, la CNMC no actuó directamente y puso una sanción al programa por contenidos inapropiados?**

Se consideró que al constituir la primera actuación de la CNMC contra este programa y dado que los contenidos del programa reclamados no resultaban

excesivamente graves, aunque sí inapropiados, era más conveniente efectuar un requerimiento previo al inicio de medidas sancionadoras.

- 5. Desde la CNMC, ¿creen que la alternativa propuesta por Sálvame de dividir el programa en dos secciones (Sálvame Limón y Sálvame Naranja) es apropiada y, con ella, realmente se cumple lo que la comisión pidió?**

La alternativa propuesta por MEDIASET será apropiada si los contenidos emitidos en cada una de las franjas horarias (de 16 a 17 horas por un lado –Sálvame limón-, y de 17 a 20 horas por otro –Sálvame naranja-) respeta lo dispuesto en la Ley General de la Comunicación Audiovisual y en el Código de Autorregulación en relación con la emisión de contenidos adecuados para los menores. Es decir, que no se pueden emitir contenidos susceptibles de ser perjudiciales para los menores de 18 entre las 6 y las 22 horas y, dentro de esta franja, entre las 17 y las 20 horas no se pueden emitir contenidos calificados como no recomendados para menores de 12 años, según el Código de Autorregulación.

- 6. ¿Han llegado quejas a la comisión por los mismos motivos (contenidos inadecuados para su horario) después del cambio de estructura del programa?**

No.

- 7. ¿Cómo evalúan desde la CNMC los contenidos que emite Sálvame Diario (contenidos en general)? ¿Creen que se trata de un programa que, aun habiendo cambiado tras la resolución de la CNMC, debería emitirse en otro horario?**

Los operadores de televisión tienen el derecho a fijar la dirección editorial mediante la selección de sus contenidos y sus horarios. Asimismo, ostentan el derecho a la libertad de expresión y de información y el derecho a la libertad de empresa, todo ello con las limitaciones fijadas en la Constitución española y en la normativa audiovisual en particular. La CNMC no valora los programas que se emiten en función de sus características o tipología. Únicamente supervisa su adecuación a la legalidad vigente.



## **XII.2. Entrevista a la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)**

**1. *¿Cuántas reclamaciones ha recibido la Asociación de Usuarios de la Comunicación en cuanto a los contenidos inapropiados para menores en el programa Sálvame Diario?***

En estos años hemos recibido decenas de reclamaciones sobre el programa. Cerca del centenar.

**2. *¿Cuáles han sido los motivos o los contenidos que más quejas han suscitado? ¿Por qué cree que es así?***

Por lo inapropiado de sus contenidos para ser emitidos en horario de protección reforzada: exposición de graves conflictos emocionales, referencias sexuales explícitas, violencia verbal, etc.

**3. *Sabemos que la AUC le hizo llegar las reclamaciones de usuarios dirigidas hacia el programa Sálvame Diario a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) para que ellos actuaran ¿Por qué a la CNMC? ¿La AUC no podía actuar directamente en contra del programa?***

AUC es una organización social que intenta defender los derechos de los espectadores, entre otros supuestos (publicidad lícita, veracidad y pluralismo de la información, derecho de acceso) en lo relativo a la protección de los menores. Pero no tenemos ninguna potestad para conseguir que las cadenas modifiquen los contenidos que difunden. Sí participamos en la Comisión de Seguimiento sobre el Código de Autorregulación de Contenidos Televisivos e Infancia, para cuidar de que las cadenas respondan a las reclamaciones de los espectadores. Presentamos denuncias ante la autoridad audiovisual competente (La CNMC en este caso) cuando entendemos que se infringe la Ley de forma reiterada, y tenemos también legitimación activa para acudir a los tribunales en los casos especialmente graves.

**4. *¿Por qué cree que la CMNC ha decidido actuar ahora (el pasado mes de diciembre) y no antes? ¿Qué ha motivado este ‘ultimátum’?***

En general la CNMC ha adoptado una postura más activa en la protección de los espectadores de la que en su momento asumió el Ministerio de Industria. Supongo que ha actuado cuando ha considerado que tenía suficientemente acreditado el caso.

**5. Desde la AUC, ¿creen que la alternativa propuesta por Sálvame de dividir el programa en dos secciones (Sálvame Limón y Sálvame Naranja) es apropiada y, con ella, realmente se cumple lo que la comisión pidió?**

Para no incurrir en prejuicios, preferimos esperar un tiempo prudencial y ver cómo se desenvuelve esa duplicidad en los contenidos.

**6. ¿Han llegado quejas a la AUC por los mismos motivos (contenidos inadecuados para su horario) después del cambio de estructura del programa?**

Si, han llegado algunas quejas de espectadores que consideran que esa diferencia entre las dos modalidades del programa no es real. Como decía, lo estamos examinando.