



## Elegía al código ético de las televisiones

### Descripción

Han pasado casi cinco años desde la entrada en vigor del primer Código de Autorregulación firmado en España por varias cadenas de televisión. Desde entonces, la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes de Madrid (ATR) -pionera en la promoción de la calidad de los contenidos en medios audiovisuales y en el impulso a la participación de los usuarios en tan importante actividad- lleva realizados ocho informes sobre el grado de cumplimiento de ese código ético.

La iniciativa (abril, 2004) fue aceptada por TVE1, TVE2, Telemadrid y las privadas Antena 3, Cuatro, La Sexta y Telecinco. El compromiso de amparar unos contenidos adecuados a los menores de edad (4-13 años) constituyó un avance histórico en el orden de la autorregulación de los medios. A tal fin, se propusieron vigilar la programación en la franja de 6.00 a las 22.00 horas para no ser agresivos con los consumidores más indefensos, los niños. El segundo compromiso, más contundente, consideró el tramo de 17.00 a 20.00 horas de «protección reforzada», con idéntico intento de hacer compatibles ficción, entretenimiento y estímulo a la educación de niñas y niños.

### BENEFICIOS

Personalidades destacadas (Carmen Cafarell, Alejandro Echevarría, José Manuel Lara y Javier Díez de Polanco) estamparon su firma sobre un documento esperanzador para millones de padres, satisfechos de que contaran con ellos a la hora de decidir y controlar más la programación para menores de trece años. El Código de Autorregulación es uno de los documentos más concienzudos, bien pensado y mejor articulado, de objetivos más explícitos, concretos y generosos conocido en España.

GRÁFICO 1 Telemadrid y tve2, las más respetuosas en contenidos de programación infantil. Incumplimientos diarios de lunes a viernes. Tabla comparativa de los semestres analizados

	I Informe (jun. 2005)	II Informe (dic. 2005)	III Informe (jun. 2006)	IV Informe (dic. 2006)	V Informe (jun. 2007)	VI Informe (dic. 2007)	VII Informe (jun. 2008)	VIII Informe (dic. 2008)
<b>1</b>	12,85	8,9	8,6	3,57	2,72	8,1	8,3	3,64
<b>2</b>	0,21	0,89	1,31	1,71	0,18	4,2	3,1	3,07
 Antena 3	5,9	11,92	10,95	5,21	4,63	13,6	8,7	13,14
 cuatro			3,58	6,85	4,81	7,	3,2	6,92
 5 TELECINCO	5,5	5,24	4,64	6,43	7,27	9,1	14,3	9,8
 6 las Seis y Seis			3,2	9,21	9,27	24,7	13,5	13,78
 7 Telemadrid	4,2	1,75	4,2	1,93	1,72	5,8	3,7	2,21
<b>TOTAL</b>	6,08	5,33	5,21	4,99	4,41	10,45	6,85	7,5

Abarca desde el uso de un lenguaje correcto y limpio, hasta filtrar los mensajes discriminatorios e intolerantes, la violencia gratuita, la incitación al sexo y al consumo de alcohol, tabaco y drogas, pasando por evitar la temática conflictiva o las secuencias crudas y brutales capaces de aturdir la psicología del niño. Preserva la intimidad de los menores en los programas informativos y les ahorra los anuncios de programas calificados para mayores, a la vez que se les ayuda, a ellos y a sus padres o tutores, mediante la correspondiente señalización de alertas en otros.

Guión prolijo en su desarrollo, convertía este enjundioso código en la joya de la corona televisiva. Los padres podrían tener la seguridad de que, en ese horario de protección reforzada, cualquiera de las programaciones de estas siete cadenas sería buena compañía para sus hijos, aun cuando ellos no estuviesen a su lado.

## BALANCE

Desgraciadamente, entre propósitos y hechos creció la distancia. Por eso, la anterior valoración puede catalogarse de elegía al mejor código ético que ha tenido hasta hoy la televisión en España. Salvo que las cadenas quieran reconsiderar su vigencia activa. Para ellas, dicho documento es un punto de referencia en la calidad de su producción, pues les espolea a apostar por el talento, sin olvidarse de lo inolvidable: la tiranía de las audiencias.

La ATR de Madrid inauguró un sistema de control a los objetivos del código. Su primer Informe de Seguimiento data de junio de 2005. Recabó la colaboración de especialistas en Sociología de la Comunicación y Audiencias y la del Centro Universitario Villanueva. Con esos mimbres lleva efectuados ocho informes en tres años. En conjunto, arrojan un balance poco optimista, por el

constante grado de incumplimientos y la inexistencia de consecuencias.

Los investigadores José Antonio Ruiz San Román (Complutense), M.<sup>a</sup> Carmen García Galera (Rey Juan Carlos) y Elena Fernández Martín (Villanueva) han procesado los datos obtenidos entre del 13 de octubre al 7 de noviembre de 2008, mediante el visionado íntegro de la programación emitida por las siete cadenas, de cinco a ocho de la tarde, de lunes a viernes.

## MEJOR LAS PÚBLICAS

Los incumplimientos son palpables. Según este VIII Informe de Seguimiento, dichos compromisos fueron vulnerados una media de 7,50 veces por día, lo que representa el segundo peor dato de la secuencia histórica. Ciertamente, no todas las cadenas observan la misma conducta. La Sexta (13,78 veces) y Antena 3 (13,14) superan esa media y encabezan el número de incumplimientos diarios, mientras que Telemadrid, TVE1 y TVE2, por este orden, están en cifras más que aceptables de respeto a la norma.

La diferencia de comportamiento entre las televisiones públicas (dos estatales y una autonómica) y las privadas, no debe ser pasada por alto. En ocho de los diez capítulos examinados, las infracciones de las públicas son sensiblemente más bajas. Así ocurre con los incumplimientos en violencia (41 en La Sexta, 35 en Telecinco, 30 en Cuatro, 29 de Antena 3, pero 21 en TVE1 y 13 en Telemadrid); en lenguaje inadecuado (59 incumplimientos La Sexta, 50 Telecinco, 22 Antena 3, pero 10 TVE1, 5 TVE2, 3 Telemadrid); o en sexo (38 vulneraciones en Telecinco, 26 en Cuatro, 22 en Antena 3, 17 en La Sexta, mientras que son 13 en TVE1, 5 en TVE2 y 1 en Telemadrid).

Cuantitativamente, los frentes más amplios de incumplimientos se detectan en los capítulos de violencia (181 en total), lenguaje inadecuado (165), promoción de programas calificados para mayores (125), sexo (122) y falta de señalización (96). Salen mejor paradas las cadenas en secuencias crudas y brutales (66 infracciones) intolerancia (63) o temática conflictiva (55).

## CONSEJO AUDIOVISUAL

A estas siete cadenas, cuatro años de aplicación de un código ético debiera haberles dotado de una estrategia (planes) y una táctica (medios para lograrlo). En cambio, el registro de un esbelto cuerpo doctrinal ha sido alicorto. Es como aquella brocha de afeitar de Josep Pla. Contaba el gran escritor catalán (*Viaje en autobús*) las grandes virtudes con las que el vendedor le adornó el artilugio, pese a lo cual, cuatro afeitados más tarde, la brocha estaba monda y lironda de cerdas. Lista para tirar.

El código de 2004 puede haber fracasado por varias razones: falta de voluntad de los firmantes en su aplicación, escaso control de los consumidores, dificultades económicas, etc. Pero la senda de la autorregulación no supone un camino extraordinario para fomentar la responsabilidad en el complicado mundo audiovisual; es bastante normal. Se parte del principio de la plena libertad de las cadenas en la toma de decisiones. Claro, eso jamás ocurre en una burbuja, sino en un marco real, con muchos intereses en juego, casi todos -como los del empresario que arriesga- legítimos.

Quizá lo deseable tras los evidentes síntomas de agotamiento del actual código, es que no reverdezcan sospechosos intentos del poder político por imponer una temible regla a las televisiones: el acatamiento a lo que pomposamente llaman «valores constitucionales», con el peligro de faltar a la libertad de expresión e información. Algo que acabará ocurriendo, si Gobiernos y partidos políticos

---

realizan labores de escolta en proyectos alternativos a la autorregulación de los medios.

Que los consumidores de televisión somos parte afectada por los contenidos de las televisiones es indiscutible. Lo somos tanto o más que los «valores constitucionales», pues las personas son sujetos de derechos mucho antes que la sociedad, los grupos o los Estados. Por lo tanto, tiene su lógica la contrapartida del espectador exigiendo calidad y corrección a los contenidos de las televisiones, máxime cuando las compañías se benefician de la concesión de un servicio público, que eso es todavía la televisión en España. El Gobierno anuncia su intención de cincelarlo bajo el rótulo de «servicio de interés general».

He cantado la elegía al Código de Autorregulación de 2004, antes de que alguien quiera enterrarlo. La alternativa que se avecina es el Consejo Estatal de Medios Audiovisuales. Se pergeña en Moncloa. La vicepresidenta actúa de anfitriona con representantes del sector industrial. Lo hacen con tanta discreción que pocos conocen a sus invitados.

El Gobierno se comprometió, en 2005, a poner en marcha una Ley General Audiovisual y un Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, al que, una vez más, elegirá el Congreso por mayoría reforzada de 233 diputados. Tendría competencias en licencias de radios y televisiones estatales, capacidad sancionadora y normativa y vigilaría la aplicación de los «valores constitucionales».

El Consejo Audiovisual ha sido ensayado con éxito en países como Francia y Gran Bretaña, donde la BBC es otro sistema escasamente homologable al español, de concesión administrativa del servicio y sin participación de los ciudadanos. Consejos Audiovisuales funcionan actualmente en Cataluña, Andalucía y Navarra. El estatal que ahora se negocia debería dar a los consumidores la oportunidad de formar parte de él, en lugar de permitir que sea construido a imagen del equilibrio de fuerzas políticas reinantes. El debate comienza ahora.

**Fecha de creación**

27/02/2009

**Autor**

Mariano González