

## *La rebelión de las audiencias*

**JUSTINO SINOVA**

**H**e escuchado a algunos profesionales de la televisión quejarse de la existencia de esas asociaciones de telespectadores que luchan por hacer oír su voz. Alguno de ellos ha llegado a calificar esta reacción popular de ejercicio de censura. Confieso que no lo entiendo —o entiendo demasiado bien al profesional tranquilo y soberano en su parcela de influencia— porque lo que ejercen estos ciudadanos es, simplemente, su derecho.

Las asociaciones de telespectadores han logrado ya varios éxitos. Han conseguido cambiar la hora de emisión de programas cuyo contenido es considerado inconveniente para el público potencialmente receptor, han provocado la reflexión en torno a otros espacios, han inducido a varios anunciantes a no colaborar con esos programas tenidos por inadecuados; en definitiva, han depositado la semilla de la preocupación y del ejercicio de la responsabilidad en buen número de telespectadores acostumbrados a una contemplación acrítica de ese medio de comunicación.

## **COMUNICACIÓN**

Ha sido la fuerza que, de pronto, estas asociaciones han adquirido lo que ha alarmado a esos profesionales ahora preocupados. Pero su nacimiento debe ser saludado con esperanza. Porque por primera vez de una manera organizada los receptores de la comunicación unen sus esfuerzos para ocupar el lugar que les corresponde y que nunca nadie les ha reconocido plenamente.

El proceso de la comunicación

**«Las asociaciones de telespectadores han logrado ya varios éxitos. Han conseguido cambiar la hora de emisión de programas cuyo contenido es considerado inconveniente para el público potencialmente receptor.»**

pública, es decir, el acto de la difusión de contenidos a un público numeroso, disperso y no identificado, tiene una asignatura pendiente. Los públicos, que son quienes legitiman el fenómeno, son con demasiada frecuencia los participantes mudos en el acto solemne de la palabra. Son los legitimadores del proceso porque todo él está orientado a dar satisfacción al derecho individual a la formación —que incluye la libertad de expresión y la libertad de información— y que faculta a cada persona a exigir información.

La comunicación periodística — y en general toda comunicación pública— no es un simple hecho cultural que dependa exclusivamente de la voluntad de su promotor, sino un acto de responsabilidad social que trata de satisfacer las exigencias del receptor. En el caso de la información, el público tiene derecho a reclamarla, y por ello a las autoridades públicas corresponde el deber de ofrecer las que les afecte y de facilitar la elaboración y difusión de toda en general, y sobre los periodistas pesa el mandato de elaborarla con verdad y de difundirla con eficacia. Precisamente porque los periodistas realizan una función de repercusión social imprescindible para el disfrute de un derecho individual, están asistidos por garantías jurídicas como el secreto profesional y la cláusula de conciencia que, en nuestro caso, gozan incluso de reconocimiento constitucional.

Esta concepción radical y justa del proceso de la comunicación, que reconoce a cada uno su derecho, contempla con insatisfacción cómo uno de los elementos relacionados cumple un simple papel pasivo la mayor parte de las veces. El proceso de la comunicación es un círculo no completamente cerrado porque la respuesta de los públicos no llega a los emisores originales o éstos no se ocupan de recogerla y expresarla. Un entendimiento cabal de este proceso debe llevar a proclamar el derecho de los públicos al uso de los medios de comunicación, lo que impone a éstos severas condiciones, como las de reflejar las corrientes de pensamiento presentes en la sociedad, realizar un tratamiento ecuánime de las opiniones ajenas y dejar constancia de las reacciones provocadas por su acción. En los demás supuestos de comunicación pública abierta no informativa, se entiende por analogía que los públicos conservan ese derecho de respuesta.

Así pues, cuando las asociaciones de telespectadores, o cualquier otra entidad que agrupe a los receptores de la comunicación, manifiestan públicamente su opinión o trabajan para influir en la programación de una emisora televisiva están ejerciendo una tarea que les corresponde como personas y como ciudadanos. Y las televisiones, cuando recogen esas opiniones y las aceptan —incluso cuando las rechazan

**«Algunos medios de comunicación han intentado paliar esta carencia con el nombramiento de un "ombudsman" de los públicos, un quejas y sugerencias de los receptores.» profesional que recibe y canaliza**



motivadamente—, están respondiendo adecuadamente a la facultad ejercitada por los públicos.. El proceso de la comunicación es una relación entre dos polos humanos que tienen el mismo derecho a ser activos.

Algunos medios de comunicación han intentado paliar esta carencia con el nombramiento de un "ombudsman" de los públicos, un profesional que recibe y canaliza quejas y sugerencias de los receptores. "El País" dispone de un "Defensor del Lector" desde hace años y "Diario 16" creó la figura de un "Corresponsal de los Lectores" que desgraciadamente hoy ha desaparecido. Esta responsabilidad, que empezó a ser admitida y concretada por varios

periódicos estadounidenses y que en España encuentra dificultades para su establecimiento, es una buena idea para tratar de cerrar el círculo del proceso de comunicación.

Ahora está pensando en ella Televisión Española y no se puede recibir el propósito más que con aplauso. Un Defensor de los Telespectadores serviría hoy de canal de comunicación entre los responsable de la programación y los sectores — amplios y variados— de ciudadanos ofendidos, disgustados e insatisfechos con lo que ofrece la pequeña pantalla. Ya habrá tiempo de entrar en los detalles del estatuto de este "ombudsman" televisivo— necesita trabajar con independencia y eficacia, es decir, hay que asegurar que le hagan caso, incluso cuando denuncie el control político, que será sin duda un tema de queja permanente—, pero la idea es una de las pocas noticias positivas que la televisión pública nos ha ofrecido sobre ella misma en los últimos tiempos.

En realidad, a la televisión no le queda más remedio que responder con inteligencia a la rebelión de las audiencias, síntoma de una sociedad que ha guardado silencio durante demasiado tiempo. Llega el momento de los públicos y eso debe ser entendido como un indicio de madurez. Claro que hará el trabajo de los comunicadores un poco más difícil: por ahí sí se explica su preocupación.