

10 DE MAYO DE 2005.

VII CAMPAÑA

“UN DÍA 10 SIN VER LA TELEVISIÓN”

**PENSANDO EUROPA**

**CONCERNING EUROPE**

**EUROPARI BEGIRA**

**PENSANT EN EUROPA**

**PENSAR EUROPA**

**CONSIDÉRER L'EUROPE**

**PENSANDO ALL'EUROPA**

**AN EUROPA DENKEN**

por una televisión de calidad

Por una televisión de calidad

Por una televisión de calidad

**POR UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD**

**POR UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD**

**POR UNA TELEVISIÓN DE**

**CALIDAD**

## **VII CAMPAÑA "UN DÍA 10 SIN VER LA TELEVISIÓN"**

### **"A FAVOR DE UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD"**

**10 DE MAYO DE 2005**

#### **I.- INTRODUCCIÓN**

**Creación de una Autoridad Audiovisual**

#### **II.- PREMISAS:**

- **TELEVISIÓN DE TITULARIDAD PÚBLICA**
- **RESPECTO AL HORARIO DEL MENOR**
- **PROGRAMACIÓN CINEMATOGRÁFICA**
- **TELEVISIÓN BASURA**
- **PRESIÓN PUBLICITARIA**

Información y Adhesiones:

Asociación Plaza del Castillo de Usuarios de Medios de Comunicación.

[plazadelcastillo@hotmail.com](mailto:plazadelcastillo@hotmail.com).

[www.asociacionplazadelcastillo.org](http://www.asociacionplazadelcastillo.org)

Federación Ibérica de Telespectadores y Radioyentes. (FIATYR)

[nunovonamann@yahoo.com](mailto:nunovonamann@yahoo.com)

[atrmadrid@infonegocio.com](mailto:atrmadrid@infonegocio.com)

[masiloe@telefonica.net](mailto:masiloe@telefonica.net)

Marzo 2005

## **INTRODUCCIÓN**

Nos acercamos a cuantas instituciones, organismos, asociaciones y ciudadanos consideren el poder e influencia que los medios de comunicación, y en particular la televisión, ejercen en nuestra sociedad, y muy especialmente cara a las nuevas generaciones, que frecuentemente tienen "una visión televisiva del mundo", para que, si comparten las premisas de esta campaña, y la campaña en sí misma, la defiendan y la divulguen todo lo que esté en su mano y dejen de ver la televisión las 24 horas del próximo

**10 DE MAYO DE 2005**

**"CONCERNING EUROPE"**

**PENSANDO EUROPA**

**PENSAR EUROPA**

La VII Campaña "Un día 10 sin ver la televisión" (10 de Mayo de 2005) tiene como lema: CONCERNING EUROPE, "Por una televisión de calidad" y va a ser distribuida por toda Europa en ESPAÑOL, INGLÉS Y PORTUGUÉS.

Si bien nuestras preocupaciones en muchos aspectos son comunes al resto del continente y afectan de un modo muy especial a los países del Este, el grado de abuso en España es mayor puesto que no existe una Autoridad Audiovisual con poder sancionador, organismo que venimos reclamando durante los últimos quince años: hasta el año 1996 estando el Partido Socialista Obrero Español en el poder, desde 1996 ostentándolo el Partido Popular y hasta el 2004 en que gana las elecciones de nuevo el P.S.O.E.

Hay que reseñar en este sentido el silencio de gran parte de la clase política, de los ámbitos sociales más influyentes, muy especialmente de los responsables y profesionales del poder mediático español, contrarios en su mayor parte a la institucionalización de esta figura .

La Autoridad Audiovisual, organismo vivo e imprescindible en todo país civilizado y democrático, existe en todas las naciones desarrolladas y aún en vías de desarrollo y desde luego en la totalidad de nuestro entorno europeo: Francia, Italia, Inglaterra, Irlanda, Países Bajos, Portugal, así como en Grecia, Turquía, etc, etc.

Su urgente creación, demandada por amplios sectores de la sociedad española, se hace especialmente necesaria en relación con los temas que más preocupan al espectador, algunos de los cuales componen las premisas de esta campaña: la televisión de servicio público, la protección del horario del menor, la televisión basura, la programación cinematográfica, la presión publicitaria, etc.

No podemos dejar de señalar aquí el tema de la contraprogramación (la normativa más permisiva de Europa y, sin embargo, una de las que más se vulnera) A la contraprogramación le dedicamos, en parte, la campaña del año pasado, y es una práctica siempre perjudicial para el espectador que venimos denunciando ante la Comisión Europea en Noviembre de 2001 y ante el Consejo Audiovisual de Navarra en nuestra comparecencia de Octubre de 2002.

La campaña consta de los apartados referidos, poniendo de manifiesto sintéticamente, sus principales extremos. A continuación se fundamenta la normativa legislativa correspondiente, española y comunitaria.

### **I. A favor de una televisión de titularidad pública**

Como se expresa en su propio estatuto "de servicio público esencial", próxima a la cultura de la comunidad a la que sirve, independiente de todo poder partidista y mediático, de tamaño humano, controlable económicamente, al servicio de los ciudadanos y no del poder y contribuyendo al desarrollo de nuestra lengua (400 millones de hispanohablantes)

La política audiovisual errónea que se practica en el ente público lleva a que, excepcionalmente y por lo general en la segunda cadena (a veces en horarios inverosímiles), se emita una programación digna. Lo que es inaceptable es que se diga que es "para una inmensa minoría". La calidad es para todos. Todos y cada uno de los espectadores tenemos derecho a lo mejor.

Hoy la televisión pública no cumple con el cometido que le es propio: informar, formar y divertir, arrastrando, además, una deuda en torno al billón con "b" de pesetas.

La calidad en la información y en los contenidos, realizada con creatividad y talento, suficientemente publicitada y ubicada en horarios de máxima audiencia, siempre obtiene el beneplácito del espectador.

## **Fundamentación normativa.**

*La ley 4/1980 de 10 de enero, aprueba el Estatuto de la Radio y Televisión y califica ambos medios como servicios públicos de titularidad estatal, cuya gestión directa se encomienda al Ente Publico. Los principios de esta actividad deben plasmar el precepto constitucional ( Art. 20 Constitución Española ) de objetividad, veracidad, imparcialidad, separación de opiniones e informaciones y respeto al pluralismo.*

*La Ley 10/1998 de 3 de mayo de televisión privada dice en su preámbulo: " la finalidad de la televisión como tal servicio público ha de ser ante todo, la de satisfacer el interés de los ciudadanos y la de contribuir al pluralismo informativo, a la formación de una opinión pública libre y a la extensión de la cultura."*

## **II Respeto al horario del menor**

Uno de los aspectos que más preocupa a la sociedad española.

Cumpliendo la normativa vigente española y comunitaria, reclamamos la recuperación de la programación infantil en su horario natural de tarde (hoy prácticamente desaparecida de las televisiones, tanto públicas como privadas), favoreciendo la producción española y europea ante las procedentes de otras culturas, japonesa y americana principalmente, por lo general con mayores dosis de violencia. Creación de comités de expertos independientes que analicen, diseñen y propongan una programación adecuada, evitando drásticamente los contenidos que puedan afectar a los menores y muy especialmente en los avances de programas o películas que se van a emitir en horarios para adultos en los que se suelen exhibir las escenas más escabrosas y violentas.

Según reconocen los expertos, "España sigue siendo uno de los países de la Unión Europea menos selectivos en la programación de dibujos animados. Los contenidos dedicados a infancia han sido los más sacrificados en las parrillas televisivas".

Se hace necesario considerar prioritarios el ocio y la diversión, a los que se deberían dedicar los mayores recursos, primar los contenidos positivos, plasmados con talento y creatividad, que divulguen valores éticos, estéticos, solidarios. Pero, al mismo tiempo, fomentar el amor al conocimiento de nuestras raíces culturales, de la historia, de la lengua y literatura, de la ciencia y la tecnología, la naturaleza, etc., en la forma más moderna y vanguardista, utilizando los últimos

avances técnicos con los que las nuevas generaciones mejor se relacionan.

### **Fundamentación normativa.**

*La Ley 25/1994 de 12 de julio por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE regula en su Art. 17 la Protección de los Menores frente a la programación dejando claro que las emisiones de televisión no incluirán programas ni escenas o mensajes de cualquier tipo que puedan perjudicar seriamente el desarrollo físico, mental o moral de los menores, ni programas que fomenten el odio o la discriminación.*

*La emisión de programas susceptibles de perjudicar el desarrollo físico, mental o moral de los menores, y en todo caso, de aquellas que contengan escenas de pornografía o de violencia gratuita, solo podrá realizarse entre las 22 y las 6 horas y deberá ser objeto de advertencia sobre su contenido por medios acústicos y ópticos.*

### **III Programación cinematográfica**

Es necesario un cambio radical en la política cinematográfica, muy especialmente en la televisión de titularidad pública. Necesitamos profesionales que conozcan, respeten el cine y sepan divulgarlo, mostrando movimientos y ciclos de calidad, directores, actores, géneros, incluyendo cinematografías clásicas, comerciales, experimentales o exóticas, (no sólo procedentes de los mismos países), fomentando la cultura cinematográfica .

Cine de estreno: largometrajes, cortometrajes; animación.

-----Cumplimiento de la normativa vigente en toda materia, muy especialmente en cuanto a las interrupciones publicitarias.

-----Dedicación urgente a las versiones originales subtituladas en horarios razonables.

-----Evitar las repeticiones.

-----Horarios de máxima audiencia.

-----Retransmisiones en abierto y directo de muestras y festivales, nacionales e internacionales.

-----Apoyo a la producción europea.

### **Fundamentación normativa.**

*La ley 25/1994 de 12 de julio regula en su Capítulo II la promoción difusión y producción de determinados programas*

*televisivos. En su Art. 5 regula que las Entidades que presten directa o indirectamente el Servicio Público deberán reservar el 51 por 100 de su tiempo de emisión anual a la difusión de obras europeas. Añade que mas del 50 por 100 del tiempo de reserva, se guardar para obras en versión original.*

*En su Art. 13 regula el tema de las interrupciones televisivas señalando que las obras audiovisuales, como largometrajes cinematográficos, cuya duración programada de transmisión sea superior a 45 minutos, podrán ser interrumpidas una vez por cada periodo completo de 45 minutos. Estas interrupciones deberán respetar la integridad y el valor de las mismas*

#### **IV Televisión basura**

Nos manifestamos radicalmente contrarios a la televisión basura, cada vez más presente en todas las televisiones en horario de máxima audiencia, incluido el horario de protección del menor, a pesar de que todas las cadenas han firmado un código deontológico en contra de esa práctica.

Es uno de los fenómenos socialmente más demoledores que existe, con incalculables efectos nocivos en las nuevas generaciones:

- exaltación de los más bajos instintos, acoso a la intimidad, progresiva utilización de cámaras ocultas.
- fomento de una contracultura de lo más abyecto, grosero, vulgar y cutre, que muestra el escaparate infame de una sociedad falsa, prefabricada por unos pocos en su propio beneficio. Simultáneamente, se fomenta la venta de un cierto tipo de prensa llamada "rosa" (en realidad es amarilla, sensacionalista), que de otra forma nunca hubiera tenido presencia si no fuera por el inconmensurable poder de la televisión.

El colmo es culpar a los espectadores de esta lacra, cuando es bien sabido que el responsable de lo emitido es siempre el emisor, en este caso las empresas: TELECINCO, ANTENA 3, y TELEVISIÓN ESPAÑOLA.

Presencia apabullante y progresiva de la llamada telerrealidad en todos los horarios y en prácticamente todas las cadenas.

Manifiesto en contra de la televisión basura de 1997, firmado por AUC. CAVE. CEAPA, CONCAPA, CC.OO.,UGT.,OCU, UCE, y 16

Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes, Usuarios de Medios de Comunicación Federación Ibérica (FIATYR)

Se puede encontrar en la siguiente dirección web:

[www.asociacionplazadelcastillo.org](http://www.asociacionplazadelcastillo.org)

### **Fundamentación normativa.**

*El termino " televisión basura" viene dando nombre, desde la pasada década, a una forma de hacer televisión caracterizada por explotar el morbo, el sensacionalismo y el escándalo como palancas de atracción de la audiencia. Especialmente grave es el desprecio por derechos fundamentales recogidos en nuestra Constitución Española; Arts 18 y ss, como el honor, la intimidad familiar y personal, el respeto, la veracidad o la presunción de inocencia, cuya conculcación no puede defenderse en ningún caso apelando a la libertad de expresión.*

### **V Publicidad**

Por una menor presión publicitaria que es la mayor de Europa. Contraviene la normativa vigente: la ley de publicidad, la directiva comunitaria y el estatuto en cuanto a los bloques publicitarios, la autopromoción y el patrocinio.

Algunos presentadores de la televisión de titularidad pública anuncian productos de consumo. Tal transgresión hace relativamente poco era impensable. Es habitual que niños anuncien productos para adultos, aspecto prohibido en la legislación vigente. Las películas se interrumpen indefinidamente, doblando a veces su duración, cosa que exaspera a los espectadores en general y a los cinéfilos en particular. Es frecuente escuchar a algunos publicitarios afirmar que lo mejor de la programación es la publicidad. Eso es precisamente lo más lamentable: que la televisión se convierta en un catálogo de venta.

Naturalmente que la publicidad puede llegar a ser estética y técnicamente notable, pero la saturación está llegando a no hacerla operativa, cosa que deberían conocer los responsables de su emisión.

Informe sobre la publicidad desde el punto de vista de los usuarios.

Se puede encontrar en la página web:

[www.asociacionplazadelcastillo.org](http://www.asociacionplazadelcastillo.org)

## **Fundamentación normativa.**

*La Ley 25/1994 de 12 de julio por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 89/552/CEE y la Ley General de Publicidad 34/1988 de 11 de noviembre regula a nivel normativo la publicidad por televisión y su patrocinio televisivo. El incumplimiento en esta materia es total. El Capítulo III de La ley 25/1994 de 12 de julio recoge en su Art. 9 y ss. Entere otras la Publicidad prohibida, Publicidad ilícita, regulación específica en materia de Publicidad de bebidas alcohólicas, tiempo de transmisión publicitaria "no será superior al 15 por 100 del tiempo diario de emisión. El tiempo de transmisión dedicado a espacios publicitarios dentro de cada periodo de una hora natural no deberá ser superior a 12 minutos" , Patrocinio televisivo y Protección de los menores.*

*En las normas reguladoras de la emisión de publicidad por TVE en su apartado 2.11 no se admitirán anuncios en que intervengan sus títulos, personajes, actores o presentadores y en su apartado 3.15 con respecto a la intervención de niños en los anuncios se dice que los niños no pueden ser los actores principales de un anuncio salvo en productos dedicados exclusiva o preferentemente a la infancia o de los que ésta sea beneficiaria.*

## **LEY PARA LA DEFENSA DE LOS CONSUMIDORES Y USUARIOS**

*La ley 26/1984 de 19 de Julio general para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, art.17:*

*Los medios de comunicación social de titularidad pública dedicarán espacios y programas no publicitarios, a la información y educación de los consumidores y usuarios. En tales espacios y programas de acuerdo con su contenido y finalidad ,se facilitará el acceso o participación de las asociaciones de consumidores y usuarios y demás grupos o sectores interesados ,en la forma que reglamentariamente se determine por los poderes públicos competentes en la materia.*

### **Información y Adhesiones:**

**Maribel Martínez Eder**  
**Asociación Plaza del Castillo de Usuarios de Medios de Comunicación**  
[plazadelcastillo@hotmail.com](mailto:plazadelcastillo@hotmail.com)  
[www.asociacionplazadelcastillo.org](http://www.asociacionplazadelcastillo.org)  
**Federación Ibérica de Telespectadores y Radioyentes. (FIATYR )**  
[nunovonamann@yahoo.com](mailto:nunovonamann@yahoo.com)  
[atrmadrid@infonegocio.com](mailto:atrmadrid@infonegocio.com)  
[masiloe@telefonica.net](mailto:masiloe@telefonica.net)