

Una televisión para la educación en el siglo XXI. Mucho más que un servicio público esencial

Agustín García Matilla

El desarrollo e implantación de las tecnologías de la información y de la comunicación ha llevado a convertir en un lugar común el decir que vivimos en una “sociedad de la información”; incluso, se ha defendido como un ideal el poder conseguir esa transformación de la sociedad de la información en una “sociedad del conocimiento”. Los hechos nos demuestran que la información sigue siendo el principal bien de cambio del mundo desarrollado. Quien no accede a la información tampoco puede acceder en igualdad de condiciones a un mundo supuestamente intercomunicado. Esto significa que la información también sigue siendo sinónimo de poder y de acceso al bienestar económico.

Los hechos nos confirman que en los inicios del siglo XXI la diferencia entre “info-ricos” e “info-pobres” es cada vez mayor. A pesar de las inmensas posibilidades informativas, comunicativas y educativas de los nuevos medios parece que no es posible dar en estos momentos una visión optimista, al menos en lo que se refiere a la posible reducción de las diferencias existentes entre los países desarrollados y los países pobres del planeta.

Uno de los principales problemas que lleva aparejado la sociedad de la información es que “el ruido” se ha convertido en uno de los grandes enemigos de la propia información. Ese ruido es también el escollo fundamental para poder acceder al conocimiento. Muchas veces la propia saturación de información se convierte en ruido. La radio, la televisión, las redes, Internet están saturadas de ruidos que no sólo nos alejan de esa supuesta “sociedad del conocimiento”, sino que además ponen en cuestión gran parte de la información que circula tanto por los medios convencionales

como por los sistemas de información representados por redes de información como la propia Internet.

Pero el mayor de los ruidos lo constituye la “desinformación”. La desinformación puede definirse como un “conjunto de técnicas utilizadas para manipular la información conservando su verosimilitud con el fin de influenciar sobre la opinión y las reacciones de las gentes”¹

Cuando un país no tiene claro el papel de servicio público de los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) y de los sistemas de información y comunicación (redes), tanto públicos como privados, los modelos de democracia con los que hasta ahora hemos estado familiarizados comienzan a dar síntomas preocupantes de deterioro.

Esos síntomas se traducen en prácticas tales como: beneficiar a los partidos políticos en el poder (en el caso de los medios públicos) o sesgar la información hacia los intereses de los grupos de poder económico poseedores de esos medios (privados); minimizar el peso de las informaciones que no gratifican, anular cualquier referencia a los acontecimientos que no benefician a un gobierno determinado o a un grupo económico concreto, o exagerar las virtudes o defectos del partido o grupo económico, afín o de la competencia, respectivamente; dar prioridad absoluta a la búsqueda de audiencias o públicos masivos en detrimento de la calidad de los contenidos y formatos; dotar de los peores recursos a los programas de servicio público con interés social, cultural, o educativo; no contribuir al acceso y participación de los ciudadanos y especialmente de las minorías marginadas; evitar la formación crítica de las personas que deberían ser beneficiarias de estos medios y sistemas de información y comunicación; renunciar a fomentar el debate social, etc.

¹ Jacquard, Roland (1988); La desinformación: una manipulación del poder. Espasa Calpe, Madrid. p. 9

Existe, sin embargo, una desinformación mucho más global, que trasciende a las fronteras nacionales y que ha sido manejada especialmente desde las grandes agencias de información y comunicación norteamericanas.

El tratamiento informativo dado a diversos acontecimientos bélicos ocurridos en los años 90 puso en cuestión la capacidad informativa de medios como la televisión. El verdadero punto de inflexión vino dado por La Guerra del Golfo. Periodistas de todo el mundo, y especialmente los de televisión, reconocieron haber servido a los intereses de un gran espectáculo, montado a mayor gloria del Imperio de los Estados Unidos de Norteamérica y de la CNN. Para muchas personas ésta fue la primera vez que se veían claras las graves limitaciones de la información televisiva. Se comprobó hasta qué punto el género más fiable para la audiencia: el informativo, podía utilizarse para falsear una realidad que llegaba simultáneamente manipulada a todos los confines del globo.

Como vuelta de tuerca significativa, en 2001 la CNN dio nuevos pasos hacia adelante marcando tendencias en esa carrera por conseguir una mayor espectacularidad en sus informativos, mezcla de información y entretenimiento (“Infotainment”)².

Los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001, no han servido para variar la tendencia ya conocida; por ejemplo, la ocultación de la mayor parte de los detalles de la campaña bélica llevada a cabo por Estados Unidos en Afganistán confirman la trayectoria ya descrita. Sólo hay que reseñar un pequeño “guijarro” en el camino de las cadenas norteamericanas. La cadena árabe Al Yazeera ha sido esta vez un referente en competencia con la CNN, y con los informativos de las grandes “majors” norteamericanas CBS, ABC, y NBC.

La lucha por la audiencia ha hecho que, también en otros países y más concretamente en España, los informativos de las cadenas generalistas hayan entrado en una guerra por conseguir un mayor grado de espectacularidad: por

² Para ello contrató a la actriz Andrea Thompson, antigua estrella de la serie Policías de Nueva York, como presentadora de su canal Headline News. En este canal los segmentos de noticias quedan reducidos a una duración de 10 o 15 segundos.

ejemplo, en los últimos años los sucesos y los deportes han ido comiendo tiempo a la información política.

La fragmentación, la visión parcelada de la realidad o la falta de contextualización, son algunos de los problemas evidentes de la información televisiva, única fuente de información para gran parte de la ciudadanía.

Los periodistas de televisión se han referido en muchas ocasiones a las dificultades que entraña construir una información para un informativo diario. Efectivamente, en los breves segundos que se le asignan a la mayor parte de las noticias en un minutado, no resulta nada fácil contextualizar una información y aproximarse con cierto rigor a la realidad.

Todas estas limitaciones hacen más necesario aún promover la formación de la población en el análisis crítico de los medios, en el conocimiento de las técnicas de información y comunicación y en una verdadera alfabetización audiovisual y multimedia. Y todo ello con el objetivo fundamental de contribuir a la formación de un pensamiento crítico en el conjunto de la sociedad que permita recuperar un nuevo sentido de democracia.

Si en Estados Unidos hace años que uno de cada dos norteamericanos no vota, si en las últimas elecciones presidenciales estadounidenses las irregularidades detectadas en el recuento identificaron a este país con el viejo cliché de país de opereta, si los escándalos de corrupción han salpicado de forma recurrente a numerosos países con sistemas democráticos repartidos en los 5 continentes, si existe la experiencia de que la quiebra y el descontento entre la ciudadanía y los políticos se amplía en situaciones de crisis, si el nuevo siglo se ha abierto casi con más incertidumbres que certezas... No debe extrañarnos que haya personas que planteen sus dudas de una forma tan tajante como para afirmar

que “el modelo de democracia parlamentaria actual no va a ser el adecuado en la sociedad del conocimiento”³

En este contexto la educación y la comunicación deberían ser protagonistas de ese proceso transformador. La educación para la comunicación puede ser uno de los ejes que permita entretejer los mimbres necesarios para esa nueva sociedad que debe revisar y actualizar los valores necesarios para construir las sociedades democráticas del siglo XXI.

Una prioridad: conocer y difundir el valor de educar

Uno de los principales problemas a los que la sociedad del siglo XXI se ha de enfrentar es al de no conocer el significado de educar. Se habla de educación desde el desconocimiento, llamando educación a lo que es mera formación o asociando como educativos modelos que nacieron obsoletos.

Educar no es suministrar información, no es ayudar a memorizar unos determinados contenidos, no es ni siquiera instruir, adiestrar o, no sólo es, mostrar eficacia en los logros de aprendizaje de los alumnos. En todo caso estos no deben ser los conceptos que nos aproximen a una definición de educación para la sociedad del conocimiento del Siglo XXI.

La educación, relacionada con las primeras fases de la infancia se identifica con el hecho de saber acompañar y estimular el desarrollo evolutivo del niño, arropándole afectivamente, ayudándole a desarrollar sus habilidades psicomotrices, apoyando sus capacidades para aprender a leer y escribir, y en última instancia estimulándole a expresarse, desarrollando un pensamiento autónomo y crítico. Educar es también ayudar a desarrollar una sensibilidad, fomentar la creatividad, formar en la autoestima y en el saber mirar el mundo

³ Majó, Joan.; (2002) “Las profesiones de la comunicación en la sociedad del conocimiento”, conferencia dictada dentro del IV congreso Internacional sobre Comunicación, Universidad y Sociedad del Conocimiento, organizado por la Universidad Pontificia de Salamanca, 24-26 de enero de 2002.

desde la emoción - y, al mismo tiempo, dar estímulos para que la propia persona sepa gestionar esas emociones y vivir en sociedad -.

La diferencia fundamental frente a otros períodos históricos es que hoy en día se tiene conciencia de que la vigencia de los conocimientos se ha reducido muchísimo. Algunos analistas han llegado a expresar que hay muy pocos conocimientos que mantengan su vigencia durante el período de vida de una generación. Todo ello motiva el que sea necesaria una permanente actualización. El concepto de educación permanente entronca con la necesidad de la educación para toda la vida. Pensadores de la talla de Edgar Morin⁴ se han interrogado sobre los nuevos saberes necesarios para afrontar el siglo XXI.

Desde finales de los años '60⁵ las primeras universidades a distancia se plantearon ser universidades de la segunda oportunidad. Esto permitió que muchas personas que no habían tenido ocasión de estudiar en su juventud, pudieran recuperar su vocación y acabaran sus carreras. También permitió que muchas personas accedieran al estudio en sistemas de enseñanza formal no reglada o no formal. Nacieron iniciativas como las que la UNED española planteó desde los años 80 siguiendo el modelo de la Open University británica. Este fue el caso de los cursos de matrícula abierta, independientes de los currícula de las licenciaturas universitarias convencionales.⁶

Hoy en día han surgido nuevas iniciativas como son las ofertas de estudios universitarios para personas mayores, en algunos casos denominadas “universidades de la experiencia”⁷, que abren nuevas vías de acceso al saber y

⁴ Morin, E.; (2001) Los siete saberes necesarios para la educación del futuro. Paidós. Barcelona

⁵ La Open University británica, universidad a distancia decana en el mundo, se funda a finales de los años 60. En 1972 se crea en España la Universidad Nacional de Educación a Distancia y progresivamente nacen otras universidades a distancia en Europa y América Latina.

⁶ <http://www.uned.es>, <http://www.open.ac.uk>

⁷ En España, diversas universidades entre las que se encuentran la Universidad Complutense de Madrid, la Carlos III de Getafe, etc, han incorporado estos programas educativos para personas en edad de jubilación o de prejubilación. Los programas se componen de una combinación de asignaturas procedentes de áreas, campos y ámbitos muy diversos.

sirven de ejemplo de hasta qué punto el acceso al conocimiento es una tarea imprescindible para toda la vida.

Desde esta perspectiva, reconocer el valor de educar se identifica también con la necesidad de generar los mecanismos necesarios para motivar esa ilusión por aprender y el saber explicar por qué se necesitan ejercitar habilidades para aprender en las diferentes etapas de nuestra existencia.

Para que un individuo quiera aprender lo primero es promover el que la persona interesada vea la necesidad de conocer y encuentre el placer que reporta aprender. Desde su nacimiento, el niño aprende de una manera natural. Es conocido que los profesores de educación infantil llevan hasta las últimas consecuencias esa idea de globalización del conocimiento. En estas etapas, la profesionalidad de los educadores permite que el niño aprenda globalmente, integrando los aspectos afectivos y cognoscitivos de manera natural.

¿Debemos plantearnos qué sucede en los tramos posteriores de enseñanza? Hay profesores que despiertan la inquietud y motivan y otros que, por ejemplo, creen que el hábito lector se fomenta exclusivamente con la lectura de los textos que oficialmente figuran en el programa.

El ejercicio de la motivación, la formación del profesor en el desarrollo de metodologías activas que impliquen a los escolares, la capacitación para el desarrollo de nuevas estrategias y funciones vinculadas con el uso del audiovisual y del multimedia, resultan esenciales.

En los más recientes debates sobre la necesidad de cambios en los sistemas educativos nos encontramos con que profesores, teóricos de la educación y autoridades educativas, reclaman el que se haya olvidado que aprender exige del esfuerzo del alumno. Sin embargo la sociedad genera permanentemente

ruidos que refuerzan la posibilidad de “hacer carrera en la vida sin el más mínimo esfuerzo”.

La fama es mucho más importante que el rigor, la frivolidad es el medio para alcanzar muchos de los fines que presenta el escaparate mediático y, paralelamente, las nuevas habilidades que los jóvenes desarrollan no son en absoluto tenidas en cuenta por el sistema educativo. Las declaraciones de muchos de esos profesores, teóricos y responsables de la educación chocan con una realidad que parecen no percibir. Esto contrasta con la capacidad innata de los jóvenes para mimetizarse con el ambiente que ven y que viven cotidianamente.

Y es que vivimos en una sociedad que habla de educación fijándose sólo en los aspectos más anecdóticos y que no parece valorar la verdadera importancia de la educación. Los padres acusan a los profesores, los profesores a los padres y a las autoridades y mientras los jóvenes no encuentran estímulos para aprender. ¿Quién le pone el cascabel al gato?

En mi experiencia de más de 20 años de docencia universitaria considero que los jóvenes que llegan hoy en día a la universidad no son en conjunto ni más mediocres ni más brillantes que los de generaciones anteriores, sin embargo han desarrollado unas capacidades innatas para defenderse del sistema y camuflarse, adaptándose a una situación de mediocridad palmaria que afecta por ejemplo a muchas de nuestras universidades.

No podemos seguir creando una separación absolutamente artificial entre los problemas que afectan al mundo de la educación y los que afectan a la sociedad en general. Los medios de comunicación y los sistemas de información actuales necesitan ser recuperados para la educación. No podemos seguir viendo cómo se relajan las exigencias de servicio público en los medios públicos y privados de carácter generalista, o cómo, antes que legislar se prefiere dejar en la “alegalidad” a los medios de comunicación

locales, mientras las grandes empresas se preparan para invadir con total impunidad, también este campo.

En la mayor parte de los países de América Latina los medios de comunicación han estado siempre en manos de la empresa privada, sin embargo, el concepto de servicio público no ha dejado de estar presente, por ejemplo, en los servicios prestados a la educación, incluso por grupos mediáticos de tanta influencia como *Televisa*, la red *O Globo* o el grupo *Cisneros* - en los tres países donde estos grupos cuentan con su sede matriz, México, Brasil y Venezuela, han emitido programaciones televisivas con objetivos educativos-. Por supuesto que habría que entrar a analizar lo que estos grupos, redes y cadenas han supuesto en los procesos de “aculturación” de la población o en la promoción, dentro de sus programaciones, de contravalores, absolutamente enfrentados con cualquier objetivo educativo. Éste no es, sin embargo, el objetivo del presente artículo aunque el hecho de resaltar la presencia de iniciativas centradas en la educación sí puede servir para reflejar hasta qué punto, la falta de un mayor número de iniciativas de programación educativa en España, sólidas y continuadas, debe ser analizada como parte del fracaso de un sistema que ni siquiera se ha planteado en todo este tiempo, conseguir un pacto por la educación que aglutine los esfuerzos del sistema educativo y de los medios de comunicación.

Para conseguir este pacto es preciso que los Estados no dimitan de su obligación de hacer que los medios de comunicación y los nuevos sistemas de información se pongan al servicio de la sociedad. La sensación de abandono de los objetivos de servicio público que se detecta en sociedades como la española hace que sea cada vez más necesario que exista una respuesta ciudadana ante la pasividad de los gobiernos. Por ejemplo, en el caso de España, se han creado iniciativas como la Plataforma en Defensa de la Radiotelevisión Pública, que integrada por más de 50 Organizaciones, (asociaciones de consumidores, sindicatos, profesores universitarios, y ciudadanas y ciudadanos a título particular), defienden la necesidad de que el

servicio público vuelva a tener un sentido en las radiotelevisiones públicas y privadas españolas. En el manifiesto fundacional de la plataforma se declara que:

“Los países desarrollados de nuestro entorno han previsto que la radiotelevisión ha de cubrir objetivos de servicio público de trascendental importancia desde el punto de vista cultural, educativo, de acceso y participación. Estos objetivos están reflejados en nuestra Constitución, aparecen directamente vinculados con la esencia misma de la democracia y atienden a enunciados tales como:

- Compensar las desigualdades sociales.
- Defender la libertad de expresión.
- Apoyar un concepto de educación y formación permanente, imprescindibles a lo largo de toda la vida.
- Fomentar una programación que proteja los derechos de niños y jóvenes.
- Promover el acceso y la participación de los diversos agentes sociales en una comunicación verdaderamente democrática.
- Promocionar la diversidad cultural y lingüística.
- Atender a las necesidades de las minorías.

- Y más adelante se subraya que - La Comisión Europea confiere al servicio público de radiodifusión un papel central en el funcionamiento de las sociedades democráticas modernas, en especial en el desarrollo y transmisión de valores sociales. No existe ningún otro servicio que, simultáneamente, tenga un acceso tan amplio a la población, proporcione tal cantidad de informaciones y contenidos e influya de forma tan generalizada en los comportamientos sociales”⁸.

Documentos como éste nos recuerdan que en numerosos países del mundo se han producido experiencias pensadas desde una perspectiva o bien directamente educativa o útiles para la educación.

⁸ El manifiesto de La Plataforma en Defensa de la Radiotelevisión Pública se presentó en la Facultad de Ciencias de la información de la Universidad Complutense de Madrid el 21 de noviembre de 2001. Ver texto completo del documento en anexo.

La televisión educativa en el mundo: algunos ejemplos relevantes

En numerosos países la televisión se viene utilizando desde hace muchos años como un medio eficaz para atender a objetivos de carácter educativo y cultural, así como para compensar algunas desigualdades sociales. En ninguno de esos países se discute el hecho de que la televisión deba atender a objetivos educativos, de interés cultural y de Servicio Público.

Los modelos de televisión educativa más relevantes han atendido a experiencias de educación formal reglada y no reglada y a otras de educación no formal o informal. Sin embargo lo más habitual es que la televisión haya influido en la audiencia a través de programas sin una intencionalidad estrictamente educativa, promoviendo valores o contravalores. Las experiencias que se describen a continuación deberían ayudarnos a repensar un nuevo concepto de televisión y multimedia para la educación.

En este apartado vamos a centrarnos fundamentalmente en dos realidades la de América y la de Europa, sin olvidarnos de la sólida experiencia de Japón en el continente asiático. Como puede observarse en los anexos que forman parte de esta publicación, existen experiencias de televisión educativa en los 5 continentes del planeta. Por ejemplo, aunque no se entre en su análisis hemos de citar experiencias interesantes, dentro del continente africano en Sudáfrica, y en Oceanía, también en Australia y Nueva Zelanda. Así mismo, en varios países árabes y en Israel existe una amplia tradición de modelos de televisión educativa de muy diversa calidad y orientación. No obstante, en este artículo sólo se pretenden aportar unas pinceladas ilustrativas que nos ayuden a aproximarnos a esa idea de *una televisión para la educación en el siglo XXI*. Se recuerda asimismo que en el Informe Marco titulado *La Televisión*

*Educativa en España*⁹, tuvimos ocasión de hacer una aportación sistemática y profunda acerca de las experiencias más significativas de la producción mundial de televisión educativa, que seguían vigentes a mediados de los años 90.

El caso de América del Norte

Estados Unidos es el país del mundo con una televisión más competitiva y el que ha venido marcando tendencias en prácticamente toda la televisión mundial. Paralelamente a la existencia de ese mercado altamente competitivo cuenta con la PBS (Public Broadcasting System), una Corporación Privada sin ánimo de lucro que distribuye producciones de interés educativo y cultural (alrededor de 3200 horas de producción) a los cerca de 180 canales públicos estadounidenses que cuentan con licencia de emisión de programas educativos. Sus objetivos son informar, motivar y educar.

A finales de 2000 las estaciones de PBS con servicios digitales llegaban a más de 26 millones de hogares en todo el país. PBS ha puesto en marcha iniciativas destinadas a canales y públicos concretos, este es el caso de PBS Kids para niños en edad preescolar y cuenta con una perfecta coordinación con el sistema educativo a través, por ejemplo, de las webs puestas en marcha con objetivo de suministrar ayudas tutoriales y materiales complementarios. También sirve programas destinados a la población adulta con una completa programación de apoyo a la formación permanente de todos los ciudadanos y ciudadanas. Incluso ha desarrollado iniciativas como The Business Channel,

⁹ García Matilla, A; Martínez, L.M y Rivera, M.J: La Televisión Educativa en España. MEC, 1996.

para proporcionar formación específica a profesionales, empresas y otras organizaciones en una línea de negocio orientada a la formación de adultos.

El hecho de que la cuota de pantalla media de los programas de la televisión pública norteamericana esté en torno al 3% (algo más de 3 millones de hogares) con unos picos en algunos programas de éxito de hasta 14 millones de hogares, ha sido utilizado por algunos como arma arrojadiza para tachar a este modelo de “poco competitivo”. Sin embargo, no hay que olvidar que en ese país funcionan iniciativas como CTW (Children’s TV Workshop) este centro de investigación y producción nació en Estados Unidos a finales de los 60. CTW es el taller de producción de programas para niños de más éxito en toda la historia de la televisión. Las adaptaciones de su programa estandarte, Sesame Street (“Barrio Sésamo”, “Plaza Sésamo”, etc dependiendo de la denominación de las diversas adaptaciones realizadas en los distintos países del mundo), se siguen emitiendo actualmente en más de un centenar de países, los análisis, monografías e investigaciones realizadas en todo el mundo sobre este programa superan los 1000 títulos. CTW ha producido en todos estos años programas de éxito para niños de todas las edades como: “3,2,1 contact”, “Ghost Writer”, etc y es una de las productoras que ha obtenido el mayor número de galardones en certámenes internacionales de televisión educativa. Desde comienzos de los 90, Barrio Sésamo prescindió de las ayudas de fundaciones ya que sus ingresos por ventas, derechos y “merchandising” han reportado a sus productores millones de dólares de beneficios.

El sistema de financiación de la televisión pública norteamericana también es original ya que se basa en las aportaciones de fundaciones, empresas y particulares. El sistema cuenta con una amplia lista de “suscriptores” institucionales que forman un peculiar patronato en el que sus componentes se clasifican según sus aportaciones, que van desde los 100.000\$ hasta cifras incluso superiores al millón de dólares.

En el caso de *Canadá* las televisiones de ámbito regional y local son un ejemplo de la denominada televisión de acceso que da a las organizaciones cívicas y sociales la oportunidad de utilizar la televisión como un medio de participación. Por ejemplo, en el caso de TV Ontario, esta cadena regional cuenta con 2 canales, uno de ellos para la población anglófona y otro para la población francófona. Ambos cuidan especialmente los programas educativos y un concepto amplio de cultura local. Algo parecido sucede con *Knowledge Network*, la televisión pública de la Columbia británica en Vancouver, creada en 1981 y con Télé Québec.

Europa: variedad de modelos

En el *Reino Unido*, la BBC británica, nació en 1936 como corporación de radio y televisión. Es el prototipo y modelo de empresa institucional de Servicio Público en el terreno audiovisual dentro del continente europeo. Cuenta con 2 canales de ámbito nacional: BBC 1 y BBC 2, varios canales regionales en el Reino Unido, y la BBC World Wide Televisión. La televisión educativa inició su programación en 1977. La BBC se ha caracterizado desde sus orígenes por ser una institución valorada como un bien nacional por parte de la ciudadanía. Cada usuario paga un canon equivalente a unos 150 € anuales, en concepto de tenencia de receptor, con el objetivo de financiar su radiotelevisión pública y garantizar la calidad de la programación y la independencia de criterio con respecto al poder político.

La BBC cuenta, por tanto, como principales valores con unos servicios informativos, caracterizados por su vocación de independencia con respecto al Gobierno, - esto los diferencia sustancialmente de la televisión pública en España, donde la presión del partido gobernante en cada momento, ha constituido la norma y no la excepción -. Su programación ha respondido siempre a criterios de calidad, con unos espacios dramáticos especialmente

cuidados, y una programación infantil y juvenil segmentada y especializada en muy variados grupos de edad.

Su afán por la investigación ha llevado a la BBC a producir programas y series que aúnan el interés para la audiencia y altos niveles de calidad. Por ejemplo en el nivel de preescolar y educación infantil podemos citar las series: Words and Pictures (palabras e imágenes), galardonada con el Premio Japón, - el equivalente al oscar de la televisión educativa -, y más recientemente los Teletubbies, verdadero fenómeno de éxito comercial y producto innovador ya que se dirige a una población aún menor de los 3 años, o la aún más reciente experiencia de los Tweenies. Este tipo de producciones sólo pueden ser concebidas y llevadas a la práctica por empresas que hacen de la experimentación y de la búsqueda constante de la innovación su estandarte. La coordinación con el sistema educativo es un hecho fundamental en este modelo ya que el 97% de las escuelas de primaria británicas y el 95% de las de secundaria declaran utilizar los programas de la televisión escolar británica.

La programación de la BBC busca además la formación permanente de su audiencia incluyendo en los horarios de máxima audiencia, campañas dirigidas a la formación de las personas mayores, prevención de accidentes de tráfico, fomento de hábitos saludables, etc. Desde sus orígenes ha establecido una estrecha colaboración con el sistema abierto de enseñanza universitaria, la Open University. En la segunda mitad de los 90 el Departamento de Educación de la BBC contaba con una plantilla de unas 360 personas y el Centro de Producción de programas de la Open University en Milton Keynes tenía otras 230 personas.

En *Francia*, el servicio público francés se estructura en varios canales, algunos de los cuales tienen una programación de tipo generalista (France 2 y France 3) y otros de carácter más especializado (como el que forman el tandem entre la Sept/Arte y France 5, la antigua Cinquième). En el caso de France 2, esta cadena ha emitido campañas de defensa de los derechos humanos, campañas

de seguridad vial, programas destinados a la defensa de los consumidores, de integración de las comunidades de inmigrantes y en general ha cuidado especialmente toda la programación destinada a jóvenes.

Por su parte la antigua Cinquième (5), pasó a denominarse France 5. Desde sus inicios en el mes de diciembre del 94 ha sido considerada como La Televisión del Conocimiento, de la Formación y del Empleo. Emite en horario de mañana y tarde antes de que comience la programación de Noche de la Sept/Arte. Además de sus contenidos, especialmente aprovechables en los diferentes niveles educativos, esta iniciativa ha intentado crear una estética propia, próxima a la sensibilidad juvenil. La 5 nació en 1994 con un presupuesto superior a una cantidad equivalente a los 108 millones de € como un proyecto especialmente apoyado por el Ministro Jacques Lang.

En los países nórdicos, *Suecia, Noruega, y Finlandia* y en otros países como Holanda, los objetivos educativos se concentran en mayor medida en los programas infantiles y juveniles que cuentan, a su vez, con un especial reconocimiento social. En este último país, los formatos de programas destinados a los niños más pequeños son especialmente cuidados, en la etapa de educación infantil. También existen informativos diarios especialmente destinados a niños y jóvenes como es el caso del *Jeugdjournaal* emitido por la cadena holandesa NED 3 de la NOS -confederación coordinadora de las cadenas públicas- en un buen horario de tarde y con un notable rendimiento de audiencia, dos puntos por encima de la cuota de pantalla de la cadena.

En *Alemania* las cadenas públicas ARD y ZDF, han mostrado en los últimos años su preocupación por fomentar una participación real de los niños y jóvenes en la programación de ambas cadenas. Con este objetivo se han creado informativos específicos para niños como el “Klicker” del programa “Lilipuz” emitido en la ARD a nivel nacional. La ZDF por su parte tiene una larga tradición en la emisión de programas de educación en comunicación audiovisual.

En *Italia*, la cadena pública RAI, quizá, tradicionalmente, una de las más próximas de Europa a la realidad de la televisión pública estatal española, firmó un acuerdo de contrato de servicio 2000-2002 con el Gobierno Italiano. En España ese documento vendría a representar una especie de “contrato-programa” en el que se definirían los compromisos a los que se obliga la cadena pública para recibir la subvención del Estado. En este caso, el documento hacía hincapié en la necesidad de producir programas para la infancia y la juventud asesorados por expertos en desarrollo evolutivo, promover la producción de programas especialmente pensados para personas discapacitadas en el plano sensorial y para las capas sociales más necesitadas, previendo también una programación para extranjeros y apoyando asimismo una serie de iniciativas para la valoración de las culturas locales, entre otras acciones.

En 2002 este documento corría el riesgo de convertirse en papel mojado. El Consejo de Administración de la RAI -considerado como de centro izquierda - que apoyó los cambios descritos en el párrafo anterior, fue relevado el 16 de febrero de 2002 por el nuevo equipo afín a Silvio Berlusconi.

En este punto hay que recordar que Berlusconi llegó al poder en Italia apoyado por su inmenso imperio mediático. En ese momento contaba ya con las tres cadenas de Mediaset. A partir de febrero de 2002 heredó el poder de hecho sobre la RAI, o lo que es lo mismo sobre las cadenas públicas italianas de cobertura nacional. Los ciudadanos italianos votaron en las primeras elecciones generales del siglo XXI a un “magnate” de las finanzas y de la comunicación que fue capaz de inventar a través de su red mediática un producto inexistente como el “cacao maravillao” solicitado en los comercios por miles de personas. Ese inventor de productos inexistentes fabricó años más tarde el envoltorio de su propia imagen que sin duda resultó decisivo en su triunfo electoral.

A pesar de los numerosos pleitos que tiene abiertos contra él la justicia italiana, el mero hecho de que un personaje de estas características sea la máxima autoridad de un país europeo nos debe hacer volver sobre algunas de las preguntas que se planteaban al principio de este artículo. La ética, la estética y la política se presentan como argumentos imprescindibles para que desde la propia televisión se plantee una formación crítica del telespectador, imprescindible para poder seguir hablando de democracia.

No sería extraño que en los próximos años Berlusconi pudiera abrir algún canal dedicado a la educación que por supuesto no tendría como primer objetivo la formación crítica de la ciudadanía. La pregunta que podemos hacernos es la siguiente: ¿Nos quedan dudas acerca de que Silvio Berlusconi es uno de los políticos que más claro tiene el poder “instructivo” de la televisión?

Japón: un modelo sólido

En el caso de *Japón*, la NHK es una corporación pública creada en 1953 que ha contado tradicionalmente con 4 canales de televisión. Uno de ellos ha estado íntegramente dedicado a la programación educativa.

La NHK es independiente del Gobierno y se atiene a unos principios de servicio público por los que se ha guiado desde su creación:

- Homogeneizar la calidad en los programas regionales y nacionales.
- Diseñar programas que no vayan en contra de la moral y de las buenas costumbres.
- Mantener la imparcialidad política.
- Dar una información veraz.
- Mantener una amplitud de puntos de vista en los programas controvertidos.
- Emitir una programación variada y equilibrada.
- Coordinar las emisiones escolares con las leyes sobre educación.

La NHK ha representado el modelo más tradicional de televisión para la escuela y en él han destacado los programas destinados a los niños en edad preescolar, aunque emite programas que van desde esta etapa hasta la educación de adultos. Desde sus orígenes ha utilizado para su financiación el sistema de cuota, lo que le permite tener un grado de independencia similar al de la BBC.

Dentro de su variada gama de programas en los últimos años ha destacado el informativo infantil *Kodomo no News*, iniciado en 1995 y que ha tenido continuidad en los primeros años del nuevo siglo. Su objetivo ha sido ofrecer de forma didáctica y clara las noticias más importantes de la semana. En él, dos adultos y tres niños representan una familia, en la que el padre explica - con la ayuda de gráficos, paneles y maquetas- el contexto de las noticias que aparecen en la emisión. El programa no sólo ha sido seguido habitualmente por los niños, sino que a veces se ha convertido en un referente para los adultos. Este es el claro ejemplo de un informativo pensado para niños y también con una clara utilidad educativa para aquellos adultos que desean entender la información en un contexto más amplio.

Ejemplos significativos en Latinoamérica

Si tomamos como referencia a América Latina, encontramos experiencias de interés desde México hasta Argentina.

Precisamente *México* cuenta con las iniciativas más antiguas de Televisión Educativa de toda Latinoamérica. El XEIPN canal 11 del Instituto Politécnico fue el primer canal cultural y educativo que se puso en funcionamiento en América Latina. Comenzó sus emisiones en 1959.

La Unidad de Televisión Educativa (UTE) de la Secretaría de Educación Pública (SEP - equivalente a lo que sería el ministerio de Educación en España -) de México, cuenta con una de las mediatecas más voluminosas de América latina,

con más de 25.000 programas, y a su vez dispone de uno de los centros de televisión educativa más potentes de toda América. El Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa: CETE.

De todas las experiencias, la Telesecundaria es también una de las iniciativas de utilización de la televisión como medio de apoyo a la educación con más continuidad en el mundo. Curiosamente la Telesecundaria ha sido emitida durante todos estos años por Televisa, cadena del poderoso grupo mediático de la familia Azcárraga.

La Universidad Autónoma de México cuenta con TV UNAM, una televisión educativa de ámbito universitario que desde el comienzo de su actividad en 1960 ha mantenido la continuidad de su oferta de programas televisivos de carácter universitario. También en el ámbito universitario no podemos olvidarnos del gran potencial del Tecnológico de Monterrey que desde hace años ha sido pionero en el trabajo en el ámbito multimedia.

México es la sede del Canal Clase, una experiencia llevada a cabo por Direct TV, desde una concepción multimedia basada en el desarrollo convergente de las Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. El Canal Clase tiene un planteamiento que parte de la iniciativa privada y concibe la televisión educativa desde fines prioritariamente mercantiles.

El Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE) también tiene su sede en México y es una de las instituciones que desarrolla una más intensa labor de investigación y edición de publicaciones vinculadas con el desarrollo de la televisión educativa en toda América.

Colombia es la nación americana en la que las emisoras locales y regionales han mostrado una mayor vitalidad y han trabajado en formatos de programas de servicio público y con mayor interés educativo. Canales como TeleAntioquia o Telemedellín han significado a lo largo de los años un

referente del máximo interés desde el punto de vista del concepto de programación de televisión local con un compromiso social y una vocación de innovación que ha simbolizado a su vez la gran capacidad de las cadenas locales para recoger el pulso social e influir en su entorno próximo.

Desde una perspectiva más convencional canales como Telepacífico o Telecaribe han producido experiencias meritorias con objetivos de servicio al sistema educativo.

En Colombia se han producido asimismo propuestas tan innovadoras como la que representó en su día la Telenovela *Santa María del Olvido*, un intento de utilizar el tirón de este género televisivo con el fin de transmitir contenidos de servicio público. En este caso el objetivo era hacer divulgación sobre temas de salud y educación sanitaria, entre un amplio espectro de la población.

El trabajo de la Fundación Social en beneficio de los jóvenes colombianos ha tenido durante muchos años una trascendental importancia. Esta labor ha sido posible gracias a personas con la lucidez de Germán Rey o Germán Muñoz. Ellos han conseguido generar procesos “concientizadores” entre la población juvenil que han tenido su reflejo en programas de televisión concretos como la serie televisiva “Muchachos a lo bien”¹⁰, un ejemplo de programa para la tolerancia, una muestra idónea de cómo hacer protagonistas a los jóvenes desde la sensibilidad y la inteligencia, promoviendo el debate y la reflexión.

Si los casos de México y Colombia tienen especial relevancia en el contexto de la televisión educativa y cultural, las experiencias de Brasil, Argentina y Chile, representan otra mirada complementaria de la televisión educativa. En el caso de *Brasil*, el ejemplo de televisión educativa ha venido representado por *TV Cultura*, un canal creado y financiado por la Fundación Padre Anchieta-

¹⁰ En 1995 el jurado internacional del Festival de Vídeo de Canarias premió un programa de la serie *Muchachos a lo bien* realizado por Silvia Posada.

Centro Paulista de Radio y Televisión Educativas. Esta Fundación mantiene además 2 emisoras de radio denominadas Cultura AM y Cultura FM.

El objetivo de TV Cultura es ofrecer a la sociedad una información de interés público, promover la formación y contribuir a un cambio cualitativo de la sociedad.

TV Cultura ha producido programas que han competido con éxito frente a la programación comercial de la red O Globo. Este fue el caso del programa Infantil *Castillo Ra tim bum*. Durante años este original formato obtuvo audiencias superiores a los de las cadenas competidoras, convirtiéndose en un símbolo de producción brillante, adaptada a un target infantil específico y repleto de valores tanto por el interés de sus contenidos como por sus aportaciones estéticas.

TV Cultura produce también otro tipo de programas con diferentes formatos, hay que destacar las series de corta duración que dan consejos de prevención a los jóvenes o desarrollan otro tipo de contenidos. El canal difunde permanentemente mensajes a favor de la infancia en colaboración con UNICEF. También cuenta con una WEB que dispone de la sección Aló Escola, que ofrece apoyos didácticos en áreas como Lengua Portuguesa, Literatura, Ciencias, Estudios brasileños, juegos infantiles, y artes.

La Fundación Padre Anchieta ha obtenido diversos galardones en el Premio Japón, el Certamen más importante del mundo en Televisión Educativa.

Por su parte TV Futura fue creada en 1997 como un proyecto surgido de la iniciativa privada de la red O Globo, se presenta en su página web como “un proyecto de educación para Brasil”. Entre los principios educativos que orientan su programación están la ética y la promoción del espíritu comunitario y la valoración del pluralismo cultural. Esto lleva aparejado un trabajo de movilización comunitaria y una programación que se presenta como cuidadosamente elaborada.

Entre los programas más recientes se puede destacar el espacio *Acción*, que trata de los problemas educativos más acuciantes en la realidad brasileña, o *Aló Video Escola*, espacio en el que se incorporan pequeños “sketches” en los que los personajes pretenden saber más sobre el mundo, la historia y los seres humanos. Otra orientación del canal es la producción de programas destinados a jóvenes emprendedores con el fin de orientarles en su trabajo.

Argentina es un país que ha ofrecido de forma continua programas de sesgo educativo contando con experiencias tanto en la televisión pública, como en las privadas generalistas y en la televisión de pago. Desde los primeros años de su existencia, se emitieron programas como ‘Telescuela técnica’ y contenidos del INTA (Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria).

La gestión de la cadena pública, Canal 7, no ha permitido dar continuidad a la programación de contenidos educativos, sin embargo, a lo largo de su historia, se han emitido numerosos programas de divulgación cultural y científica. Especial mención merece la serie DNI, Documento Nacional de Identidad, en la década de los 80, tras la dictadura militar.

En la actualidad, Canal 7 emite todas las tardes una franja de una hora de duración con contenidos específicos para la enseñanza primaria y secundaria. Por las noches, se dedica media hora a difundir la labor científica, académica y cultural de la Universidad a través del programa ‘UBA XXI’.

Argentina es uno de los países del mundo con una televisión por cable más ampliamente implantada. Por este motivo han existido, a lo largo de diferentes períodos, varias experiencias de programas o franjas educativas dentro de canales de claro perfil cultural, divulgativo y documental. Tal es el caso de *Recreo Satelital* que se emitía por el canal Infinito. Pero la experiencia más duradera en el tiempo ha sido la de *Educable*, en TV Quality (en la actualidad The History Channel). Este segmento de programación de 6 horas diarias (una emisión de dos horas y dos redifusiones, incluyendo los fines

de semana) comenzó su andadura en 1994. La programación ofrece contenidos curriculares estructurados en áreas temáticas desde el nivel pre-escolar hasta el secundario. Bimestralmente publica una guía didáctica con sugerencias para que los maestros trabajen en el aula con algunos de los programas que se emiten.

Si bien Educable forma parte de las ofertas de la televisión de pago, las escuelas públicas han tenido el derecho a la conexión y al abono mensual de forma gratuita. Educable ha tenido el mérito de crear lazos sólidos con el sistema educativo y con los profesores realizando programas en los que los protagonistas eran los integrantes del propio sistema escolar. Ha conseguido mostrar a todo el país las experiencias educativas más innovadoras.

En *Chile* destaca la experiencia de Teleduc, un organismo dependiente de la Pontificia Universidad Católica de Chile y fundado en 1978. A lo largo de todos estos años ha alternado las experiencias de Enseñanza a Distancia y de Televisión Educativa. En estos momentos los cursos a distancia destinados a la población en general abordan contenidos tan variados como cursos de inglés, cursos de INTERNET o cursos de geriatría.

Teleduc emite a través del canal 13, un canal privado propiedad de la misma universidad, creado en 1958. Cubre el 99% del territorio chileno. La televisión educativa ofrece un conjunto de programas y reportajes dedicados a la difusión de la cultura, los valores, la ciencia, el arte, las humanidades y la tecnología.

Teleduc ha relacionado en ocasiones sus producciones televisivas con cursos apoyados por materiales impresos, tutorías presenciales, etc. En este contexto, a finales de los 90 se seguían emitiendo series de gran interés. Por ejemplo, la serie “Mujer Nueva” buscaba que las mujeres, especialmente aquellas que desarrollaban gran parte de sus actividades en el hogar, tomaran conciencia de su papel fundamental como mediadoras en la comunicación familiar y pudieran defenderse ante las presiones sociales y asumir un papel

más activo y crítico. El espacio “Mujer Nueva” es un claro ejemplo de formato innovador que alterna los segmentos dramatizados con otros bloques de carácter dialógico que fomentan el análisis crítico y la reflexión.

Este tipo de cursos perseguía objetivos educativos con una aplicabilidad práctica inmediata. Otro ejemplo muy ilustrativo es el “programa campesino” diseñado con el objetivo de promover la capacidad emprendedora de los empresarios agrícolas. Vinculados con este programa existen una serie de espacios televisivos que incorporan segmentos dramatizados. El objetivo añadido es que los pequeños empresarios agrícolas sean capaces de modificar actitudes y tomar decisiones, ampliando sus miras. Teleduc es una de las instituciones latinoamericanas que en mayor medida está adaptando sus sistemas de producción a la nueva realidad multimedia, planificando sus cursos desde una moderna concepción de la enseñanza a distancia.

La experiencia española

No es el objetivo prioritario de este artículo hacer historia de lo que ha sido la televisión en España ya que dentro de este bloque inicial de contenidos se abordan al menos dos visiones complementarias de gran interés, la primera de ellas de Rivera¹¹ repasa algunas de las ideas dominantes que han marcado la historia de la televisión y la segunda de Palacio e Ibáñez¹² realiza una aproximación a los primeros tiempos de la televisión educativa en España.

Resulta imprescindible, sin embargo, recordar que durante sus primeros 20 años de existencia TVE (1956-1975) produjo programas en el contexto de un régimen político dictatorial. No es baladí decir que la televisión pública de ámbito estatal contó con un monopolio absoluto de 35 años hasta la llegada de las primeras emisiones privadas a comienzos de los años 90. Desde este punto de vista puede afirmarse que no ha habido un país en el mundo que haya tenido tantas oportunidades para reforzar un modelo sólido de televisión de servicio público, sin la presión de la competencia. La televisión en España

¹¹ Rivera Barro, M.J; Notas para una Historia de la Televisión Educativa.

se encamina a los 50 años de existencia, y no está de más repasar lo que ha sido su trabajo en la producción de contenidos útiles para la educación.

En 1970 finalizó la primera y corta experiencia de televisión escolar¹³. Esa experiencia terminó sin ser evaluada. Hasta comienzos de los 80 no se volvió a hablar de televisión educativa. En ese período se creó un grupo mixto MEC-RTVE para el estudio de nuevas estrategias para el diseño de una programación educativa en la radio y en la televisión estatales. En 1982, el por aquel entonces Ministro de Educación, Federico Mayor Zaragoza, presentó la publicación del informe final del grupo afirmando que: “los frutos de la intensa labor de dicho grupo, me hacen pensar que podemos estar en el principio de un momento histórico para la educación española. Esta apreciación, que puede parecer exagerada desde una perspectiva circunstancial, no lo es, a mi juicio, si se considera el papel de los medios de comunicación, en especial, la radio y la televisión, como agentes excepcionalmente eficaces de educación o de contra-educación”¹⁴.

En el texto de referencia, el grupo hacía un especial hincapié en evitar que la televisión educativa se convirtiera en un ghetto y proponía un plan que se planteaba un proyecto educativo con objetivos tales como apoyar y reforzar la labor de los profesores en las aulas, incrementar las acciones de cooperación educativa con los padres, o informar a la sociedad en general, y a los padres en particular, acerca de los grandes problemas de la educación y de los deberes y derechos que en este campo les obligan o benefician”¹⁵

Lo cierto es que con la llegada de un nuevo partido político al poder los planes de relanzar una televisión educativa se frustraron.¹⁶

¹² Palacio, M. e Ibáñez, J.C; Educación y Pedagogía en la Televisión: una cata histórica en la España de los años 60.

¹³ Para una visión sintética de lo que fue esta experiencia ver en Palacio e Ibáñez; *Educación y Pedagogía en la televisión: una cata histórica en la España de los años 60. páginas 10-12*

¹⁴ AA.VV; Educación y Medios de Comunicación. Informe final del grupo de trabajo MEC-RTVE, sobre Radio y televisión educativa. Servicio de Publicaciones del MEC, Madrid 1982, p.15

¹⁵ AA. VV. op cit p. 44

¹⁶ El Partido Socialista Obrero Español (PSOE) hizo en 1995 el encargo a la empresa GECA de realizar un Informe marco sobre la Televisión Educativa en España. El informe se terminó y se presentó públicamente en 1996. Con la llegada al poder del Partido Popular se volvió a producir algo muy parecido a lo que ya había ocurrido en 1982: la congelación de la puesta en práctica de lo que parecía

La Aventura del Saber: un magazine para la educación

No sería hasta 1992, cuando el Ministerio de Educación y Ciencia y el ente público Radiotelevisión Española firmaron un convenio de cooperación. Fruto de ese convenio se puso en marcha el programa magazine educativo cultural *La Aventura del Saber*. El programa se emite desde su creación en la franja matinal de lunes a viernes en la 2. Este proyecto tenía como objetivo promover la difusión de una franja de televisión educativa que permitiera cumplir al ente RTVE con la realización del servicio público que tenía encomendado, transmitir a la sociedad los cambios que se estaban produciendo en la educación y responder a la necesidad del propio sistema educativo de reformar y modernizar sus procedimientos.

En la única evaluación del programa, realizada por la empresa GECA, se comprueba que éste se sitúa a medio camino entre lo cultural y lo educativo. En esta evaluación el programa se percibe como cercano a un concepto de educación entendida como información instrumental, participativa y aplicable a la vida diaria.

Como recomendaciones, el estudio cita la necesidad de ofrecer una mayor información y promoción de los contenidos y unidades del mismo, crear una unidad clara del concepto, buscar un sello de identificación general y proceder a un cambio de horario ya que, en general, los entrevistados lo ven como una buena alternativa a los programas de tarde. Efectivamente, uno de los problemas de la franja horaria en la que se emite este espacio es que, se destina a profesores y a escolares que en el horario matinal no tienen opción alguna de verlo.

En la evaluación cualitativa se realizaron entrevistas a más de 30 profesionales implicados directamente en el diseño y producción del

un proyecto de inminente aplicación. Si en el 82 había sido el partido socialista el que no dio vía libre a la propuesta apoyada por el Centro Democrático Social (CDS), en esta ocasión sería el PP el que no iba a asumir el plan del PSOE.

programa. De ellas se deducía la necesidad de formación y de diálogo permanente entre los profesionales de los medios y los profesionales de la educación integrados en el programa.

En una primera fase, los asesores de áreas como Matemáticas, Ciencias, Ciencias Sociales, Humanidades, etc, trabajaron estrechamente con los profesionales de televisión en Prado del Rey, pero esta forma ideal de trabajo sólo se mantuvo en las primeras temporadas. El formato de magazine educativo y cultural ha hecho que los contenidos se hayan programado atendiendo más a los criterios de los profesionales de televisión que a las necesidades de los profesores. En estos momentos los guionistas de continuidad desarrollan un leit motiv que abordan a lo largo de cada programa. La estructuración del espacio en dos franjas hace que la primera franja se intente relacionar más con las áreas transversales y la segunda esté más cercana a las estrictamente curriculares.

La indudable utilidad de algunas de las series emitidas dentro del programa, debería llevar a estudiar las formas de distribución más idóneas para que los materiales de mayor interés llegaran a los centros educativos y a los profesores más interesados y motivados.

El Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación del MEC (PNTIC), diseñó durante años una revista, inicialmente impresa y desde finales de los 90 editada en la Web que incluía el desglose de la programación de cada espacio de La Aventura del Saber con el fin de facilitar el trabajo del profesorado. A comienzos del nuevo siglo el PNTIC modificó sus siglas, transformándose en el CNICE -¹⁷

La existencia de esta franja educativa ha servido también para dar cabida a otras iniciativas educativas. Por ejemplo, desde el curso 1997-98 la

¹⁷ <http://www.cnice.mecd.es/>

Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), emitió su programación dentro de La Aventura del Saber y también en otra franja propia, en la 2, durante el fin de semana. Esta programación ha superado en todos estos años el 10% de cuota de pantalla lo que hace que las emisiones de la Universidad a Distancia española constituyan un segmento de programación que ha conseguido mantenerse por encima de la cuota media de pantalla de la cadena que ha acogido su programación.

Cursos de idiomas en televisión

Entre los contados éxitos de la programación con objetivos educativos es preciso citar la emisión y co-producción de espacios destinados a la enseñanza de idiomas. Ya en los años 80 se había producido una iniciativa pionera: el curso *Follow me*. En esa época la coordinación de la cadena pública Radiocadena española y TVE permitió aprovechar las emisiones de radio y televisión de este programa para organizar un curso a distancia que consiguió que más de 15 mil alumnos telespectadores obtuvieran un título de la Universidad de Cambridge.

En el año 1992 RTVE produjo en colaboración con la BBC el curso *That's English*, una producción financiada por el Banco Exterior de España y Argentaria. El curso, estructurado en 9 módulos tuvo un coste de 1.200 millones de pts y planteó la producción de 216 programas con una duración en torno a los 15 minutos. Además incluía otros materiales de carácter multimedia: impresos, audiocasete y vídeos. A partir de 1996 el curso se editó en CD Rom. Sólo en las 2 primeras ediciones se superó el número de 100.000 alumnos matriculados. En la actualidad el curso sigue funcionando aunque con un seguimiento de telespectadores mucho más bajo que en sus primeras ediciones.

Documentales y otros formatos de interés educativo

Cuando se habla de programas útiles para la educación, los telespectadores y los propios profesionales del medio tienen la tendencia a hablar de los documentales como género educativo.

No hay que olvidar que, por ejemplo, la emisión del segmento de la 2 de TVE *Grandes Documentales* ha obtenido un 10% de cuota de pantalla -cuando la media de la cadena estaba en torno al 8%- y esto ha representado más de 1 millón cincuenta mil telespectadores en toda España. Este éxito llevó a algunas cadenas comerciales como Tele 5 a emitir en horario de máxima audiencia documentales, en el caso de esta cadena privada, la serie titulada *Caminando entre dinosaurios*, producida por la BBC, llegó a obtener una cuota media de pantalla del 26,7% o lo que en cifras absolutas significaba una audiencia de casi 3 millones cuatrocientos mil telespectadores.

Está bien que los documentales de naturaleza constituyan una parte significativa de un canal público como la 2 o que triunfen tanto en las cadenas privadas como en las públicas; por ejemplo, el programa *La España salvaje*, dirigido por Borja Cardelús y presentado por el príncipe Felipe, obtuvo en números absolutos una media de más de 3 millones de telespectadores, con un 22,4% de cuota de pantalla. Estos datos, refuerzan el interés que suscita en la audiencia este tipo de espacios, pero, al mismo tiempo, puede afirmarse que la emisión de documentales no representa la función principal de una televisión de servicio público.

En los últimos años el cine documental está dando espléndidas sorpresas. El estreno en España en 2002 de la película *En construcción* de José Luis Guerín¹⁸ significó un verdadero soplo de aire fresco en un género con inmensas

¹⁸ José Luis Guerín es un director español que cuenta con dos excepcionales e innovadoras obras anteriores tituladas respectivamente *Inisfree* y *Tren de sombras*. La segunda de ellas, premiada como mejor largometraje en el Festival de Cine de Alcalá de Henares (edición de 1998).

posibilidades educativas. La mezcla y perfecta integración de realidad y ficción abre nuevas posibilidades a un género cinematográfico al que se le dedica un gran espacio en diversas colaboraciones incluidas en este CD¹⁹

Las televisiones públicas han emitido formatos de gran interés y que exigirían profundizar en el desarrollo de estrategias que permitieran un mayor aprovechamiento didáctico de los esfuerzos de producción que se hacen desde la televisión. Para tener un cuadro más completo de la respuesta de audiencia ante estas producciones se sugiere consultar el artículo de Bibiana González incluido en esta misma publicación.

La 2 de RTVE cuenta con una larga lista de espacios, algunos ya clásicos como Un País en la Mochila, Línea 900, Arte Noche Temática, Documentos TV, Qué Grande es el cine, El Escarabajo Verde o, incluso programas de divulgación culinaria o gastronómica como fue en su día el programa de Carlos Arguiñano, un ejemplo de originalidad desde la sencillez de un formato soportado en la presencia de un excelente comunicador; u otros más cercanos en el tiempo como El Conciertazo, Esta es mi Tierra, Al Habla, Cultura con ñ, etc. RTVE ha realizado esfuerzos puntuales de producción de series que adaptan grandes obras de la literatura: el caso de 'Fortunata y Jacinta', 'Los gozos y las sombras', o 'El Quijote' y, así mismo, ha presentado visiones biográficas de personajes como: Ramón y Cajal, Federico García Lorca o Miguel Hernández, por poner tres ejemplos significativos. Esta última mini serie de tres horas de duración sobre el poeta de Orihuela, emitida en el invierno de 2002 alcanzó una audiencia media del 28,3%, lo que supuso más de 3 millones de espectadores en un horario de máxima audiencia.

LOS PROGRAMAS INFANTILES o el desprecio a la audiencia más joven

¹⁹Se sugiere ver en esta publicación los artículos de Jaime Barroso y Eduardo Rodríguez Merchán.

Los programación infantil es la parte de la programación que sufre de forma más evidente la falta de una política de servicio público coherente en las cadenas públicas españolas. La 2, mantiene la presencia de la versión española de Barrio Sésamo así como otros espacios aislados de producción propia y ajena que son fruto de los acuerdos firmados con la Unión Europea de Radiodifusión (UER) u otras instituciones. Esta misma cadena mantiene también el Club TPH y dentro de él la producción de la BBC los Tweenies, emitida a las 8 de la mañana. En los últimos tiempos la única excepción auténticamente reseñable ha sido el espacio el Conciertazo, dirigido por Fernando Argenta, ha conseguido representar una opción para familiarizar a los niños de forma divertida con la cultura musical. No podemos dejar de citar en este apartado programas ya desaparecidos y que hacen ver con añoranza lo que fueron períodos más dulces para la programación infantil: La Cometa Blanca, La Bola de Cristal, Planeta Imaginario, etc.

Lo cierto es que la programación infantil y juvenil ha sido la gran sacrificada de las parrillas de programación en los últimos años, tanto en las cadenas públicas como en las privadas. Como ya se ha reseñado los programas infantiles marcan las señas de identidad de las televisiones generalistas que en el mundo se significan por su calidad, sin embargo en España sucede todo lo contrario. Los programas contenedores han proliferado y los clubes infantiles han encubierto grandes operaciones publicitarias y de marketing en detrimento de un mínimo respeto a la infancia y sacrificando la creatividad de niños y jóvenes. Es cierto, sin embargo, que en ocasiones esos contenedores infantiles han incorporado en sus segmentos de continuidad ideas con una intencionalidad educativa: talleres de creatividad en el Club Megatrix de Antena 3 y en el canal del mismo nombre, propuestas similares en Tele 5 desde el espacio Art Attack, mensajes de concienciación para el cuidado medioambiental en el caso del Cyberclub de Telemadrid o el Club Super 3 de TV3 o el Canal 33 de Cataluña, o en otras iniciativas en las televisiones autonómicas de Andalucía, Galicia o Valencia. En Cataluña, el informativo juvenil Info K constituye un buen ejemplo de lo que se puede conseguir si se

considera a los jóvenes espectadores sensibles e inteligentes y no meros consumidores compulsivos.

A pesar de que España sigue siendo uno de los países de la Unión Europea menos selectivos en la programación de Dibujos Animados, de vez en cuando surgen iniciativas de producción con interés especial. En el año 2002 RTVE emitió la serie de animación *Nico*, una serie producida por Claudio Biern Boyd con financiación de la ONCE que tenía como protagonista a un niño ciego. Dentro de la producción ajena *La banda del patio*, es otra excepción a la producción estereotipada y plana del Club Disney. Esta serie permite compatibilizar una estética próxima a los espectadores infantiles y permite potenciar a la vez una reflexión crítica sobre normas, valores y conceptos, que deberían preocupar a padres y profesores. El problema fundamental es que ni siquiera estas excepciones aisladas suelen ser recuperadas por padres y profesores para fomentar una formación crítica de los jóvenes. El sistema escolar no se ha subido al carro de esa educación para la comunicación.

La labor de las cadenas autonómicas y de los canales locales

Las televisiones autonómicas cuentan con programas de características similares a las de la “Aventura del Saber” de la 2. En Andalucía *El club de las ideas*, en Cataluña *La Escola a Casa* y en el País Vasco, *Ikusgela*. La coordinación conseguida con las respectivas Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas ha logrado que, a pesar de su audiencia limitada, estos programas se conviertan potencialmente en puente de comunicación entre los centros educativos y la televisión. Por ejemplo, en el caso de Andalucía, los acuerdos suscritos con diversas instituciones han permitido la distribución generalizada de series sobre literatura y teatro, atención a la biodiversidad, etc en centros educativos de toda la comunidad.

Entre los espacios de los canales públicos autonómicos que merecerían ser citados, podemos destacar: *La vida en un chip*, *Poble Nou*, *30 minuts* u otros

más próximos en el tiempo como Millenium, Arguments, u Opera Prima (de TV 3, K 3 -canal 33- en Cataluña); O Camiño da vento, Labranza, Senda Verde (en TVG de Galicia); Tierra y Mar, Los Reporteros, El Siglo de las Luces, Espacio Protegido (en Canal Sur, canal 2 de Andalucía), Bertatik Bertara, Tecnópolis, Rutas de solidaridad (en ETB 1 y ETB 2 en Euskadi); Medi Ambient, Cifesa, Guía Laboral o El faro de Alejandría (en Punt 2 de la Comunidad Valenciana),etc.

Además de estas iniciativas, las televisiones autonómicas también han tenido otros programas más estrictamente vinculadas con experiencias de enseñanza formal y no formal. Por ejemplo Telemadrid ha mantenido en antena desde comienzos de los 90 el programa “A Saber” y más adelante su versión para sordos titulada “Signo a Saber”, un programa destinado a ayudar a la obtención del Graduado Escolar a todas aquellas personas sin estudios que deseaban obtener este certificado académico. En el caso de Cataluña, el canal 33 ha mantenido durante años la franja denominada *Universitat Oberta*, TVG el canal gallego ha producido y emitido *Preescolar Na Casa*, un proyecto educativo destinado a apoyar la formación de los padres y servir de guía a la educación de los niños en edad preescolar en los hogares gallegos, etc.

Los verdaderos éxitos obtenidos por las cadenas autonómicas se han centrado en la organización de campañas globales en colaboración con instituciones y asociaciones diversas. A este respecto los canales catalanes TV 3 y el canal 33 fueron pioneros en su día en este tipo de actividades. Telemadrid tuvo en el periodo 1992-1994 una etapa de máxima actividad con campañas contra el SIDA, Prevención del Racismo y la Xenofobia, prevención del alcoholismo y el tabaquismo, campañas a favor de la seguridad vial, etc. Estas campañas consiguieron implicar activamente a las asociaciones y colectivos afectados, a las instituciones y a la propia televisión. Especial mención habría que hacer al diseño y emisión de programas de educación medio ambiental que se coordinaron con los centros de profesores de toda la comunidad autónoma madrileña e implicaron al conjunto de la comunidad educativa. La campaña

multimedia “Hábitat Madrid” fomentó la activa participación de los escolares madrileños que pasaron por el programa Televisivo “Ponte Verde” aportando sus propios vídeos que recogían experiencias escolares realizadas en centros públicos y privados de toda la Comunidad. La serie “enclave verde”, producida dentro del propio programa, significó en sí misma la creación de un verdadero banco de imágenes de excelente calidad sobre todo el patrimonio medioambiental de la comunidad de Madrid. Esta experiencia televisiva promovió desde el primer momento el aprovechamiento educativo de los contenidos televisivos insertos en cada espacio con la creación de guías didácticas específicas.

Este periodo culminó con la concesión a la cadena madrileña de la mención especial del Jurado internacional del Premio Jules Verne en el año 1994, en París, por su labor de divulgación científica y su actividad global de servicio público y de interés educativo. Una de las personas claves en todo este proceso fue la directora de programas educativos de la cadena Ana López²⁰ a quien se rinde homenaje en esta publicación. En ella se sintetizan los mejores valores que deberían caracterizar a todo profesional especializado en el ámbito educativo.

Si ya hemos hablado de las cadenas autonómicas no podemos dejar de hacerlo de las emisoras locales que en España presentan perfiles muy contradictorios ya que de las cerca de 900 emisoras registradas a finales del año 2000 eran muy pocas las que podían ser identificadas con proyectos integrales de servicio público y con el cumplimiento de objetivos que respondieran a las necesidades de unos medios de proximidad con sensibilidad hacia temas educativos y de carácter cultural. Entre otras razones, para cambiar esta tendencia, en julio de 2000 se constituyó la Asociación Audiovisual Europea

²⁰ Ana López Fernández directora de los programas educativos. “A Saber”, “Signo a Saber”, “Ponte en su Piel” y otras muchas iniciativas de programas educativos y de Servicio Público.

CIRCUIT “con el fin de establecer un plan de trabajo conjunto para la cooperación mediática transfronteriza”²¹

Precisamente las fundadoras de este proyecto son emisoras, canales, federaciones y asociaciones de RTV local que cuentan con un amplio bagaje en la producción y emisión de contenidos de proximidad: Fedekas (Madrid), Clot RTV (Barcelona), EMA RTV (Andalucía), la Factoría Sinóptica (Girona), la Fundación Tippi Tappa (Vera de Bidasoa) TV.TV (Albertville), Aldudarrak Bideo (Francia), Nothern Visions (Dublín) y Sudnord Multimedia (Roma). Todas las experiencias citadas parten de la convicción de que es posible un uso alternativo de las nuevas tecnologías que sirva para potenciar contenidos audiovisuales comunes con mayor presencia de las informaciones de proximidad, de carácter cultural y de interés educativo.

En los años `80 y `90, se desarrollaron en España diferentes iniciativas de televisión escolar que ejemplificaban hasta qué punto este medio podía ser un estímulo para la comunicación en los centros educativos. Las experiencias realizadas en centros de Ondárroa, Cabezón de la Sal y Puebla de los infantes son significativas de este trabajo que implicaba también a los habitantes de su entorno produciendo programas de interés para ser emitidos desde la misma escuela hacia los barrios circundantes. Teleduca es otro ejemplo, en Cataluña, de asociación interesada en la creación de talleres en los que los niños hacen su propia producción; en esta misma comunidad hay que destacar también la larga tradición de Drac Magic, grupo de educación para los medios en el ámbito escolar, pionero en la divulgación del lenguaje de la imagen.

En octubre de 2001, la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI), junto con la EMA RTV, la Asociación Europea Cultural CIRCUIT, Clot rtv

²¹ Ver a este respecto la espléndida web de las Emisoras Municipales de Andalucía www.emartv.com en la que se amplía esta información. En esta misma publicación se incorporan diferentes artículos en los que se trata de proyectos promovidos por canales y redes locales de verdadero interés y trascendencia: pueden consultarse especialmente los artículos firmados por Paco Pérez, Carme Mayugo y Manuel Chaparro en el capítulo nº 10 de esta publicación.

y la Asociación de Televisiones Locales de Madrid crearon RETISEC, una red de intercambio y cooperación de contenidos de proximidad que, a largo plazo, pretendía integrar en una franja común los mejores programas educativos, culturales y de servicio público de canales locales de Europa y América. En virtud del protocolo de colaboración suscrito con ATEI, las redes de televisión mencionadas podrán contribuir a la implementación de los contenidos que programa la Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana, con la realización y aportación de espacios realizados en las distintas televisiones locales.

Televisiones temáticas: salvo excepciones la educación no parece ser un tema

La Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI) viene produciendo desde 1992 la única iniciativa de programación televisiva dirigida a los países de la comunidad iberoamericana. Los programas emitidos a través del satélite Hispasat, se dedican íntegramente a contenidos educativos. El potencial de esta iniciativa, surgida en el marco de las cumbres de Jefes de Estado y de Gobierno de los Estados Iberoamericanos, hace que en este CD hayamos incluido un amplio artículo firmado por el Secretario General de esta institución²², en el que se habla ampliamente de sus objetivos, contenidos y proyectos de futuro.

A pesar de la existencia de una experiencia como la de ATEI, en los primeros años de funcionamiento de los canales temáticos en España no ha habido más que una oferta muy limitada de espacios culturales desperdigados en diversos canales y de contenidos divulgativos. Ninguno de esos canales ha recibido la denominación de educativo.

²² Ver en esta publicación el artículo de Gerardo Ojeda Castañeda, Capítulo 10

Las plataformas Canal Satélite Digital, Vía Digital y Quiero TV han programado estos espacios dentro de las ofertas de diversos canales: Clásico, Historia, Natura, Cultura, Hispavisión, u Odisea (Vía Digital) o de otros como los franceses la Cinquième y Arte, o Discovery, Documanía, Viajar y Seasons (Canal Satelite Digital) o Geoplaneta y Beca (en la plataforma digital terrestre Quiero).

Durante muchos años no existió en España un canal que hubiera trabajado en su programación, de forma amplia y ordenada las diferentes áreas de conocimiento útiles para la educación. A partir del año 2000 este canal se llama BECA y constituye una de las dos ofertas del Grupo Planeta, junto con Geoplaneta, incluida inicialmente dentro de la Plataforma Quiero TV y posteriormente también en Vía Digital²³. El canal se halla estructurado en diversas franjas temáticas: historia, ciencia, ser humano, mundo futuro, arte, las noches Beca, grandes descubrimientos y biografías, que son programadas de forma ordenada a lo largo del día.

Una nueva perspectiva: una televisión íntegramente útil para la educación

Aspirar a que la televisión llegue a ser un medio útil para la educación y el desarrollo cultural de los pueblos sigue siendo una utopía realizable. En los últimos tiempos, los más recientes productos del laboratorio televisivo han querido explotar las más íntimas reacciones del ser humano: Gran Hermano (Big Brother), o Supervivientes (Survivors), fueron vistos a principios del nuevo siglo como formatos que si bien entraban dentro del denominado “reality show”, resultaban sorprendentes o innovadores y, en determinados países llegaron a convertirse en grandes éxitos de audiencia. Sin embargo, ambos modelos son herederos de programas realizados con un afán educativo y con

²³ El equipo directivo de este canal participó anteriormente en la producción de programas educativos y culturales para Telemadrid, y es uno de los pocos equipos cohesionados y especializados en este campo que existen actualmente en España.

el objetivo de aportar una mirada más profunda del comportamiento humano. Este es el caso de la serie *El zoo humano*²⁴, realizada desde planteamientos sumamente rigurosos, con análisis orientados desde el punto de vista de la Antropología y de la Psicología Social. Este espacio tiene un claro objetivo de divulgación científica, recurre a la cámara oculta y provoca situaciones que suelen darse en la vida cotidiana para luego poderlas analizar y desbrozar en detalle ante la audiencia.

¿Cuál es la diferencia entre un programa como el Zoo Humano y otro como Gran Hermano? Por una parte, el objetivo y la intencionalidad educativa, por otra el rigor en el tratamiento y la voluntad de enseñar y, en tercer lugar, el formato del programa. Este pequeño ejemplo nos debería llevar a pensar lo importante que es invertir en formatos útiles para la educación y desarrollar laboratorios de investigación que cuenten, al menos, con una parte de los recursos que, por ejemplo, ponen en marcha algunos productores que trabajan en la industria del entretenimiento.

En 2001, TVE consiguió hacerse con los derechos de emisión del programa “Operación Triunfo”²⁵, producido por Gestmusic/Endemol, esto significó para el Grupo RTVE un éxito tal (con audiencias que llegaron a superar los 12 millones de telespectadores) que sirvió para ampliar la, hasta ese momento,

²⁴ *El zoo humano* es una serie realizada por la productora británica Granada y emitida por numerosos canales de todo el mundo. A comienzos de 2002 el Canal Beca emitió para España la serie completa. Esta serie pretende explicar el comportamiento humano con la exactitud de la descripción que hace un entomólogo. Entre los recursos empleados el programa recurre a la cámara oculta y fuerza situaciones como lo que significa situar en un espacio abierto a una persona caída con el fin de estudiar las reacciones de las personas ante hechos que exigen de una reacción individual y social.

²⁵ Operación triunfo es un formato de programa creado en España que consiste en un concurso que tiene como originalidad seguir la carrera de un grupo de jóvenes cantantes en una Academia creada al efecto. Cada semana uno de los concursantes es eliminado por el voto del público. Previamente, el jurado de profesionales presente en plató nombra a los concursantes que, según su juicio, no han progresado convenientemente. Los propios profesores de la academia tienen la potestad de salvar a uno de los tres nominados. Finalmente es el público el que tiene la última palabra a la hora de decidir quien debe abandonar. El concurso incluye las interpretaciones de las canciones - preparadas en las clases durante una semana - en una gala que recoge también los ensayos de cada uno de los jóvenes artistas. Como ya sucediera en el caso de Gran Hermano, el programa en sí nutre la programación de canales creados *ad hoc* y presenta redifusiones y amplios segmentos de resumen dentro de las parrillas de programación de los canales que emiten el propio programa. Se trata de un ejemplo de explotación comercial idónea que representa el nuevo papel de los contenidos en la televisión actual. A partir de 2002 han empezado a surgir nuevas variantes de esta idea: escuela de actores, escuela de futbolistas, etc

ajustada hegemonía de la empresa de radiotelevisión pública estatal sobre sus competidoras privadas.

En este caso, el programa se centra, por un lado, en los aprendizajes alcanzados por un grupo de jóvenes cantantes en una academia de música e interpretación y por otro en el desarrollo de las galas semanales en las que se nombra y elimina a los candidatos menos valorados. Como premio, los 6 concursantes que superen todas las fases de selección tienen como incentivo iniciar una carrera discográfica y entre los 3 finalistas se designa a la persona que representará a España en el Festival de Eurovisión.

Los profesores de Operación Triunfo han alcanzado una fama similar a la obtenida por sus discípulos. Esto representa también un hecho nuevo en la historia más reciente de la programación televisiva dado que nunca antes, profesores y profesoras en el ejercicio de su actividad real, habían sido tan ampliamente reconocidas, por la imagen producida, en el ejercicio de su labor profesional²⁶.

De nuevo, también en este asunto, hemos de mantenernos alertas y en una actitud permanentemente crítica; para ello debemos preguntarnos si la forma de presentar la imagen “ideal” de estos profesores, de una academia también “ideal”, no desvirtúa la percepción de la imagen real que se puede tener de muchos profesores que, aun siendo maravillosos profesionales, trabajan sin embargo en unas condiciones mucho más precarias. Quizá el mensaje a transmitir es que existen cientos de profesores excelentes en los diferentes niveles educativos y en las diversas áreas de especialización que podrían extender su potencialidad comunicativa a otros programas especialmente concebidos para la educación.

En todo caso y al margen de las lógicas críticas que pueda haber por la “televisualización” de esta labor profesoral que refleja Operación Triunfo, es

²⁶ Reconozcamos que no es la labor en sí misma la que el público ha reconocido sino un conjunto de características de telegenia que el medio ha vendido dentro de esta dramatización de la realidad.

preciso admitir el fenómeno mediático reseñado y aprovechar la ocasión para reivindicar el valor de educar en el medio televisivo.

Está claro que programas de estas características llevan aparejado un tinte mercantilista que acaba convirtiéndolos en una gran operación de marketing. Sin embargo, no podemos olvidarnos de aquellos factores que deberían llevarnos a repensar un nuevo concepto de televisión global que pudiera ser integralmente aprovechado desde el punto de vista educativo²⁷.

Hace muchos años que en Estados Unidos, algunos de los formatos convencionales de la televisión más comercial se han utilizado para incorporar mensajes positivos que buscan contribuir a dar solución a algunos problemas sociales. De este modo, espacios de ficción como las denominadas “soap operas” o las “sit com”, más conocidas en nuestro país por el nombre de “comedias de situación”, han buscado incorporar mensajes de prevención en ámbitos como la salud, o provocar el cambio de actitudes y conductas ante comportamientos de riesgo entre la población juvenil: consumo de drogas (alcohol, tabaco y estupefacientes en general), prevención de embarazos no deseados en adolescentes, conducción irresponsable o temeraria, etc.

En España, algunas productoras han tratado de incorporar este tipo de estrategias en sus producciones de ficción. Este es el caso de las escasas, aunque significativas, series de ficción que se han referido al ámbito de la educación. Dos de estas producciones: “Querido Maestro” y “Compañeros” han sido buenos ejemplos -aunque desde muy distintos formatos y enfoques- de la producción más útil emitida por cadenas privadas españolas (Tele 5 y Antena 3) en la segunda mitad de los años 90.

UN HORIZONTE TECNOLÓGICO AÚN cubierto por ALGUNAS NEBLINAS

²⁷ En diversos encuentros, seminarios y conferencias he defendido que la televisión debería ser como lo que el cerdo representa en España desde un punto de vista gastronómico: un animal sin desperdicio. La televisión reconstruye

A comienzos del año 2002, Europa crecía en el consumo de tecnologías de la información aunque, por ejemplo en España, en esas mismas fechas, se detectaba un mayor estancamiento del porcentaje de la población que accedía a Internet.

Mientras que países como Holanda o Suecia superaban ampliamente el 60% de implantación de Internet, España estaba a la cola de los países de la Unión Europea en el uso de Internet. Sólo el 24,7% de los ciudadanos tenía acceso a este sistema de información. Detrás de España sólo Grecia presentaba datos peores con un 9,9%. La media de internautas en los países de nuestro contexto sociopolítico europeo se situaba en un 37,7%, 13 puntos por encima de las cifras de España²⁸.

Estos datos deben llevar a revisar algunos de los escenarios más optimistas presentados a finales del siglo XX en cuanto a desarrollo tecnológico. Debe deducirse que el desfase es aún mayor en América Latina, en todo el continente Africano y en la mayor parte de las regiones de Asia.

Podemos suponer que Internet seguirá siendo por muchos años un sistema de información que no podrá aspirar a llegar a porcentajes próximos al 100% de la población como sí sucede con otro medio realmente hegemónico: la televisión.

En cualquier caso no podemos olvidar que las falsas utopías tecnológicas casi nunca cuentan entre sus prioridades con la búsqueda de una mayor igualdad entre los países ricos y los pobres. Es más, a efectos estadísticos, parece molestar el que cerca de 4/5 partes de la población mundial se hallen en niveles de pobreza y no puedan ni soñar, no ya con el acceso a fuentes de información más ricas y variadas sino ni tan siquiera a un trabajo, o, en el caso de tenerlo, a un salario que permita a sus habitantes una supervivencia digna.

permanentemente el imaginario social y colectivo. Desde ese punto de vista, es obligado generar estrategias para el análisis crítico de normas, valores, conceptos y propuestas estéticas generadas desde el medio.

²⁸ Ver La Vanguardia del 18 de febrero de 2002: (www.lavanguardia.es)

Dar prioridad a esos objetivos de supervivencia significa también responder a las reclamaciones de la mayor parte de la humanidad. Significa socializar una educación que no sirva para el conformismo y sí promueva la voluntad decidida de acabar con las injusticias y luchar por un mundo más justo e igualitario. Se vea desde el punto de vista que se quiera, la televisión sigue siendo el medio con mayor grado de implantación social en todo el mundo.

Hacer una televisión para la educación resulta más imprescindible que nunca. En los países con un mayor grado de desarrollo tecnológico el receptor de televisión va a convertirse en una máquina que invite a usos inteligentes; entre ellos la posibilidad de acceder a Internet o de programar los contenidos a gusto de cada consumidor. El derroche que sigue suponiendo en los primeros años de este siglo mantener unas televisiones de sólo entretenimiento y con un nivel de exigencia tan sumamente bajo no puede sostenerse por más tiempo.

Las nuevas tecnologías deberían ponerse al servicio del ser humano también en los ámbitos de la información, de la educación y de la comunicación. Para ello, la nueva televisión²⁹, con todas sus amplias implicaciones tecnológicas, debería desarrollarse y socializarse desde un concepto de servicio público mucho más ambicioso y coherente de lo que ha sido habitual hasta ahora.

Ese concepto actualizado de servicio público deberá ser una exigencia de todas las sociedades en el siglo XXI tanto a los medios públicos como a los privados. No podemos dar por bueno que una parte privilegiada de la sociedad acceda a una televisión de pago con unos servicios de valor añadido que les permitan una plena incorporación a la nueva sociedad de la información, mientras que la mayor parte de la población recibe los restos de una televisión mediocre en sus contenidos, anticuada en sus planteamientos y

²⁹ Ver en esta misma publicación el artículo de JUAN JOSÉ MARTÍNEZ DE SAS *Criterios de análisis para dibujar el mapa de la televisión educativa desde la actual presencia de temática documental y de divulgación en la televisión multicanal*.

alejada de cualquier intento por promover un diálogo inteligente con la sociedad.

A MODO DE CIERRE

La televisión como filtro de la realidad, la televisión como un elemento más de socialización, la televisión como medio de aculturación y de manipulación... Y también la televisión como uno de los instrumentos más importantes que jamás han existido para crear consenso social, con gran potencial -muchas veces desaprovechado- para atender a las desigualdades sociales y compensar los desniveles educativos, para mostrar los múltiples rostros de un universo tan rico y variado... Y por qué no, la televisión como medio de apoyo a los sistemas tradicionales de enseñanza y parte integrante de los más avanzados sistemas de formación a distancia. Muchas de las experiencias descritas en este artículo hablan de las inmensas posibilidades de la televisión como medio de máximo aprovechamiento para la educación.

Sin embargo, todo ese potencial no es nada comparado con la revolución que significa ya la oportunidad de desarrollar “redes integradas de medios y sistemas para la información, la comunicación y el desarrollo del conocimiento”.

No hablamos sólo de lo que puede representar la televisión más Internet, más la gestión de bancos de datos, imágenes y sonidos. A estas sucesivas adiciones habría de sumársele la nueva capacidad del usuario para “reproducir” creativamente parte de la información que llega hasta él y aprender a aplicar nuevas formas de interactividad. La formación de ese nuevo *emirec*³⁰ crítico deberá hacerse desde la propia escuela.

Hablamos de un cambio total de mentalidad. Es preciso definir ese nuevo concepto que desde un punto de vista empresarial podría enunciarse como *Gestión del Acceso al Conocimiento* y desde la perspectiva de una educación liberadora y que sirva para la construcción del pensamiento crítico, debería

³⁰ Término acuñado por Jean Cloutier en *L'ère d'emerec ou la communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-média*. Les Presses de l' Université de Montreal. Montreal. 1975 (2ª ed.). Ver web:

recuperar a *Paulo Freire* en su enunciado de la *educación como práctica de la libertad*.

Hasta ahora las tecnologías de la información y de la comunicación han vendido esas nuevas tecnologías para servir a la más vieja y anquilosada pedagogía. Se trata de recuperar, sin embargo, los territorios que durante tanto tiempo se le han hurtado a la educación.

Se trata de “ilusionar” a los profesores en lugar de asustarlos con lo que ellos mismos podrían percibir como nuevas cargas y amenazas del sistema. Un sistema que a menudo presiona y raras veces comprende la inmensa responsabilidad de una labor de tanta importancia. Los profesores, como diría *Mario Kaplún*, deberían ser más que nunca “facilitadores” del aprendizaje de sus alumnos. Se trata a su vez de dar a los alumnos instrumentos para la creatividad y para el desarrollo de sus propias posibilidades expresivas.

Sin duda, la resistencia al cambio va a ser enorme. Lo primero que habrá que cambiar es esa mentalidad funcionarial tan instaurada entre los responsables de la educación de muchos países. Una mentalidad que también se extiende a muchos de los profesionales de la educación que han creado sus propias corazas para defenderse de lo que ellos perciben como incomprensión y falta de reconocimiento social.

En segundo lugar, habrá que cambiar también el discurso con respecto a los contenidos y la estructura del currículo en los diferentes niveles educativos. Si, por un lado, sigue siendo imprescindible reforzar los conocimientos tradicionales de la lectura o de la escritura, como útiles imprescindibles para entender el mundo, o de las matemáticas, como base del conocimiento científico, o de la Cultura Clásica y de la Historia, como contenidos necesarios para la conservación de nuestra propia memoria histórica, también lo será promover los conocimientos que ayuden a la persona a ser autónoma y a tener un pensamiento crítico propio y fundamentado.

En tercer lugar, habrá que pensar que los seres humanos son seres nacidos para la comunicación y no para el silencio y la sumisión, por lo tanto, la educación para la comunicación deberá desarrollarse como un contenido fundamental en todos los niveles educativos. Para ello habrá que evitar el fenómeno que se ha producido hasta ahora y que lleva aparejado que el currículo se nutra de asignaturas que crecen como hongos según coyunturas políticas: por ejemplo, la informática pasa a ser una prioridad o el conocimiento de Internet desbanca a la enseñanza de los audiovisuales, o dado que el consumo de alcohol en los jóvenes alarma a la sociedad, se propone la creación de una asignatura de educación para la salud. Muchos de esos contenidos que aparecen o desaparecen de forma arbitraria y caprichosa deberían vincularse con ese gran contenido que es la educación para la comunicación - un contenido que, por otra parte, debería atravesar todo el currículo -.

La nueva televisión que formara parte de esas redes integradas de sistemas y medios de información y comunicación, debería ser útil para la educación, y a su vez debería promover una alfabetización audiovisual y multimedia y una educación para la comunicación del conjunto de la población.

Esa educación debería plantearse como objetivo prioritario crear herramientas que ayudaran a comprender un mundo cada vez más complejo e interdependiente; debería contribuir asimismo a una transformación basada en la creación de una cultura de la comprensión, la tolerancia, la paz, y un desarrollo sostenible que asegurara la supervivencia del planeta y la vida humana y digna de todos sus habitantes. De lo contrario, hablar de una Sociedad del Conocimiento sería referirse a una denominación vacía y a una cínica quimera alejada de esa utopía necesaria en la que muchos creemos.