

## Al nuevo gobierno salido de las urnas el 9 de Marzo de 2008

Desde OCTA (Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales), compuesto por cincuenta organizaciones sociales, de lo más representativo de la sociedad civil española, deseamos hacer llegar a la opinión pública, nuestra posición en relación con los medios de comunicación audiovisuales y la sociedad del siglo XXI, llamada de la información.

En primer lugar, considerar que a pesar de nuestros requerimientos a los distintos gobiernos de la nación de 1992 a 2008, gobiernos sucesivos del Partido Socialista, Partido Popular y de nuevo Partido Socialista, no se ha creado una autoridad audiovisual independiente de todo poder partidista y mediático, con poder sancionador, que emane de la Ley del Audiovisual que los gobiernos sucesivos prometieron elaborar y poner en vigor nada más acceder al poder.

No existe país democrático y desarrollado, incluidos Portugal y Turquía, en que no opere una figura tal.

La preocupación la hemos venido manifestando desde la Asociación Plaza del Castillo, integrante de FIATYR. Ha ocurrido lo que hemos venido manifestando y está en las hemerotecas: Los códigos de autorregulación (en 1993 y 2004) nunca se cumplieron (como lo demuestran numerosos y plurales informes), y han servido para acallar el clamor popular y sobre todo para retrasar la elaboración de la ley.

Precisamente las carencias y vacíos legales hacen imprescindible la consideración que merecen nuestros requerimientos, puesto que los ciudadanos no tienen vía de expresión de sus quejas e inquietudes, y se sienten impotentes ante la conculcación de sus intereses y derechos, en suma ante unos poderes que les sobrepasan.

Aspectos más importantes a considerar:

- Definición de la televisión de titularidad pública con las siguientes características tal y como convinimos desde el Consejo Mundial de la Televisión en Colonia (Alemania), en 1993:
  1. Política y programación de servicio público. Rentable socialmente.
  2. Proximidad a la comunidad a la que sirve. Divulgación de su cultura.
  3. Controlable económicamente, de tamaño humano. Publicidad institucional.
  4. Escrupulosa en lo ideológico y tan plural como lo sea la sociedad salida de las urnas.
  5. Incompatible con la televisión-basura, el sensacionalismo, la creación de contenido a partir de la crónica negra (en la actualidad, decenas de horas al mes)
  6. Cumplimiento de la ley para la defensa de los consumidores y usuarios de 26 del 84, artículo 17 :los medios de comunicación social de titularidad pública, dedicarán espacios y programas, no publicitarios, a la información de los usuarios.
- Exigencia inexcusable de respeto escrupuloso a la normativa española y comunitaria por parte de las empresas de titularidad privada.
- Protección de los menores, como espectadores y usuarios de material audiovisual así como actores (participantes en programas, series, publicidad, etc.).
- Control efectivo sobre la publicidad. La mayor saturación y presión de Europa como venimos denunciando a la Comisión Europea, desde hace más de 10 años.
- Desarrollo de la Televisión Digital Terrestre, resolviendo la situación de cientos de emisoras ilegales( en torno a mil en 2005), operando en todo el territorio, emitiendo en abierto contenidos fraudulentos y porno duro. Hoja de ruta que cumpla los plazos previstos (año 2010). Ayudas económicas para la transformación.

Nuestra llamada va dirigida en primer lugar a los responsables políticos, un gobierno recién salido de unas elecciones generales, que puede sentirse respaldado por las organizaciones firmantes para tomar decisiones en el ámbito con la mayor celeridad, dado el retraso existente.

Insistimos, el OCTA (Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales), representa a un amplio espectro de la sociedad civil española.

En segundo lugar, a los responsables de los grupos mediáticos, cuyos intereses económicos de ninguna manera deben primar sobre los intereses generales. Ya sabemos hace decenios que el de la comunicación no es un negocio como otro cualquiera.

En tercer lugar, a los profesionales de la información y de la comunicación, frecuentemente tan mal pagados y forzados a veces a actuar alejados de toda ética.

En cuarto lugar al espectador como tal.

Algunas premisas necesarias:

- Implantación en todos los centros docentes de materias relacionadas con el ámbito del audiovisual y la publicidad.
- Constitución de grupos de expertos independientes del poder partidista y mediático que, con unidad de criterios en cuanto al servicio público y a la protección de los menores, analicen y califiquen "a priori", todo material audiovisual.
  1. Producción cinematográfica.
  2. Producción televisiva.
  3. Videojuegos.
  4. Publicidad.
  5. Publicaciones.
- Obligada divulgación en prensa, radio y televisión de todos los mecanismos de defensa del usuario:
  1. Consejos audiovisuales, organizaciones de usuarios, telespectadores, radioyentes a nivel nacional y provincial.
  2. filtros disponibles para la protección de los menores en la red.
  3. Programas, publicaciones, secciones de expresión de los intereses y derechos de los usuarios.

Maribel Martínez Eder.

Asociación Plaza del Castillo. Integrada en FIATYR. (Federación Ibérica de Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes).

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

Madrid. Mayo de 2008