



El interés ciudadano por los contenidos: los nuevos actores de la televisión

The citizen's interest for in the TV contents: the new TV actors

Gloria Rosique Cedillo
(México)

RESUMEN

Desde sus orígenes la televisión siempre ha tenido como piedra angular los contenidos, fuente básica componente de las rejillas de programación que mueve al sector audiovisual debido a que los intereses de los distintos actores de la comunicación, Estado, anunciantes, cadenas de televisión y productoras, giran en torno a ellos y, por otra parte, han sido también el producto cultural que los telespectadores han recibido desde hace ya varias décadas en sus hogares.

Actualmente en el panorama televisivo se habla de 'calidad en los programas de televisión' y de 'valores', hay descontento entre ciertos grupos frente a una televisión que opera muy flexible en materia de contenidos, hay sobre-explotación comercial y una regulación que se viene considerando muy laxa por parte del gobierno, las inconformidades se vienen canalizando a través de la movilización de grupos de telespectadores y organizaciones de todas las comunidades del país que apuestan por una televisión alternativa, creativa y con apego a ciertos valores, en palabras de la UNESCO: «un sistema educativo, universal y permanente», que pueda derivar en el rediseño de un nuevo régimen de regulación televisiva en materia de contenidos en donde quepan los intereses de todos los actores, incluyendo a los telespectadores que formarían parte de la cadena de valor de lo televisivo, la producción y los contenidos audiovisuales junto con los tradicionales actores de la comunicación.

Desde hace años, la sociedad civil representada por las asociaciones de telespectadores, críticos de televisión, educadores, escritores, ONG's, e incluso profesionales del medio televisivo, reclaman calidad en los contenidos de la pequeña pantalla, un organismo que controle y vigile la actuación de los programadores y directivos de las cadenas de televisión, además del cumplimiento de las normativas.

Se considera que en estos tiempos la televisión es el medio de comunicación masiva más influyente en prácticamente todo el mundo, y en la sociedad española no es la excepción, por lo tanto, se debe tener cuidado del impacto que generan los contenidos que se transmiten en la modalidad de televisión abierta generalista y, sobre todo, cuidar lo que se emite en los horarios más accesibles para la población infantil y adolescente, pues, siendo un instrumento tan poderoso para el desarrollo mediático mundial, su manejo manipulado en favor de intereses del mercado o de grupos mercenarios de la pantalla, (productores de «telebasura»), está dando resultados contraproducentes a lo que las sociedades desarrolladas y democráticas esperan de la televisión.

La iglesia, la familia, la escuela y el Estado manifiestan, desde distintas posturas y ámbitos de la sociedad, un descontento sentido por los efectos negativos que la televisión está generando en los distintos sectores de la población, pero además, se pone en duda si el actual régimen de gestión de la televisión, (público-privado), sea el adecuado para garantizar el interés público que implica hacer televisión creativa y constructiva, de acuerdo a los puntos de vista de ciertos telespectadores, de igual forma, se plantea el problema de si habrá otras formas de gestión que puedan complementar y reforzar un modelo de televisión alternativa.

Partiendo de que los contenidos de la televisión son asunto de interés público y que la producción televisiva oscila entre la innovación, la creatividad, el desarrollo tecnológico y la «telebasura», se pretenderá abordar el panorama actual de los contenidos televisivos valorando las acciones de la participación ciudadana organizada que ha irrumpido en el sector audiovisual, conociendo sus funciones, objetivos y logros, como un actor más dentro de la cadena de valor del sector audiovisual y su función dentro de ella. Esto necesariamente desembocará en una televisión alternativa, todavía difícil de definir, pero también propicia la revisión de la teoría de los medios y abre nuevas discusiones sobre los paradigmas con los que se vienen explicando los fenómenos sociales de la comunicación y el papel del telespectador respecto al medio.

ABSTRACT

Since its very beginning television has always had the contents as an angular stone, basic source composing the wire netting of programmes that move the audio-visual sector, due that the interest of various actors of communication, State, announcers, TV chains and producers turn around them and on the other hand, they have been also the cultural product that the spectators have been receiving since decades in their homes.

Nowadays in the landscape of television environment we talk about «quality of TV programmes» and «values», there is discontent between certain groups regarding a TV which operates in a flexible way when it comes to contents, there is a commercial over-exploitation and a regulation which is considered very lax by the Government; the discrepancies come guided through the mobilization of the groups of spectators and organizations of all communities of the country who bet for an alternative TV, creative and with certain values, as UNESCO says «an universal, educational and permanent system», who can divert in designing a new regime

of TV regulation regarding contents where enter the interests of all actors, including spectators that take part of the value of the visual, production and the audio-visual contents together with traditional actors of communication.

Years ago the civil society represented by the associations of spectators, TV critics, pedagogues, writers, ONG's including professionals of the TV media claim the quality of the contents of the small screen, an organism to control and oversee the behaviour of the programmers and directors of the TV channels, besides the compliance of the regulation.

Considered that nowadays TV is the most influent way of communication all over the world and the Spanish society makes no exception, obviously we need to take care of the impact that contents generate in the open television and, most of all, take care of what they emit during the timetable more accessible to children and teenagers, being a very powerful instrument for the world's media development, its management manipulated in favour of the market interest or mercenary groups of the screen (garbage TV producers), is giving very good results for what developed and democratic societies wait from television.

Church, family, school and State show, from various attitudes and corners of society, discontent regarding the negative effects that TV is generating in different sectors of population, but, besides this, they generate the doubt that the actual regulation of administration of television (public or private) is the most appropriate in guaranteeing the public interest in making creative and constructive TV, according to the points of view of certain spectators, in meantime they project the idea of having other ways of administration that can complete and strengthen a way of alternative television.

Considering this the television contents are of public interest and the TV production oscillate between innovation, creativity, technological development and «TV garbage», we would like to approach the actual panorama of the TV contents out valuing the activities of the citizen's participation, aims and success, like an actor inside the value chain of the audio-visual sector and its role inside it.

This will definitely lead to an alternative TV, still difficult to define and also favours the revision of the theory of Medias and opens new discussions about paradigms used to explain the social phenomenon of communication and the function of the spectator reported to the environment.

DESCRITORES/KEYWORDS

Televisión generalista abierta, contenidos de entretenimiento, telebasura, ciudadanía.
Generally open television, entertainment contents, TV-trash, citizenship.

Desde los inicios de la televisión y a lo largo de su historia, el telespectador siempre ha estado presente y ha sido analizado desde distintos enfoques, ya su papel ha sido determinante para el auge y desarrollo de este medio de comunicación. Actualmente conviven varias terminologías o enfoques para designar a los telespectadores quienes han tomado un papel más activo o pasivo, según se mire.

En una primera etapa denominada por Umberto Eco como 'Paleotelevisión', parecieron entes aislados y pasivos que descubrían los horizontes que les ponía a su alcance este nuevo medio, en donde se les concibió como simples 'receptores' de los mensajes dentro del tradicional esquema de comunicación; era un individuo que se posaba frente al televisor al cual le eran enviados mensajes unidireccionales para consumirlos a libre albedrío, y donde se partía de la idea de que la televisión era un aparato emisor de imágenes e información y el telespectador un ser pasivo del cual no había *feed back* (retroalimentación) alguna.

Se les comenzó a considerar más activos cuando fueron interviniendo en ciertas emisiones televisivas y por unos instantes se volvieron los protagonistas de ellas, tanto como tertulios y expertos como concursantes, así como cuando se les hizo partícipes como público en el plató para agregarle un toque de espontaneidad y frescura a los programas, y, más recientemente, al participar haciendo uso de las nuevas tecnologías como la telefonía móvil y el Internet; se les denominó 'clientes' cuando se abonaron a los servicios de televisión de pago o *narrowcasting*, ya que el programa televisivo equivale a la compra de un producto, en este caso cultural, por el cual un individuo paga cierta cantidad para adquirirlo; 'consumidores' cuando la televisión se declinó hacia lo comercial y se enraizó en la publicidad y, por último, la concepción de telespectador visto como 'ciudadano'.

Pese a esta concepción tradicional sobre el telespectador que predominó durante mucho tiempo, en 1971, Umberto Eco se cuestionó su papel y su posible influencia sobre el medio en su libro *¿El público perjudica a la televisión?*, donde se planteó la idea de contemplarlo como un ser activo, formulando así una nueva dimensión y abriendo una brecha para el estudio de los telespectadores y de sus efectos desde un punto de vista distinto, traspasando la línea, aparentemente recta, de la relación televisión-telespectador y dejando abierta la interrogante sobre la posible influencia que podían ejercer en un momento en el que este medio estaba alcanzando dimensiones inimaginables y donde los distintos agentes de la comunicación: Estado, empresas audiovisuales y anunciantes, eran quienes movían los hilos, decidían el rumbo de los contenidos televisivos y determinaban las políticas audiovisuales, *ad hoc* a las necesidades y conveniencias de cada uno de ellos, constituyéndose así como una muralla inquebrantable que formaba el sector audiovisual.

En la década de los 80 surgieron por todos los rumbos de la España democrática, organizaciones civiles que centraron su atención, entre otras cosas, en los contenidos que se difundían por la televisión, particularmente haciendo referencia a ciertos programas denominados 'telebasura', sobre los mensajes publicitarios, el exceso de violencia y morbo, y la programación infantil, las cuales fueron sus principales objetos de preocupación y desacuerdo. Su presencia se evidenció cuando salieron a las calles, cuando se

hicieron presentes en las oficinas gubernamentales y en las empresas audiovisuales, cuestionando aquellos contenidos que consideraron lesivos para la moral de las familias españolas, quienes tenían acceso a la programación de los canales que emitían las televisiones generalistas abiertas.

Quizás ese haya sido el momento en que todos los actores que se movían en torno a la televisión empezaron a tomar conciencia de que estaban frente a un fenómeno (social) nuevo, distinto y muy poderoso, que además de ser potencialmente el gran negocio para las empresas de televisión y los anunciantes asociados, sus transmisiones eran capaces de transgredir la puerta de sus hogares, alterar las reglas de funcionamiento de la sociedad en su conjunto y penetrar, incluso, en la privacidad de la sala familiar y la habitación de la pareja.

Es un hecho que al paso de los años organizaciones civiles de diferentes regiones de España emergieron en torno al tema de la televisión con orientaciones y objetivos diversos, pero todos con el propósito de incidir en la manera como se estructuran las políticas televisivas entre las que se encuentran las relacionadas con los contenidos de la televisión.

Con el tiempo, su activismo las ha ido convirtiendo en una voz representativa y legítima de algunos sectores y están logrando ciertos cambios como grupos de presión dentro del escenario televisivo, y, si bien han tenido un crecimiento lento a la luz pública, en los últimos años han irrumpido con fuerza en el panorama audiovisual dando indicios de la influencia que están teniendo en relación a las políticas televisivas y del alcance que pueden llegar a tener.

De esta manera, aquellos telespectadores aislados cuentan hoy en día con grupos organizados repartidos a lo largo y ancho del territorio español, que buscan ser escuchados como 'ciudadanos usuarios de los medios de comunicación' frente a un panorama televisivo que no cumple con sus expectativas. Como dice Juan José Gómez Urbina, «No puede entenderse la democracia sin esos ámbitos en donde el ciudadano pueda ser visto y escuchado, ver y escuchar a los demás». (Gómez, 2004: 11-12) En la misma línea, Touraine (1994) ve la democracia liberal como aquel conjunto de prácticas políticas que no sólo se limitan a la participación y la deliberación, sino que propician la liberación; por eso debe ser pluralista, incluyente, limitante del poder de pocos para responder a las demandas de la mayoría, en ámbitos que permiten discutir en igualdad de derechos y garantías con aquellos que poseen los recursos económicos, políticos y culturales. (Touraine, 2001: 21-22)

Indudablemente en España eso es algo que ha venido ocurriendo, pero con ciertas limitantes, sobre todo en lo que se refiere a la liberación, pues el punto de discusión con la televisión y los otros medios, es el carácter alienante de los contenidos. Aún así, hay que reconocer que en varias ocasiones las principales preocupaciones de estos grupos organizados han coincidido con las propias inquietudes del Estado.

En 1993 el Senado implementó una 'Comisión Especial sobre contenidos de televisión' para que reflexionara y aportara un informe, posterior a dos años de trabajo, sobre las funciones, consecuencias y potencialidades de este medio y sobre el futuro panorama audiovisual. Pese a ello y a otras políticas de televisión que se han ido implementando al paso del tiempo, y de la existencia de una normativa como el 'Estatuto de la Radio y la Televisión' y la Directiva de 'Televisión sin Fronteras', se ha considerado que todas estas leyes que debían cumplir los distintos agentes de la comunicación, principalmente las cadenas de televisión, en la práctica no han sido evaluadas con rigor y, por consiguiente, no han sido tomadas en cuenta por aquellas figuras que detentan el poder de los medios audiovisuales; resultado de ello es la situación actual en la que se encuentran los contenidos de la televisión, en especial los de entretenimiento, y las diversas inconformidades surgidas desde la sociedad civil.

Hace tan solo unos meses que se firmó un acuerdo con las distintas cadenas de televisión, TVE, Antena 3, Telecinco, y Sogecable, para fijar algunos puntos donde se tendría por objetivo proteger al menor de contenidos violentos o no aptos para menores, además de fijar un horario para el menor (6-22 hrs) y un horario de protección reforzada (de 17-20 hrs), hoy en día no parecen estar dando los frutos esperados, tal como lo menciona Hoffmann:

«La supervisión televisiva contribuye en todos los países a un relativo ordenamiento de los sistemas de televisión y ayuda a evitar flagrantes abusos y prevenir abiertas transgresiones de las reglas. Pero siempre llega a sus límites cuando no logra coincidir con los intereses de la industria de la televisión» Wolfgang Hoffmann-Riem, 1992.

Pese a ello, estudios recientemente aplicados por las propias asociaciones de telespectadores del seguimiento del «Código de autorregulación de contenidos televisivos e infancia», arrojan datos poco convincentes acerca de la correcta aplicación y seguimiento de este código, del cual no se han apreciado aún los resultados esperados por la ciudadanía, todo ello en un marco en donde se está al tanto de la resolución de la 'Reforma de Radio Televisión Española' en la que se contempla una ley para la Creación de un Consejo Audiovisual de ámbito estatal como respuesta a las demandas de varios sectores de la población y producto del informe generado por el 'Comité de Expertos', en donde han quedado también dibujadas las intenciones de darle más espacios de expresión a las asociaciones de telespectadores y grupos similares:

'Se establecerán cauces para facilitar el derecho de acceso a los medios públicos de los colectivos más representativos y se fomentará la participación de la sociedad civil.'

Proyecto de Reforma de RTE

Así mismo, se deja entrever su preocupación por atender las demandas del público infantil, juvenil y a las minorías, que actualmente son poco consideradas en la televisión generalista abierta por el enfoque comercial en el cual están cimentadas.

Hoy en día conviven en el territorio español más de 16 asociaciones de telespectadores repartidas por todo el mapa nacional que pertenecen en su mayoría a la Federación Ibérica de Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes (FIATYR); todas ellas con una historia de intervenciones concretas en torno a los contenidos, un programa de acción, unos objetivos y propósitos muy claros que tienen que ver con el devenir de la televisión en España.

Para estas asociaciones parece estar cambiando el panorama, ya que se hacen cada vez más presentes tanto en observatorios como en comisiones especiales. Tal es el caso de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) que forma parte de la 'Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia' así como de la 'Plataforma de organizaciones sociales para una televisión de calidad' la cual tiene capacidad sancionadora, ya que está constituida como 'Observatorio de contenidos televisivos y audiovisuales' (OCTA), y muchas otras actividades que realizan las asociaciones tales como 'El Manifiesto contra la telebasura', el 'Manifiesto de las Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes' y la 'Declaración de Madrid' apoyados por otros grupos de la misma índole. El siguiente cuadro muestra las asociaciones de telespectadores que conviven en el territorio español y su ámbito de acción: (Ver cuadro 1).

En síntesis, estos grupos cumplen como función el 'alfabetizar para los medios' o educar para los medios, organizando jornadas y actividades dirigidos a niños, jóvenes y padres de familia con el fin de aportarles las herramientas necesarias para saber cómo utilizar los medios de comunicación en una sociedad mediática en donde prima lo visual y el desarrollo de las nuevas tecnologías.

También fungen como observatorios de los medios en la medida en que están al tanto de las acciones de las televisiones, están al tanto de que las cadenas se acojan a la normativa vigente y, por otra parte, permanecen atentos a las demandas de los telespectadores a través de canales abiertos de comunicación, cumpliendo una función de 'mediadores' entre la fuerza de los distintos agentes de la comunicación y la ciudadanía, haciendo llegar sus sugerencias y quejas a los responsables de los medios, realizando investigaciones y análisis que, posteriormente, dan a conocer mediante ruedas de prensa, y difundiendo sus resultados con el objetivo de intentar 'regular', vía sociedad civil, el ejercicio de las cadenas de televisión.

Cabe hacer referencia que todas estas asociaciones cuentan en su página electrónica con números telefónicos y un correo como vehículo para hacer llegar las reclamaciones de todo aquel que quiera expresar su opinión o formar parte de estos grupos, ellos recogen sus demandas y las consideran para que, posteriormente, hagan llegar sus sugerencias o reclamaciones al gobierno y a los responsables de los medios de comunicación, atendiendo a las necesidades no sólo de los asociados sino del público en general.

No cabe duda que el movimiento asociativo de telespectadores cumple con una serie de funciones específicas en relación con el Estado y el mercado que hacen que su papel sea fundamental en nuestra sociedad, y que difícilmente pueda ser asumido por otros sectores.

En el caso concreto de este tipo de asociaciones, podemos señalar que además de su función como defensores de los derechos de los colectivos más vulnerables, (protección a los menores de los contenidos televisivos), y de la parte que les corresponde como 'mediadores' entre el Estado, las empresas audiovisuales y los ciudadanos-telespectadores, también, y de acuerdo con la clasificación que hace Azúa (1989), comprenden el 'control', quizás siendo la más significativa en este caso, ya que tratan básicamente de vigilar los servicios que prestan tanto las Administraciones Públicas como el sector privado para que respondan a los niveles de calidad y eficacia exigibles.

Para ello, se realiza un seguimiento de las prestaciones y servicios y denuncian las situaciones inadecuadas que provocan intervenciones poco eficaces, ejemplo de ello es cuando las cadenas incurren en la contraprogramación, cuando no respetan el horario de protección para el menor, cuando emiten contenidos de baja calidad o no aptos para el público infantil, entre otros. También promueven la apertura de espacios donde pueda verse representada su opinión para que progresivamente exista una mayor presencia de los usuarios y de las organizaciones en el funcionamiento y la gestión de las políticas televisivas, con el objetivo de que se desarrollen según las necesidades y con la calidad exigida por los usuarios.

La 'reivindicación' es otra característica que se aplica a las asociaciones de telespectadores, ya que constituyen un grupo de presión y tratan fundamentalmente de que se respeten los derechos de los ciudadanos, que se produzcan cambios legislativos y que se promuevan mejoras en el tema televisivo, sobre

todo en lo relativo a los contenidos, y, pese a que no realizan movilizaciones sociales como las haría un sindicato, utilizan otras formas para dar a conocer sus puntos de vista, presentándose como una fuerza que intenta propiciar cambios; un ejemplo de ello sería la campaña 'Un día 10 sin ver la televisión'.

Otro punto a destacar es la 'mentalización social', ya que las asociaciones llevan a cabo acciones y tareas como la impartición de cursos y conferencias, publicaciones periódicas, trabajan en colegios, etcétera, con el objetivo de concienciar a la sociedad, padres, jóvenes y niños, de cómo utilizar los medios de comunicación dentro de la sociedad mediática, fungiendo aquí un papel, quizás secundario, como 'promotores y gestores de servicios' ya que cubren un campo donde el Estado no actúa, es necesario hacer hincapié en lo dictado en el artículo 17 de la 'Ley General de la Defensa de los Consumidores y Usuarios' donde se afirma que los medios de comunicación públicos deben dedicar espacios a informar y educar para el consumo; por consiguiente, las asociaciones realizan estas tareas que consideran necesarias, convirtiéndose en 'auxiliares' de los poderes públicos cumpliendo una función social como educadores y como defensores de los derechos de los usuarios de los medios de comunicación, promoviendo estos servicios para sus asociados y abiertos a la población en general.

Adela Cortina (2004) es una de las investigadoras que se han aproximado al tema de «la construcción de la ciudadanía audiovisual», ella pone énfasis en algunas medidas que considera necesarias para fortalecer a la ciudadanía como usuarios de los medios.

En primer lugar hace hincapié en la necesidad de una legislación adecuada en relación con el ámbito mediático, que proteja y ayude evitar abusos e injusticias en relación con los más débiles, es decir, los telespectadores. Sin embargo, muchas veces lo importante no prima en la normativa ni en el número de leyes existentes, sino, más bien, en su correcta interpretación y posterior aplicación. Con base a lo anterior, esta investigadora propone trabajar en cinco ámbitos de distinto nivel.

En el primero hace referencia al fomento de la poliarquía de centros mediáticos y a la creación de asociaciones de consumidores. Fomentar la poliarquía de los medios aumenta la capacidad de elección de los ciudadanos y, por consiguiente, obliga a las empresas audiovisuales a buscar vías de diferenciación, tanto en los contenidos que emiten como presionarlos a definir su postura ideológica, aumentando así la objetividad.

Resulta igualmente indispensable el potenciar la creación de asociaciones de telespectadores y consumidores que expresen su opinión y participen dentro del debate público, donde puedan constituirse como una fuerza representativa de todas aquellas personas que se encuentran aisladas y que se sienten impotentes. Una sociedad civil madura, tejida por asociaciones que estén dispuestas a participar, en la esfera pública, podrá constituirse en una sociedad con voz propia y ser escuchada (Cortina, 2004.) Es necesario tener presente que en el proceso comunicativo a través de la televisión existe un enorme desequilibrio entre los polos emisor-receptor, donde la fuerza y el poder de quienes están constituidos en emisores (empresas audiovisuales), no guarda simetría con el escaso poder que se reconoce a los telespectadores.

La ética de los profesionales es uno de los caminos con mayor futuro donde cada uno de los profesionales es capaz de reconocer y concienciarse de las buenas prácticas de su ejercicio. Así mismo, es importante la ética de las organizaciones mediáticas y empresariales, las cuales resultan imprescindibles para el ejercicio ético de los profesionales de los medios. Se pone en relieve la construcción del sujeto ético para ayudar a construir consumidores igualmente éticos y, resultado de ello, ciudadanos libres.

Los contenidos televisivos, que resultan ser la pieza clave en el sector audiovisual, independientemente del modelo de televisión al que se haga referencia, han sembrado la duda del correcto desarrollo de la televisión en este contexto, hecho que invita a la reflexión acerca del porvenir de este medio de comunicación en España. Por ende, muchas de estas asociaciones intentan, a través de las diversas actividades que organizan y de sus acciones, conformarse como grupos de presión para que tanto el Estado como las cadenas de televisión tomen conciencia de la importancia y la repercusión que tiene como el medio de comunicación más importante e influyente, portador de información, entretenimiento, pero que a la vez es también un vehículo que sirve como referencia para el público infantil y que, por lo tanto, merece la pena emprender acciones, tomar conciencia de ello y de los contenidos que se emiten, sin dejar a un lado la labor que corresponde en esta tarea a los padres de familia y a la escuela, y la importancia de la educación para los medios como guía orientativa y herramienta indispensable para saber utilizarlos.

Cabe señalar al respecto, que actualmente la televisión ocupa un lugar preponderante en la vida de los españoles en comparación a otros medios de comunicación. En la siguiente tabla se puede apreciar el lugar en cuanto uso y preferencia que ocupa la televisión en la sociedad española (Ver gráfico 1).

Haciendo referencia a Mariano Cebrián Herreros:

«Desde el interior de las organizaciones se autopromocionan las excelencias y atractivos de sus programaciones, pero desde ámbitos críticos y académicos de la sociedad no se acaban de apreciar tales bondades y aparecen con frecuencia ataques contra el deterioro cultural que presentan» (Cebrián, H. M, 2004: 15-16).

En el actual panorama televisivo hay una polémica abierta en torno a la oferta programática que ofrecen, en concreto, las cadenas abiertas generalistas que tienen por objetivo emitir contenidos para audiencias mayoritarias. Se habla de valores y de calidad en los contenidos, especialmente haciendo alusión a los contenidos de entretenimiento. Hay, de igual forma, un rechazo por aquellos programas denominados 'telebasura', concepto tratado por autores como Gustavo Bueno (Bueno, 2002: 58) que la define como 'aquel conjunto de contenidos televisivos que carecen de calidad televisiva' o como quedó plasmado en el 'Manifiesto contra la telebasura':

«Una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo, como soportes de atracción a la audiencia, y por el enfoque distorsionado al que recurre para tratar asuntos y personajes».

Ante tal panorama de los contenidos televisivos en España cabría reflexionar sobre algunas

preguntas:

¿Cómo han reaccionado los públicos frente a la telebasura?

¿Qué pasa entre telespectadores, gestores televisivos y Estado en torno a ella?

¿Se está institucionalizando una política pública para regular la telebasura?

¿Hacia dónde se desplaza el régimen televisivo en materia de contenidos?

¿Cuáles son las propuestas para la regulación de los contenidos de entretenimiento en la televisión generalista abierta?

¿El marco de la democracia liberal alcanza como para que los telespectadores logren modificar sustancialmente los contenidos de las televisiones pública y privada?

Un sector de la sociedad civil, entendida desde las palabras de Gramsci como «la acción política independiente», se encuentra activa, latente, y, aunque todavía hace falta que muchos tomen conciencia de las dimensiones que ha alcanzado este medio de comunicación de masas y de la situación actual que vive el panorama televisivo en materia de contenidos, ya han empezado estas asociaciones de telespectadores a ser grupos de presión que emprenden acciones con el propósito de llevar a la televisión por un sendero distinto que podría ser el preludio de una posible televisión alternativa en España.

Más vale que la democracia liberal sirva para abrir el espacio público y los amplios grupos de la sociedad vean cristalizada la expectativa de la «liberación», porque de lo contrario, los valores éticos que propagan quienes la usan como medio para llegar y mantenerse en el poder, pronto se convertirá en discurso político hueco, que no servirá a nadie para legitimarse en posiciones de privilegio.

Referencias

- AGUILAR, P. (2000): Manual del telespectador inteligente. Madrid, Fundamentos.
- AZÚA, P. (1989): «Opciones de política interna por parte de las ONGs» en Organizaciones voluntarias e intervención social. Madrid, ACEBO.
- BUENO, G. (2002): Telebasura y democracia. Barcelona, Bueno.
- CONILL, J. Y Vicente Gozávez. (2004): Ética de los medios. Barcelona, Gedisa.
- ECO, U. (1985): TV la transparence perdu en La guerre du taux. París, Gasset.
- FAVRO, K. (2001): Téléspectateur et message audiovisuel, contribution à l'étude des droits du téléspectateur, Aix-Marseille, Université de droit d'économie et des sciences d' Aix-Marseille.
- GÓMEZ URBINA, J. (2004): «Presentación» en LEÓN, J.C.: La construcción de los espacios públicos en la democracia. Toluca, México, IEEM-UAEM.
- LACALLE, Ch. (2001): El telespectador televisivo, Barcelona, Gedisa.
- SECRETARÍA GENERAL DEL SENADO (1996): Informe de la Comisión Especial sobre Contenidos Televisivos, Madrid, Dirección de Estudios y Documentación, Servicio de publicaciones del Senado.
- TOURAINÉ, A. (2001): ¿Qué es la democracia? México, Fondo de Cultura Económica.

En México existe una Asociación de Telespectadores llamada «A favor de lo mejor» y fue creada en 1997. Fuente:

afavordelomejor.org

A mediados de la década de los 50's en México y debido a la presión ciudadana, se suspendieron las transmisiones de la lucha libre y la fiesta taurina, ya que las consideraban perjudiciales para el público infantil, de acuerdo al criterio de un gobernante capitalino (Don Ernesto P. Uruchurto) recordado como el 'Regente de Hierro'. Al hablar de que la ciudadanía incide en las políticas televisivas, ya sean las políticas que el gobierno formula para que sean observadas y ejecutadas por las cadenas, sean públicas o privadas, o las que diseñan directamente las cadenas para gestionar su programación, se puede decir que se está iniciando un cambio cualitativo en la forma de hacer televisión, pues se está pasando de una política meramente gubernamental a una propiamente dicha política pública, en la medida en que se toma en cuenta el punto de vista de la ciudadanía. La acción pública solo aparece en donde operan los sistemas democráticos; la acción no es pública sólo porque sea una acción gubernamental. «La participación es el valor democrático por excelencia que promueve la colaboración ciudadana en la formulación y en la implantación de la acción pública» (Bañón, 2003)

Para más información sobre este proyecto de reforma consultar la página electrónica: <http://www.la-moncloa.es/>

En la página de Internet: <http://perso.wanadoo.es/evasanagustin/homotelespectador/asociaciones.html> aparecen las siglas de identificación de 15 asociaciones de telespectadores, sus direcciones, números telefónicos, ciudad de origen y en algunos casos, sus correos electrónicos.

Dentro del panorama del movimiento asociativo de telespectadores en España se encuentra la 'Federación Ibérica de Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes' (FIATYR) fundada en 1990 e integrada por: ATERC, ATEA, ATELEUS, ATR-ALICANTE, ATR-ASTURIAS, ATR-CANTABRIA, PLAZA DEL CASTILLO, ATR-SALAMANCA, ATR-NAVARRA, ATR, ATR-GRANADA, ATRA, TAC, TRAB, TRAM, TRAV, Otras asociaciones que persiguen objetivos similares son 'El Foro del Espectador' y la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC).

En 1979, la UNESCO concluye que la educomunicación, (educación en materia de comunicación), incluye «todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación». AIDEKA.

<http://www.aideka.tv/wka/index.php>

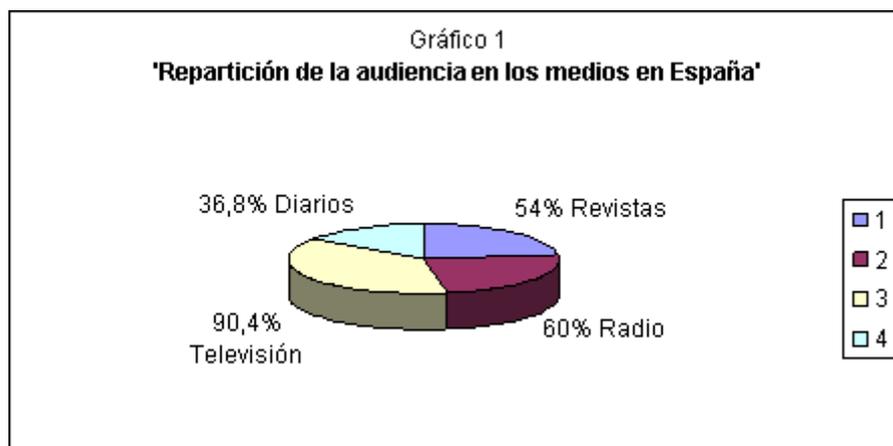
Esta campaña es realizada desde 1999 respaldada por la Federación Ibérica de Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes (FIATYR), llevando como lema: 'Para promover la paz', teniendo por objetivo fomentar una televisión de calidad y por una mejor relación entre los medios de comunicación y la sociedad. Para John Mill (1998:132) la libertad es «la voluntad del individuo de actuar por sí mismo, autogobernarse y evadir cualquier tiranía u opresión expresa o tácita que pueda dominar su voluntad».

El 'Manifiesto contra la Telebasura' fue firmado en el año de 1997 por la Plataforma por una televisión de calidad'

formada por: la Asociación de Usuarios de la Comunicación, la Unión General de Trabajadores, las Comisiones Obreras, la Confederación Española de Madres y Padres de Alumnos, la Unión de Consumidores de España y la Confederación de Asociaciones de Vecinos de España.

Para más información sobre este autor y su bibliografía remitirse al Instituto Gramsci en la página electrónica:

www.gransci.it.



Asociaciones de Telespectadores

Ubicación geográfica

*ATERC Asociación de Telespectadores y Radioyentes de La Coruña.	La Coruña
*ATR ALICANTE Asociación de Telespectadores y Radioyentes de Alicante.	Alicante
*TAC Telespectadors Associats de Catalunya.	Cataluña
*ATR-ANDALUCÍA Asociación de Telespectadores de Andalucía.	Granada
*ATRA Asociación de Telespectadores y Radioyentes	Madrid
*PLAZA DEL CASTILLO Asociación de Telespectadores y Radioyentes de Navarra.	Madrid
*TRAM Telespectadores y Radioyentes Asociados de Murcia.	Murcia
*ATR-ASTURIAS Asociación de Telespectadores y Radioyentes de Asturias.	Oviedo
*ATELEUS-PAÍS VASCO Asociación de Telespectadores del País Vasco.	País Vasco
*TRAB Telespectadores y Radioyentes Asociados de Baleares.	Palma de Mallorca
ATR NAVARRA Asociación de Telespectadores y Radioyentes de Navarra.	Pamplona
*ATR-SALAMANCA Asociación de Telespectadores y Radioyentes de Salamanca.	Salamanca
*ATR-CANTABRIA.	Santander
*ATEA Asociación de Telespectadores de Andalucía.	Sevilla
*TRAV Telespectadores y Radioyentes Asociados de Valencia.	Valencia
*ATRA Asociación de Telespectadores y Radioyentes de Aragón.	Zaragoza
AUCA Asociación de Usuarios de la Comunicación.	España

Foro del Espectador.

Madrid

Fuente: Internet, Homo Telespectador. (09-07-2004) (*) Asociaciones que forman parte de FIATYR.<http://www.perso.wanadoo.es/evasanagustin/homotelespectador/asociaciones.html>

***Gloria Rosique Cedillo** es doctoranda en la Universidad Complutense de Madrid (España)
(gloriarosiquec@hotmail.com).*

