

Expertos televisivos, agentes sociales y políticos aúnan esfuerzos

POR P.T.

La Comisión especial sobre los contenidos televisivos, presidida por la senadora socialista Victoria Camps, estudia en el Senado, con el asesoramiento de profesionales de distintos ámbitos, la incidencia de la violencia que ofrecen algunos espacios de televisión en el público potencial de estos programas.

El próximo año pueden ver la luz los informes en los cuales se recogerán las conclusiones y recomendaciones que surjan de las comparecencias de expertos televisivos, periodistas, catedráticos, profesionales de la abogacía, representantes de colectivos y asociaciones, y otros muchos agentes sociales, que junto a miembros de algunos Ministerios, como el de Asuntos Sociales o el de Educación y Ciencia, tienen lugar en la Comisión Especial sobre los Contenidos Televisivos que se está desarrollando en el Senado.

La senadora socialista Victoria Camps, presidenta de esta Comisión, explica que los orígenes de la misma están en la convicción de que no se cumplían las normas mínimas exigibles, ni el código deontológico para la autorregulación de la programación, firmado en el mes de abril del pasado año entre el Ministerio de Educación y Ciencia y representantes de todas las cadenas españolas de televisión, tanto públicas como privadas. Este convenio, que no preveía sanciones en casos de incumplimiento, aludía a la responsabilidad de cada cadena, para que con los criterios que considerase más oportunos y dentro de su libertad e independencia de programación, evitara, entre otras recomendaciones, la difusión de mensajes o escenas que fomentasen la violencia injustificada, la discriminación racial, el consumo de drogas o cualquier producto perjudicial para la salud, con contenido sexual carente de valor educativo o informativo, etc...

«Empezamos a trabajar analizando los casos referentes al honor e intimidad de las personas. La opinión de los expertos que han participado en estas sesiones celebradas por la Comisión, es que no se cumplen las leyes. Las cadenas tienden a evadirse porque estos conceptos son un tanto abstractos, sus límites y contenidos no están claramente definidos. Pero también en algunos casos los jueces no se atreven a intervenir en cuestiones de esta índole, porque no saben de qué van a tratar los programas y, lógicamente, no puede existir censura previa.

Algunos temen las críticas de la sociedad o de los profesionales de la televisión, porque parece que cualquier intervención ataca la libertad de expresión. Pero la defensa de algunos derechos supone limitar, en alguna medida, esta libertad de expresión», afirma la senadora Camps.

Cuando finalice sus investigaciones, esta Comisión creará un Consejo Superior de Televisión que supervise el cumplimiento de las leyes y denuncie a los que las vulneren. Esta función será desempeñada, según Victoria Camps, por representantes de la ciudadanía y no del ámbito político.

ORIGEN DE LA VIOLENCIA TELEVISIVA

El nacimiento de las televisiones privadas en España y el consiguiente aumento de la oferta televisiva, se ha traducido en una mayor preocupación por los contenidos de la misma. Manuel Corral, subdirector de comunicación externa de Televisión Española, reconoce que «la creación de una nueva situación en el sector, caracterizada por la presencia de diversos agentes con ofertas similares, da lugar a un cambio en los hábitos del telespectador que algunos analistas definen como el paso de la televisión intraprogramada (los profesionales decidían por el telespectador) a la televisión extraprogramada (es el espectador quien selecciona entre una oferta variada). A partir de aquí, la evaluación de audiencias adquiere un protagonismo que condiciona las decisiones de nuestros programadores en cuanto a formatos, contenidos y horarios de emisión, en grado muy superior a la época anterior».

Sin embargo, los estudiosos del fenómeno televisivo no se ponen de acuerdo a la hora de establecer una relación implícita entre el nacimiento de las cadenas privadas y el auge de la violencia en la programación. Lolo Rico, autora de diversos libros sobre la televisión y ex-directora de programas infantiles y juveniles de TVE, afirma que con la ampliación del mercado televisivo «surge otro tipo de contenidos que paulatinamente van apropiándose de la programación. Uno de ellos es la violencia. Aunque en realidad no aparece en un momento determinado, su implantación ha sido paulatina y ha ido creciendo, al igual que lo ha hecho la violencia en el mundo. Este incremento coincide fundamentalmente con el inicio de la guerra del Golfo... Con el nuevo orden toma más fuerza la cultura de la violencia y esto se transmite a televisión, porque es un espejo del sistema, que asume y reproduce».

Agustín García Matilla, autor de estudios e investigaciones sobre el sector audiovisual, afirma que el origen de la violencia se remonta a los años 50 ó 60, cuando ya algunas naciones hacían análisis sobre esta materia, y sobre todo en la década de los 70, de cuando datan algunos clásicos del tema. «Los dibujos animados tradicionales ya mostraban violencia en sí mismos, aunque se critica fundamentalmente a los producidos en Japón a partir de los años 70. En Japón se adaptan para la televisión comics que incluyen grandes dosis de violencia verbal, humor relativo al sexo... y tienen un gran éxito, no tanto entre la audiencia infantil, sino entre los jóvenes desde los 14 hasta los 26 años. El gran problema es que las televisiones programan, con formatos infantiles, dibujos animados que están pensados para jóvenes y adolescentes. El ritmo trepidante, el juego con lo mitológico, con la broma sexual... es lo que gusta a los chicos. Pero la violencia en estas series es evidente y además hay un gran potencial de lucha y actividad desenfundada, que es lo que atrae a los más pequeños».

MEDIDAS DE AUTORREGULACIÓN

Cadenas como Canal+, desde su nacimiento, han previsto medidas para informar acerca del contenido de los espacios a emitir. Las llaves que indican el acceso a una emisión codificada también reflejan, por su colorido, el público al que está recomendado su consumo: desde el verde que informa de que la programación es apta para todos los públicos, hasta el rojo que advierte que la emisión va dirigida exclusivamente a mayores de 18 años. En este caso, la pormenorización del tipo de espectador al que se destina un determinado programa es minuciosa, al disponer también de una llave de color amarillo para indicar que no está recomendado para menores de edad y otra azul, para mayores de 13 años.

Ahora, algunas otras cadenas de televisión parece que han comenzado a reaccionar ante la presión que distintos colectivos y asociaciones están ejerciendo en la sociedad. La Asociación de Telespectadores y Radioyentes ha realizado un seguimiento de la programación de las distintas televisiones españolas, entre los meses de enero y abril del presente año, centrado principalmente en la aplicación del Código Ético de Protección al Menor. Las conclusiones a las que han llegado se han plasmado en un informe en el que se señala que, aunque «se cumplen a medias las funciones de informar, formar y entretener», se ha apreciado una mejoría en la programación de TVE y Tele 5.

En esta preocupación por adaptarse a las nuevas exigencias sociales, en busca de unas programaciones menos violentas e impactantes para el menor, las televisiones han puesto en práctica diversos mecanismos. Manuel Corral, subdirector de comunicación externa de Televisión Española, afirma que «la primera medida se da con anterioridad a la emisión, en el diseño de contenidos de los programas de producción propia y en la adquisición de los de producción ajena... Sin olvidar que la programación de TVE es de carácter general y que da cabida a contenidos para diferentes públicos, en lo que respecta a las producciones para horarios infantiles y juveniles se rechazan activamente no sólo contenidos cargados de excesiva o gratuita violencia, aunque ésta sea figurada al tratarse de productos de ficción, sino aquellos otros que puedan tener determinados contravalores: xenofobia, racismo, consumo de drogas...».

Por otra parte, TVE también ha implantado unas cortinillas en las que se especifica la edad del público al que se destina un determinado programa, especialmente durante la programación de los fines de semana y en horarios en los que los más pequeños pueden encontrarse delante del televisor.

José Antonio Ovies, director de comunicación de Tele 5, explica así las medidas que han empleado en esta cadena para controlar los contenidos de los espacios que emiten: «se han alejado de los spots y de las autopromociones las imágenes sexuales o demasiado agresivas. Las películas violentas, aunque sean «estrellas» han retrasado su emisión hasta las once y media de la noche. También se van a utilizar una serie de semáforos para indicar el contenido más violento de determinados programas».

La Asociación de Telespectadores y Radioyentes va más allá en sus reivindicaciones de medidas de alerta y piden que se respete un horario para toda la familia, que abarque la franja

que va desde las siete de la tarde hasta las diez de la noche. A este respecto, José Antonio Ovies argumenta que este margen es demasiado amplio y reduce hasta las nueve de la noche el horario en el que se cuiden especialmente los contenidos de los programas que pueden ser contemplados por los más pequeños de la casa. Al mismo tiempo, Ovies apela a la responsabilidad de los padres, que en algunos casos dejan a los niños delante de la pequeña pantalla sin preocuparse de lo que puedan estar contemplando: «debemos partir de educar a la sociedad y a la familia. ¿Quién compra un libro para un niño? La televisión es gratis. Hay que estudiar el contexto en el que vivimos y no sólo fijarnos en la televisión como causa de todos los males».

En este mismo sentido se expresó Valerio Lazarov, director general de Tele 5, en su comparecencia en el Senado ante la Comisión especial sobre televisión. «Estoy dispuesto a aceptar que el conjunto de las televisiones podemos ofrecer a veces contenidos de riesgo, pero lo que nadie nos puede pedir es que sustituyamos el papel de los padres, que han encontrado en el televisor un mecanismo de guardería infantil», manifestó Lazarov.

PREFERENCIAS Y NECESIDADES DE LA AUDIENCIA

«Si fuéramos ricos y felices no veríamos la televisión, así de simple. Veríamos algo muy puntual que nos interesase». Así se expresa Lolo Rico, que además se muestra impactada ante el resultado de una encuesta realizada entre estudiantes de BUP de algunos centros barceloneses: «vemos la televisión para no pensar». «De esta forma vaciamos de contenido la realidad real para desplazarla hacia la pequeña pantalla y convertirla en una realidad televisiva en la que entramos de la mano de un presentador, de un personaje conocido» afirma Rico.

Respecto al tipo de programas preferidos por los espectadores, Victoria Camps manifiesta que «no sabemos en realidad lo que le gusta al público. Por los índices de audiencia se sabe lo que está viendo, pero no si realmente les gusta. La naturaleza humana es muy contradictoria, hace cosas que no debería hacer, ve cosas que no le acaban de gustar, pero que tienen un cierto morbo, o que han sido muy publicitadas y por lo tanto atraen».

Agustín García Matilla también recurre a los índices de audiencia para contrastar las exigencias de algunas asociaciones con las preferencias de los espectadores: «hay un grito, un clamor popular... que dice que las televisiones programan mucha basura y que sin embargo no emiten espacios educativos. Pero si se analizan los índices de audiencia, sacamos la conclusión de que la gente se inclina siempre por los reality-shows, culebrones y series de peor calidad, huyendo de la educación».

Los mayores consumidores de programas de televisión son los niños, que según Lolo Rico permanecen alrededor de tres horas diarias frente al televisor y por tanto se convierten en espectadores de espacios que no están diseñados para ellos, sino para adultos. «El niño no crece viendo programas de adultos, al contrario. Aunque parezca, por ejemplo, que repite el mensaje de un spot publicitario, no son más inteligentes o más maduros. El niño puede seguir un argumento, pero su desarrollo afectivo y psicológico no van al unísono... Ante el televisor el niño pierde la inocencia, pero no la ignorancia», comenta Rico.

Los programadores de televisión desempeñan aquí un papel decisivo. Agustín García Matilla, responsable de programas de servicio público de Telemadrid, opina sobre la fórmula idónea que debería utilizarse para configurar la programación infantil de una cadena: «los programadores dicen que ya no hay que hacer espacios destinados a distintos tipos de públicos según su edad, porque los niños son cada vez más maduros. Esto es falso totalmente, porque en las décadas anteriores, en Canadá o los países nórdicos, por ejemplo, se producían programas destinados a audiencias muy segmentadas dentro del público infantil. La serie Sésamo Street, pensada para niños de preescolar, enseñaba dinámicas de orientación, psicomotricidad, aprendizaje de letras y números, etc... Este es un modelo de programa absolutamente incuestionado, que necesita profesionales especializados y muchos recursos económicos... y todo ello para programas que no están destinados al prime-time. Algo muy costoso, pero también rentable desde el punto de vista del servicio público. Sin embargo, esto se contradice con lo que producen las cadenas públicas y privadas españolas: no hay una dedicación a la programación segmentada por edades y sí hay un intento de hacer televisión para toda la familia, lo que hace que, al final, el niño tienda a ver programación de adultos. La televisión pública debe dar la batalla en este sentido, para diferenciarse de las privadas».