

Cauces éticos necesarios para una televisión de calidad **Ethical principles for a quality TV**

M^a Ángeles San Martín Pascal
Madrid (España)

RESUMEN

Esta ponencia presenta un análisis de los elementos más significativos que se encuentran planteados sobre la calidad en la televisión de actualidad. Examina asimismo, los principales problemas éticos con los que se enfrentan tanto los profesionales como los usuarios de los medios de comunicación audiovisuales y se indican unos cauces mínimos e imprescindibles para que la televisión cumpla con unos criterios éticos necesarios para la buena práctica en televisión. La televisión debe dejar de fabricar noticias porque la realidad a veces se queda corta, debe dejar de mezclar noticias con información para maximizar audiencias y en definitiva es muy preocupante que abandonen la ética para favorecer la comercialidad. La televisión debe estructurarse para estimular la competencia por una programación de calidad, más que la competencia por los beneficios económicos y las audiencias. Por lo tanto, la televisión de cara al siglo que hemos iniciado, debe establecer con claridad, qué beneficios sociales aporta, si es capaz de responder a los nuevos retos de competitividad y diversidad en tiempos breves, si es capaz de asignar profesionales cualificados a los programas infantiles y otros programas que así lo requieran, sin invitar a supuestos expertos a los que enfrentan entre sí para dar espectáculo. Debe evitar los conflictos personales como espectáculo y por supuesto evitar imágenes de violencia y tratos vejatorios.

En Mayo de 1998 el diario El País publicaba un artículo donde informaba que según el informe «Televisión y Derechos de los usuarios. Contenidos infantiles y Publicidad», los niños españoles recibían una programación televisiva colmada de machismo, violencia e intolerancia. Seis años más tarde, Mayo de 2005, otro artículo publicado por el diario El Mundo, revela que una investigación sociológica realizada durante tres años, demuestra que los jóvenes que presencian actos violentos, duplican el riesgo de convertirse en agresores.

Nuestros jóvenes, y nuestros niños, presencian actos violentos en la televisión prácticamente en toda su programación. Telediaros, dibujos animados, series televisivas, películas, reality shows, etc. A pesar de que ya en 1993 se iniciaron las medidas de protección a la infancia, cuando el consejo de ministros aprobó el proyecto de ley que trasponía a nuestra legislación la directiva europea «Televisión sin Fronteras» y que el gobierno actual ha elaborado un Código de Autorregulación que entró en vigor el pasado Noviembre, la violencia e insultos campan a sus anchas en televisión según revela el informe del Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales. El informe denuncia la aparición de lenguaje soez, comportamientos intolerantes, violencia física y verbal y sexualidad explícita por doquier.

La televisión es un medio omnipresente en la vida familiar, ya que los niños pasan más tiempo frente al televisor (entre tres y cinco horas diarias) que frente a sus profesores.

Los profesionales de los medios de comunicación deben tener en cuenta la responsabilidad tan enorme que conlleva el ejercicio de la profesión en cualquiera de sus soportes: prensa escrita, medios audiovisuales, etc. Formar, informar y entretener son los principios básicos con los que se fundaron los nuevos medios audiovisuales de la década de los 50, sin embargo estos fines han quedado olvidados en pos de una mal entendida guerra de audiencias y la educación está completamente olvidada y el entretenimiento que se ofrece es carente de cualquier valor ético y estético.

La televisión, desde su posición privilegiada como canal de comunicación que llega a millones de personas, puede y debe cumplir el importante papel de transmitir contenidos de carácter formativo y educativo. De los buenos profesionales depende en buena parte la ética y la estética, sin ellas, sería un oscuro oficio vergonzante como quizá lo es a veces.

ABSTRACT

This communication presents an analysis on the most significant elements related to the quality of the Television in present times. It examines, at the same time, the main ethical problems faced by the professionals and the users of the television, and it indicates the minimum paths required in order to achieve a good practice on television. It presents problems which should be solved as when television invents and makes programmes just because the reality does not cover their needs. Television, it adds, should be structured in order to stimulate competitively to obtain a good quality rather than to obtain good economical figures and a high audience. Therefore, the television of the XXI century which we just joined, should let it very clear which social benefits is going to give, whether it will be capable of responding to the new competitiveness and diversity in brief period of time. Whether it is going to assign qualified professionals not only in programmes for children but in all other programmes whenever required, without using supposed experts whose only interest is to fight among themselves in order to make spectacle. It should also avoid personal conflicts as a show and obviously it should avoid images of violence and psychological and vexatious misconduct.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Televisión de calidad, ética, programación, economía.
Television of quality, ethics, programming, economy.

Los Medios Audiovisuales –afirmaremos a lo largo de este artículo– se han convertido en una de las principales fuentes de influencia en las actitudes sociales y culturales de la sociedad de finales del siglo XX y principios del siglo XXI. De todos los medios de comunicación de masas, la televisión es la que tiene mayor presencia en la vida diaria de la mayoría de las familias. Un alto porcentaje de familias españolas, no compran el periódico diariamente, prácticamente no escuchan la radio, o lo hacen en los días de música exclusivamente, y sin embargo la televisión está encendida desde que comienzan el día hasta que se acuestan. La pantalla de televisión suele ocupar un lugar privilegiado dentro del seno familiar. Es la principal compañera. Se comparte con la mayor parte de las actividades familiares: comida, trabajo, tareas domésticas, a veces, hasta con los deberes escolares.

Por ello, y por otras razones, es indispensable un análisis minucioso de la fuerza socializadora y de la gran utilización social que de este medio se hace y planteamos a lo largo de este artículo, la necesidad de unos cauces éticos que puedan ayudar al desarrollo de la calidad en la televisión.

En este artículo, recogemos tres perspectivas diferenciadas a tener en cuenta para el desarrollo de nuestra tesis. Los Responsables de los Medios; los Profesionales de los Medios y los Espectadores o Audiencia.

1. Los responsables de los medios

Los Responsables de la televisión, tienen que tener presente cuando realizan un programa que cuando un receptor está viendo un programa, lo que percibe es al propio autor del programa. Es decir, su ética. Inconscientemente, el receptor se pregunta. ¿Qué intenciones tiene? ¿Qué quiere transmitirme? ¿Qué quiere que haga, piense, absorba, rechace? Debe tener en cuenta que comunicamos lo que somos.

Todos estamos de acuerdo que cualquier programa televisivo está inmerso en un sistema primordialmente materialista. La televisión es, efectivamente, un negocio, pero los negocios no siempre van a

acompañados de una conducta ética. Se ofrece algo, (un programa de entretenimiento, diversión, ficción, cultura) con la promesa de satisfacer unas necesidades. Pero el negocio se cierra cuando interesa al medio audiovisual y no cuando satisface la necesidad. En muchos casos, las necesidades no se satisfacen nunca, todo lo contrario. El espectador sin embargo, sigue esperando a que la televisión cumpla su promesa, pero el negocio no es rentable y se cierra. Esto predispona a la desconfianza del telespectador por una calidad en los programas audiovisuales. Por lo tanto, la televisión debe estructurarse para estimular la competencia, por una programación de calidad, más que en la competencia por los beneficios económicos y por las audiencias.

Platón acusaba a los sofistas de corrupción de la palabra porque su fin principal no era transmitir la verdad, sino impresionar sin preocuparse por la verdad. Esto está ocurriendo con los responsables de la televisión. No se preocupan de transmitir programas de calidad, éticamente correctos, sino programas en los que todo vale con tal de conseguir audiencia. Lo que verdaderamente define una comunicación televisiva, es el espíritu del emisor, su «onda», su «estética» y primordialmente su «ética». Un mensaje, un programa, es una de las formas en la que se materializa la ética del emisor y es ésta la que se comunica. Fernando Savater ha señalado varias veces que la ética comienza con quienes se dicen éticos. La ética en televisión comienza con los propios directivos. No deben culpar al público afirmando que la televisión ofrece lo que el público quiere. El público es muy responsable, obviamente por no apagar el televisor o por no cambiar de canal cuando ofrecen programas de dudosa calidad ética y moral, pero la primera responsabilidad se encuentra en el emisor. Si el director de una cadena, antepone los intereses económicos ofreciendo programas basura, programas donde los enfrentamientos personales son el tema principal, programas donde la vida privada y la intimidad son el caldo de cultivo frente a un programa de calidad, no está ofreciendo alternativas ni libertad de elección al público. Una televisión que se precie como una televisión de categoría, una televisión elegante, una buena televisión, debe ofrecer diversidad como elemento de calidad. Diversidad que permita satisfacer esas necesidades que señalábamos anteriormente.

Los responsables de los medios deben tener presente la complejidad de la realidad social y tener en cuenta los intereses de todos los espectadores, incluyendo las minorías. Una programación televisiva está normalmente ideada para una gran audiencia, con programas que para ser seguidos no requieran ningún esfuerzo del espectador, sin embargo, existe otro tipo de público, a veces minoritario, que exige una participación, que exige contenidos de carácter educativo y formativo.

La diversidad debe estar en oposición con la tendencia a llenar programas estandarizados, repitiendo estilos, o consolidando los que en un momento determinado han estado de moda o han obtenido los mayores índices de audiencia. Programas como Operación Triunfo, Gran Hermano, Crónicas Marcianas han estado y siguen estando presentes en la pantalla apostando por un alto índice de audiencias. Ciertas cadenas mantienen temporada tras temporada programas a cuyos presentadores les adjudican calificativos tan lamentables como «carroñeros» por tratar de sacar a la luz aspectos oscuros de personajes conocidos. Parte del juego entre las grandes cadenas de televisión consta en hablar y sacar a la luz intimidades de personajes muertos y que por otra parte les está reportados grandes beneficios de audiencia.

Hasta no hace mucho tiempo, las cámaras de televisión no podían entrar en las salas judiciales, tomar imágenes de audiencias públicas, ni entrar en algunos parlamentos como el inglés. El respeto y el recelo que provocaba la retransmisión de imágenes sobre noticias de tan delicada índole como eran los acontecimientos políticos y jurídicos, se han ido salvando con el tiempo y hoy podemos seguir una sesión parlamentaria tranquilamente desde nuestras casas y ver como se desarrolla un juicio de gran renombre que esté teniendo lugar al otro lado del Atlántico.

El juicio del famoso ex futbolista norteamericano O.J. Simpson, acusado de asesinar a su mujer y a su amigo, en 1995 fue transmitido por la Sky News en vivo a nivel internacional llegó a ser un juicio público donde la audiencia seguía el espectáculo con gran interés por su novedad y por el morbo que despertaba. Más tarde otro juicio consiguió despertar el interés de la audiencia también por su morbosidad consiguiendo índices antes nunca conocidos. Los rostros del matrimonio Bobbit (castración a su marido por abuso sexual) llegaron a ser tan familiares como cualquier presentador de nuestras cadenas nacionales, ya que estaban en la pequeña pantalla todo el tiempo que duró el juicio. Recientemente, el proceso judicial de Michael Jackson, ha sido explotado por las grandes cadenas y a pesar de la prohibición de televisarlo en directo, 30 millones de personas sintonizaron sus televisores para asistir en directo al juicio final.

En Diciembre de 2002, un juez del Estado de Tejas (USA) y por primera vez en la historia jurídica de Estados Unidos, permitió la retransmisión por televisión de la deliberación de un jurado en un caso de asesinato. La cadena pública PBS afirmaba que no era un Reality Show, sino un espacio dedicado a la investigación y documentación y que se le confería un cierto carácter educativo para la sociedad de Estados Unidos. La fiscalía que pedía la pena de muerte recurrió alegando que los miembros del jurado sumaban a su función la de interpretar un papel en una serie de estilo de «Supervivientes». La cadena PBS aseguró que no emitirían las imágenes hasta pasado un año, en un programa de dos o tres horas de duración y sujeto a los modelos éticos, periodísticos y artísticos más estrictos.

No pasará mucho tiempo hasta que nuestras cadenas tomen modelo de estos ejemplos y comiencen a sacar lo más turbio e íntimo de las debilidades y errores de los humanos.

Es obvio que es mucho más fácil y rentable hacer una televisión de baja o nula calidad que una buena televisión. Presentar programas que estimulen la inteligencia y la imaginación del espectador, fomentar el conocimiento, la tolerancia, el respeto a las minorías, la pluralidad de las creencias, de las opiniones, de las tradiciones, etc. Presentar programas culturales, obras de teatro, que tuvieron gran éxito en otro momento, óperas. Buscar constantemente la innovación, no repetir fórmulas, ofrecer diversidad de opciones, opciones políticas, debates etc. Y todo ello con una gran profesionalidad es mucho más difícil y costoso y probablemente no sea tan rentable pero eso es una televisión de calidad basada en unos criterios éticos.

La ética la lleva el hombre dentro de sí mismo. Es inherente a él. No se puede reglamentar pero si se puede educar para que el público sea capaz de sacar lo mejor de sí mismo. Para actuar de forma correcta y éticamente, los responsables de los medios audiovisuales tienen que interiorizar y preguntarse si aquello que hacen, si aquello que intentan transmitir es correcto.

2. Los profesionales desarrollan su trabajo basados en el negocio del escándalo

Referente a los profesionales de los medios audiovisuales, ya hemos señalado en el apartado anterior que algunos presentadores de ciertos programas de dudosa calidad han sido tachados de «carroñeros» por emitir ciertos comentarios o participar en el juego de la cadena a la que pertenecen sobre personajes ya desaparecidos. Desgraciadamente, estos presentadores, mal llamados periodistas de la prensa rosa, paparazzi, entretenedores etc. entran en el juego de las cadenas por la simple razón de un dinero fácil. Es un trabajo, que bajo la apariencia, a veces, de periodismo de investigación, ofrece un dinero sustancioso y su único trabajo consiste en realizar programas escandalosos, dedicados a destapar los aspectos más crudos de la vida de los famosos, a los espacios de cotilleo y en definitiva a crear espectáculo. No es fácil aproximarse al dinero que mueven estos programas y los sueldos de estos personajes (repetimos mal llamados profesionales o periodistas) pero es fácil intuir que hablamos de cifras fabulosas. Estos profesionales de la prensa rosa especialmente, se consideran lo más vulnerables. Creen que su información roza el límite porque tratan de temas íntimos, pero lo que no desean admitir es que la intimidad pertenece a la persona misma y ellos, no tienen ningún derecho a entrometerse en la intimidad de ninguna persona.

Si la ética periodística no tiene cabida en estos programas y la ética en sí misma, no forma parte de la conducta de estos periodistas, debería ser la justicia la que ayudara a encontrar el equilibrio entre los derechos constitucionales que colisionan como son el derecho a la intimidad, al honor y el derecho a la información.

Existe una tendencia mundial a la fabricación de noticias, porque la realidad a veces se queda corta, pero en España, esta clase de programación y los personajes que viven de ella se ha desarrollado más que en el resto de Europa. Lo grave es que cuando se demuestra y comprueba que las noticias son falsas, no pasa nada.

Para cubrir estos programas del corazón existen otros personajes que la mayoría son jóvenes con la carrera recién terminada que por 600 o 700 euros al mes tienen que seguir diez, doce e incluso catorce horas diarias a los famosos con la esperanza de que pasado el periodo de becario o prueba, pueda quedarse a formar parte de la plantilla del medio. No tienen tiempo ni deseos de preguntarse si aquello que hacen entra dentro de la legalidad y mucho menos si es ético o moralmente correcto. Obedecen rigurosamente órdenes de su redactor-jefe o del director del programa para que decidan que imágenes o noticias deben obtener.

Es particularmente repelente ver asimismo, a ciertos personajillos que han participado en algún programa-concurso de gran audiencia, que por ser ganadores de los mismos, o por su especial participación en ellos, aunque no siempre hayan destacado por una conducta adecuada, pasen a formar parte del cuadro de tertulios en programas de tertulias o magazines, y cuya opinión parece merecer ser tenida en cuenta. Con el tiempo, pasan a formar parte de la plantilla de los múltiples programas que invaden nuestras cadenas y así los espectadores, no se sabe si son profesionales de los medios, expertos en espectáculos o simplemente personajes que dan juego para subir la audiencia pero lo que sí es cierto es que son éticamente peligrosos. Es preocupante que las cadenas abandonen la ética para favorecer la comercialidad.

La televisión tiene la responsabilidad de asignar profesionales cualificados para todos los programas que así lo requieran y el apartado del entretenimiento no debería ser descuidado contratando personajes de dudosa personalidad ética, ya que dentro del entretenimiento deben dar cabida a profesionales que sepan presentar programas que potencien no sólo la diversión sino más bien ofrezcan oportunidades para dar más intensidad a la calidad de vida, sepan despertar ideas en materia de cultura, deporte, arte y, en definitiva, que el espectador no se contente con sentarse frente al televisor, sino que pueda recorrer varias propuestas pensadas para proporcionarle un conjunto de gratificaciones no sólo visuales sino culturales.

3. Deberes y responsabilidades de los telespectadores

Frente a la débil ética y deontología en ciertos sectores de la prensa y programas de televisión, ya en 1996, como parte de mi Tesis Doctoral, publiqué un Código Deontológico para la Imagen y Fotografía en el que recogía la creciente preocupación de ciertos sectores de la audiencia por la puesta en vigor de unas normas éticas y deontológicas que pudieran encauzar y concienciar a los profesionales de los Medios Audiovisuales tomando en consideración la creciente atención e importancia que el público dedicaba a la televisión, siendo ésta, en la mayoría de los casos, la única vía de donde se obtenía la información más puntual y el entretenimiento.

En este Código se consideran los deberes, derechos y responsabilidades de los Profesionales de los Medios Audiovisuales, así como los deberes, derechos y responsabilidades del público-audiencia.

Efectivamente, en el proceso de la comunicación audiovisual, la responsabilidad no solamente recae en los directores y en los profesionales de la imagen y de la televisión. El público como parte integrante y usuaria de esta comunicación, debe tener una actitud frente a la televisión y ejercer sus deberes y derechos con la misma honradez que reclama a los medios audiovisuales.

El público, debe decidir, por un acto de voluntad, ser selectivo y crítico con los medios audiovisuales, utilizando solamente aquellos contenidos que puedan ser beneficiosos y rechazando los que resulten contrarios a su dignidad y libertad individual. No debe consentir que se le responsabilice de los programas de sexo, violencia o telebasura aceptando las declaraciones de que los medios dan lo que el público desea. Deben rechazar el espectáculo, la telebasura y aquellas imágenes que presenten conflictos personales como espectáculo. Los telespectadores son responsables de que no invadan nuestras pantallas con imágenes de violencia y tratos vejatorios, no solamente en horario regulado para la protección infantil, sino en cualquier horario. Programas como «A tu lado» y «La buena Onda» han sido centro de críticas y amonestaciones reiteradas por ofrecer en horario de protección reforzada (de 17 a 20h) apariciones de lenguaje soez, comportamientos intolerantes, violencia física y verbal y sexualidad explícita. Contenidos de otro programa de las mismas características como es «Aquí hay tomate» han sido denunciados según el último informe del Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales por considerarlos, en muchos casos, para mayores de 18 años. El público debe rechazar rotundamente este tipo de programas y no dejarse llevar por las modas

impuestas por los medios de comunicación, aceptando programas televisivos sobre realidad humana como un mero entretenimiento y diversión y ser capaces de rechazar los Reality Shows que negocian y comercializan la intimidad y el respeto de las personas.

El público tiene derecho a la protección legal contra la difusión de imágenes inmorales, obscenas y pornográficas y tiene el deber moral de reclamar estos derechos.

Las imágenes que exacerban el dolor y la aflicción son asimismo, constantes y asiduas en nuestros informativos. Imágenes que representan las tragedias del mundo en guerra. Cuerpos mutilados, personas humilladas con sus cuerpos desnudos, imágenes patéticas sobre temas actuales y sociales que representan lo que la humanidad está sufriendo debido a las continuas guerras y destrucción por los hombres del medio ambiente creando la miseria, la violencia y el hambre. Pero aquí cabe la siguiente pregunta: ¿Es necesario invadir nuestras pantallas y los telediaros con imágenes de violencia, agresiones, violaciones y sexo? ¿Tiene la sociedad derecho a ver las miserias de la vida de manera tan cruda y de forma tan constante? Evidentemente no. Cuando así se actúa se hace sensacionalismo y amarillismo, trufados de morbo, perversidad e inmoralidad. Por otra parte la información con imágenes de violencia con todo detalle y sin exista una condena a la misma contribuye a hacer apología de esa clase de violencia

Sin embargo, en nuestra sociedad, el telespectador, es impasible y no reacciona ante estas circunstancias.

A veces son incluso los propios columnistas e informadores los que sienten la impasibilidad del público-audiencia y les culpan por esa falta de participación y les incitan a que de alguna manera hagan llegar a los medios de comunicación su malestar social.

Cualquier referencia a un tema sobre una televisión de calidad quedaría incompleta si no hiciera referencia a lo que sin duda, es el mayor foco de preocupación y controversia y esto es los efectos de la televisión en la población infantil. La televisión y su influencia en los niños ha sido y sigue siendo tema de investigación, y han sido muchos los autores que han teorizado y muchos los sociólogos que han realizado investigaciones experimentales, ya que los niños son parte de ese numeroso público, quizá el más numeroso y probablemente también el más vulnerable de este medio.

El niño realiza sus primeros aprendizajes a través de la observación e imitación y la televisión actúa como instrumento que mediatiza e interpreta la realidad. Ofrece asimismo importantes modelos de realización para el niño. Pero al mismo tiempo que la televisión puede ofrecer experiencias enriquecedoras para el aprendizaje, también puede mostrarle modelos antisociales o violentos que el niño puede aprender y realizar del mismo modo y manera que observa en la televisión. Por ello, es imperativa una televisión con una buena calidad ética y cultural. Los niños pueden aprender mucho de la televisión. No se les debe dar por lo tanto lo malo, lo agresivo, lo destructivo sino enseñarles a crear opiniones, creencias, actitudes comportamientos y valores. Los niños deben aprender a entender la realidad pero no sólo lo negativo de esa realidad. De un programa televisivo pueden aprender a incorporar prácticas sociales que asumen como comportamientos cotidianos, cívicos normales.

Los medios audiovisuales participan en la construcción de la identidad de los niños. Las imágenes de los medios deben mostrar lo bueno y lo malo, lo positivo y lo negativo. Deben ofrecer ideas de qué es el ser humano, de cómo vestirse, como comportarnos, qué consumir, como ser tolerante con personas de otras razas, cómo comprender y aprender sobre sus costumbres y culturas, como reaccionar ante grupos sociales diferentes al nuestro y de qué forma responder a normas, instituciones y valores sociales para humanizar nuestra convivencia.

En síntesis podemos afirmar que el público-audiencia no es un sujeto pasivo. Como parte activa deben ser críticos y tratar de que la televisión sea una televisión de calidad. Debe tratar que los valores de nuestra sociedad queden reflejados en ella y que estos valores sean éticos. Que ayude a preparar a nuestros hijos y a los jóvenes para participar en una sociedad en la que algún día tendrán que intervenir y que por lo tanto juega un papel socializador muy importante y a tener en cuenta. Los padres deben saber en todo momento que ven sus hijos y si niños y mayores ven juntos programas violentos, deben explicarles por qué se produce esa violencia y cómo evitarla.

Los adultos deben inducir a los niños a ver programas con personajes positivos, solidarios y preocupados por los demás, pero sobre todo, no utilizar la televisión como niñera y que nunca sustituya el juego a la relación familiar.

Referencias

- BONETE, E. (1999): *Ética en la Comunicación Audiovisual*. Madrid, Tecnos.
 BUENO, G. (2002): *Telebasura y democracia*. Barcelona, Ediciones B.
 CODINA, M. (2001): *De la ética desprotegida. Ensayos sobre deontología de la comunicación*. Pamplona, Eunsa.
 CLEMENTE, M. (1996): *Violencia y Televisión*. Madrid, Noesis.
 PEREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós.
 SAN MARTIN, M.A. (1996): *Código ético y deontológico para la fotografía e imagen informativa*. Madrid, Trigo.
 VILCHES, L. (1993): *La televisión. Efectos del bien y del mal*. Barcelona, Paidós.

Hemeroteca

- El País*. 18 Mayo 1998: 32. Sociedad
El País. 1 Diciembre 2002: 60. Televisión/Radio
El País. 10 Diciembre 2004: 32. Sociedad
El Mundo. 27 Mayo 2005: 37. Ciencia/Sociología
Diario Qué. 15 Junio 2005: 21. Televisión

El País. 19 Junio 2005: 6. Reportaje
El País. 119 Junio 2005: 46. Sociedad
El Mundo. 25 Junio 2005: 68. Comunicación

M^a Ángeles San Martín Pascal es profesora de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid España)
(asmpascal@hotmail.com).