



Comunicar

ISSN: 1134-3478

info@grupocomunicar.com

Grupo Comunicar

España

Sánchez-Apellániz García, M<sup>a</sup> José  
La nueva figura del defensor del telespectador  
Comunicar, núm. 7, octubre, 1996  
Grupo Comunicar  
Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800713>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

## Temas

En defensa de los usuarios y consumidores de televisión

# La nueva figura del defensor del telespectador

M<sup>a</sup> José Sánchez-Apellániz García

*La difusión de la televisión y la búsqueda a toda costa de índices de audiencia han ocasionado que, en ciertos momentos, puedan verse dañados los derechos de los telespectadores, así como mermadas la independencia, la pluralidad y la calidad de los programas. Para evitar estas situaciones, Canal Sur TV posee desde septiembre de 1995 la figura del defensor del espectador que tiene como funciones fundamentales velar por los principios de igualdad y no discriminación (con especial atención a la infancia y a la juventud) y -lo que resulta más novedoso- formar a la audiencia sobre las normas de programación, de publicidad y sobre los derechos de los ciudadanos.*

Cuando se habla de consumidores protegidos ante los medios de comunicación, se suele pensar siempre en la televisión. Las asociaciones se movilizan para defender a los ciudadanos, y en especial a los niños y jóvenes, de las imágenes y contenidos publicitarios, sexistas, violentos, manipuladores de las televisiones, olvidando los mismos contenidos presentes en prensa, revistas o cine. Claro es que, para acceder a todos estos hay que hacer un esfuerzo adicional de consumo: comprar la entrada o la publicación, mientras que la televisión requiere sólo apretar el botón del mando a distancia. Gratis, accesible, permanente, magnética...

La televisión ha sustituido en los hogares el centro de atención, antes alrededor de la mesa familiar; ha sustituido también la experiencia directa de las cosas, al ofrecernos imágenes más cercanas y mejores de las que po-

dremos ver nunca en un campo de fútbol, una corrida de toros, una fiesta popular. Y además se puede utilizar como sustituta de la niñera, de la compañía o la conversación.

La fascinación que ejerce la imagen televisiva nos ha hecho elevarla a los altares de los medios de comunicación y también señalarla como depositaria de todos los miedos milenaristas señalados por Orwell.

Los medios de comunicación -y en especial la televisión- tienen un papel esencial en crear y fijar estereotipos sociales; el acceso a su programación es imprescindible para extender opiniones, ideas e informaciones. Lo que no aparece en televisión, parece que no existe y lo que aparece, se convierte inmediatamente en objeto de imitación y consumo. De ahí su fuerza y la necesidad de que los consumidores de televisión tengan la posibilidad de opinar sobre su contenido, responder a sus incitacio-

nes, modificar sus mensajes si éstos alteran el ámbito de la convivencia o las leyes. Porque la libertad de expresión de unos termina donde empieza el derecho a la imagen, a la intimidad o al honor de los otros. Se ha sacralizado a menudo el artículo 20 de la Constitución confundiéndolo con otro -no menos importante, pero distinto- que ampara la libertad de comercio.

En este contexto, los consumidores de televisión empiezan a ver con alarma cómo el sagrado bocero de oro de la rentabilidad y las audiencias abrasa el panorama televisivo, imponiendo una carrera desenfrenada en pos del contenido más fuerte, más excitante, más espectacular que capte la mirada hipnotizada del espectador y asegure la cifra mágica de *share* que mantenga a los inversores publicitarios unidos a su programa.

Los representantes de los ciudadanos -alarmados- reclaman figuras independientes que hagan entrar en razón a las cadenas, mecanismos que censuren la programación, *chips* antiviolencia o codificación de aquellos contenidos que consideran inaceptables para la audiencia menos controlable y más adicta al consumo televisivo, los niños y jóvenes.

La Comisión Especial del Senado sobre Contenidos Televisivos, presidida por la senadora Victoria Camps, apoyó en noviembre de 1995 la creación de un Consejo Audiovisual que «garantice la independencia y pluralidad de los medios audiovisuales así como la mínima calidad de sus programas». Una autoridad independiente y colegiada que actúe como defensor del espectador, con competencias de: vigilancia y control de los medios audiovisuales y la función específica de estimular la produc-

ción propia, velar por el cumplimiento de los códigos y directrices de la publicidad, vigilar el cumplimiento de las funciones de las televisiones públicas y garantizar la independencia y pluralidad de los audiovisuales.

Tres meses antes, en septiembre de 1995, Canal Sur Televisión ponía en marcha la única iniciativa europea hasta el momento de autorregulación de una cadena de televisión, con el nombramiento de una «defensora del espectador» para garantizar el acceso de los ciudadanos al medio público, atender sus sugerencias y reclamaciones y servir de canal entre los espectadores y la cadena.

En septiembre de 1995, Canal Sur Televisión ponía en marcha la única iniciativa europea hasta el momento de autorregulación de una cadena de televisión, con el nombramiento de una «defensora del espectador» para garantizar el acceso de los ciudadanos al medio público, atender sus sugerencias y reclamaciones y servir de canal entre los espectadores y la cadena.

mo de referencia de los departamentos que recogen las demandas de los administrados frente a las administraciones. Como desarrolla M. Vicondoa en su trabajo sobre la independencia del ombudsman español (1995), el diario *El País* es el único que ha mantenido esta figura de forma estable desde entonces y su Estatuto ha marcado la creación de los otros defensores.

En el caso de Canal Sur, el Consejo de Administración de la RTVA tiene en estudio el reglamento, que ampliaría las funciones del defensor a los oyentes de Canal Sur Radio y le otorga un abanico de competencias más amplio aún de lo que contempla el estatuto de *El*

*País*. Según esta propuesta, son funciones del defensor del telespectador y del oyente: atender las quejas y sugerencias de los usuarios sobre los contenidos de la programación de Canal Sur Radio y Televisión y en este contexto:

- Velar por la protección de la infancia y la juventud y por los principios de igualdad y no discriminación, por los derechos a la intimidad, la propia imagen y a la información.
- Promover el conocimiento, y la formación de la audiencia, de las normas básicas de programación, normativa vigente de publicidad y derechos que amparan a los ciudadanos respecto a los medios de comunicación.

El defensor del telespectador y del oyente de Canal Sur será, según esta propuesta, designado por el Consejo de Administración de la Rta, por mayoría de dos tercios y gozará de plena independencia en sus funciones, debiendo dar cuenta de sus gestiones también al Consejo de Administración. Se constituye como un órgano unipersonal que actúa como delegación del Consejo y está al servicio del usuario. No tendrá capacidad sancionadora, pero podrá formular advertencias, recomendaciones y sugerencias y contará con la potestad de requerir información a cualquier departamento de la empresa pública para ejercer sus funciones.

¿Cuál será entonces la eficacia de esta figura para defender a los usuarios y consumidores de televisión? En primer lugar, la garantía que supone el propósito explícito del medio de autorregularse, de controlar su calidad y poner para ello una figura independiente de cualquier departamento. En cumplimiento de sus funciones, el defensor no sólo estará a la espera de las demandas de los ciudadanos, sino -y esto es lo novedoso y más importante-

promoverá la educación de los usuarios de la televisión pública andaluza en sus derechos como tal. Exigencia de derechos y educación en los medios, pues tales son los dos pilares que deben sustentar el consumo inteligente de la televisión y por extensión de cualquier consumo.

En los ocho meses que lleva funcionando el Departamento de la defensora del espectador, de hecho, se han recibido miles de llamadas y cartas, la mayoría de ellas para expresar opiniones sobre la programación, otras para pedir programas o reposiciones, otras más para requerir servicios como la venta de vídeos o información general y muy pocas para pedir rectificación de informaciones -sólo dos- o exigir derechos como usuarios.

La defensora -que tiene un programa semanal para dar cuenta de sus gestiones- ha tenido que realizar más pedagogía que abogacía en su trabajo. De hecho, en estos meses, se han dedicado programas al derecho a la imagen, a la publicidad, al sensacionalismo, al llamado centralismo sevillano, «a las hablas andaluzas», a la presencia de los cultos religiosos en la programación, a las fiestas populares y los toros, a la dictadura de las audiencias, a las emisiones para discapacitados sensoriales, a las incitaciones al consumo... Y ha traído al plató a representantes de colectivos sociales cuya voz no se había oído casi nunca en las televisiones: extranjeros indocumentados, estudiantes, amas de casa, asociaciones vecinales... Cualquiera que tenga algo que opinar sobre la televisión pública andaluza puede hacerlo en este espacio, que es el de todos.

La enseñanza de la narrativa de la imagen, de los discursos que se desarrollan en películas, anuncios o dibujos animados será, si la LOGSE se desarrolla de

El defensor no sólo estará a la espera de las demandas de los ciudadanos, sino -y esto es lo novedoso y más importante- promoverá la educación de los usuarios de la televisión pública andaluza en sus derechos como tal.

## Temas

---

acuerdo a las previsiones, uno más de los contenidos transversales de la enseñanza obligatoria. La educación en el uso de los medios -y particularmente de la televisión- en el seno de la familia debe ser prioritaria para los padres, pues para adultos y niños el modo de acceso común a su entorno se realiza a través de la televisión y el aprendizaje de modelos y valores se afirma con la identificación con los héroes de ficción que pueblan las pantallas. Faltaba un tercer elemento regulador del discurso del propio medio. En Andalucía, como en otros ámbitos

de actuación, a pesar del tópico que soportamos, hemos sido pioneros también en esta iniciativa. Esperemos que no sea la única.

Nuestro deber como consumidores es, también, exigirlo.

*Maria José  
Sánchez-Apellániz  
García es licenciada en  
Ciencias de la Informa-  
ción y defensora del  
espectador de Canal Sur  
Televisión desde 1995.*



### Notas

<sup>1</sup>VICONDIA, M. (1995): «Independencia del ombudsman español», en *Comunicación y Sociedad*, vol. VIII, nº 2. Pamplona, Universidad de Navarra.