

Nota de prensa

Código de Autorregulación sobre contenidos televisivos e Infancia. Balance de reclamaciones del año 2017

Las organizaciones sociales critican la decadencia del actual modelo de autorregulación televisiva, y piden su urgente revisión y actualización

Madrid, 27 de junio de 2018. La Comisión Mixta de Seguimiento del Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, en la que participan televisiones, organizaciones sociales y la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), ha hecho público su informe de actividad correspondiente al año 2017. Según dicho informe (que se adjunta) en ese año se han tramitado un total de 71 reclamaciones, referidas sobre todo a contenidos emitidos en los programas (55), pero también a avances de programación (3) y a mensajes publicitarios (13). Esta cifra supone una disminución frente a las reclamaciones tramitadas en 2015 (178) y 2016 (114).

De las 58 reclamaciones sobre programas y avances de programas, un 34,5% se refieren a contenidos emitidos por los canales de MEDIASET ESPAÑA; un 32,8% por RTVE; un 20,7% por ATRESMEDIA; un 6,9% por NET TV y un 5,2% por las televisiones de la FORTA.

Por canales, el 13,8% de estas reclamaciones corresponde a LA 2, debido a las críticas que suscita la emisión de programas o eventos taurinos. Le siguen TELECINCO y FDF, con un 12,1% respectivamente. LA 1, con un 10,3%. CLAN y ANTENA 3 con un 8,6%. CUATRO, las cadenas de la FORTA, LA SEXTA y NEOX con un 5,2%. DISNEY CHANNEL y PARAMOUNT CHANNEL con un 3,4%. Y BOING, DIVINITY, ENERGY y NOVA con un 1,7%. Además del caso de "Tendido Cero", los espacios que concitan un mayor número de reclamaciones son "La que se avecina", "Sálvame", "Bob Esponja" y "La Mañana".

Tras la evaluación de estas 58 reclamaciones, el Comité de Autorregulación del Código, formado únicamente por los propios operadores televisivos, sólo ha apreciado inconvenientes para la emisión en 2 de ellas, en ambos casos por calificación inadecuada ("La Mañana").

Por lo que respecta a las 13 reclamaciones publicitarias, que han sido evaluadas por la Asociación de la Autorregulación de la Comunicación Comercial (AUTOCONTROL), diez de ellas se han desestimado por considerar que no había incumplimiento de la normativa o porque no se encuadraban en los objetivos del Código. Y en tres casos se reconocen inconvenientes para la emisión, obteniéndose del anunciante o del operador promesa de cese o rectificación del anuncio.

Críticas de las organizaciones sociales al sistema de autorregulación

Con motivo de la publicación del informe, organizaciones sociales participantes en la Comisión Mixta de Seguimiento (CEAPA, ICMEDIA, PLATAFORMA DE INFANCIA y AUC), han manifestado su preocupación por la decadencia que experimenta el actual sistema de autorregulación televisiva, que en buena parte achacan al incumplimiento por parte de las cadenas del compromiso adquirido en el Código de difundir su existencia entre los espectadores, como cauce para presentar quejas sobre la programación televisiva.

Las organizaciones sociales consideran, además, que el actual Código de Autorregulación, puesto en marcha en 2005, responde a una situación del panorama televisivo que tiene que ver muy poco con la actual. Destacan, en este sentido, la necesidad de una revisión profunda de las normas del Código y del modelo en su conjunto, garantizando una mayor transparencia en las decisiones y una mayor eficacia en la gestión de las quejas. Recuerdan la importancia de proceder a una actualización a la luz de la nueva Directiva de Servicios Audiovisuales. Y piden la incorporación al sistema de todos los nuevos operadores televisivos y audiovisuales que han ido apareciendo en estos años y que cuentan con una creciente cuota de audiencia, especialmente entre los más jóvenes.