

Xarxa d' Educadors i Comunicadors

# Informe sobre educación y televisión

Mitjans  
Barcelona

*El dinámico colectivo catalán «Mitjans», que mantiene estrechas relaciones con el Grupo Comunicar ha desarrollado en los últimos tiempos múltiples actividades de dinamización de la comunidad educativa y comunicativa en favor de la integración de los medios en las aulas. Con este informe sientan algunos de sus presupuestos y propuestas para una mayor conexión de la televisión con la educación.*

En la sociedad mediática en la que vivimos, el consumo de televisión crece; los niños y los jóvenes pasan cada día más tiempo frente al televisor. Según los datos de audiencia de Sofres (1996), el alumnado de Primaria –de los 6 hasta a los 12 años– pasa frente al televisor una media diaria de 159 minutos y el alumnado de Secundaria –a partir de los 12 años– unos 166 minutos, es decir, casi tres horas diarias. Estos datos de audiencia, este consumo audiovisual, se prevé que se consolide en función del aumento de la oferta de canales de televisión, vía satélite, cable o Internet.

Paralelamente, en los últimos años, el equipamiento audiovisual de los hogares catalanes también ha aumentado. Aparatos como pueden ser el vídeo, la cámara de vídeo, el segundo televisor, el ordenador, etc., cada vez están más presentes. Conviene subrayar el incremento notorio del segundo receptor de

televisión, se calcula que dos tercios de las familias catalanas tienen dos o más televisores<sup>1</sup>, receptores que se sitúan, habitualmente, en la habitación de los más pequeños de la casa.

De este modo, para que los niños y los jóvenes aprendan a moverse por este ecosistema comunicativo, es necesaria una Educación en materia de Comunicación, la cual debería implicar, no sólo a los padres y a la escuela, sino, tal como recoge la Declaración sobre la «Educación de los Medios» de la UNESCO (1982), también a los medios de comunicación y a los responsables de la política educativa y comunicativa.

### 1. Educar en comunicación

En lo referente a las escuelas y los institutos, la Educación Audiovisual que se imparte en el nuevo Sistema Educativo está contem-

plada como un eje transversal y no como un área propia, a la manera de otros países. Esto comporta una gran dificultad en su desarrollo, debido a que la actual organización escolar tiende más a la verticalidad que a la transversalidad. El mismo documento *L'Educació audiovisual, Educació Secundària Obligatoria i Bachillerat* del Departament d'Ensenyament (1996) precisa que, si bien gran parte de este eje transversal se halla presente en diferentes áreas de aprendizaje (Lengua, Ciencias Sociales y Educación Visual y Plástica), admite que «la extensión de los contenidos de las correspondientes programaciones de las áreas señaladas conlleva que algunos temas queden solamente esbozados y no acaben de tener la consideración que se merecen para su implicación en la sociedad actual, cada vez más sumergida en la cultura de la imagen».

De este modo, la realidad nos demuestra que los ejes transversales se trabajan en los centros docentes «cuando se puede y se dispone de tiempo» y la actitud y la formación del profesorado lo permiten. Y cuando se intenta insertarlos en los currículos, hay grandes dificultades y además el peligro de provocar una sobrecarga de los contenidos<sup>2</sup>.

Estos problemas para integrar la Educación Audiovisual como eje transversal, añadido a la poca atención que recibe en el área de Visual y Plástica, y la aplicación aleatoria de los créditos variables, hacen casi imposible la integración práctica de la Educación Audiovisual al currículum de Secundaria.

## 2. La función educativa de la televisión

Siempre se ha dicho que la televisión tiene tres funciones básicas: informar, entretener y educar. Pero ésta última, la educativa, no

se tiene en cuenta en el conjunto de la programación y se relega a un segundo plano, olvidando que la televisión transmite y educa en valores y actitudes en toda su programación.

También la televisión educativa se programa en horarios ocultos, siguiendo los criterios mercantilistas del *prime time* de las televisiones tanto públicas como privadas. La batalla por la audiencia es la excusa según la cual publicistas y programadores ponen en marcha o imponen una programación de bajo presupuesto y escasa calidad, que tantas veces es un insulto al telespectador, alegando la gran demanda de estos programas basura.

## 3. Convenio para la autorregulación

En abril de 1993 todas las televisiones públicas y privadas del Estado español firmaron un Convenio para la Autorregulación, conjuntamente con el Ministerio y las Consejerías de Educación. Este documento recoge una serie de acuerdos, compromisos y voluntades sobre la programación infantil y juvenil respecto a la violencia gratuita, la discriminación de todo tipo (color, raza, sexo, religión o ideología), la publicidad que incita al consumo de productos que pueden afectar la salud, el sexo sin valor educativo y el lenguaje. El texto también recoge algunos compromisos del Ministerio y de las Consejerías de Educación en el campo de la investigación sobre televisión y educación, así como la puesta en marcha de campañas de sensibilización entre los profesores, los alumnos y los padres para promover las posibilidades educativas de la televisión.

Visto el escaso eco y efectividad que se constata en la programación televisiva, parece evidente que las instituciones y empresas implicadas «archivaron» el Convenio por la Auto-

Para que los niños y los jóvenes aprendan a moverse por este ecosistema comunicativo, es necesaria una Educación en Comunicación, que debería implicar no sólo a los padres y a la escuela, sino también a los medios y a los responsables de la política educativa y comunicativa.

rregulación el mismo día en que fue firmado. A principios de 1997, casi cuatro años después de la firma (!), el Ministerio de Educación y Cultura creó una comisión para llevar a cabo un seguimiento; a pesar de todo la ministra Esperanza Aguirre, reconoció el 8 de octubre pasado en el Senado «que no se ha podido evitar» que las cadenas de televisión incumplan el Convenio de Autorregulación.

Pero ni este convenio, cargado de buenas intenciones, ni la ley conocida como de «Televisión sin fronteras<sup>3</sup>», donde se dedica un capítulo a la protección de los menores, han servido para mejorar los contenidos de la programación televisiva y de la publicidad respecto a los niños y los jóvenes.

Conviene, pues, que todos los canales de televisión, ya sean públicos o privados, respeten los principios deontológicos firmados que se recogen en el Convenio para la Autorregulación (1993) y se ajusten a la legislación vigente en el campo radiotelevisivo (Ley 25/1994 de Televisión sin fronteras y la Ley 8/1996 del 5 de julio de «Regulación de la programación audiovisual distribuida por cable»), a la vez que deben ser conscientes de la función educativa que tiene la televisión.

#### 4. El futuro

La importancia que tienen los medios de comunicación audiovisuales en la sociedad actual –aparición de nuevas tecnologías y de canales de información, modificación de los hábitos socioculturales, nuevas posibilidades de expresión, concentración del poder mediático, etc.– y la que se prevé en el futuro más próximo, nos plantea un desafío educativo y comunicativo: la formación crítica del alumnado, del telespectador en general, en el campo de la comunicación. Una situación que nos

empuja a buscar y a concretar fórmulas efectivas para la educación audiovisual tanto en el nuevo sistema educativo como en los medios de comunicación.

### 5. Algunas propuestas para una política comunicativa en la educación

Las propuestas que apuntamos en el campo educativo se podrían agrupar en tres apartados o campos:

#### 5.1. Educación en comunicación

Incorporar a los currícula de los diferentes niveles educativos una educación en comunicación «global» que enseñe a descodificar los mensajes mediáticos y también a crearlos.

La poca atención que recibe la educación audiovisual en el nuevo Sistema Educativo obliga a replantear la necesidad de una área

propia para la Educación en materia de Comunicación, de la misma forma que se han incorporado en el currículum de la Educación Secundaria Obligatoria (ESO) «nuevas» materias, como son la Tecnología o la Música, que ocupan un espacio importante en la sociedad actual.

#### 5.2. Formación y orientación del profesorado

Profundizar en la formación y reciclaje del profesorado, no solo en el aspecto técnico sino también en el campo didáctico y expresivo de la comunicación audiovisual.

Incorporar la figura del «educador», bien sea directamente en los centros

grandes, o a través de los Centros de Recursos Pedagógicos (CRPs).

#### 5.3. Material y dotación

Aumentar la dotación de tecnología audiovisual de los centros docentes equiparán-

La importancia que tienen los medios de comunicación audiovisuales en la sociedad actual, y la que se prevé en el futuro más próximo, nos plantea un desafío educativo y comunicativo: la formación crítica del alumnado, del telespectador en general, en el campo de la comunicación.

dola a la informática. La cámara de vídeo y los otros aparatos destinados a la producción, todavía están considerados como juguetes y no como herramientas con muchas posibilidades didácticas.

Diseñar más material didáctico para la educación audiovisual, con soporte magnético, óptico e impreso. Ésta es una propuesta que afectaría tanto a las editoriales y productoras como a las instituciones educativas.

### **6. Algunas propuestas para una política educativa en la comunicación**

En este apartado, podríamos apuntar las siguientes propuestas:

#### **6.1. Programación infantil y juvenil**

La programación considerada infantil y juvenil es un concepto televisivo que convendría revisar, ya que no se ajusta a la realidad. Los datos demuestran que hay tres puntos de máxima audiencia infantil durante el día: a las ocho y media de la mañana, a las dos y media de la tarde y a las once de la noche. Ninguno de estos puntos de audiencia corresponde a la franja horaria considerada infantil: de las cinco de la tarde a las diez de la noche. Si estos hábitos familiares fueran extensivos a la mayoría de los hogares, como así parece, convendría que los responsables de las programaciones de televisión la revisaran y la ajustaran a la realidad.

#### **6.2. Formación y orientación de los periodistas**

La función educativa tiene que llegar a los medios de comunicación, sobre todo a la televisión, por lo cual la formación y el reciclaje deberían ser considerados por las personas que

participan directamente en la elaboración de la televisión: redactores, publicistas, programadores, productores, etc.

#### **6.3. Gabinetes de asesoramiento pedagógico**

En esta línea, la propuesta de la creación de gabinetes de asesoramiento pedagógico serviría para elaborar propuestas y buscar alternativas. Si bien algunos programas infantiles de televisión—los llamados clubes—cuentan con la figura del pedagogo-asesor, estos gabinetes asesorarían no sólo la franja horaria considerada infantil y juvenil, sino toda la programación que ofrecería la cadena: reportajes, concursos, películas, etc., de la misma manera que funcionan para el buen uso del

idioma los gabinetes de asesoramiento lingüístico en los medios.

#### **6.4. Impulsar la educación audiovisual desde la televisión**

La educación audiovisual no tiene que entenderse como un simple capítulo en la franja de televisión educativa que algunos canales programan, sino que se deberían buscar otros caminos para hacer llegar a los telespectadores los contenidos de la educación en comunicación.

La experiencia italiana de la campaña «Sai vedere la TV» emitida, en forma de publibreportaje, por Canale

5, Italia 1 y Retequattro es un primer intento de introducir elementos de educación audiovisual dirigida a la audiencia infantil y juvenil. Ésta es una campaña que quiere descubrir las claves según las cuales los chicos y chicas puedan diferenciar en la programación televisiva la ficción de la realidad, uno de los aspectos básicos de la educación en televisión.

En este sentido, el «Comité Director sobre Mass Media» (CDMM) del Consejo de Europa

Algunas de estas propuestas, tanto las comunicativas como las educativas, pueden parecer utópicas todavía hoy, 50 años después de la primera emisión de televisión. Pero a los niños y a los jóvenes conviene enseñarles a ser consumidores críticos hoy si queremos ciudadanos libres mañana.

está coordinando un proyecto para educar a los niños en el consumo de los medios audiovisuales. El proyecto consta de tres campos de acción: enseñar a los niños a diferenciar entre la violencia real y la ficticia, educar en la tolerancia a través del análisis crítico de los mensajes televisivos, y finalmente fomentar el respeto a la propiedad intelectual. Tres puntos que se concretarán en unas recomendaciones dirigidas a los diferentes gobiernos europeos. Éstos son algunos intentos, insuficientes, pero necesarios, para impulsar la educación audiovisual.

Una propuesta que implicaría a los dos colectivos es la de fomentar la relación entre los centros docentes y los medios de comunicación, entre educadores y comunicadores. En este sentido, la interconexión entre los centros docentes y las televisiones locales, en tanto que es el medio de comunicación audiovisual más próximo, sería un primer paso hacia una colaboración mucho más estrecha.

Algunas de estas propuestas, tanto las

comunicativas como las educativas, pueden parecer utópicas todavía hoy, 50 años después de la primera emisión de televisión. Pero a los niños y a los jóvenes conviene enseñarles a ser consumidores críticos hoy, si queremos ciudadanos libres mañana.

*Barcelona, noviembre de 1997*

**Notas**

<sup>1</sup> El estudio realizado el año 1996 por Line Staff Consulting a petición del Departamento de Cultura de la Generalidad de Cataluña indica que el 96,7% de los hogares catalanes tienen televisión, el 80,7% tienen vídeo, el 65,3% tienen dos televisores o más, el 25,6% cámara de vídeo y que en el 38,6% hay ordenador.

<sup>2</sup> Recordamos que en Cataluña podemos relacionar una lista de ocho ejes transversales: Educación Ambiental, Educación Audiovisual, Educación para el Consumo, Educación Intercultural, Educación no Discriminatoria, Educación para la Paz, Educación para la Salud, Educación Viaria, Seguridad y Prevención.

<sup>3</sup> La Ley 25/1994 de 12 de julio, que aplica la Directiva Europea 89/552/CEE, recoge en el capítulo IV, de la protección de los menores dos artículos –el 16 y el 17– dedicados a la publicidad y a la programación.

*Mitjans es un colectivo de profesores y periodistas de Cataluña que trabajan por la interacción entre los medios de comunicación y la educación.*

