

## *El televiathan somos todos*

*LA televisión, por su consumo generalizado, es uno de los problemas que están más presentes en la sociedad. La crisis de la televisión es clásica en la conversación cotidiana y no pocas veces, lejos de silenciar la comunicación dentro de la familia, es un tema socorrido de diálogo e incluso de unidad familiar frente al Ente.*

*No obstante, si parece haber consenso, incluso entre los mismos directivos de las diferentes cadenas, acerca de que en la televisión de los 90 hay un exceso de «sexo y violencia». La televisión produce malestar social sobre todo por su capacidad para configurar la educación de los más jóvenes. La televisión es un agente socializador de primer orden y, en gran parte, forma la conciencia colectiva del país. En el diagnóstico hay un acuerdo casi total y así se ha reflejado en las discusiones en el Parlamento, desde el que, sin embargo, apenas se vislumbran soluciones por la falta de voluntad política (según declara Victoria Camps) y por la complejidad del problema.*

*Porque... ¿qué hay que cambiar? ¿Una televisión que programa espacios «sexí-violentos» que deforman la mentalidad de la audiencia? ¿O es la audiencia, sexi-violenta, la que deforma a la televisión y la que elige qué programas son los más vistos en una votación constante? Este debate que*

*acusa a la televisión o a la audiencia, no debe ocultar, sin embargo, que hay unos derechos que proteger: los de aquellos padres que quieren una programación apta para sus hijos, y los derechos de los ciudadanos que tienen la razón de exigir unos mínimos para un servicio que, a fin de cuentas, tiene una función pública.*

**SOBRADAMENTE** se ha manifestado nuestra revista en relación a esos criterios de programación, y también se han de felicitar las mejoras introducidas de las que son un buen ejemplo las series de producción española. Por ese camino hay que continuar. Se debe seguir a través de una progresiva presión ciudadana para recuperar derechos de programación ante las direcciones de las cadenas. Se debe presionar al Parlamento para que exista voluntad política de definir unos mínimos de calidad del producto, al menos a ciertas horas de audiencia máxima e infantil.

Para esto es fundamental que los ciudadanos hablemos, expresemos nuestra disconformidad bien directamente escribiendo y llamando a las cadenas, o bien en espacios públicos como la prensa. Y también es necesario que las organizaciones de consumidores actúen sobre la calidad de los productos televisivos y que presionen a las empresas para que, igual que en algunos medios de comunicación, haya un «defensor del televidente» que cuide de sus derechos. Pero nuevamente nos encontramos ante un problema de desarticulación civil y esa protesta doméstica no madura a protesta pública.

Las iniciativas de dos marcas, National Nederlanden y Pascual, de retirar su publicidad de los espacios que contengan sexo y violencia en exceso deberían animar más a la población, ya que por este hecho constatamos que los publicistas tienen en consideración la sensibilidad de parte de la población respecto a estos temas, y han abierto una vía por la cual se puede influir en los anunciantes y, por tanto, en la financiación de los programas no deseados. No se está ante una organización insensible a las audiencias, sino

*en situación de alta seducción del favor de cualquier  
televidente. El estilo de televisión se ha de hacer  
interactivamente entre todos.*

*NO se sabe si el Leviathan es la  
Televisión o la audiencia, pero, mientras no se vertebre una  
protesta organizada frente a las programaciones, el  
Televiathan somos todos.*