Un largo camino apenas comenzado

POR **NOEMÍ SAN JUAN**

Dos años atrás los principales operadores de televisión en España suscribieron el *Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia*. Aunque los agentes implicados consideran que la situación ha mejorado, todavía hay incumplimientos.

El segundo año de vigencia del *Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e infancia* arrojará un «aumento notable de las reclamaciones» contra las cadenas de televisión. Así lo explica a TELOS Alejandro Perales, presidente ejecutivo de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC / www.auc.es) y miembro de la Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación, que adelanta algunos detalles del informe que se publicará en marzo.

Los efectos del Código han sido, sin embargo, positivos, ya que «los contenidos más escandalosos han ido desapareciendo», reconoce Perales. Lo mismo cree Juan Merín Reig, presidente de la Plataforma de Organizaciones para la Infancia (POI / www.plataformadeinfancia.org), y también miembro de la Comisión Mixta de Seguimiento, quien explica a TELOS que «el Código ha servido para que se tome conciencia y las televisiones analicen de forma más exhaustiva sus contenidos y reduzcan los que son inapropiados para la infancia [pero] no ha servido para cambiar los formatos», en especial los de tarde, que constituyen el principal problema, afirma.

Según explica a TELOS Carmen Rodríguez, directora de la Asesoría Jurídica de Antena 3 TV y miembro del Comité de Autorregulación, «todas las cadenas en general y *Antena 3* en particular, estamos cumpliendo bastante el Código». Se ha retirado algún programa, se han modificado los contenidos de otros y ha cambiado mucho «la sensibilidad», el modo en que «los profesionales que hacen televisión en horario protegido se enfrentan a su trabajo», lo cual

Fundación Telefónica
Telefónica

es particularmente difícil en programas en directo.

El Código de Autorregulación fue suscrito inicialmente por Televisión Española (TVE), Antena 3 TV, Telecinco y Sogecable, y se amplió en junio de 2006 con la suscripción de FORTA, *La Sexta, Net TV* y *VEO TV*. Su labor es proteger a niños y jóvenes de determinados contenidos televisivos que podrían influir negativamente en su desarrollo y establece una franja de horario protegido que va desde las 6:00 hasta las 22:00 horas, y una protección reforzada que distingue entre el público juvenil y el infantil (menores de 13 años). Los mecanismos de control son dos: el Comité de Autorregulación, formado por los operadores de televisión firmantes, las productoras de contenidos televisivos y periodistas; y la Comisión Mixta de seguimiento, una segunda instancia formada por una representación paritaria del Comité junto a organizaciones representativas de la sociedad civil.

El espíritu del Código

Precisamente, el que la primera instancia de control sean las propias cadenas es para Alejandro Perales uno de los obstáculos para la disminución de los incumplimientos y para la admisión a trámite de muchas de las quejas, ya que las televisiones «son juez y parte». El problema, afirma, es «estructural», el texto del Código debería revisarse porque tiene «bastantes carencias, es muy casuístico y poco claro» y no impone sanciones, por lo que «pierde eficacia». Según Perales debería existir una instancia independiente, como un Consejo Audiovisual, ya que la inexistencia de este órgano es «la mayor lacra de la televisión en España».

También aboga por su creación Juan Merín, que defiende para España un órgano «con capacidad sancionadora, que no imponga sólo castigos económicos sino que pueda aplicar otros como la pantalla en negro». Según Merín, aunque el articulado del Código es el correcto «haría falta dar un paso más y aprovechar esta experiencia positiva para reducir los contenidos inadecuados [e incorporar] elementos para la protección y también para la promoción de los derechos de la infancia».

Diferente es la opinión de Juan Jesús Buhigas, Director Gerente Comercial de Radiotelevisión Española, y miembro del Comité de Autorregulación. Explica a TELOS que «no hay que modificar el Código, está bien [?] cada código tiene su camino, y sus postulados van cumpliéndose». Afirma además, que «en toda autorregulación se es juez y parte, este es el propio espíritu del Código». En el mismo sentido, Carmen Rodríguez explica que cuando se hizo el Código, «dijimos a las administraciones que nos regulasen si no creían en la autorregulación», pero esa idea pareció «contraria a la libertad de expresión».

En opinión de Alejandro Perales, se trata de que en horario protegido haya una «televisión familiar [es decir] no exclusivamente programas infantiles, sino programas para todos los públicos, como es el caso de algunos concursos». El problema, en parte, son los formatos de la tarde, que según Perales «son para adultos y comprometen el cumplimiento del Código». Además, continúa, «hay programas *realities*, o resúmenes de esos *realities*, que invaden la parrilla de algunos canales en horario protegido» vulnerando el texto. Muchas veces, prosigue,

Fundación Telefónica

el problema «no es los temas que se tratan, sino el modo de tratarlos». De hecho, según Merín, «casi cualquier tema puede abordarse desde una perspectiva respetuosa con los derechos de la infancia. Lo que hay que hacer es dejar de lado la forma soez de tratar algunos temas».

El control parental

Todos coinciden en la importancia del control parental para tutelar qué es lo que los hijos ven en televisión. Según Buhigas, los niños muchas veces ven la televisión en horas en la que no deberían hacerlo «y lo hacen acompañados». «Las familias tienen esa responsabilidad», afirma Merín, y no deberían dejar, por ejemplo, que los chavales tengan televisión en sus habitaciones. En cualquier caso, para el presidente de POI «el mejor filtro es un niño comprometido, con suficiente sentido crítico» para saber apagar la televisión en un momento determinado. Es fundamental para ello, junto al control parental, la educación recibida en las aulas. Defiende por ello la introducción en el currículo escolar de una asignatura sobre la «pedagogía de los medios audiovisuales».

«Las teles no somos padres ni educadores, además el mando a distancia está ahí, para poder apagar la televisión si ello es necesario», dice Carmen Rodríguez. Además, prosigue, cuando se suscribió el Código quedó claro que «nosotros no hacemos televisión para niños, sino para adultos, y nos comprometimos a que en horario protegido los programas para adultos no sean dañinos para los niños».

La difusión del Código

Los firmantes del Código se comprometieron a difundirlo ampliamente durante los primeros seis meses de su vigencia y después, con campañas periódicas de sensibilización. Rodríguez explica que su canal sí lo hizo con campañas en las que se insiste en Navidad, pero Alejandro Perales opina que las televisiones «no han cumplido al cien por cien» esta labor.

Por su parte, Buhigas admite «un agujero» en relación con la difusión del Código por parte de las cadenas. «No se ha ofrecido demasiada información, salvo las comparecencias de la directora general de RTVE (Carmen Caffarel) [?] Las televisiones no han difundido el contenido del Código, pero también las administraciones tienen su parte de culpa, porque hubo un esbozo de *spot*» encargado por la Secretaría de Estado de Comunicación a la Unión de Televisiones Comerciales (UTECA / www.uteca.com) «que no llegó a plasmarse».

Las televisiones se comprometieron a reservar para ello un espacio gratuito y se elaboraron proyectos. Pero primero tardó en llegar el acuerdo en cuanto al contenido concreto del *spot* y después no se logró el económico. Aunque, según explica Rodríguez, es poco dinero, «nosotros ya ponemos el espacio, y eso cuesta mucho, no vamos a pagar el *spot* además».

Las cifras del Código

De las 124 reclamaciones presentadas el año pasado, las cadenas sólo admitieron doce, un

Fundación Telefónica
Telefónica

10,6 por ciento del total. Así se desprende del último informe de la Comisión Mixta de Seguimiento, de marzo de 2006. El 53,2 por ciento de las reclamaciones hacían referencia a contenidos de *Telecinco*, el 34,7 por ciento a *Antena 3*, el 7,3 por ciento a *Cuatro*, y el 4,8 a Televisión Española. Las quejas se refirieron a lenguaje inadecuado e insultos o actitudes agresivas, amenazas o una presentación inadecuada del maltrato.

Estas son las cifras oficiales de la Comisión Mixta, pero hay otro informe, el elaborado por la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR / www.atr.org.es), que arrojó números muy diferentes: 736 incumplimientos totales, con una media de 5,21 incumplimientos diarios. La diferencia de estas cifras con las de la Comisión Mixta se debe a que los mecanismos de medición del Código de Autorregulación y los utilizados por el estudio de la ATR son diferentes.

La adecuación de los contenidos televisivos a los menores también ha preocupado a instituciones como el Defensor del Pueblo o el Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid. El Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) realizó una encuesta según la cual el 92,2 por ciento de los entrevistados consideró que las televisiones deberían adaptar sus contenidos y el 82,6 por ciento reclamaban que las cadenas aumentaran la programación dirigida a los menores. Además, el 89 por ciento de los preguntados afirmó que los padres tienen la obligación de controlar los programas de televisión que ven sus hijos.

Fundación Telefónica
Telefónica