Comunicar, 25, 2005

Prolegómenos

Televisión de calidad

Quality television

José Ignacio Aguaded Gómez

La edición de este monográfico de «Comunicar», al cumplir sus veinticinco números, dedicado a la «televisión de calidad» no es una mera causalidad. Al hilo de esta temática, el Grupo editor ha convocado un congreso hispanoluso dedicado a esta temática con el sugerente título de «La televisión que queremos. Hacia una televisión de calidad», evento que congrega a más de 400 profesionales e investigadores de Europa y América –casi 20 países– para discutir sobre este medio de comunicación que tan radicalmente ha transformado el mundo de finales del siglo XX y, como vislumbramos, lo empieza a hacer ya también, y más si cabe en los inicios del nuevo milenio.

El presente número de «Comunicar» se dedica, por tanto, de forma monográfica, al medio estrella, la televisión, y desde una vertiente tan específica como reivindicativa: la urgencia de ofrecer contenidos televisivos con unos mínimos parámetros de calidad para que este medio, sin perder su vertiente lúdica y de ocio tan importante, sea verdaderamente el instrumento transformador y formativo que la ciudadanía realmente espera. Cierto es que esto es tan fácil de decir como difícil de aplicar, sobre todo en un medio tan poliédrico, complejo y multiforme como es la pequeña pantalla, que lejos de ser una «caja tonta», es centro neurálgico de intereses muy encontrados, de juegos políticos, y especialmente de un amplio entramado mercantil y económico sobre el que pivota gran parte de la vida de las sociedades capitalistas modernas.

Optar por la televisión como objeto de estudio y como propuesta de análisis es, sin duda, una apuesta arriesgada, llena de trampas, recovecos y atajos, pero no exenta tampoco de gratificaciones, sobre todo por la necesidad de su estudio y las importantes pistas que nos puede deparar en el actual contexto social, compartido no sólo por los países europeos, sino también latinoamericanos y de cualquier otro rincón del mundo. Los «edu-comunicadores» estamos, más obligados que nunca, a no sumergirnos en las prometedoras expectativas de las nuevas tecnologías, sin olvidar la omnipresencia –y casi omnipotencia– que tiene la televisión en la vida de los ciudadanos.

Es éste el reto que asumimos en este texto en el que a lo largo de 223 documentos nos enfrentamos a la apuesta de ofrecer «luces» para una mejor televisión de calidad. Por supuesto, las 424 páginas del libro son insuficientes para acoger tal cúmulo de información y perspectivas variadas. Por ello, por primera vez, «Comunicar» ofrece una versión múltiple en papel y en formato digital simultáneamente, integrando los textos de la primera sección en formato íntegro en la versión papel y todos los demás mediante resúmenes ampliados en el CD con la versión completa.

Prolegómenos

El texto que presentamos viene prologado por la Vicepresidenta Primera del Gobierno de España, que reclama calidad en la televisión a través de una información independiente, veraz y abierta a todos los sectores, sensibilidades y colectivos sociales, en una apuesta por la educación y el conocimiento, y en una oferta de entretenimiento que nos haga disfrutar inteligentemente. Los trabajos de los directores de RTVE y RTVA sirven para apuntar también la necesidad de la implicación de los propios servicios públicos en pro de ésta, no por deseada siempre difícil, televisión de calidad.

Investigadores, profesionales de la educación, comunicadores, periodistas, telespectadores, consumidores de comunicación, ciudadanos en general... alzan su voz para reflexionar sobre lo que no es más que parte de nuestro entorno cotidiano: la televisión. En estos dos centenares largos de trabajos que ofrecen, nunca mejor dicho, un verdadero caleidoscopio, analizamos tres grandes ejes: la televisión y los telespectadores, desde múltiples puntos de vista: las audiencias y la participación, la visión de los consumidores infantiles y juveniles del medio, el tema de la violencia, la publicidad y el consumo, las imágenes y estereotipos y finalmente los lenguajes, géneros y contenidos televisivos. En la segunda sección nos centramos propiamente en la televisión de calidad, analizando sus estándares, la televisión interactiva, la óptica infantil y juvenil, y las audiencias, así como las repercusiones de la calidad en los contenidos. Finalmente, el último gran eje de este trabajo se centra en la televisión y la educación, en sus vertientes de televisión educativa, curricular y en un amplio conjunto de experiencias desarrolladas en casi dos decenas de países.

En suma, un texto ambicioso y extenso, fruto de muchas reflexiones en el ámbito latinoamericano, que demuestra la vida de este tema y la necesidad de seguir investigándolo para alcanzar una televisión de mayor calidad.

25 números de palpitaciones

La revista «Comunicar» cumple con este monográfico sus 25 números de existencia. Puntualmente –y cada semestre de los últimos doce años y medios– esta cabecera ha sido fiel a sus lectores y colaboradores, cumpliendo el ambicioso objetivo –y quizás también, por ello, muchas veces incomprendido– de ser un referente en España, Portugal y Latinoamérica en un ámbito emergente e imparable, como es la educomunicación, esto es, la educación y alfabetización de la ciudadanía para enfrentarse a los retos y dilemas que presenta el consumo masivo, «omnipotente» y «omnipresente» de los medios en la vida de los ciudadanos.

Hoy día, por fortuna, esta realidad es más reconocida, y aunque la sistematización de conocimientos está casi toda por hacer, contamos con un corpus, teórico y práctico, considerable, tanto en libros como en artículos de revistas profesionales. «Comunicar» es ya un espacio conocido para la reflexión y el diálogo plural. Cada día son más sus lectores y más los investigadores, profesores y comunicadores que llaman a sus puertas para dar a conocer experiencias, reflexiones, propuestas e investigaciones sobre la educación y la comunicación.

El equipo de profesionales que sacamos a la luz esta adolescente publicación de 12 años y medio vivimos esa aventura con ilusión desmedida y con múltiples proyectos de futuro, en el firme convencimiento de que sólo la educación y la comunicación, en una armónica conjunción, serán los recursos más genuinos para formarnos en la sociedad tecnológica y mediática que nos ha tocado vivir.