

● Ángel Luis Vera Aranda
Sevilla

Enseñar a consumir los contenidos televisivos con un espíritu crítico

Teaching to watch television with a critical spirit

Los jóvenes dedican más tiempo a ver la televisión que a asistir a clase en un centro educativo. Sin embargo, los contenidos televisivos que se emiten tienen cada vez una carga mayor de violencia, de agresividad o de pautas que son claramente perjudiciales para los menores de edad. Ante la falta de una verdadera autorregulación por parte de los operadores, es necesario que la administración tome decididamente medidas al respecto. Una posibilidad de solución se encuentra en la puesta en práctica de proyectos de alfabetización mediática, que aunque son bastante frecuentes en los países más avanzados de Europa y de América, aún no han sido llevados a cabo en nuestro país.

Young people spend more time watching television than attending classes at school. However, violent, aggressive or just clearly harmful programmes are broadcast for the minors more and more often every day. Faced with the lack of real self-regulation on the part of operators, it is necessary that the administration takes definitely measures in this respect. A possible solution can be found by implementing projects of media literacy, which have not been carried out in our country yet, although they are quite frequent in the most developed countries in Europe and America.

Alfabetización mediática, contenidos televisivos, consumo crítico, educación en medios, materiales didácticos, formación de profesores.
Media literacy, television contents, critical television watching, consumption, media education, didactic materials, teacher training.

Según los datos recogidos por varios estudios realizados en el año 2004, los jóvenes ven en España más de 25 horas semanales de televisión, es decir, un tiempo superior al que dedican por ejemplo a asistir a clase en los centros de enseñanza en los que están inscritos. Ese cómputo cobra un valor aún más significativo si se tiene en cuenta que, a lo largo del curso académico, los jóvenes disponen de unos tres meses de vacaciones, cuando, por el contrario, el tiempo de presencia ante la pequeña pantalla no se reduce en dicho período; más bien, habría que pensar incluso que aumenta.

❖ Ángel Luis Vera Aranda es profesor del Instituto de Enseñanza Secundaria Quinto Centenario de Sevilla y coordinador del Área de Contenidos del Consejo Audiovisual de Andalucía (alvera@arraquis.es).

Conociendo cuál es la evolución de los gustos de la juventud y sabiendo cómo ha evolucionado recientemente la oferta tecnológica puesta a disposición de los adolescentes (ordenadores, videoconsolas, MP3, etc.), es bastante posible que esa cifra se haya podido reducir en los dos o tres últimos años, pero en cualquier caso, no parece que, a pesar de ello, sea preciso rectificar la afirmación que se hizo anteriormente. Según esos mismos estudios, los jóvenes dedicaban una media de tres horas semanales a otros medios de comunicación, en particular a las nuevas tecnologías a las que hacíamos referencia, pero esa cifra parece ser baja en relación a la evolución reciente de los gustos de los chicos y chicas.

A cualquier persona le puede parecer excesivo que sus hijos o hijas pasen más tiempo delante de un televisor, o para ser más exactos, delante de una pantalla, que dentro de un aula en la que deben estar aprendiendo aquellos conocimientos necesarios para que puedan desenvolverse satisfactoriamente en su futuro profesional, o también, aunque quizás esto menos conocido por muchos progenitores, una serie de normas, actitudes, valores y hábitos, que pueden ser tan importantes o quizás incluso más, que todos aquellos conocimientos que tan alto valor tienen. Sin embargo, hay colectivos entre los telespectadores que aún pasan mucho más tiempo delante de los televisores. En concreto, los mayores de sesenta y cinco años dedican por término medio más de cinco horas diarias a escuchar y ver todo aquello que se emite por la televisión. Es evidente que tanto el mayor tiempo libre de que disponen, como probablemente una mayor dificultad a la hora de acceder al manejo de las nuevas tecnologías, favorezcan el que este colectivo sea el que sin duda pase más tiempo delante de la pantalla del televisor viendo todo tipo de programas.

Esta situación no tendría por qué ser en principio algo grave o negativo. Si la programación televisiva cumpliera una normativa y unos códigos en lo que se emite y a la hora en que se emite, probablemente no habría por qué pensar que estar un determinado tiempo delante de un televisor puede ser algo perjudicial para la formación de los jóvenes o para las personas mayores que tanto tiempo pasan delante del mismo.

Pero en un estudio realizado en Francia hace unos años se llegó a la conclusión de que en esas veinticinco horas que cualquier niño o niña pasa delante del televisor, una persona puede tener a lo largo de una semana la posibilidad de contemplar unos 230 actos de violencia por término medio, 270 referencias al sexo y unos 40 anuncios en los que se promueve el consumo de bebidas alcohólicas. No parece que en el caso español, las cifras difieran mucho de lo que sucede en el francés.

Siendo esto así, lo que cabe preguntarse es de qué forma estos contenidos televisivos están influyendo negativamente sobre los televidentes en general y sobre los más jóvenes, y por tanto los más desprotegidos, en particular.

Es obvio que la suma de un tiempo excesivo delante del televisor, unido a la emisión frecuente de contenidos que en muchos casos son sumamente perniciosos para los niños y niñas, no puede ser contemplado más que como un hecho muy negativo al que de alguna manera hay que poner límite o, al menos, poner en práctica aquellas políticas educativas, o del tipo que sea, para que los efectos perjudiciales de la televisión se minimicen en la medida de lo posible sobre los jóvenes.

Sin duda, la tercera edad y sobre todo los jóvenes, son los grupos sociales más necesitados de protección ante la avalancha y la escasa calidad de muchos de los contenidos televisivos que se emiten. Pero hay otros colectivos que también están necesitados por esos y por otros motivos, de un cierto control sobre el tratamiento que se les da en la televisión.

Citemos, por ejemplo, el caso de las mujeres. Indiscutiblemente durante las últimas décadas se ha avanzado muchísimo en nuestro país en cuanto a la protección de género. No nos referimos en este caso a la legislación, aspecto básico en esta protección, sino en cuanto al enfoque que se da de la mujer en televisión. A pesar de que cada vez se tiene más cuidado en el tratamiento de esta cuestión, todavía se emiten programas, informativos y anuncios publicitarios, en el que el trato dado a la mujer dista mucho de ser el que debería tener nuestra sociedad. La mayor concienciación en este sentido redundará de forma favorable en un mayor respeto y en una mayor igualdad en cuanto a dicho tratamiento, pero aún queda mucho por hacer en este tema y es necesario que la formación de la sociedad comience por los más jóvenes para que verdaderamente desaparezcan los contenidos que puedan ser denigrantes para las mujeres.

También hay que mencionar el tratamiento que se le da a los inmigrantes. Es cierto que en la actualidad se pueden apreciar mejoras sustanciales en cuanto a la forma en que se ofrecen las noticias en los informativos y en buena parte de los programas televisivos, pero sigue siendo necesaria una mayor concienciación a la hora de tratar las cuestiones relativas a las personas que proceden de otros países y a la forma en que aparecen en muchos espacios televisivos.

La lista se puede aumentar con nuevos colectivos: los discapacitados, las minorías étnicas, la homofobia contra otras opciones sexuales, etc. En todos estos casos, ya no solo se trata de qué ver en televisión o cómo verlo, sino también en cómo son tratados estos colectivos y las posibles soluciones o alternativas a este problema.

Es evidente que la primera posibilidad que se ofrece es la de crear organismos o instituciones que no solo vigilen los derechos de los menos favorecidos e impidan un tratamiento discriminatorio hacia los mismos, sino también que actúen ante los incumplimientos de la ley o de los códigos por parte de los propios operadores.

En este sentido, hemos asistido en las últimas décadas y sobre todo en la última, a la creación de una serie de intentos para regular esta situación. De esta forma han aparecido organismos, como la Sociedad Estatal para las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información (SETSI), que depende directamente del ministerio de Industria, Turismo y Comercio, y que tiene la función de regular las cadenas de ámbito estatal; los organismos de regulación autonómicos, en forma de tres Consejos Audiovisuales en Andalucía, Cataluña y Navarra; las asociaciones de telespectadores, que a pesar de su buena predisposición no suelen ser tenidas demasiado en cuenta; las AMPAS o Federaciones de Madres y Padres, con menos fuerza si cabe que las citadas en el caso anterior; organismos de carácter privado como Autocontrol, que sí que ejerce una labor importante en el campo de la publicidad; y sobre todo en el caso de la supervisión en el nivel autonómico, destacan las Consejerías de las distintas Comunidades, bien sean de Educación, Bienestar Social, etc. Es decir, aquellas que de alguna forma puedan tener competencias sobre el caso en cuestión.

En España, lamentablemente, aún no se cuenta con un Consejo Audiovisual Nacional que ejerza la labor correspondiente. Una serie de problemas de índole política han impedido que hasta el momento presente este organismo esté en funcionamiento. Es un caso particular el español, ya que en el resto de los países de la Unión Europea y en otros muchos del resto del mundo, esta autoridad existe y cumple una labor que en España queda bastante desorganizada ante la ausencia de una institución que centralice el control sobre los operadores que emiten en todo el Estado.

Cabría finalmente insistir en la labor que tienen por hacer los propios operadores, respetando leyes, como la de la Televisión sin Fronteras del año 1994, los códigos deontológicos que muchas veces ellos mismos han adoptado para su libre cumplimiento, o siguiendo las normativas, leyes, códigos, etc., que existen. Desgraciadamente la inexistencia en nuestro país de una legislación que coordine toda la normativa sobre este tema y que tiene una enorme dispersión y escasa estructuración, favorece el hecho de que en numerosas ocasiones, operadores poco escrupulosos con la legalidad, se puedan amparar en el vacío legal que existe en determinadas cuestiones.

Vista esta situación es necesario plantear qué se puede hacer para poner orden entre toda esta confusión y en este galimatías. Está claro que la situación tendrá que ir evolucionando y, previsiblemente, mejorando en un futuro, pero aunque esto acabe por suceder más tarde o más temprano, siempre quedará un elemento fundamental en todo este proceso: los telespectadores.

Los operadores pueden acatar, obedecer y cumplir escrupulosamente las leyes, códigos y normas. Buena parte ya lo hacen y es de esperar que en el futuro todos en su conjunto sean aún más estrictos en esta cuestión. Los organismos de la administración pública e incluso los creados por la iniciativa privada en sus múltiples facetas tienen también una labor importantísima que hacer en pro de que se respeten las normas básicas y denuncien, multen o aconsejen qué es lo que los operadores pueden y deben emitir, aunque esto último resulta bastante más difícil de llevar a la práctica.

Todas estas propuestas, sin embargo, a pesar de ser necesarias y hasta imprescindibles no atacarán realmente la raíz del problema. Y esta radica en los propios telespectadores. El respeto de la legislación, los consejos que se den y todo aquello que se haga en pro de una televisión de calidad debe ser siempre bienvenido, pero lo queramos o no hay un elemento básico en este proceso que es el que finalmente va a seguir guiándolo mientras la sociedad y la economía sigan funcionando así: el beneficio económico.

Quiere esto decir que aunque la situación pueda mejorar en cuanto al cumplimiento de lo legalmente establecido, las parrillas de las programaciones se seguirán rigiendo por un elemento básico: los niveles de audiencia que, convertidos en reclamos para los anuncios publicitarios, serán los que manden sobre qué tipo de programación emitan los diferentes canales televisivos.

Hay pues que incidir en este último punto que es la clave de todo el proceso: el público, la audiencia, los telespectadores. Y aquí queda la parte más difícil por jugar: educar a la audiencia, aconsejarla sobre qué programas deben ver, cuales no, qué cantidad de tiempo es conveniente pasar ante el televisor, qué seleccionar, qué puede ser conveniente para los jóvenes, qué puede ser perjudicial, etc. Una audiencia que en definitiva sea crítica con la infor-

mación y con la programación que recibe y que tenga capacidad para discernir aquello que puede estar bien para ver, de lo que puede ser indeseable para contemplar. Es una perspectiva ciertamente llena de utopía y de optimismo, pero es algo por lo que cada vez resulta más necesario trabajar y hasta ahora, muy pocas personas e instituciones se han planteado hacerlo.

En este caso no solo debemos ser críticos con la situación española, en general, en pocos países del mundo se ha abordado esta cuestión con profundidad y con verdaderas ganas de buscar una solución. No seamos ilusos, es cierto que no es nada fácil cambiar unos hábitos que llevan ya muchas décadas enquistados en la audiencia y que por otra parte responden al deseo más inmediato de consumir aquello más fácil, aquello que más llama la atención, aquello que nos divierte y que en algunos casos recurre a los más bajos instintos de los seres humanos para contemplar la desgracia, la violencia o las situaciones dramáticas que a otras personas o a otros pueblos les toca vivir.

Llegamos pues a la parte fundamental de nuestra propuesta: la necesidad de plantear seria y rigurosamente la educación de la sociedad ante el consumo indiscriminado de televisión. Los países anglosajones, pioneros en esto como en tantas otras cosas, inventaron un término que hizo fortuna: *Media Literacy*. No resulta fácil ni comprensible la traducción literal al castellano, y en nuestra lengua hemos inventado otro que es bastante largo y hasta farragoso, pero que ha hecho fortuna entre determinados foros: la alfabetización mediática, es decir, enseñar a la audiencia a consumir televisión, a que no sigan siendo analfabetos ante los medios y desarrollen la capacidad de contemplarlos con un espíritu crítico y selectivo ante la avalancha de informaciones y de programas que cualquier televidente puede ver a lo largo del día.

¿A quién corresponde llevar a cabo esta tarea? La respuesta no es fácil. En principio todos los organismos e instituciones citados anteriormente tienen una buena parte de responsabilidad ante la misma, pero es evidente que en unos casos la responsabilidad es bastante mayor que en otros.

Desde nuestro punto de vista, todos estos organismos e instituciones deben tomar parte en la tarea de «educar o alfabetizar» a la población consumidora de medios y en especial de televisión. En particular, consideramos que son las instituciones que tienen responsabilidad sobre los televidentes más indefensos, es decir sobre los menores, las que más deben hacer en este asunto. Por tanto, debe ser el Ministerio de Educación y las diferentes Consejerías de Educación de las Comunidades Autónomas las que más deben velar por fomentar la educación de los jóvenes a la hora de ver la televisión.

En segundo lugar, han de ser los organismos encargados del control de los contenidos los que más preocupación deberían también mostrar porque se respete la legislación y los códigos éticos establecidos al respecto. Las entidades reguladoras, llámense Consejos Audiovisuales o de cualquier otra manera, tienen también una gran importancia en lo referido a alfabetizar mediáticamente a la audiencia, y más concretamente y en función de la gran importancia que tienen, a los consumidores de televisión que es la mayor parte de la población.

¿Cómo debe intervenir de cara a esta alfabetización televisiva? La respuesta a esta compleja pregunta necesitaría una larga extensión que en este caso, por problemas de espacio, no cabe dar. O, al menos, no cabe darla con la profundidad que el caso requiere. Por eso nos limitaremos a apuntar una serie de cuestiones de carácter general, que solamente darán una breve pincelada de por dónde debe ir enfocado el tema desde nuestro punto de vista, aunque lo sucinto de la respuesta, quizás impida una clarificación de la misma.

Centrémonos en el caso de los menores, es decir, los niños y los adolescentes. En primer lugar se trata de intervenir directamente sobre el conocimiento que puedan tener los mismos sobre esta cuestión, y para esto es fundamental desarrollar políticas educativas que incidan en su preparación para consumir contenidos televisivos. Es posible hacer esto desde dos perspectivas, desde un punto de vista académico.

Por una parte con la creación de asignaturas específicas en las que se pueda tocar esta cuestión. La materia que existe actualmente sobre Medios de Comunicación permite de alguna manera abordar el problema, pero es una solución incompleta. Se trata de una asignatura optativa que sólo llega a un número determinado de menores y además el currículo de la misma es tan amplio, que no es posible hacer un trabajo específico sobre el consumo de los medios y en particular en el de la televisión, aunque se le dedique en muchos casos una cierta importancia al medio.

Desde nuestra forma de pensar, una de las aportaciones que cabría hacer es insistir ante las autoridades educativas para que esta asignatura o aquella otra que la sustituya, no sea sólo una optativa, sino que se trate de una materia obligatoria, se trabaje en ella a lo largo de varios cursos y se empiece a actuar con niños y niñas desde más temprana edad, y no sólo con adolescentes como se está haciendo ahora mismo.

Por otra parte, la administración educativa debe reforzar lo que es la interdisciplinariedad en todas las disciplinas. Los medios de comunicación, y más concretamente el consumo de televisión, no son patrimonio exclusivo ni

de una asignatura, ni de un área, aunque habitualmente se le asigne a los Departamentos de Lengua y Literatura este cometido. Se deben dar los pasos para que desde todas las perspectivas posibles se trabaje el tema de los medios en general y de la utilización correcta de la televisión en particular implicando en esta tarea a todas las asignaturas y áreas del currículo.

Sí el alumnado es una cuestión fundamental en esta propuesta que presentamos, tampoco lo es menos, aunque lo tratemos en segundo lugar, el trabajo con el profesorado, ya que finalmente es sobre él en quien recae la mayor parte del trabajo y de la responsabilidad para abordar una cuestión tan compleja como es ésta.

Por regla general los profesores/as tienen una formación que podríamos denominar «clásica o tradicional» en este sentido. Es decir, se han preparado para impartir una u otra determinada asignatura, pero no han tenido una formación específica para explicar cómo se debe ver la televisión, como tratar a alumnos con discapacidades o cómo se debe comportar una persona educadamente, por poner varios ejemplos. Es cierto que todas estas tareas se realizan con mayor o menor fortuna por parte de los docentes, como una parte más de lo que es la Educación, con mayúscula, pero en general el profesorado carece de formación científica y amplia sobre muchos de estos temas y en particular sobre el que nos atañe.

Por este motivo, una cuestión básica es la de formar al profesorado en los medios y en particular en el más importante de todos ellos, la televisión. Tampoco se trata de una cuestión con una solución fácil. La administración ha fomentado por regla general la impartición de cursillos que ayuden en esa formación. Pero muchos de estos cursos son breves, incompletos o ambas cosas a la vez. Por regla general no cubren la función para la que se han planificado y en ocasiones ni siquiera dicha planificación es correcta. Es necesario ser más sistemáticos en esta cuestión y ofertar una mayor cantidad de cursos y sobre todo con una mayor calidad y unos objetivos claramente definidos.

No podemos olvidar, tampoco, la edición de materiales bibliográficos que ayuden y complementen esta difícil labor. La bibliografía existente en la actualidad es buena, pero dispersa, no fácilmente accesible para muchos profesores y profesoras y no necesariamente se enfoca siempre en ella la problemática desde la que sería la forma más eficaz para colaborar en esta formación del profesorado.

En tercer lugar, no debe despreciarse en esta formación la cuestión de los recursos y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. En general la administración educativa está haciendo un esfuerzo considerable en este sentido dotando a los centros, además de los clásicos televisores, ordenadores o vídeos, con otros recursos como pizarras digitales, información vía satélite, acceso rápido y gratuito a Internet, etc.

Esta dotación es muy importante sin lugar a dudas, pero no basta sólo con disponer de suficientes recursos, sino también es necesario saber utilizarlos y sobre todo es fundamental que se puedan usar con el enfoque necesario para que realmente sean útiles en la formación de nuestros alumnos y alumnas. En este sentido queda mucho más camino por recorrer a pesar de que también se están dando los primeros pasos. Pero como ocurre en tantas otras cuestiones, resulta más fácil y rápido invertir dinero en comprar, que en formar profesorado y que éste dedique sus labores a elaborar materiales que sean realmente eficaces y útiles para la labor educativa.

El alumnado y el profesorado son, sin la menor duda, las claves en toda esta propuesta, pero tampoco debemos olvidar, ni mucho menos, a otros agentes que también están contemplados en ella. Concretamente tanto los centros educativos como las propias familias de los menores deben jugar un papel muy importante en esta labor de educación en medios.

Los centros de enseñanza tienen que dar prioridad a lo que es la potenciación de los medios en las aulas y en particular a la televisión. Ésta es una tarea que en el momento actual se ve reducida en la mayor parte de los colegios e institutos a las denominadas «Salas de audiovisuales» o como mucho a algún que otro «laboratorio» en los que bajo llave y con una adecuada seguridad, se custodian televisores, ordenadores y otros materiales.

Sin entrar en esta problemática tan concreta que obviamente ni es objeto de este estudio y además se escaparía totalmente a lo que es nuestra propuesta global, sí que es preciso recalcar desde estas líneas la necesidad no sólo ya de potenciar el uso de la televisión y otros medios en el aula mucho más de lo que se hace ahora mismo, sino también de incluir su utilización como algo «oficial», es decir, planificando con rigurosidad y con seriedad propuestas para su utilización, plasmándolas en lo que es el documento básico que regula la vida académica en los centros de enseñanza: el plan de centro o, en su defecto, las programaciones de los departamentos didácticos.

Finalmente, queda también por desarrollar la cuestión de cómo las familias deben ayudar a sus hijos e hijas en la labor que proponemos. El que hayamos dejado este apartado para el último lugar no quiere decir que sea, ni muchísimo menos, el menos importante, simplemente lo hemos hecho así por seguir los niveles de actuación que

entendemos deben partir desde el entorno docente en primer lugar, hasta aquel que finalmente queda fuera del centro educativo en sí.

Al principio de esta comunicación comentábamos que los jóvenes pasan más tiempo fuera del centro de enseñanza que dentro del aula, por tanto parece lo más razonable que sea fuera de la misma donde más se incida en la labor de la alfabetización en los medios. Pero existen problemas verdaderamente difíciles de solucionar en este sentido. El modelo actual de familia que se está implantando en España desde hace unas décadas sigue en su mayor parte las pautas del europeo y norteamericano. En resumidas cuentas, y de cara a lo que nos interesa, se trata de un modelo en el que en la mayor parte de los casos ambos padres trabajan fuera del hogar y, consecuentemente, los jóvenes pasan en él una gran cantidad de horas en solitario sin que nadie pueda hacerse directamente responsable de muchas de las actividades que desarrollan en ese tiempo.

Tampoco pretendemos aquí realizar un estudio sociológico sobre la familia en España, pero a nadie se le escapa el problema que antes hemos presentado. Y aún en los casos en que esto no ocurre así, es decir, en aquellos en los que los jóvenes tienen casi siempre a su lado a alguien que les puede ir indicando qué ver, es preciso resaltar que en muchos casos, la formación de los padres o de los responsables de los niños no es tampoco necesariamente la más adecuada para ayudar a los menores a discernir sobre qué han de ver o con qué espíritu han de contemplar lo que en un momento determinado se está emitiendo por televisión.

En consecuencia nuestra propuesta es que también se debe incidir en este punto, en la realización de actividades, llámense cursos, talleres o como se les quiera denominar, en los que se ayude a complementar la formación de los padres y de las madres para que sepan cómo han de ayudar a sus hijos e hijas a ver la televisión o, por extensión, a utilizar otros medios de comunicación cada vez más desarrollados como Internet, etc.

Es, por tanto, fundamental en este sentido realizar también propuestas de actividades para que este sector de la población pueda desarrollar, en el hogar, la parte fundamental que le corresponde. El estudio de los procedimientos y de los hábitos a fomentar es una labor que no se puede olvidar de ninguna de las maneras y que, también, es una de las claves que sustenta cualquier proyecto de alfabetización mediática que se quiera implantar, con cierto éxito, en el conjunto de la población.

Como conclusión de este apartado, llegamos aquí a la clave y resumen de todas nuestras propuestas anteriores: la ineludible necesidad de llevar a la práctica un ambicioso proyecto de alfabetización mediática que sirva para educar a la sociedad en el conocimiento digital, en los medios audiovisuales y de comunicación y en especial en el que en el momento actual sigue teniendo más importancia que ninguno: la televisión. Todos los colectivos han de implicarse en mayor o menor medida en esta línea de trabajo, pues es tal la labor a desarrollar que, sólo con el acuerdo y la coordinación entre tantas instituciones y organismos implicados, se podrá llevar a cabo siquiera los comienzos de esta tarea.

En nuestra propuesta, una vez que hemos detectado el problema y analizado los diferentes elementos que participan en la misma, cabe ahora descender a niveles aún más concretos y puntuales, y realizar planteamientos más específicos que, a modo de ejemplo, nos sirvan para ir presentando algunas de las posibilidades que actualmente tenemos para abordar esta temática en cada caso. Es decir, ¿cómo debemos educar a los jóvenes como grupo básico, y a la sociedad en general en el consumo televisivo, con la adopción de un espíritu crítico, ante la avalancha y el desbordamiento de programación que la oferta actual ofrece? Pasemos pues a analizar esta problemática abordándola desde los diferentes problemas que la programación televisiva presenta. Está muy claro que, como pauta inicial en esta propuesta, debe estar por encima de todo el cumplimiento de la normativa básica que existe en relación con los horarios de protección a menores y en particular con la denominada franja de protección reforzada.

Pero hay que reconocer que existen serias dificultades para que no se emitan contenidos televisivos que no sean aptos para menores de dieciocho años entre las seis de la mañana y las doce de la noche. Indiscutiblemente esto sería lo ideal, pero la realidad práctica demuestra que en la mayor parte de los casos esta normativa se incumple con demasiada frecuencia. Un abanico horario tan amplio predispone a que en determinadas ocasiones los operadores se salten la imposición de no emitir determinados contenidos, aunque sea esa su obligación de no hacerlo.

Si importante es la defensa de los menores de edad, mucho más lo es la de la infancia, lo que, aparentemente, parece estar contemplado en el caso anterior, pero en realidad no es así. El denominado horario de protección «reforzada» incide en que desde las cinco hasta las ocho de la tarde y desde las ocho de la mañana hasta las nueve (horario que se amplía los fines de semana hasta las doce del mediodía) no se pueden emitir contenidos peligrosos que puedan ser vistos por menores de trece años de edad. Es precisamente aquí, en esta franja horaria, donde se emiten buena parte de los programas de la denominada «Telebasura» que son con diferencia, los menos indicados

para que puedan verlos niños y niñas de esas edades. El control riguroso y preciso de estos horarios es una de las claves que desde los organismos de control, se debe llevar a la práctica para evitar los abusos que generalmente se cometen.

Estos contenidos potencialmente negativos se centran también en determinadas series de ficción en las que frecuentemente aparecen escenas eróticas que para buena parte de la sociedad son contraproducentes, imágenes violentas, comportamientos inadecuados (machismo, racismo, etc.), lenguaje soez, fomento de valores negativos o perjudiciales, etc.

Donde quizás este hecho llega a su máxima expresión es en la publicidad. La incitación al consumo desmedido, la publicidad engañosa, fraudulenta, peligrosa, etc. es uno de los aspectos en los que más habría que incidir de cara al futuro. Algunos organismos como Autocontrol intentan limitar los efectos de una publicidad con una fuerte carga negativa, pero aún así, sería conveniente una mayor formación de los telespectadores en este sentido.

Son muchos los programas en los que podríamos ir poniendo ejemplos en cada caso: los informativos en los que prima la imagen ante todo y el impacto mediático y en donde los límites éticos y estéticos de la información no quedan muchas veces nada claros. La telebasura, la moda que nos invade en los últimos años, los cotilleos, la ausencia de respeto hacia las personas, la difamación constante, etc. Las series de dibujos animados, siempre un ámbito delicado debido a su especificidad para con los menores, pero que también están generando una problemática hasta ahora no muy conocida, con la generalización de los mangas y anime de origen oriental y en especial japonés, con unos valores que en muchos casos difieren bastante de los occidentales. Los programas deportivos, en los que el machismo, la violencia, el fomento de la competitividad no siempre sana, la ausencia de pluralismo en muchos casos (casi todo lo que se emite es fútbol), las declaraciones altisonantes y fuera de lugar de determinados personajes, etc. son moneda común. Los programas de zapping, en los que es fácil observar la presencia de contenidos nada adecuados para los horarios en los que se emiten. Los concursos a través de móviles por SMS, lo que conlleva fraudes y engaños con un fomento del consumo indiscriminado. Las retransmisiones de espectáculos, como la discutible emisión de corridas de toros en horario de protección reforzada. La publicidad en programas religiosos (procesiones de Semana Santa, retransmisión de misas, etc.). Los programas con alto contenido erótico en horarios que no son procedentes, etc.

Ante todo este confuso y caótico panorama, ¿qué propuestas cabe hacer? Empecemos la casa por el tejado, es decir, por la conclusión. Sin la menor duda la más importante de todas ellas es la de enseñar a desconectar el aparato cuando los programas que se emiten no poseen la más mínima calidad o cuando sus contenidos son claramente perjudiciales para que puedan verlos los niños. Para esto es fundamental la labor de los padres o responsables de los menores.

En un sentido positivo, y no tan radical como el anterior, podríamos añadir propuestas como el fomento en la programación de programas educativos, formativos, divulgativos y de interés para ampliar los conocimientos de los jóvenes. La señalización de las edades a las que van dirigidos los programas, algo que muy pocas veces se cumple. El respeto a los códigos éticos y deontológicos, algo que no debería ser necesario incluir aquí, pero que debido a su incumplimiento sistemático es necesario insistir. La necesidad de incluir más programas formativos como documentales, programas que difundan valores éticos y morales, en definitiva la televisión no solo como un instrumento de consumo y de enriquecimiento para unos cuantos, sino también como un recurso educativo y formativo o herramienta didáctica, algo que parece últimamente casi completamente olvidado. La supeditación de todas estas cuestiones al porcentaje de audiencia es algo que está haciendo muchísimo daño a la propia televisión y a quienes la contemplan, en una espiral de la que es difícil salir ante los numerosos intereses que existen en ella.

La programación debe enfocarse mucho más hacia la formación de la juventud y no sólo a captar más público para que la publicidad sea más cara, los anunciantes paguen más dinero y de esa manera las empresas que controlan las televisiones obtengan más beneficios. Es preciso imponer unos límites mucho más claros, precisos y severos ante este hecho.

Es necesario fomentar la transmisión de espectáculos deportivos, y no sólo reducirlos casi a la emisión de partidos de fútbol; los dibujos animados deben poseer mayor calidad y no insistir en presentar la violencia y lo espectacular olvidándose de la transmisión de valores humanos entre los menores. Es preciso reiterar que las series de ficción que postulan valores éticamente negativos no deben emitirse jamás en horario protegido, etc.

Abogamos pues por una mayor imbricación entre los contenidos que se emiten por televisión y la formación escolar de los menores. Esto implica, además, el enseñar a estos últimos a ver la televisión con un espíritu crítico, cuestionándose lo que se les ofrece a través de la pequeña pantalla y cambiando de canal cuando el que está vien-

do no resulta adecuado o, simplemente, apagando el televisor cuando la oferta existente no responde a los mínimos de calidad que son exigibles y deseables.

Como conclusión final, hemos de insistir en la necesidad cada vez mayor de desarrollar programas de alfabetización mediática en los que estén implicados tanto las diferentes instituciones y organismos de la administración como los operadores. Estos proyectos deben estar planificados como algo práctico, útil y eficaz y no sólo como plataformas técnicas destinadas, en su mayor parte, a la elaboración de materiales didácticos que no siempre tienen porque ser de una gran utilidad para la función que se pretende cubrir. Tampoco han de tratarse estos proyectos necesariamente como foros de reunión en los que se encuentren «expertos» que muchas veces plantean discursos con un fuerte carácter teórico, pero totalmente alejado de la realidad en la que se mueven los adolescentes y los niños.

Como última recomendación, planteamos trabajar con todos los ámbitos y con todos los grupos sociales, especialmente con aquellos más necesitados de protección ante los medios, como son los menores y los jóvenes.