

XII Campaña "Un día 10 sin ver la televisión"

10 de mayo de 2010

"A favor de una televisión de calidad, en contra de la televisión basura"

Desde la Asociación Plaza del Castillo de Usuarios de Medios de Comunicación, Telespectadores y Radioyentes, ATR Navarra, convocamos en todos los países de habla hispana, la duodécima edición de una campaña crítica, constructiva y original, que viene gozando, progresivamente, de una extraordinaria acogida.

Nos acercamos a cuantas instituciones, organismos, asociaciones en general y ciudadanos en particular, consideren el poder e influencia que los medios de comunicación y en especial la televisión ejercen en nuestra sociedad y muy especialmente de cara a las nuevas generaciones (que tienen "una visión televisiva del mundo"), y se relacionan desde la cuna de forma muy natural con los medios audiovisuales, para que si comparten las premisas y la campaña en si 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 2010 "por una televisión de calidad, en contra de la televisión basura"

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) en España, a pesar de la firma de los códigos deontológicos de autorregulación, que todas las cadenas de titularidad pública y privada suscribieron en 1993 y en 2004.

Sabemos que también en los países hermanos de habla hispana, este género está muy presente en prácticamente todas las parrillas, contaminando el resto de contenidos y por lo tanto de la programación.

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; vulneración del derecho al honor, a la propia imagen. Progresiva utilización de cámaras ocultas.
- fomento de una contracultura de lo más abyecto, grosero, vulgar y cutre, mostrando el escaparate infame de una sociedad falsa y manipulada por unos pocos en su propio beneficio.

Consignar que las cadenas de televisión (especialmente las de titularidad privada), se empeñan sistemáticamente en tal forma de crear contenido y se muestran en su política audiovisual y en sus programaciones, incompatibles con la mínima referencia cultural. Algo muy grave considerando que a día de hoy un gran porcentaje de ciudadanos, desde luego niños, jóvenes y adolescentes, se alimentan únicamente de información audiovisual.

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, de la promoción televisiva.

Hay que recordar que en España la prensa amarilla diaria nunca ha tenido éxito, al contrario de lo que ocurre en otros países de Europa como Inglaterra, Alemania, etc. Una iniciativa en éste sentido de la mano de D. Luis María Ansón, el rotativo "Claro", resultó cosechar, apenas nacer, un gran fracaso.

El colmo es culpar a los espectadores de ésta lacra, cuando es bien sabido que el mayor responsable de lo emitido es el emisor.

La razón por la cual se realiza éste tipo de televisión de ínfima calidad es porque resulta muy barata de realizar ya que, a pesar de las intoxicaciones no es, ni de lejos, lo más visto. En España,

no se encuentra entre los cincuenta programas más vistos del mes. (Para alivio de muchos ciudadanos decir que Pasa Palabra (Excelente) viene teniendo, por ejemplo, más audiencia que Sálvame diario), en una franja horaria similar. Otra de las razones, y no la menos importante, es fidelizar una mínima parte de la audiencia fácilmente manipulable, a la que se le puede vender cualquier valor o contravalor y cualquier producto. En dos palabras: una audiencia acrítica.

Después de veinte años de trabajo esforzado en el ámbito que nos ocupa podemos afirmar sin reserva, que lo más abyecto de la televisión basura es decir que la pedimos, porque nos degradaría mucho como sociedad y además y sobre todo, porque es radicalmente falso.

Telerealidad

Presencia apabullante y progresiva, (a los responsables no les importa que muestre inequívocos signos de agotamiento), de la llamada telerealidad, que es televisiva pero nada tiene que ver con la realidad: es virtual y prefabricada. Uno de los inventos más nefastos de cara al espectador en particular y a la cultura de cada país en general, y que ha venido emitiéndose durante los últimos años en todos los horarios y en prácticamente, todas las cadenas.

A ese respecto en el año 1997 una parte muy representativa de la sociedad española procedente de todos los ámbitos sociales, culturales e ideológicos, firmamos un manifiesto en contra de la televisión basura en el que, además, se encuentra extraordinariamente bien definida y que pueden encontrar en nuestra página web.

Aparte de la campaña propiamente dicha, y en documentos adjuntos, en la presente edición añadiremos la orientación hacia 400 actividades y en torno a 100 canciones de lo más granado de la producción musical popular en español. *Nuestra intención es divulgarla por todos los países de habla hispana. Gracias de antemano, en nombre de decenas de miles de ciudadanos telespectadores"*

La iniciativa, que fija nuestro compromiso con la sociedad de la información en la que estamos inmersos, viene siendo en los últimos doce años, extraordinariamente bien acogida por una amplísima mayoría de ciudadanos que comparten las premisas y aplauden la iniciativa deseosos de seguirla. El problema será como encontrar la manera más operativa de llegar a millones de personas en una decena de países, porque si llega la campaña correctamente y en todos sus términos, la ciudadanía suele estar deseosa de seguirla. En realidad la televisión basura solamente la pueden defender y de hecho la defienden quienes la elaboran y quienes la emiten.

Gracias de antemano.

Responsables de la campaña

Álvaro Alás Brun

Licenciado en Comunicación Audiovisual.

Eva Jiménez Gómez

Licenciada en Comunicación Audiovisual

Máster en Periodismo Avanzado. Reporterismo

Diploma de Estudios Filosóficos

Miembro del equipo de redacción de mediatics primera consultoría audiovisual online.

En la actualidad realiza una tesis sobre autorregulación y regulación del periodismo en la Universidad Ramón Llull de Barcelona

Más información

en <http://doctorandaenconstruccion.wordpress.com>

Maribel Martínez Éder

Licenciada en Artes Liberales. Rama Arte.

Política Audiovisual Europea.

Presidente de la Asociación Plaza del Castillo

Miembro del OCTA (Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales)

En proceso de edición: "Puré Mediático"(Veinte años en la relación Medios de Comunicación- Sociedad)

Maite Nicuesa Guelbenzu

Doctora en filosofía

Colaboradora en la sección de opinión de Navarra Confidencial y La Esfera Digital

Miembro del equipo de redacción de mediatics primera consultoría audiovisual online.

Responsable de la sección de contenidos televisivos en la revista murciana Ciudadanos por la Unidad.

Articulista de Suite101.net

<http://www.suite101.net/profile.cfm/maite>

Pamplona-Madrid Primavera 2010.