

*Fòrum*  
**Educació i Televisió**

**Educar en  
televisió**  
Educar per  
al futur

**Pati Manning**  
Montalegre, 7

**Barcelona**  
**7-10 setembre 1998**

## Dilluns, 7 de setembre

---

- 10h **Presentació del Fòrum.**  
Francesc-Josep Deó. Coordinador del Programa de Comunicació Audiovisual de l'ICE-UB.

**En defensa de la televisió: la realitat virtuosa.**

Salvador Cardús. Professor de la Facultat de Sociologia de la Universitat Autònoma de Barcelona.

## Dimarts, 8 de setembre

---

- 10h **Marc legal dels continguts audiovisuals.**  
Lluís de Carreras. President del Consell Audiovisual de Catalunya.

## Dimecres, 9 de setembre

---

- 10h **Televisió i paradigmes de seducció.**  
Joan Ferrés. Professor dels Estudis de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra.

## Dijous, 10 de setembre

---

- 10h **Informatius de televisió i coneixement de la realitat. Reptes de futur.**  
Xavier Obach. Periodista i professor de televisió.

- 16h Taula rodona.

**"La televisió al servei de l'educació, una utopia?"**

Participants: Francesc Escribano i Joan Úbeda, realitzadors de Televisió de Catalunya TV3. Joan Ferrés, professor de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. Enric Frigola, director de la Producció Executiva de Programes Infantils i Juvenils de Televisió Espanyola. Carme Rincón, cap de l'Àrea de Relacions Sectorials. Consell Audiovisual de Catalunya.

Moderadora: Mercè Mas. Programa de Comunicació Audiovisual de l'ICE-UB.

# Fòrum Educació i Televisió



**Educar en  
televisió**  
Educar per  
al futur

**Pati Manning**  
Montalegre, 7

**Barcelona**  
**7-10 setembre 1998**

### **Organitza**

Programa de Comunicació Audiovisual de l'Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat de Barcelona

### **Coordinadors**

Frances-Josep Deó  
Mercè Mas  
Jordi Caja

### **Impressió i muntatge**

Editorial-Gráficas Signo, S.A. - Esplugues de Llobregat  
D.L.: B-44.723-1999  
ISBN: 84-88795-46-7

# Índex

<b>PRESENTACIÓ</b> .....	7
<b>PONÈNCIES</b>	
<b>En defensa de la televisió: la realitat virtuosa</b> .....	11
Salvador Cardús i Ros	
<b>L'inestable marc legal en televisió i les seves repercussions sobre la llibertat d'expressió</b> .....	25
Lluís de Carreras i Serra	
<b>Televisió: paradigmes de seducció</b> .....	43
Joan Ferrés	
<b>Informatius de televisió i coneixement de la realitat, reptes de futur</b> .....	51
Xavier Obach Domenech	
<b>EXPERIÈNCIES</b>	
<b>L'Audiovisual i la informàtica al servei de l'educació</b> .....	73
Anselm Alàs Eroles Josep Maria Esteve Gibert	
<b>Fem una pel·lícula per a la televisió</b> .....	77
Neus Valldeperas i Peralta	
<b>La videocreació: una proposta transversal</b> .....	79
M. Pilar Soler i Gordils	
<b>A través de la televisió</b> .....	81
Miquel Garcia Horcajo	
<b>COMUNICACIONS</b>	
<b>El vídeo</b> .....	85
Enric Izquierdo	
<b>Pensar i fer televisió</b> .....	87
Ramon Breu Panyella	
<b>Un estrany a casa: la televisió</b> .....	89
Patricia Mateo	
<b>Periodistas: una crònica irreal</b> .....	91
M. Amparo Soriano Ibáñez	
<b>Utilització de programes en vídeo a l'aula</b> .....	93
Lluïsa Roig Gómez	

<b>Els suports audiovisuals en l'educació per a la prevenció de la salut bucodental</b> .....	95
M <sup>a</sup> Angels Estapé Felisa Muñoz Martín M <sup>a</sup> Pilar Samper Salvo	
<b>El llenguatge de les emocions</b> .....	97
Marc Salom Fuster	
<b>Educar en la solidaritat: canvi del concepte de solidaritat</b> .....	99
Amparo Latre Gorbe	
<b>«Escola viva», una experiència de premsa educativa</b> .....	101
Cati Ginart Margalida Mascaró	
<b>Cinema i literatura</b> .....	103
Felisa Pérez	
<b>L'audiovisual en la formació dels mestres</b> .....	105
Patricia Lázaro i Pernias	
<b>Educació en televisió i formació permanent</b> .....	107
<i>Grup Teleduca</i>	
<b>Dues experiències educatives en producció de documentals de temàtica social. «La Rambla» i «Descobrim... Horta»</b> .....	109
Maite Arqué i Bertran	
<b>TALLERS</b>	
<b>Anàlisi crítica de la televisió</b> .....	113
Mavi Dolç	
<b>La publicitat en la televisió. Publicitat i Educació - Publicitat i Televisió</b> .....	117
Encarna Larrey	
<b>El cinema, aplicació didàctica</b> .....	121
Montserrat Abad	
<b>Les possibilitats educatives del multimèdia</b> .....	125
<i>Coordinador: Àngel Garcia</i>	
<b>TAULA RODONA</b>	
<b>La televisió al servei de l'educació una utopia?</b> .....	131
Francesc Escribano, Joan Ferrés, Enric Frigola Viñas, Carme Rincón <i>Moderadora: Mercè Mas</i>	
<b>CONCLUSIONS</b> .....	139

*Fòrum*  
**Educació i Televisió**



**Presentació**

## Iñaki Echebarria

**Director Adjunt de l'ICE de la Universitat de Barcelona**

Un dels elements bàsics de la concepció que sobre la formació permanent en té l'Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat de Barcelona és el d'afavorir la reflexió sobre la pràctica docent y sobre els seus condicionaments i, perquè no, els seus facilitadors. I dic això perquè massa sovint, des de l'escola s'ha vist la TV com un mitjà poc educatiu en si mateix i, com un competidor terrible del treball intel·lectual.

No és estrany que el programa de Comunicació Audiovisual de l'ICE hagi organitzat aquest fòrum amb la participació entusiasta i generosa de persones de referència tant en el món acadèmic com en el de la producció i realització audiovisual i televisiva. És ineludible establir un diàleg permanent i creatiu entre els dos móns per a caminar en la bona direcció, la qual cosa comportaria resituar els discursos respectius en un estadi de superació d'idees reduccionistes i d'aportació d'iniciatives enriquidores.

Per a nosaltres, com a institució que pre-tén formar el professorat de Catalunya i participar en la millora del seu sistema



educatiu és un honor haver comptat amb el suport del Departament d'Ensenyament, el Consell de l'audiovisual de Catalunya, la Fundació Serveis de Cultura Popular i la col·laboració de TVE, TV3 i la Diputació de Barcelona.

Us desitgem un bon treball durant aquests dies i manifestem el compromís de seguir treballant en aquesta línia durant els propers anys amb la intenció de participar activament en un ús social i escolar més eficaç dels mitjans de comunicació i la TV en particular.

*Fòrum*  
**Educació i Televisió**



**Ponències**

## **En defensa de la televisió: la realitat virtuosa**

**Salvador Cardús i Ros**

Professor de la Facultat de Sociologia de  
la Universitat Autònoma de Barcelona

### **Preàmbul**

Sóc enemic dels plantejaments dicotòmics fàcils. Dels que divideixen el món en bons i dolents. Però també ho sóc de les formulacions tòpiques que encarquen el pensament amb el midó dels prejudicis. Per això, com que el to dominant -i el que té més predicament- en les reflexions sobre la televisió, des del punt de vista educatiu i moral, sol ser més aviat catastrofista, m'ha semblat oportú formular quatre idees pensades sobretot com una revisió crítica d'alguns dels fonaments que fan de la televisió un artefacte tan perillós.

L'objectiu, és clar, no és passar directament del catastrofisme al papanatisme respecte la bondat de la televisió. El títol de la meva exposició no ha d'enganyar ningú: vol ser només un punt de partida impertinent que obligui a repensar certes prenocións que, des del meu punt de vista, solen ser massa esquemàtiques. I precisament per ser esquemàtiques, no tenen prou força argumentativa a l'hora

de fer la necessària crítica al paper de la televisió a la societat actual. També confesso d'entrada que hi ha, en el títol, un joc de paraules -virtual, virtuos-, que em permetrà dibuixar un final *feliç* a la meua intervenció.

Em cal fer dues consideracions prèvies més. Una: no sóc expert en el tema, en sentit estricte. Però confio en l'interès que la meua excentricitat respecte del llenguatge i dels arguments més habituals dels entesos pot aportar al debat. I, dues, cal que no es busqui en aquestes ratlles res més que unes modestes consideracions preliminars -molt pensades, això sí- però no pas unes tesis arrodonides. Per tant, estic disposat a canviar de parer i a matisar totes les observacions que faré, sempre que hi hagi millors arguments.

### 1. Els esbiaixaments del punt de vista

Tota observació de la realitat social porta incorporat un punt de vista, no necessàriament conscient. Sempre mirem des d'una posició o altra. I sí, a més, l'observació neix no d'un mirar per mirar sinó d'una preocupació o d'un interès molt precisos, llavors el punt de vista perd perspectiva -és a dir, consciència de la seva parcialitat- i pot arribar a ser profundament deformador d'allò que es veu. Doncs bé, segons la meua opinió, aquest és el cas del debat sobre la influència i el paper de la televisió, que pateix un doble esbiaixament inicial en les perspecti-

ves dels qui en solen parlar, cosa que prejudja d'entrada el fenomen i n'impeideix una més gran objectivitat.

Resumiré els tipus d'esbiaixaments en dos casos que em semblen els més pertinents en l'ocasió que ens ocupa. D'una banda, hi ha els que provenen del món acadèmic. De l'altra, els dels que adopten el punt de vista de l'educador, ja siguin pares, mestres, polítics o periodistes. Pel que fa al primer cas, la de l'anàlisi feta des del món acadèmic i més particularment de l'universitari, no es pot perdre de vista que la televisió ens és un instrument culturalment estrany. Per a bé o per a mal, aquí no hi entraré, la televisió, com a llenguatge, no només no és conegut en el treball acadèmic convencional, sinó que és vist com un adversari i com un enemic i tot. No parlo, és clar, de la seva modesta introducció a les aules com a font d'informació, tal com hi han entrat també altres noves tecnologies com ara els micròfons inalàmbrics. Em refereixo al llenguatge televisiu sobretot com a eina de *pensament* i d'*escriptura* de la producció científica. El prejudici que hi predomina porta a opinar que, de la mateixa manera que abans es sostenia que el llegir podia fer perdre l'escriure, ara és la televisió com a llenguatge la que és portadora de tots els virus de la banalització cultural. Hi ha, doncs, una contradicció entre la suposada alta cultura acadèmica i la cultura popular televisiva que, sense voler, crec que també impregna els

estudis *científics* que se'n fan. La meua experiència em porta a afirmar que, en el món acadèmic -jo puc parlar del de la sociologia-, la televisió segueix essent una gran desconeguda. Algunes anàlisis que conec, més que no pas una aproximació objectiva a la televisió, semblen veritables ajustaments de comptes. I el cas més exagerat que conec d'aquest punt de vista *savi* sobre la televisió és el que s'exposa en el recent pamflet d'èxit titulat *Homo videns*, de Giovanni Sartori, del que ja parlaré després.

Parlo, és clar, d'estudis acadèmics, entre els quals no compto els que són resultat d'enquestes d'opinió. En aquest cas, l'enquesta sobre hàbits televisius -com fan, d'altra banda, la majoria d'enquestes d'opinió- ha estat també més una transmissora d'estereotips i, sobretot, de mala consciència, que no pas una eina al servei del descobriment del paper de la televisió. L'enquesta, en aquest cas, és com una mena de confessió íntima, que interessa i es fa pública en la mesura que és escandalosa, i per tant, en la seva mateixa elaboració, ja hi sol haver aquesta voluntat impúdica: entrar en la privacitat i descobrir-hi els mals costums i les pràctiques inconfessables, com quan es volen conèixer els costums sexuals dels adolescents o la intenció de vot dels jubilats.

D'altra banda, i pel que fa a les aproximacions al paper de la televisió que pro-

venen de les perspectives educadores, la situació s'agreuja perquè hi plana una veritable *mediafòbia*. En aquest cas, no només hi segueixen predominant els prejudicis que veuen en la televisió com a vehicle d'una cultura-porqueria oposada a la suposada cultura emancipadora escolar, sinó que s'hi afegeix la consciència de ser davant d'un agent de socialització que fa una competència deslleial a l'acció educativa convencional. I, a més, hom s'hi aproxima des de l'ambigüitat psicològica que representa ser, alhora, un crític amb el paper de la televisió i, normalment, un derrotat consumidor habitual de televisió. El discurs sobre la televisió, en aquest cas, trasllueix relacions personals ambigües amb l'objecte de debat, males consciències, frustració per la impotència de no saber deixar de fer en privat allò que s'ha de condemnar en públic. Per això, no es rar que es parli impunement de la televisió com d'una droga que crea addicció, utilitzant una metàfora que em sembla abusiva en la seva generalització, i convertint uns pocs casos veritablement patològics de *dependència* en model del perill a què tots estem suposadament i fatalment sotmesos.

És en aquest clima de relacions ambigües per la intromissió en la privacitat d'un nou agent de socialització del qual no se'n té el control, d'irritació en contra d'aquest nouvingut que a més d'ocupar l'espai central domèstic -aquell que abans era reservat a la imatge del Sagrat Cor des

d'on es podia "benedir cada rincón de esta casa"-, que no és estrany que la televisió esdevingui l'ase de tots els cops.

El paper de cap de turc que s'atribueix a la televisió, en definitiva, ens permet *explicitar* tota mena de mals socials. La televisió, primerament, és culpable de la gravíssima violència quotidiana que reproduïxen els nostres infants i joves amb -es diu- cada vegada més impunitat. També és culpable, la televisió, del consumisme generalitzat, de l'empobriment del llenguatge, de l'erotització desbordada, de la banalització de la cultura, dels escassos hàbits de lectura, de la crisi de les relacions familiars, de la desaparició de la infància i, sense voler ser exhaustius, de la secularització de la cultura religiosa i de l'espanyolització dels catalans. Ara no entraré a desmentir que això no sigui d'aquesta manera, sinó que vull insistir en aquest paper genèric de gran calamitat, de plaga d'Egipte, amb què se sol parlar de la televisió quan s'adopta el paper d'educador, i que s'abandona tan bon punt s'arriba a casa i hom s'asseu davant la televisió.

Aquesta ambigüïtat entre conducta i pensament cal tenir-la present a l'hora de seguir els debats sobre el paper de la televisió, perquè en la contundència de la condemna a la televisió també hi podria haver més ressentiment que judici serè i, en les declaracions antitelesivesives en públic, una bona dosi de frau moral.

## 2. Tres objeccions a la mediafòbia

Però una vegada posats en guàrdia en contra dels nostres propis afers particulars amb el tema de debat, cal avançar una mica més i discutir el que és, segons el meu parer, la música de fons que es dóna per descomptat en la crítica a la televisió.

### 2.1. Sobre la noció d'influència

La primera objecció de totes a la mediafòbia crec que s'ha de situar en la mateixa noció d'*influència*. Generalment -segur que no en tots els casos- se solen fer llargues descripcions de la influència -sempre més negativa que positiva- que la televisió exerceix sobre els individus. Però una anàlisi veritablement aprofundida de la qüestió hauria de començar per fer una mena de *fenomenologia de la influència*, per saber exactament de què parlem. Vull dir que no n'hi ha prou de suposar-la, la influència, sinó que la valoració de la seva importància i dels seus efectes precisos sobretot hauria de venir d'una precisa descripció dels mecanismes -psíquics i socials- que hi són implicats, i del seu desenvolupament. Crec que no s'hauria d'admetre, des de posicions intel·lectualment rigoroses, que es parli de la influència de la televisió com es parla de la influència dels astres, i amb la mateixa impunitat.

Des del meu punt de vista, hi ha sis grans qüestions a les quals l'anàlisi de la *in-*

*fluència* -que, en l'ús general, de sentit comú, no és pas un concepte científic, ben construït i rigorós- hauria de poder respondre.

En primer lloc, hi ha la necessària i elemental distinció que cal fer entre la realitat social de veure televisió, *l'entelevisament*, i la realitat social que és vista a través de la televisió, els *continguts* de la programació. Ambdues realitats tenen unes conseqüències molt diverses. La primera realitat, *l'entelevisament*, l'experimentem com a actors, mentre que la segona, els continguts de la programació, ens situa en la posició de l'espectador que veu imatges i, per tant, *realitats* de, diguem-ne, segon ordre. A propòsit d'aquesta diferenciació, sóc del parer que el primer tipus de situació és més significatiu que el segon, tot i que a l'hora de parlar d'influència se sol discutir molt més dels continguts de la programació que no pas de les condicions de l'entelevisament. A favor meu, podria esmentar una simple dada -que només prenc de manera il·lustrativa- publicada fa poques setmanes: segons els estudis d'audiència, els membres de les famílies de cinc o més components veuen 90 minuts diaris menys de televisió, és a dir, pràcticament la meitat de la mitjana estatal (Avui, 13 d'agost de 1998). Prenc la xifra amb tot l'escepticisme que em mereix, però el fet podria fonamentar coses com la que intuïtivament he sostingut en altres ocasions: que la televisió té per funció princi-

pal dissimular l'avorriment que produeix un temps lliure viscut sense sentit, o que ocupa la manca d'interacció personal que es produeix en unitats familiars mínus-cules<sup>1</sup>. En definitiva, dic que el *com* es mira la televisió és un factor que cal estudiar en relació amb el *què* es mira, però que per ell mateix podria proporcionar claus d'interpretació extraordinàriament significatives.

En segon lloc, en relació al *què* es mira, és obvi que no es pot tractar de la mateixa manera -per bé que la diferenciació és complexa- allò que són presumptes descripcions de la realitat fàctica d'allò que és ficció. Ja sé que el problema no rau només en la dificultat de saber què hi ha de fictici en el retrat que un informatiu ens dona de la societat, sinó que també resulta complicat saber què podem descobrir de real en una ficció dramàtica. Però, sobretot, la fenomenologia de la influència de la televisió presenta la dificultat de conèixer la perspectiva del televident, de la seva pròpia capacitat de discerniment que, a més de variar amb la maduresa psíquica, també ho fa segons el context personal en el que es produeix la descodificació del missatge televisiu. En aquest cas, a més, també interessaria distingir la "naturalesa" de la

<sup>1</sup> Vegu: "Sobre el concepte de temps lliure" a *Algú sap cap on anem?* Barcelona, Edicions de la Revista de Catalunya, 1992 (pàgines 289-319)

*influència* d'un llenguatge visual predominantment simbòlic, en comparació amb un de sobretot realista, per dir-ho de manera senzilla. La violència d'una espasa màgica d'un heroi fantàstic en uns dibuixos animats, en què s'assembla amb la violència real d'uns soldats mercenaris que afusellen un presoner en una guerra tribal africana? I quina és la diferència entre la violència irreal del famós *Bola de Drac* i la violència plausible de la sèrie de dibuixos *Campeones*, encara que ambdues siguin obres de ficció?

Tercerament, la construcció d'un concepte analític -i científic- d'*influència* hauria de considerar a) la temporalitat de la influència (la que és d'efectes immediats, o d'efectes ajornats, o amb efectes acumulatius...); b) la distinció entre la influència per imitació i la influència per rebuig; c) la diferenciació entre conseqüències directes i indirectes o, si es vol filar més prim, entre conseqüències volgudes o esperables i conseqüències inintencionades o sorprenents.

En quart lloc, més enllà de la influència per imitació, que és en la que espontàniament se sol pensar, hi ha les qüestions de tipus epistemològic que suggereixen els experts, de l'estil de Postman i Sartori: la influència de la televisió afectaria els mateixos mecanismes de coneixement de, i d'interacció amb, la realitat. En aquest punt, sovint tractat amb un catastrofisme absolut, també caldria ser

prudents. És que les formes de conèixer, s'anul·len les unes a les altres, sense la possibilitat de l'acumulació? Es pot dir la generalització de la cultura escrita va fer perdre la capacitat per a interpretar una cultura oral? La cultura de la imatge substitueix d'arrel la de l'escriptura? La cultura televisiva ens retorna parcialment a la tradició oral? En el punt següent entraré més en concret en aquesta dialèctica entre l'ara i l'abans -la del supòsit "abans, cultura de l'escriptura; ara, cultura de la imatge"-, però en tot cas, confesso el meu escepticisme sobre uns processos de total substitució de les habilitats cognitives dictades pels mitjans de comunicació, al marge de les habilitats que proporcionen altres processos de producció i reproducció social no estrictament mediàtics.

Cinquena observació: abans ja he parlat de la *influència per rebuig*, però encara caldria anar més lluny. Hi ha influències que es produeixen pel fet que unes opcions n'invisibilitzen d'altres. No és massa original dir-ho, però jo sóc d'aquells que pensen que la més gran influència de la televisió es produeix per allò que no deixa fer, més que no pas per allò que fa. Per exemple, quan impedeix la conversa familiar, o quan ens deixa sense temps de lectura o de joc al carrer, o quan obliga a modificar els hàbits tradicionals lligats als àpats domèstics... En aquest cas, l'anàlisi de la *influència* és, també, una anàlisi d'allò que, per dir-ho com els eivissencs, la televisió ha *impossiblat*: allò



que ens ha fet perdre. (Atenció: per coherència amb la primera observació, caldria matisar l'afirmació de si la televisió ens ha fet perdre alguna cosa, o bé si sol omplir una buidor prèvia que té altres causes).

En darrer i sisè lloc, una *fenomenologia de la influència* hauria de permetre diferenciar els estats subjectius que n'afavoreixen i en faciliten els efectes. No es pot considerar que tothom és igualment víctima de la mateixa influència. Estic radicalment en contra, doncs, de les suposades conclusions de l'estudi de l'UNESCO -dic *suposades*, perquè parlo per boca d'informacions periodístiques- que afirmava que "els efectes en els nens de la violència a la TV són universals". Les poques referències a l'estudi feien suposar una metodologia científicament inacceptable (per exemple, l'afirmació que en el 44 per cent dels nens i nenes "hi ha una coincidència entre la percepció de la seva realitat i el que veuen a pantalla", era resultat d'haver-los-ho preguntat a ells mateixos! I que el 88 per cent de nens de tot el món sabessin qui és Terminator, segons els autors de l'estudi, el convertia -no se sap per què!- en un "veritable mite mundial"). Però, en qualsevol cas, els contextos socials i culturals, les circumstàncies personals, són necessàriament determinants sobre els possibles efectes de la televisió i no es pot predicar, des d'una perspectiva sociològica, ni influències ni efectes *universals*.

## 2.2. Sobre l'abans i el després de la televisió

La segona gran objecció de què voldria parlar és la que es fonamenta en una més que incerta invenció d'un "abans" i d'un "després" de l'existència de la televisió. Certament, seria absurd negar la importància de la introducció de la televisió en la modificació dels estils de vida social. Una influència, d'altra banda, semblant i paral·lela -i, en certa manera, indistinguible- a la de l'extensió de l'ús del telèfon o de la introducció dels aparells de reproducció de música a les llars i, amb ells, de la cultura popular que ha vehiculat la música rock des dels anys 50 i 60. Saber quina part de la culpa de determinats canvis culturals es deuen a la televisió i no al telèfon o a la música rock, és probablement impossible, encara que no deixa de ser curiós que ni el telèfon ni la música rock siguin considerats culpables de cap crisi moral.

Al costat de la televisió, a més, i probablement en la mateixa direcció, també caldria comptar amb la influència del cotxe privat, de la incorporació de la dona al treball, de la invasió de la imatgeria publicitària en el nostre imaginari col·lectiu o de l'escolarització obligatòria, ara fins als setze anys. Sóc conscient del to provocador de posar a la mateixa banda aquests fets tan diversos. Però no em sembla una provocació gratuïta, sobretot ara que sabem que, efectivament,

l'escolarització obligatòria fins als setze anys ha comportat un increment de la violència a les aules... És allò de les conseqüències no volgudes de l'acció social.

L'entrada de la televisió a la llar domèstica, sense cap mena de dubte, ha estat un factor de canvi cultural decisiu. I que no va se vist pas amb preocupació per tot-hom, als seus inicis, també cal dir-ho. A Catalunya, recordo que alguns rectors de poble van ser pioners en destinar sales parroquials per a la visió col·lectiva de la televisió, com a aportació decidida a la modernització de la societat. Ningú no pot negar que la televisió ens ha permès descobrir nous móns, fer noves experiències, conèixer nous llenguatges, obrir nous mercats, facilitar nous endoctrinaments, modificar vells costums socials<sup>2</sup>... Però la pregunta és: quina és l'especificitat que la televisió ha aportat a tots aquests canvis? És possible destriar-la? I, per què la televisió hauria de ser més culpable que altres factors de canvi?

<sup>2</sup> El professor escocès Hugh O'Donnell, que acaba de publicar un excel·lent i complet estudi sobre les telenovelles a Europa -més de cinquanta-, ha destacat el paper modernitzador d'aquests productes culturals -que tenen tants detractors entre la intel·lectualitat progressista- en qüestions de moral tradicional, per exemple, normalitzant l'acceptació social de la homosexualitat o el lesbianisme. Vegeu: *Good Times, Bad Times. Soap Operas and Society in Western Europe* (Cassell, Londres, 1998)

Hi ha una gran dificultat, però, per respondre la pregunta amb rigor. Primer, com he dit, perquè allò que ha comportat la televisió, també ha estat propi de tot el canvi tecnològic d'aquest darrer mig segle. És que el telèfon no ha canviat radicalment les formes de relació interpersonal o la percepció de l'espai? Neil Postman mateix situa el canvi epistemològic que acaba amb el triomf de la televisió en l'aparició del telègraf i la fotografia, com a instruments pioners en la descontextualització de la realitat. Però, i sobretot, ens costa saber de què és culpable la televisió perquè no és menys difícil saber què és el que era específic d'aquell *l'abans* atelevisiu que constantment volem comparar amb l'*ara* entelevisat.

M'agradaria traslladar la qüestió, per poder exemplificar millor el que vull dir, al terreny de la violència i l'agressivitat. Ja em vist que un estudi que té la benedicció de la UNESCO, fet a més de 5.000 nens i nenes de tot el món, certificava els efectes universals de la violència televisiva i la seva gravetat. Però, permeteu-me algunes preguntes gens ingènues: a) la violència sobre la pròpia pell, pròpia dels habituals càstigs físics familiars i escolars habituals en la societat de l'*abans* televisiu, no tenien cap influència en la violència general de la societat? b) el rebuig social actual cada vegada més generalitzat en relació a la crueltat implícita en costums socials com la càrcer, la matança del porc o l'ús d'animals

en les festes populars, indica un progrés en contra de les actituds violentes respecte les societats agràries anteriors, o no? c) on hi ha més violència i més directament experimentada, en la duresa de la vida al camp, en una infantesa viscuda en la guerra i la postguerra, tots sense televisió, o en un estil de vida urbà i benestant? I, tanmateix, quina situació pot generar actituds més violentes?

Ja sé que se'm podria acusar de ratllar la demagògia si l'argument que ara sosteniré el posés al servei d'una defensa unilateral de la televisió, cosa que no pretenc. Però, posat al costat d'una voluntat crítica que, allò que vol, precisament, és discernir quina és, tan exactament com sigui possible, la responsabilitat de la televisió en un afer tan greu com el de la violència, especialment en la d'alguns joves i sobretot en la del món infantil, sí que m'atreveixo a dir-ho: si partíssim, com fan els economistes, de suposar el moviment d'una sola variable en el conjunt del sistema social mantenint les altres en les mateixes condicions -allò del *ceteris paribus*-, quina seria la conseqüència d'eliminar totalment la televisió, o de només reduir-la a una televisió fonamentalment educativa, o fins i tot de només suprimir-ne els elements transgressors d'un ordre sense violència, *políticament correcte*? Jo crec que hi ha indicis per pensar que s'incrementaria de manera notable la tensió social i, previsiblement, els casos de violència al car-

rer que ara tan alegrement atribuïm a la mateixa violència televisiva. Certament, això és una hipòtesi indemostrable, però crec que interessant plantejar-se-la en una perspectiva metodològica.

La qüestió, doncs, es formula en tres plans: a) com saber si els graus de violència i agressivitat en la societat pretelevisiva han estat superiors o inferiors als actuals; b) com fer un balanç entre influències diguem-ne *positives* i influències *negatives* de la televisió, i possibilitat de les unes sense les altres, i c) quina certesa tenim que una acció coercitiva sobre els continguts de les programacions televisives, que només podria ser conseqüència de formes poc o molt transparents de coacció estatal -i precisament per la gran violència repressiva que representaria-, seria globalment beneficiosa i no provocaria efectes semblants als que sempre han provocat les "lleis seques" que han volgut prohibir les males conductes.

### 2.3. Sobre la banalització, la manipulació i la irracionalitat televisiva

En tercer lloc, crec que cal posar alguna objecció als supòsits que atribueixen a la televisió, automàticament, la responsabilitat de la banalització de la cultura actual, la capacitat de manipulació moral i política i de ser una via cap a la irracionalitat, a causa del seu suposat component essencialment emocional.

Val a dir que els defensors d'aquestes posicions tenen la batalla intel·lectual guanyada d'avançada, encara que els costums socials els ignorin sense compassió. Penso en clàssics com Neil Postman, a *Divertim-nos fins a morir* (Nova York, 1985) o famosos com Giovanni Sartori, a *Homo Videns* (Roma, 1997). El primer, amb una argumentació sòlida i documentada, denuncia la banalització de la cultura que va lligada, de manera indestruïble i sense remei, a la imatge. La televisió seria l'acompliment d'aquell *Un món feliç* d'Aldous Huxley, en el qual els individus acaben adorant les tecnologies que anul·len la seva capacitat de reflexió: "la veritat s'ofega en un mar d'irrellevància"<sup>3</sup>, dirà Postman. El segon, de manera més assagística i superficial, denuncia els mecanismes de manipulació d'una societat teledirigida. Els aspectes més sòlids del seu discurs són manllevats de Postman, i els més febles, són construïts a partir de mitges veritats. Un i altre, en definitiva, presenten a l'individu actual, l'*homo videns*, com un personatge emportat per la irracionalitat: "en perdre la capacitat per a l'abstracció -segons Sartori-, és *eo ipso* incapaç de racionalitat i és, per tant, un animal simbòlic<sup>4</sup> que ja no té capacitat per a sostenir i

menys encara per alimentar el món construït per l'*homo sapiens*". Som davant de l'*homo insipiens* -afegeix Sartori-, neci i ignorant<sup>5</sup>.

D'entrada, les resistències que he desenvolupat davant dels dos autors són diametralment oposades: de Postman en desconfio per la forta seducció que em causa la seva argumentació. Sartori, en canvi, m'irrita per la seva fatuïtat i supèrbia davant la majoria dels mortals. L'argumentació de Postman sembla irrefutable en molts punts, especialment els relatius a la nova epistemologia que es desprèn dels mitjans de comunicació de massa -de tots, inclosos els escrits-, especialment pels problemes que crea el procés de descontextualització de la informació i la seva dificultat d'interpretació. En canvi, crec que Postman contraposa aquest present a un passat inexistent, a una cultura de l'escriptura que, a més d'haver estat d'accés molt minoritari, no es pot pas dir que històricament hagi estat un antídoto de la barbàrie.

Per la seva banda, Sartori pressuposa un poc creïble individu absolutament desproveït de cap altra referència cultural que no sigui l'audiovisual. I, d'altra banda, inventa un món i un individu unidi-

<sup>3</sup> Postman, op. cit. (edició catalana: Barcelona, 1990), pàgines 7-8

<sup>4</sup> I per què un animal racional no pot ser, alhora, un animal simbòlic?

<sup>5</sup> Sartori, op. cit. (edició espanyola: Madrid, 1997), pàgines 145 i ss.

mensionals on tota la manipulació apunta cap a la mateixa banda. L'elitisme de Sartori -"la cultura audiovisual és inculta i, per tant no és cultura"<sup>6</sup>, arriba a dir, que de passada obligaria a menystenir també tota la tradició de teatre i cançó popular, el cinema actual o l'espectacle esportiu de sempre, em sembla molt perillós: la humanitat que ell dibuixa necessita, sense cap mena de dubte, ser salvada per algú, ja que per ella mateixa no se'n pot sortir.

Sense poder ara rebatre a fons les posicions esmentades, sí que voldria proposar algunes idea que, si més no, matisarien la radicalitat de les tesis anteriors.

D'una banda, el coneixement sempre ha estat desigualment repartit, com a expressió de les formes de poder de cada societat. La nostra societat, en això, no és diferent, i darrera d'un mitjà com la televisió hi ha poders que treballen per mantenir la desigualtat, com també han estat darrera de les millors utopies religioses, darrera dels orígens de l'escola o del sistema mèdic. És necessari, doncs, trobar els mecanismes per controlar i limitar el poder, de fer-ne la crítica, tant com és inevitable el poder mateix i la desigualtat. Però en tot cas em sembla francament agosarat afirmar, generalitzant, que la

societat actual està més manipulada que les anteriors.

En segon lloc, l'oposició entre emoció i raó em sembla reduccionista, perquè si bé és cert que viuen en tensió, no és menys cert que s'alimenten l'una a l'altra. No hi ha descobriment científic sense passió, així com la defensa raonable de la dignitat humana pot forçar l'emoció d'arriscar la vida o una emoció amorosa madura exigirà molta racionalitat en l'expressió dels sentiments. Efectivament, la cultura audiovisual recorre a la variable emocional, però, per què l'emoció hauria d'ofegar la raó i no en pot ser una provocació, un estímul, com efectivament és en moltes ocasions?

Tercerament, l'argument de la banalitat de la cultura televisiva podria ser el millor antídoto al catastrofisme per la seva suposada gravetat. Ja he dit abans que una *fenomenologia de la influència televisiva* hauria de precisar com veiem la televisió i què en queda, de tot plegat. Que jo crec que, probablement, és menys que no sembla. De manera que l'entelevisament no ha de ser vist sempre i necessàriament una sessió de doctrina ideològica o d'aprenentatge sistemàtic, sinó que també podria quedar-se en l'estadi del *badar*, en una audiència l'atenció de la qual quedaria en un perfil baix. Quina proporció d'hores d'audiència televisiva -no oblidem que la mesura de l'audiència és pagada pels qui volen que sigui el

<sup>6</sup> Sartori, op. cit., pàgina 150

més alta possible- no deuen ser, certament, de perfil baix?

Sartori creu que la mort de la cultura escrita no és substituïda, necessàriament, per la cultura audiovisual, que d'altra banda, tampoc no seria una cultura pròpiament dita... A part de la barbaritat d'una suposada societat "sense cultura", qui diu que s'hagi de tractar de substitucions i que no puguem parlar de complexitats que, d'altra banda, no són pas noves? No hi ha, darrera de la visió apocalíptica de Sartori, un reaccionarisme cultural<sup>7</sup> -disfressat de progressisme crític-, una reedició de despotisme il·lustrat, que s'ha repetit també de manera constant al llarg de la història?

<sup>7</sup> El to apocalíptic de Sartori m'ha recordat una carta pastoral del cardenal Tarancón, escrita quan era bisbe de Solsona, el maig de 1946 -en ple post-franquisme i en un marc social rural que, a priori no sembla que hagués de ser la Sodoma o Gomorra i catalana-, en la qual deia: "Los espectáculos son como el reflejo de las costumbres de un pueblo al propio tiempo que una escuela de las mismas. Es natural, por lo tanto, que el ambiente de inmoralidad que reina en el mundo crease unos espectáculos inmorales y que la inmoralidad de los espectáculos acrecentase la desmoralización de las costumbres. Para nadie es un secreto que la mayor parte de las películas que se proyectan en los salones de Cine y no pocas obras teatrales, son en la actualidad causa activísima de perversión moral". Cf. "Boletín Oficial Eclesiástico del Obispado de Solsona", núm. 85. Pàgines 89-160.

## Conclusió: en defensa de la televisió?

Ja he dit en començar que no sóc amic dels debats dicotòmics, del blanc contra el negre. Per tant, no pretenc substituir el catastrofisme dels uns per la beateria d'altres. Tanmateix, potser un cert pessimisme sociològic, em fa abandonar d'entrada algunes lluites que, segons com es formulen, em semblen inútils. Per dir-ho ben cru: si s'aconseguís, a base de pressió social, fer alguna mena de control sobre els continguts televisius i accentuar els continguts formatius de les grans corporacions televisives, com evitariem la desviació de la mirada dels televidents que anirien a la recerca de l'escombraria perduda buscant en les emissions locals, pirates, per satèl·lit o via internet?

D'altra banda, estic convençut que la televisió és còmplice de la societat que tenim, però no culpable. I que si algun dia el "sistema" -per parlar enigmàticament- pot prescindir de la complicitat de la televisió, serà perquè disposa d'una altra instrument més eficaç i, efectivament, llavors la televisió -com a eina obsoleta que serà pel poder- es podrà dedicar a posar-nos en guàrdia contra el sistema, com ho pot fer ara l'escola, pagant el preu de la seva (relativa) irrellevància.

La televisió, doncs, de moment és una realitat virtuosa, en el sentit literal, que té força, que és vigorosa. Com ho solen ser tots els instruments de poder, econò-

mic, polític i ideològic en general. I com ens hi hem de relacionar? Doncs amb una estratègia doble: primer, no fent-ne un adversari més gran del que és. Analitzada entre tot el conjunt de canvis socials que han produït les novetats tecnològiques de la darrera meitat de segle, no sembla la més culpable de totes; segon, educant la mirada dels ciutadans, per tal que sigui tan forta de caràcter, tan virtuosa, com la mateixa televisió.

La defensa de la televisió, però, també és possible i cal fer-la. Per una banda, la introducció de complexitat en la nostra experiència de la societat és una garantia, també, de llibertat. Afortunadament, la televisió no és homogènia en cap sentit: ni en les possibles formes de relacionar-nos hi, ni en els continguts o les dependències ideològiques. I aquesta complexitat fa molt difícil una manipulació simple dels individus. D'altra banda, la televisió no és una realitat estàtica. Som davant canvis importants -el cable, el satèl·lit...- que poden transformar la cultura de l'entelevisament de manera ambivalent, vull dir, per a bé i també per a mal. Però, d'entre aquests canvis, no són irrellevants les possibilitats d'interactivitat i accessibilitat i, en definitiva, allò que Katz en diu la cultura del *many to many*<sup>8</sup>, és a dir, la d'una televisió no pas

feta per uns pocs, sinó cada vegada per més, per molts.

Personalment, m'apunto a les tesis de John Katz: la televisió no és causa, sinó mirall de tot. I la resposta que cal donar-hi no ha de ser pas en la línia de limitar i protegir, sinó en la d'educar la personalitat de qui mira. Vull dir que, tot i que defensable, no crec que el remei als excessos de la televisió es pugui trobar només en una certa escolarització del llenguatge televisiu. S'ha de fer, probablement, Però no resoldrà els excessos. Perquè els excessos tenen a veure no pas amb els continguts de la televisió, sinó en les causes de l'entelevisament i de tot allò que dissimula: soledat, avoriment, sentimentalitat reprimida, dificultats de comunicació interpersonal... I de tot això, la televisió no n'és culpable, sinó, en tot cas, cataplasma, remei o consol.

<sup>8</sup> John Katz, *Virtuous reality*. Random House. Nova York, 1997

## **L'inestable marc legal en televisió i les seves repercussions sobre la llibertat d'expressió**

**Lluís de Carreras i Serra**

President del Consell Audiovisual de Catalunya

La primera qüestió a plantejar sobre el marc legal de la televisió és l'obsolescència de la fonamentació jurídica de la vigent legislació sobre televisió -cosa que és ineludiblement prèvia per establir la necessitat d'un nou enfocament normatiu. I a la vegada que constatem l'obsolescència, observarem també que el marc jurídic de televisió s'ha anat configurant sense el consens dels grups polítics.

La primera constatació és que no s'ha legislat amb visió de futur, amb pretensió de construir un model ordenat i racional, sinó que les normes procedeixen d'una necessitat conjuntural derivada d'una determinada circumstància social. La lògica conseqüència és que la norma només pretén fer front i regular aquesta situació sorgida en la societat. Es diu que la realitat social sempre va per davant del Dret, i és cert. Però també és cert que quan la norma només té vocació de solventar la manca de regulació d'una situa-



ció concreta, el desenvolupament de la realitat social no tarda gaire a deixar la norma en fora de joc. Les deficiències legislatives han estat també observades per Fernández Farreres. Segons el catedràtic de Madrid, "disponemos de una normativa que, presentando excesiva dispersión, falta de homogeneidad y visión de conjunto, al mismo tiempo, en no pocos aspectos, resulta absolutamente insuficiente e inadecuada para dar respuesta a las cada vez más complejas circunstancias en que se desenvuelve el sector de la comunicación audiovisual".

L'única norma innegablement racional sobre mitjans de comunicació és la de l'art. 149.1.27è. de la Constitució que declara com exclusiva de l'Estat la competència per dictar «les normes bàsiques del règim de premsa, ràdio i televisió i, en general, de tots els mitjans de comunicació social, sens perjudici de les facultats que en el seu desplegament i execució corresponguin a les Comunitats Autònomes.»

Aquest és un punt de partida del Constituent que té com a objectiu el preservar, d'una banda, el principi d'igualtat entre els ciutadans de l'Estat en els criteris bàsics d'ordenació dels mitjans de comunicació; i, de l'altra, la possibilitat de definir els mitjans de comunicació atenent a la pluralitat cultural i la diversificació política de l'Estat, o el que és el mateix, a satisfer la complexitat cultural de l'Estat i el respecte al règim autonòmic.

Aquesta expectativa constitucional no es veu reflectida en la legislació ordinària, ni tan sols en la primera llei bàsica dictada per l'Estat, l'Estatut de la Ràdio i la Televisió de 1980 (ERTV), que en el seu article 1.2 declara que «la radiodifusió i la televisió són serveis públics essencials, la titularitat dels quals correspon a l'Estat». Cosa que en termes jurídics vol dir que ni les Comunitats Autònomes poden establir un règim propi i diferenciat de televisió en el seu àmbit territorial, ni els particulars poden intervenir en televisió a menys de que no disposin de les corresponents concessions administratives. És més, l'única televisió que es contempla en l'Estatut és TVE, si bé preveu que les Corts possibilitaran, a través d'una Llei, que el Govern concedeixi discrecionalment a algunes Comunitats Autònomes la gestió d'un tercer canal de televisió que posaria en marxa TVE quan el seu segon canal hagués cobert tot el territori de l'Estat. La resta de disposicions de l'Estatut estan dedicades a regular l'organització i funcionament de l'ens públic RTVE que es crea per substituir l'organisme autònom franquista del mateix nom. Al legislador no li va passar pel cap que el món de la televisió havia de ser alguna cosa més que un monopoli públic de l'Estat.

Les conseqüències d'aquest estret i centralista plantejament legislatiu de l'ERTV, Llei que pel seu ampul·lós nom sembla que voldria donar forma a tot el sistema

televisiu, són conegudes. El desconeixement del futur desenvolupament social i tecnològic del món de la televisió condueix a l'obsolescència del model implantat per l'Estatut ja des dels seus inicis.

Fora del model de l'ERTV, neixen els canals autonòmics basc i català, que no tenen vocació de ser un apèndix de TVE, com preveia l'Estatut a l'estil del model de tercer canal regional italià. Euskadi i Catalunya són alguna cosa més que una regió italiana, i posen en marxa els seus canals fins i tot abans de la promulgació de la Llei del Tercer Canal. Aquesta Llei, que ha tingut com únic efecte pràctic impedir que els canals autonòmics es pugin associar a l'UER, neix també obsoleta i és sistemàticament incomplida en aquells aspectes que tenen per finalitat salvaguardar els privilegis de TVE front les televisions autonòmiques. L'adquisició en exclusiva dels drets del futbol per la FORTA n'és un exemple ben palès.

Fora del model de l'ERT, neix la televisió privada a l'empara de la Llei de 1988. Malgrat que la llei també considera aquesta televisió com un servei públic de titularitat estatal, però de gestió privada, és evident que les actuals cadenes de televisió privada no tenen per finalitat satisfer l'interès públic. En el preàmbul de la Llei es vol justificar el caràcter de servei públic de la televisió privada en la inspiració en els mateixos principis continguts a l'Estatut, (veracitat de les infor-

macions, respecte al pluralisme, als drets de la personalitat, als valors d'igualtat, la protecció de la joventut i de la infància, etc.) justificació innecessària ja que la majoria d'aquests principis són obligatoris per aplicació directa de la pròpia Constitució a tots els mitjans de comunicació.

Si el model de la Llei del Tercer Canal no ha sigut acceptat per les televisions autonòmiques, que han actuat amb total independència dels privilegis que es reconeixien a TVE, la Llei de la Televisió Privada tampoc va obtenir el consens de les forces polítiques, però aquesta vegada ja des de la seva aprovació. La llei es va aprovar tan sols amb els vots del grup majoritari socialista, i els recursos d'inconstitucionalitat que contra ella es van presentar van ser desestimats pel vot diriment del president del Tribunal Constitucional, donat el resultat d'empat entre els magistrats que constituïen el Ple.

Després de la promulgació d'aquestes tres lleis, l'ERTV, la Llei del Tercer Canal i la Llei de la Televisió Privada, queda clar que no hi ha un plantejament de model global amb una lògica interna pròpia, racional i complementària, sinó que cada tipus de televisió per ones hertzianes i, posteriorment, cada sistema de difusió disposaran d'una llei pròpia, sense aparent relació entre elles.

L'obsessió del Govern per controlar els mitjans televisius per mitjà de la institu-

ció jurídica del servei públic continua vigent en la llei de televisió per satèl·lit de 1992, promulgada per fer viable el satèl·lit espanyol Hispassat. Declarar la televisió per satèl·lit com un servei públic de titularitat estatal no era només una restricció inviable, sinó que suposava contravenir les orientacions de la Comunitat Europea sobre liberalització de les telecomunicacions contingudes en el Llibre Verd. Com no podia ser d'altra manera, tres anys després ha de ser derogada per adaptar-la a la normativa europea, l'evolució de les noves tecnologies i el canvi en les condicions del mercat. En la Llei de Telecomunicacions -no de televisió- per Satèl·lit, que deroga la de 1992, es declara expressament que la telecomunicació per satèl·lit és lliure, només sotmesa a autorització reglada, és a dir, la televisió per satèl·lit és una activitat privada, ja no és un servei públic.

Les altres dues lleis aprovades el desembre de 1995 tampoc són consensuades, ja que no compten amb el recolzament del, a les hores, principal partit de l'oposició, el Partit Popular. La Llei de Televisió Local per ones terrestres considera que també aquestes televisions tenen naturalesa de servei públic, si bé les concessions són atorgades per les Comunitats Autònomes. En canvi, la Llei de Telecomunicacions per Cable, només considera servei públic la matèria de telecomunicacions, però no l'emissió de programació de televisió que queda sub-

jecte a la lliure iniciativa de l'operador o a la contractació civil, sense intervenció administrativa, quan es tracta de programadors independents.

Si ens aturem en la legislació de finals de l'any 1995, el desgavell normatiu és enorme. Hi ha una llei per a cada sistema de difusió i, en el cas de les ones hertzianes, una llei per a la televisió pública estatal, una per a la televisió pública autonòmica, una per a la televisió local, i una per a la televisió privada d'àmbit estatal. La major part d'aquestes lleis s'han fet sense consens i el compliment de les normes per part de les empreses emissores és molt relatiu, sense que hi hagi una voluntat de control efectiu d'aquest compliment per part del Ministeri corresponent.

A més, la situació en que es troben les empreses de televisió és paradoxal. Així, per exemple, TVE és una televisió de servei públic quan emet per ones, però no quan emet per satèl·lit. O, per exemple, Tele-cinco és una televisió privada que presta un servei públic quan emet per ones, però no quan ho fa per satèl·lit. O, per exemple, la sanció per incompliment legal de l'emissió de publicitat per part de TV3 correspon a la Generalitat, quan TV3 emet per ones, però en canvi correspon al Ministeri de Foment quan ho fa per satèl·lit.

Podríem posar d'altres exemples de la incoherència normativa. Convé ara retenir

però, pel que després exposaré, tres punts: a). Que la legislació s'ha fet sense consens. b). Que s'ha legislat atenant als sistemes tecnològics de difusió o al factor territorial, però no hi ha un model global de televisió a Espanya. c). Que no hi ha normes que es dirigeixin a imposar determinades obligacions a les televisions públiques amb finalitats de satisfer l'interès públic, per la qual cosa, des d'un punt de vista normatiu, no hi ha cap diferència entre una televisió pública i una de privada pel que fa a la programació, diferenciant-se'n les empreses respectives principalment per la composició del capital social.

A partir de les lleis de cable i satèl·lit de 1995, el Govern de l'Estat perd teòricament la possibilitat de control de les televisions privades que emetin per aquests sistemes, ja que no és necessària la concessió administrativa, sinó tan sols una autorització reglada. D'altra banda, les Comunitats Autònomes són les competents per atorgar les concessions de televisió local i per desenvolupar les normes sobre continguts televisius en l'emissió per cable.

Però l'adveniment al poder del Partit Popular el març de 1996, suposa un nou gir en les pretensions del control governamental, si bé aquest ja no es realitzarà a través de la institució jurídica del servei públic de televisió, sinó per mitjà de les facultats normatives estatals sobre te-

lecomunicacions o mitjançant la intervenció en el marcat televisiu de les empreses públiques en vies de privatització sobre les quals el Govern detenta una decisiva influència política.

Per la via normativa, el Govern popular realitza una important modificació en la Llei de Telecomunicacions per Cable sis mesos després de la seva aprovació, a través del Reial Decret-Llei de 7 de juny de 1996, que suposa la llicència a Retevisión per prestar el servei final de telefonia bàsica, posteriorment transformat en Llei 12/97, de 24 d'abril, de Liberalització de les Telecomunicacions. Tampoc, en aquest cas, es produeix el consens de les forces polítiques.

També per la via normativa, el Govern popular imposa, amb tan sols el suport d'Izquierda Unida, unes limitacions a la llicència d'emissió per satèl·lit i a l'elecció per l'operador dels decodificadors, que suposen un clar decantament partidista en favor d'una de les dues plataformes de televisió digital existents a l'Estat espanyol, precisament la que el Govern recolza a través de «Telefònica de España.» Aquesta actuació és particularment greu ja que es porta a cap a partir de la transposició a l'ordenament jurídic espanyol de la Directiva 95/47/CE de la Comissió Europea sobre l'ús de normes per a la transmissió de senyals de televisió, a través del Reial Decret-Llei 1/97, posteriorment reconvertit en Llei 17/97,

de 3 de maig. No cal insistir en la manca de fidelitat de la transposició de la Directriu europea, a l'establir uns condicionaments restrictius no previstos, o en conculcar les normes sobre lliure circulació de mercaderies. En aquest cas, no es tracta ja d'una falta de consens entre els grups polítics o de que el Govern de torn aprofiti els mitjans de comunicació públics que gestiona per a la seva causa política, com ha sigut habitual, sinó que aquesta acció concreta es dirigeix a impedir el lliure desenvolupament d'un grup de comunicació privat, cosa particularment greu pel pluralisme informatiu, sigui quina sigui la seva tendència política.

Davant la ferma posició de la Comunitat Europea, que obra un expedient sancionador, i l'amenaça de denunciar la Llei al Tribunal de Justícia de la Comunitat, el Govern espanyol ha de fer marxa enrera modificant la Llei mitjançant el Reial Decret-Llei 16/1997, de 13 de setembre que, no obstant, deixa oberta la porta a futures intervencions de la Comunitat Europea si l'aplicació de la norma per part de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones suposa restriccions a la lliure prestació de serveis o de circulació de mercaderies.

Igualment remarcable és l'aprovació de la Llei 21/97, reguladora de les Emissions i Retransmissions de Competicions i Aconteixements Deportius, anomenada llei del futbol, immediatament impugna-

da davant el Tribunal Constitucional i les instàncies de la Comunitat Europea, que perjudica els drets adquirits per algunes empreses de comunicació, entre elles la Televisió de Catalunya. El rerafons de la Llei fa sospitar que té com a causa política el recolzament a la plataforma Via Digital. De fet, aquesta plataforma va emetre partits de futbol sense cap dret legal ni contractual.

Finalment, cal mencionar la disposició addicional 44a. de la Llei 66/97 d'acompanyament del Pressupost de 1998 (Medidas fiscales, administrativas y de orden social), que remet el règim jurídic de la ràdio i la televisió digital terrenal a la disponibilitat de l'espai radioelèctric i als plans que per a la prestació del servei aprovi el Govern central. El Govern és, doncs, qui ha regulat el règim de la televisió digital terrenal per mitjà del Reial Decret 2169/1998, de 9 d'octubre i l'Ordre de la mateixa data, sense cap debat públic al Parlament -com correspon en una societat democràtica-, culminant així tot el que fins ara s'ha dit sobre la utilització política i el desgavell legislatiu en televisió

L'operació Antena-3 portada a cap per Telefònica de Espanya s'emmarca també en l'esmentada política governamental, però queda sense comentar per no tenir caràcter normatiu.

De tot el que fins ara s'ha dit -la manca de consens en la regulació jurídica de la

televisió i la utilització de la normativa sobre condicionaments tecnològics de la telecomunicació per satèl·lit en favor d'opcions partidistes- podem deduir que ens trobem davant d'una situació que pot tenir conseqüències per a la llibertat d'expressió i d'informació, o per a la pluralitat dels mitjans de comunicació. No es tracta aquí de fer una crítica a l'actual govern per la seva política de mitjans de comunicació. Es tracta d'advertir que la classe política, en general i des de la promulgació de l'ERTV, ha esmerçat més esforços en regular el control dels mitjans al seu favor, que en la promoció de l'exercici democràtic de la llibertat d'expressió que postula l'art. 9.2 del text constitucional. Aquesta és la causa real de la manca de consens en la formulació d'una política de comunicació.

L'exercici de la llibertat d'expressió i d'informació queda buit de contingut si no disposa d'una estructura de mitjans de comunicació que faciliti la formació de l'opinió pública, substrat de les llibertats democràtiques. L'estructura dels mitjans informatius ens defineix el grau d'intensitat democràtica d'un país.

Els ciutadans d'un Estat democràtic han de disposar de les màximes possibilitats d'expressió, bé individualment, bé a través de les empreses de comunicació. Perquè això sigui així, és ineludible un marc legal estable, que doni la suficient seguretat jurídica als particulars en l'exer-

cici del dret a comunicar o rebre informació. Només un model global sòlid, plural i consensuat pot garantir aquesta seguretat jurídica.

Però vèiem que el cas espanyol de la televisió és tot el contrari. L'ordenament jurídic sobre televisió és incoherent, està basat en el sistema de transmissió o en l'àmbit territorial, és objecte d'un incompliment sistemàtic propiciat per la seva defectuosa construcció jurídica i, darremament, es modifica amb una celeritat que només pot crear incertitud entre els operadors i conflictes polítics entre els partits.

I això no sembla que hagi parat. En el Congrés dels Diputats s'està tramitant la modificació de la llei de Tercers Canals amb la finalitat de possibilitar la seva privatització; d'altra banda, el Govern ha retirat del Congrés de Diputats el projecte de modificació de la Llei de Televisió Local per Ones, per manca de suport parlamentari. Malgrat això, el Govern de la Generalitat ha convocat el concurs per a la concessió de les televisions locals, d'acord amb la reglamentació autonòmica que desenvolupava la Llei aprovada el desembre de 1995, però no pot resoldre'l perquè el Govern central ha interposat recurs contenciós-administratiu contra el reglament català i es nega a assignar les freqüències d'emissió, malgrat que el Tribunal ha denegat la suspensió del procediment d'adjudicació. Es vol un

major exemple d'inseguretat jurídica que el comentat, en el que el Govern central es nega a complir reflexivament la Llei vigent ?.

Tampoc el Parlament Català ha sigut gaire precís en la redacció de la Llei 8/96, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable. En aquesta norma, es defineix la televisió per cable com un servei públic. Ja hem vist que a la Llei estatal només es consideren servei públic els serveis de telecomunicació, però no l'emissió de la programació televisiva. El que en la llei bàsica espanyola es defineix d'una manera, en la Llei ordinària catalana es defineix de manera contrària. Es vol una major incongruència?

Però deixem la crítica del que és la normativa sobre televisió -un conjunt de lleis incoherents- o del que no és -un model global i ordenat d'institucions i disposicions- per endinsar-nos en un altre problema: la manca d'una clara delimitació entre el que és -o hauria de ser- la televisió pública i la televisió privada. Quan fins ara he parlat de servei públic, ho he fet segons el concepte jurídic-administratiu del servei públic, és a dir, de reserva als poders públics de l'activitat, bé gestionant directament o indirectament a través de concessió administrativa a les empreses privades, amb un tractament similar al de les altres companyies de serveis públics.

Però, en l'àmbit de la comunicació, el servei públic no s'entén en termes jurídics, sinó en el de la satisfacció dels interessos generals mitjançant l'obligació dels poders públics d'oferir als ciutadans serveis propis de l'Estat de benestar com són la cultura, la informació, l'educació, la preservació de la salut, la defensa de les llibertats democràtiques, el dret dels consumidors, la garantia d'una informació plural, etc. Com assenyala Muñoz Machado, «Esta preocupación ha dado lugar a una reutilización del concepto de servicio público, en un sentido diferente a como lo explica la Sentencia de nuestro Tribunal Constitucional a la que antes se ha aludido. Televisiones de servicio público serían aquellas que emiten programas en los que la razón económica no es la determinante. Aún a costa de realizar programas con pérdidas de explotación, las televisiones de servicio público deben emitirlos para asegurar la perpetuación de los valores democráticos, de respeto a los derechos humanos, culturales y de pluralismo político que la televisión, como gran medio de comunicación, debe procurar fortalecer».

En cap norma espanyola es parla de les obligacions de la televisió pública respecte a l'oferiment del servei públic, entès des d'aquest punt de vista comunicatiu. De manera que, des d'un punt de vista legal, no hi ha cap diferència entre la programació que ha d'oferir una televisió pública i la que pot oferir una televisió

privada. A Espanya, una televisió és pública tan sols perquè és propietat dels poders públics, cosa que comporta el seu control parlamentari o, en el cas dels mitjans locals, el control dels plens municipals. Però legalment no se li exigeix cap comportament específic, ja que els principis generals de la programació són els mateixos per a la televisió pública que per a la televisió privada.

La manca de definició de les obligacions específiques de programació de la televisió pública espanyola fa que es carreguin de raó les empreses de televisió privada quan parlen de competència deslleial per la participació de la televisió pública en el mercat de la publicitat, ja que a més disposa de la subvenció pressupostària o de finançament creditici avalat pel sector públic. Si des d'un punt de vista jurídic la televisió pública i la privada fa la mateixa programació, és evident que la pública compta amb un avantatge econòmic. Per això, els que som defensors de la televisió pública hem de postular que, amb urgència, s'estructuri un nou model global de televisió que es fonamenti, amb independència del sistema de difusió, en una clara delimitació entre el que són obligacions de la televisió pública i el que es pot considerar televisió comercial. Només així es pot justificar l'existència de la televisió pública. Només així es pot exigir a la televisió pública el compliment de les obligacions de servei públic que li són pròpies. Cal

però, prèviament, la seva definició. I segons el protocol 9 del Tractat d'Amsterdam sobre el sistema de radiodifusió pública dels estats membres de la CE, la definició i l'organització del servei públic de televisió és una atribució de cada Estat.

No es tracta que la televisió pública es limiti a emetre una programació elitista. El servei públic requereix ser utilitzat, requereix audiència i per tenir audiència i fidelitat a la cadena s'ha de compatibilitzar forçosament la programació informativa o formativa amb la d'oci, les retransmissions esportives o la més comercial. Però s'hauria d'exigir a la televisió pública l'emissió de programes d'interès públic durant un determinat horari.

La dificultat està en definir de manera concreta quins són els valors o quina és la lògica de la televisió pública, i quins són programes específics de televisió privada. En el nivell abstracte, podríem posar-nos d'acord. En el nivell de definició concreta, és difícil plasmar-ho de forma normativa. Com diu Tomás de la Quadra Salcedo «Habría que nuclear los costos de la televisión pública, cuáles corresponden a lo que podría llamarse propiamente servicio público por naturaleza... però puede haber misiones de servicio público que ya no son por naturaleza distinguibles, desde el punto de vista de su contenido, de otros programas que pueden ser emitidos por televisio-



nes privadas... Ello significa que es mucho más difícil distinguir en definitiva por razón de los contenidos en qué consiste una programación de servicio público o de interés privado... Ello hace también más difícil decidir qué parte de esa programación que cumple una misión de servicio público tiene que ser financiada con publicidad y que parte tienen que pagarla el conjunto de los españoles.»

Aquesta dificultat de concretar les obligacions de servei públic no és, però, tan insalvable com per abandonar la idea de definir-les. Fins i tot en el futur de la televisió digital, no ha d'haver gran dificultat en establir quin tipus de canals temàtics han d'oferir-se en el paquet bàsic pel seu caràcter d'interès públic, i en quina forma s'han de finançar, i quins poden ser de pagament. En tot cas, la definició legal es pot complementar amb la intervenció de control a posteriori de l'autoritat independent de l'audiovisual o de l'assumpció d'obligacions de les televisions públiques mitjançant contractes-programa derivats de l'aprovació pressupostària de la subvenció.

Certament, hi ha una altra possibilitat defensada per alguns autors, que crec que, almenys inicialment, s'ha de descartar: la que també la televisió privada pot proporcionar programes de servei públic. Per exemple, segons opinió de Muñoz Machado: «sería mucho más barato para la Hacienda pública financiar programas

de servicio público en las televisiones privadas. Se puede aventurar, sin ninguna duda, que se haría el doble de programas de servicio público, financiadas por los presupuestos públicos, en las televisiones privadas, con menos de la mitad del dinero que se invierte actualmente en sostener las públicas.»

És una opinió interessant que hauria pogut tenir alguna virtualitat en l'espai de comunicació per ones hertzianes, on les limitacions radioelèctriques no permeten més que uns pocs canals, de manera que la concessió d'un canal de televisió a una empresa privada no deixa de ser un privilegi, perquè n'exclou d'altres de possibilitats. Com a contraprestació al privilegi, l'Estat podria exigir unes determinades hores, de programació considerada d'interès públic, amb subvenció o sense. El problema és que en una democràcia és un contrasentit que el poder públic condicioni els mitjans de comunicació privats, ni que sigui només per salvaguardar el bon fi de la subvenció. Tampoc sembla natural que la televisió privada s'hagi de sotmetre a una Comissió de Control Parlamentari.

Al marge de les consideracions que es puguin fer al respecte, la multiplicitat de canals que permeten els sistemes de cable i satèl·lit i la possible ampliació de l'espectre hertzià per via digital, fa que la televisió privada s'hagi de considerar avui, simplement com un negoci, sense

cap obligació de tipus públic, i per això dic que, almenys inicialment, la idea de la subvenció als mitjans privats per l'emissió de programacions de tipus públic, s'ha de descartar.

Però sigui com sigui, s'adopti aquesta idea o la de la separació radical entre televisió pública -amb obligacions parcials de programació pública- i televisió privada -sense cap obligació inicial de programacions d'interès públic-, el que encara manca definir és, què hem d'entendre per televisió pública o per programació pública.

Abans de continuar endavant, deixem clar també una altra qüestió: la necessitat de definir les obligacions del servei públic entès des d'un punt de vista comunicatiu, és una necessitat en sí mateixa que demanda la societat. És una obligació que té l'Estat democràtic de benestar, com ho és la salut o l'educació. No es tracta, com de vegades es pretén, de solucionar un problema de possible competència deslleial entre agents -públics o privats- que concorren en el mateix mercat. Es tracta que la televisió pública existeixi perquè és necessària, perquè és l'única que pot garantir una sèrie de béns socials que el legislador ha de protegir, que genèricament es refereixen a la cultura, a l'educació, al pluralisme polític i social, a la informació independent, a la prestació de serveis socials, a la protecció dels consumidors i usua-

ris, del medi ambient, o a d'altres funcions socials com l'accés dels ciutadans als mitjans públics. Cosa que no és contradictòria amb la possibilitat que la televisió privada pugui també col·laborar en alguns d'aquests aspectes, però siguem conscients que això només succeirà per raons comercials, sigui perquè els programes tinguin audiència -i, per tant, publicitat- sigui per formar en l'opinió pública una imatge de prestigi.

En la definició de l'Estatut de la televisió pública que aquí es proposa, no hem d'oblidar que la televisió no ha de quedar reduïda a la concepció jurídica-constitucional d'instrument de la llibertat d'expressió o de difusió de la cultura. També la televisió actua, i cada vegada amb més intensitat, de motor dinamitzador de la indústria o de la producció audiovisual d'un país.

Les normes de protecció de la producció cultural europea de la Directriu Televisió sense Fronteres ho posen de manifest d'una manera rellevant. A Catalunya, aquest és un aspecte decisiu per a la subsistència de la identitat nacional, de manera que el factor dinamitzador que la Televisió de Catalunya ha de representar per a les empreses de producció catalanes ha de ser també un dels objectius que s'hauran d'incloure en l'Estatut de la nostre televisió pública. Aquest aspecte d'aportació al desenvolupament econòmic i tecnològic del país, o de fac-

tor de creació de llocs de treball, pren avui una importància capital ja que, a més de la seva vessant cultural, podrà significar en els propers anys un indicador del nivell de riquesa del nostre país ja que, inevitablement, el creixement previst de l'emissió d'hores de programació a través de les plataformes de cable o satèl·lit determina que algú les haurà d'omplir de continguts, i si no aprofitem l'ocasió per a fer-ho nosaltres, ho faran els altres països, especialment els Estats Units. El bon nivell de qualitat assolit per la producció de televisió a Catalunya, fan que aquest objectiu sigui perfectament real.

Sigui com sigui, el cas és que la televisió pública avui només es justifica perquè les empreses públiques de televisió compleixin una determinada funció social. Però probablement, d'una anàlisi reflexiva i rigurosa, només un percentatge ínfim de la seva programació es pot avui considerar d'interès públic, cas que no hi sumem altres aspectes propis del servei públic com, a Catalunya, el de normalització de la llengua. Pressionar el legislador perquè actuï segons aquesta necessitat és una tasca que correspon a la societat civil, també al món acadèmic, donada la desafortunada activitat que els representants populars de tots i cadascun dels partits han tingut, al meu parer, al respecte. Cal un canvi legislatiu en profunditat i, per això, cal prèviament que hi hagi consens, voluntat de crear un nou marc estable i una nova mentalitat. Però, com diu

González Encinar: «En derogar una ley, si se quiere, se tarda poco; en cambiar una mentalidad, o una determinada manera de ver las cosas, aún queriendo, se tarda mucho más. A mi juicio, en sede académica como es ésta, es necesario comenzar, no por la ley, sino por la idea de Constitución y por la interpretación constitucional que han hechos posible, primero, que se aprobase esta ley y, segundo, lo que es todavía más sorprendente, que esa ley siga vigente trece años después de su aprobación.»

Lluny queden els temps que els mitjans de comunicació audiovisuals públics eren considerats els únics que podien garantir el pluralisme informatiu. El preàmbul de l'Estatut de Ràdio i Televisió, justificat pel propi Tribunal Constitucional en la Sentència 206/90, proclama que la televisió es concep com a vehicle essencial d'informació i participació política dels ciutadans i de formació de l'opinió pública, d'aquí el seu caràcter de servei públic. Aquest criteri ja no és defensable des d'una posició rigorosa. No es pot dubtar avui que la pluralitat de mitjans és garantia d'informació controvertida i plural, d'expressió de diverses formes d'explicar uns mateixos fets, de superior possibilitat de creació d'una més rica opinió pública.

La llibertat d'empresa en el camp de la televisió per satèl·lit i de la programació per cable exclou la limitació concessio-

nal del servei públic i, en conseqüència, es modifica substancialment el règim jurídic establert per a la televisió per ones, de manera que en el cable i el satèl·lit la participació del capital privat assimila el seu règim al de la premsa escrita, és a dir, a la llibertat d'empresa. Així, la Llei de Telecomunicacions per Cable estableix que els operadors han de reservar un mínim del 40% del total de l'oferta audiovisual als programadors independents. De fet, en els concursos adjudicats a Cable i Televisió de Catalunya, aquesta companyia té previst reservar la totalitat de l'oferta audiovisual a programadors independents. Igualment, en la Llei 17/97 de transposició de la Directiva europea sobre ús de normes per a la transmissió de senyals de televisió, s'estableix que els operadors dels serveis d'accés condicional de qualsevol sistema de transmissió -per tant, també de satèl·lit o de televisió digital terrenal- garantirà al menys el 40% de la capacitat de la transmissió de la que disposin els programadors independents, percentatge prou ampli com perquè l'assimilem al règim de llibertat d'empresa.

Però la participació lliure de la iniciativa privada en el camp de la televisió no garanteix de per si la pluralitat informativa. És més, les quantioses inversions que són necessàries per establir una programació de televisió amb possibilitats d'audiència poden condicionar la pluralitat efectiva dels mitjans en benefici de grups amb

gran poder econòmic, que podrien afegir a la seva potència financera el domini de la informació, cosa que tancaria el cercle d'un exorbitant poder no desitjable en un règim democràtic.

No ha sigut aquest el perill, fins ara, de la televisió privada al nostre país. Però si es vol exigir a la televisió privada un cert grau de qualitat en la programació, cal repensar les mesures que la Llei de la Televisió Privada va preveure per assegurar el pluralisme. Entre aquestes mesures, destaquem la curta durada de les concessions, deu anys i la limitació dels accionistes de no depassar el màxim del 25% del capital social. Aquestes mesures tendien a evitar el perill que el Tribunal Constitucional va definir com a «monopoli privat dels mitjans de comunicació». A d'altres països, aquestes limitacions han sigut suavitzades per tal de fer competitives les seves empreses amb d'altres de la Comunitat Europea. Per exemple, la Llei francesa d'1 de febrer de 1994, eleva el percentatge de participació d'un sol soci en el capital social del 25 al 49% i contempla la renovació automàtica de les concessions, excepte en casos taxats i excepcionals. Recentment s'ha anunciat que aquest percentatge del 49% s'aplicarà també a Espanya, segons una disposició de la llei d'acompanyament al Presupost per a 1999.

D'altres mesures restrictives per a les empreses de televisió privada, provenen

de l'acord de concessió del Consell de Ministres. Entre aquestes, destaquem la del límit de l'endeutament al 30% dels recursos propis i el de l'emissió d'obligacions al del 30% del capital desemborsat. Aquestes limitacions són particularment dures i poc proporcionades, ja que no s'exigeixen a les empreses públiques de televisió.

Dit això, és indiscutible que el poder de la televisió en la formació de valors morals, culturals i de cohesió social, o el paper insubstituïble que juguen en l'Estat democràtic de conformació de l'opinió pública, fa que sigui ineludible l'adopció de mesures legislatives per evitar indesitjables concentracions de mitjans en grups privats, per tal de garantir l'accés dels ciutadans a les llibertats democràtiques en un pla d'igualtat, així com l'accés al mercat d'empreses noves.

Probablement, els plantejaments anticoncentració que s'han fet fins ara s'haurien també de modificar, ja que la transmissió per cable o satèl·lit obre un nou camp de possibilitats als grups econòmics que no eren operatives en les ones hertziànes, per la seva limitació a tres concessionsonàries. La mateixa composició de l'accionariat de les plataformes digitals o de les adjudicatàries de cable ens demostren que s'està arribant a un predomini preocupant del sector de la banca i de les empreses concessionàries de servei públics. D'altra banda, els grans grups de

comunicació europeus i americans estan posicionant-se amb voluntat de preeminència en el mercat europeu i espanyol.

No oblidem que en el mercat d'accés condicionat o de pagament no serà tan decisiva la concentració de capitals, com els vincles que es puguin establir per via contractual, ja sigui mitjançant acords de col·laboració verticals -per exemple, entre empreses de comunicació, agències de publicitat i productores multinacionals- o horitzontals- per exemple, entre grups de premsa, de ràdio i de televisió.

Aquestes concentracions o col·laboracions contractuals, financerament potents a nivell estatal o internacional, són especialment preocupants per a Catalunya o les altres nacions sense estat europees per a la preservació de la seva identitat cultural o de la llengua pròpia. Una política proteccionista de quotes de programes i la potenciació pública de la pròpia indústria de producció audiovisual hauran de ser complementades amb polítiques específiques per a cada regió d'aquestes característiques, tant a nivell legislatiu com executiu.

Amb independència de les disposicions de la Llei de Televisió Privada, la legislació espanyola sobre concentració de mitjans i defensa de la competència no ha tingut un tractament específic per a les telecomunicacions fins que el Real Decret-Llei 6/1996, reconvertit en Llei 12/

97 de Liberalització de les Telecomunicacions, crea la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, organisme que es justifica per la «exigencia inaplazable de salvaguardar el cumplimiento efectivo por todos los partícipes en el mercado de las telecomunicaciones de los principios de libre competencia, transparencia e igualdad de trato». L'explicació sobre el retard en regular aquest aspecte referit a les telecomunicacions és molt senzilla: fins a la liberalització, el règim jurídic és de monopoli de Telefònica d'Espanya i, per tant, la competència no és legalment possible.

Pel que fa a la legislació general, hem de distingir entre les normes de dret intern —especialment la Llei de Defensa de la Competència, que s'aplica per mitjà d'òrgans administratius específics com són el Servei de Defensa de la Competència, amb funcions bàsicament de vigilància i tramitació d'expedients, i el Tribunal de Defensa de la Competència, amb funcions decisòries— i les normes de Dret comunitari, que deriven dels articles 85 i 86 del Tractat de la Comunitat Europea. Aquestes disposicions s'adrecen a dos àmbits diferents: per una banda, al comportament dels agents econòmics en el mercat; i per l'altre, al control de les concentracions empresarials.

Quant al comportament dels agents, les normes distingeixen entre els acords empresarials i les pràctiques paral·leles ten-

dents a falsejar la competència i a restringir el mercat; i les que prohibeixen l'abús d'una posició de domini en el mercat per part d'una empresa, ja sigui a través d'un determinat producte o en un concret territori. En aquest segon cas, no és que es prohibeixi la posició dominant, sinó l'exercici abusiu del domini, bé perquè afecti negativament als consumidors o usuaris (per exemple, a través de preus abusius), bé perquè impedeixi el correcte funcionament del mercat (per exemple, eliminant competidors a través d'exclusives, descomptes excessius, etc.).

Quant a les concentracions empresarials, el mecanisme consisteix en la necessitat que les empreses que vulguin concentrar-se ho notifiquen al Ministeri d'Hisenda el qual, previ recabar informe del Tribunal de Defensa de la Competència, trasllada l'expedient al Consell de Ministres perquè decideixi si autoritza l'operació. Si la concentració és de dimensió comunitària, el control el realitza la Comissió Europea.

Aquest règim jurídic general de la Llei de Defensa de la Competència serà l'aplicable a les empreses de televisió per ones, per cable o per satèl·lit, és a dir, a les empreses dedicades a la difusió de programes de televisió. Em refereixo, per tant, als continguts. En canvi, la funció de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones la trobem en l'àmbit dels continents, és a dir, del comportament

dels operadors en el mercat propi de les telecomunicacions, ja que, pel que fa referència als continguts, les seves facultats tan sols es redueixen a instar l'actuació dels òrgans de defensa de la competència quan detecti que alguna actuació posa en perill la pluralitat d'oferta de serveis.

En aquesta situació, quan la normativa sobre concentració de mitjans o restricció del mercat es refereix àmpliament als aspectes de telecomunicació, però no a la producció audiovisual, ens hauríem de preguntar si no fóra convenient la promulgació d'una normativa específica sobre concentració i competència en el món dels continguts audiovisuals. La competència en el mercat audiovisual d'interessos tan diversos com els de les empreses difusores, les productores, els mitjans de publicitat, les empreses anunciants i l'entrada en el sector com a socis capitalistes de la banca i les empreses de prestació de serveis públics, fan d'aquest àmbit un sector específic, amb comportaments diferenciats de la globalitat del món industrial. A més, no es tracta aquí només de la protecció de la lliure empresa, sinó de la tutela dels drets fonamentals de formació de l'opinió pública o de l'accés a la cultura o a l'educació dels ciutadans. Garantir la llibertat de rebre informació a través de la iniciativa privada, és l'única possibilitat de pluralisme social. En aquest camp, probablement, la llibertat d'expressió no es po-

drà garantir només amb criteris empresarials o de concentració industrial.

Finalment, voldria fer referència a la recent aparició d'organismes independents de caire divers, però que tenen com objecte comú el control dels continguts audiovisuals, una bona part dels quals s'han creat després de l'aprovació de la Directiva de Televisió sense Fronteres de 1989.

Aquest tipus d'organismes tenen a Europa una justificació molt concreta: neixen de la necessitat d'adaptar l'Administració a una nova situació social derivada de la crisi del servei públic i de la liberalització cap al sector privat d'activitats que tradicionalment havien sigut pròpies del sector públic. En el cas de l'audiovisual, la incorporació de la televisió privada a un sector fins aleshores monopolitzat per les televisions públiques, i les expectatives de multiplicació de canals com a conseqüència de la digitalització dels sistemes d'emissió, comporten el traspàs al mercat lliure d'aquestes activitats, cosa que genera el descontrol d'allò que abans l'Administració controlava.

Si els Consells d'Administració de les televisions públiques i les comissions de control parlamentari vetllaven, entre d'altres qüestions, pels principis generals de la programació (neutralitat informativa, drets a l'honor, la intimitat o la imatge, protecció de la joventut i de la infància, respecte als valors democràtics i consti-

tucionals referents al pluralisme o al principi d'igualtat, etc.) o el compliment de les normes sobre publicitat, en canvi, en la televisió privada el respecte d'aquests principis o d'aquestes normes no era objecte de cap vigilància. Això, unit amb la cada vegada més baixa qualitat en la programació de tot tipus de televisió, han aconsellat l'establiment d'aquestes autoritats independents.

En alguns països, s'encarrega també a aquests organismes les facultats executives de regulació, des de la concessió de llicències d'emissió o l'ordenació del mapa de freqüències, fins les facultats d'imposar sancions administratives. En altres casos, les competències són molt més restringides i fan només referència a la qualitat de la programació, la correcció publicitària, el respecte als drets humans, l'assessorament al govern o al Parlament, o la representació dels ciutadans i les institucions de la societat civil en la mediació per les emissions televisives. En paraules d'Eugenio Nasarre, «en la línia de la Directiva europea de 1989, hay unas normas comunes a todo tipo de emisoras públicas y privadas, que se refieren a la publicidad, a la protección de la moralidad pública y la infancia y la juventud; a la regulación de los derechos de autor i de la propiedad intelectual, a la defensa de los derechos de la audiencia. Yo creo que nuestro sistema audiovisual necesita un conjunto de reglas de este tipo, simples, sencillas, pero que establezcan un marco de actuación,

que supere la ley de la jungla. Y yo creo que para que estas reglas tengan vigencia, es extraordinariamente útil la creación de una autoridad audiovisual independiente del poder ejecutivo, como funciona en otros países democráticos. Sería el árbitro de estas reglas de juego.»

En la passada Legislatura, una Comissió especial del Senat sobre continguts televisius presidida per la Doctora Victòria Camps va elaborar un informe al respecte, i va acordar, amb quasi total unanimitat, proposar la constitució d'un Consejo Superior de los Medios Audiovisuales. Però aquest consell no va ser constituït durant l'etapa del govern socialista i en l'actual legislatura, el Grup Popular del Senat -que té majoria absoluta en aquesta Cambra- ha rebutjat prendre en consideració una proposició de llei presentada per CIU que es fonamentava en l'acord de la Comissió especial del Senat. CIU va tornar a presentar la mateixa proposició de llei al Congrés dels Diputats -on el Partit Popular no té la majoria absoluta-, acció que ha tingut com a resultat que altres grups parlamentaris -PP, PSOE, IU i el partit de Nueva Izquierda- hagin presentat també proposicions de llei de creació del consell audiovisual. Aquestes lleis s'estan tramitant actualment en ponència conjunta, però amb una gran lentitud.

A Catalunya, la creació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), en la línia d'altres organismes europeus, és un fet important que cal ressaltar. A més de



les funcions d'assessorament, el Consell té competències per denunciar els incompliments de les normes que regulen els continguts audiovisuals, especialment les referides a les Directives Europees de Televisió sense Fronteres -trasposada la de 1989 per Llei 25/94-, la protecció dels drets bàsics de les minories, els infants i els joves i la dignitat de les persones. Són també significatives les funcions de recollir les inquietuds, les demandes, les queixes i els suggeriments dels ciutadans i de les institucions de la societat civil en la seva labor de mediació amb els propis mitjans de comunicació o de denúncia davant l'Administració pública que correspongui. No obstant això, en no tenir facultats pròpiament executives, el Consell s'ha de revestir d'una gran autoritat moral per a l'èxit de la seva gestió.

Caldria preguntar-nos si no s'hauria d'establir una organització administrativa de l'audiovisual, amb una potenciació més àmplia dels Consells de l'Audiovisual a l'estil del CSA francès. Només amb organismes d'aquest estil es pot garantir una igualtat de tracte entre els agents públics i privats. Es fa estrany, en la situació actual, que l'Estat o la comunitat autònoma, propietaris de la seva televisió pública, siguin els concessionaris o autoritzadors de les empreses privades de la competència, i que els governs que nomenen el Director General de l'Ens de gestió arribin a sancionar la seva pròpia televisió, en benefici de les seves competidores. En aquesta línia, el catedràtic de la Complutense Santiago Muñoz

Machado, a l'ensems Vicepresident de Telecinco, diu: «Es imposible que el dueño de la televisión pública sea a la par el arbitro de sus relaciones con la televisión privada. No puede ser tampoco el dueño de la televisión pública quien corrija, llame la atención o amoneste a su televisión, cuando se exceda en los límites a sus competencias de programación. De manera que parece imprescindible situar estas competencias en una autoridad independiente.»

L'opinió de Muñoz Machado podria ser-nos també d'utilitat a l'hora d'exercir el control sobre el compliment de les obligacions de la televisió pública, a les que m'he referit abans, quan parlava de diferenciar normativament la televisió pública i la privada, sens perjudici del control de les comissions parlamentàries sobre el tractament de qüestions polítiques. Només una autoritat independent pot exercir amb imparcialitat aquestes funcions de control de les obligacions d'interès públic que justifica l'existència de les televisions públiques, tant si les obligacions estan establertes en normes generals, com en els contractes-programa de finançament per mitjà de la subvenció pressupostària o qualsevol altre tipus de finançament públic. Aquest sistema de control, tancaria el cercle de la proposta de racionalització normativa de l'activitat de televisió, en substitució de l'orientació legislativa actualment vigent.

Els agraeixo la seva atenció.

## Televisió: paradigmes de seducció

Joan Ferrés

Professor dels Estudis de Comunicació  
Audiovisual de la Universitat Pompeu  
Fabra

### Seducció i constructivisme

D'un temps ençà vinc aprofundint en el concepte de seducció, convençut que pot ajudar a millorar les deteriorades relacions entre la televisió i l'educació. Des que vaig començar aquesta reflexió, però, amb motiu del llibre *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*<sup>9</sup>, he anat modificant de manera substancial la meua concepció. No perquè no la considerés vàlida, sinó perquè la considero parcial

Allà parlava de la seducció com a metonímia. Aquesta intuïció va sorgir a partir de la lectura d'una frase de S. Leacock: "Molts homes enamorats d'un clotet a la galta cometem l'error de casar-se amb la noia sencera". Penso que si eliminem de la sentència la càrrega masculista que se'n desprèn, continua essent vàlida. I resul-

<sup>9</sup> FERRÉS, J. *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*, Editorial Paidós, Barcelona, 1986.

ta molt suggerent. És fàcil fer-ne la traducció a la vida quotidiana.

La seducció com a metonímia. De la part al tot. Fascina la part i, des d'ella (només des d'ella), es construeix un tot. No cal que la part que fascina sigui necessàriament física. Poden ser uns ulls o una boca, però també, segons els casos, l'enginy, la força, el poder, la gràcia, la fragilitat... El seduït construeix el tot prolongant la part que fascina.

Per a entendre l'abast d'aquests mecanismes pot ser útil aprofundir en una altra metàfora, la del constructivisme, una metàfora utilitzada de manera sistemàtica per a l'anàlisi dels processos de cognició, però que és vàlida també per als de percepció. En els processos perceptius, com en els cognitius, es posa de manifest la tensió dialèctica en la que ens movem els humans entre l'experiència real de limitació i la recerca instintiva d'un absolut ideal, la tensió entre el límit inevitable i la totalitat anhelada. Percebem (i coneixem) fragmentàriament, però tendim de manera automàtica a completar, a globalitzar, a absolutitzar.

La Gestalt va analitzar amb rigor aquests processos. A un nivell elemental, qualsevol espectador de cinema pot prendre consciència d'aquests mecanismes fixant-se en la tendència a globalitzar que experimenta contínuament; per exemple, construint mentalment la imatge d'una per-

sona completa on tan sols contempla un rostre, o complementant les el·lipsis que es produeixen entre un pla i el següent...

És des d'aquesta perspectiva que podríem considerar l'experiment clàssic de Lev Kuleschov, quan va anar intercalant un únic pla neutre de l'actor Muschokin entre plans que representaven un plat fumejant, una nena morta i una dona atractiva, i els espectadors valoraven els subtils matisos expressius de l'actor en cada cas.

També és significativa, pel que fa a l'abast d'aquests processos, la frase de Sacha Guitry: "Déu meu, que guapa que estaves aquesta tarda quan hem parlat per telèfon". Tots hem experimentat alguna vegada la tendència automàtica a construir la imatge idealitzada d'una persona a partir de la percepció d'una veu, d'una mirada, d'un fragment del cos...

Els darrers exemples posen de manifest la complexitat d'aquests processos. No es tracta tan sols de la tendència humana a complementar i agrupar els estímuls sensorials, que és el camp que va investigar la Gestalt. Es tracta també de la tendència automàtica a construir sentit, a conferir valor a les realitats, sempre a partir de percepcions limitades.

### **Dues vies de construcció**

En tot aquest complex univers del constructivisme cal distingir dues vies diferen-

ciades. Cal diferenciar segons que la construcció es faci:

- *Per via conscient i racional.* És el cas de la construcció que realitza un adult en actitud conscient i reflexiva. D'aquesta manera s'assoleixen els coneixements científics, aquesta via segueixen els tribunals de justícia, en confrontar arguments provinents de dos punts de vista oposats...
- *Per via inconscient i/o emocional.* És el cas de la construcció que realitzen els infants abans que no assolixen la capacitat mental per a les operacions formals, però també els adults en situació inconscient o bé els adults quan estan dominats per l'emotivitat.

Sovint les dues vies interaccionen. Només cal fixar-se en el testimoni d'eminentes científics, com Albert Einstein, que confessen la importància de la imatge, de la intuïció i fins dels somnis en la descoberta de determinades lleis o en la formulació d'explicacions científiques.

Això no obstant, abunden els casos en els que es posa de manifest la preponderància (i fins l'exclusivitat) d'una o altra via en un procés de construcció de sentit i de valor. Ni els filòsofs ni els científics escapen a tendència humana a construir per via inconscient i/o emocional. És el cas, per exemple, de les supersticions. Fins els que no ho som hem dit alguna vegada allò de "No ho sóc, però per si de cas". El danès Niels Bohr,

una de les personalitats més grans de l'univers científic en el segle XX, guanyador del Premi Nobel de Física, té una feradura penjada en el seu despatx. Quan algú li pregunta, sorprès, com pot ser que un científic de la seva talla cregui en aquestes coses, ell respon: "No, no hi crec, però és que diuen que també afecta als que no hi creuen".

La construcció de sentit i valor per transferència, i no per argumentació, és en la base del procés de seducció. A l'origen del mecanisme de seducció hi ha dues operacions: una percepció fragmentària i una experiència narcisista. Són dues operacions que conflueixen en una, perquè és el que satisfà de manera narcisista és precisament el fragment que s'aïlla.

### Percepció fragmentària

La percepció és sempre i necessàriament fragmentària, tant en el marc de la seducció com fora d'ell. Ja se n'ha parlat. Els processos de seducció, però, es basen radicalment, de manera intencional o involuntària, en aquesta característica. Jean Baudrillard explica un exemple de seducció en el que es posa de manifest aquesta voluntat fragmentadora. La pantera perfumada és un animal que provoca el refús de la resta d'animals. Ella utilitza una estratègia seductora per evitar que fugin i per aconseguir atrapar-los: s'amaga i els atreu mitjançant l'únic tret físic que els resulta atractiu, la seva olor. És

un exemple suggerent de l'ús més pervers de la seducció, des de la percepció fragmentària.

La percepció fragmentària pot ser provocada intencionalment pel seductor i/o propiciada pel seduït. És a dir, pot ser que el seductor imposi d'alguna manera al receptor la percepció d'uns trets determinats o que sigui el receptor el que focalitzi la seva atenció sobre aquests trets.

Per altra banda, pel que fa al tipus de realitat que es fragmenta, pot tractar-se d'una qualitat objectiva, d'una qualitat maquillada o d'una qualitat associada de manera més o menys arbitrària.

Una vegada més la publicitat resulta paradigmàtica d'aquests processos de seducció des de la fragmentació. La majoria dels espots basa la seva eficàcia en l'estratègia d'afavorir en el receptor una percepció fragmentària. De vegades, però, és el receptor (el seduït) el que focalitza la seva atenció sobre unes realitats que són del seu interès i que no coincideixen necessàriament amb les intencions de l'emissor. Hi ha un cas paradigmàtic: una vegada en què Isabel Priestley havia d'anunciar ceràmiques, però les seves cames cridaven tant l'atenció dels receptors que l'anunci va funcionar més per a anunciar mitges que per a la ceràmica.

A la publicitat actual no és gaire freqüent que els espots intentin seduir basant-se

en qualitats objectives dels productes anunciats. Les marques s'assemblen tant les unes a les altres que la publicitat es veu obligada a seduir, si més no, des de qualitats maquillades, i en la majoria dels casos des de qualitats associades de manera sovint molt arbitrària.

El gran publicitari americà recomana als seus col·legues: "Si no tens res a dir, canta-ho". És un exemple excel·lent de seducció mitjançant un altre tipus de qualitat associada. Si no hi ha qualitats objectives prou significatives a destacar, el publicitari basa la seva estratègia en la seducció formal. La fascinació que exerceixen els recursos formals (les imatges, les músiques, el ritme...) serà transferida pel receptor al producte de manera, si més no, arracional.

### **L'experiència narcisista**

És un component imprescindible perquè hi hagi seducció. Per seduir cal que la qualitat aïllada connecti amb les necessitats i els desitjos del receptor. Ho deia Freud ja fa dècades: "En la fascinació l'objecte ocupa el lloc del jo ideal". En tot procés de seducció la persona seduïda es revela, es posa al descobert. Podríem reformular la dita popular: "Digues què et sedueix i et diré com ets".

Perquè la persona seduïda realitzi, de manera conscient o inconscient, de manera intencional o involuntària, l'operació de

conferir sentit i valor a la realitat seductora cal que el fragment aïllat a partir del qual realitza la construcció representi quelcom per a ella, cal que connecti amb el més profund d'ella mateixa.

La metàfora de la carn al gos, de Thomas Eliot, permet exemplificar aquest procés. El poeta estatunidenc es pregunta quin és el missatge que transmet el lladre que dóna un succulent tros de carn al gos que guarda la casa on va a robar. I es pregunta alhora quin és el missatge que rep el gos. És segur que el gos construeix una imatge positiva de l'home. I ho fa a través d'una transferència. Transfereix a la persona del lladre el valor positiu del tros de carn, que funciona perquè satisfà els seus desitjos més profunds.

Segurament els processos de seducció en la televisió o en la publicitat no arriben a aquests nivells de perversitat, però sovint els mecanismes de fons són similars. Quan la Coca-Cola es posiciona en un cant a la solidaritat universal, superant les races i els colors, o quan la Pepsi es posiciona en la bogeria (“¿Estás loco? ¡Bebe Pepsi!”), no pretenen seduir des de qualitats objectives dels productes, sinó des de qualitats associades de manera artificial, qualitats que, a més, estan confrontades, com les pròpies marques, però que en qualsevol cas poden produir els seus efectes perquè connecten amb les necessitats i els desitjos dels receptors.

Mecanismes similars utilitzen les estrelles de Hollywood quan exigeixen que la càmera les capti des de l'angle bo. O els polítics quan seleccionen acuradament els esdeveniments que han de fer-se públics, tant els que fan referència a ells mateixos com els que fan referència als rivals. En tots els casos es busca que el receptor construeixi des del parcial, a través de mecanismes transferencials.

En aquest context comunicatiu cobra tot el seu sentit i la seva força la frase de Cervantes: “La media verdad es peor que la mentira”. La sentència posa de manifest la perversitat que comporta aprofitar-se de la tendència humana a construir per transferència, de manera automàtica, instintiva.

Pel que fa a la construcció arracional de globalitats des del fragmentari, resulta igualment simptomàtica, però molt més greu, la frase de Manuel Vicent: “La càmera mai no és innocent. Si s'enamora d'un assassí, l'absol”. I és que la construcció inconscient de sentit i de valor té importants implicacions morals.

### **Doble paradigma**

Fins aquí la visió amb la que vaig començar la meva aproximació a la seducció. Ja he indicat que continuo considerant-la vàlida, però que ara la trobo incompleta. Explica determinats processos, però no n'explica d'altres. És vàlida per

a la construcció per via inconscient i/o emotiva, però no explica res pel que fa a la via conscient i racional. És, en definitiva, una visió exclusivament negativa de la seducció.

No hi ha una cara positiva de la seducció? Ben mirat quan es parla de la seducció com d'una temptació que cal vèncer, se suggereix implícitament que hi pot haver (que hi hauria d'haver) quelcom que ens seduís més. Hi ha, doncs, una cara positiva de la seducció, una cara similar i alhora diferenciada de la negativa. Hi ha dos paradigmes de seducció, un de disgregador i un d'integrador.

La seducció disgregadora es basa en el principi del plaer: promet una satisfacció primària, un plaer immediat i sense esforç. La seducció integradora es regeix pel principi de la realitat: promet una satisfacció més elaborada, un plaer retardat i guanyat amb esforç.

La seducció disgregadora enlluerna: provoca l'adormiment de la racionalitat i de la voluntat. Podríem dir que hipertròfia el positiu per emmascarar el negatiu. La integradora il·lumina: provoca el desvetllament de la racionalitat i de la voluntat. Podríem dir que si focalitza l'atenció sobre el positiu és per ajudar a assumir el negatiu.

Si en el primer paradigma parlem de seducció destructiva i disgregadora, és perquè nega les contradiccions humanes,

perquè intenta resoldre les tensions i conflictes (per exemple, la tensió entre emoció i raó) negant un dels dos pols. En definitiva, parlem de seducció disgregadora perquè és regressiva, infantilitzant.

Si en el segon paradigma parlem de seducció constructiva i integradora és perquè intenta resoldre els conflictes i tensions (per exemple, el conflicte entre emoció i raó) assumint les dualitats, conciliant els contraris, buscant fórmules conciliatòries. Podríem parlar, doncs, de conciliació versus maniqueisme. Es tracta de no renunciar a cap dels dos pols, de potenciar-los tots dos, d'interaccionar-los.

En la seducció disgregadora es potencia la dimensió inconscient de l'experiència, mentre que en la integradora es potencia la dimensió conscient. En la disgregadora els signes són viscuts com a realitats autònomes. En la integradora són viscuts com a mediacions.

En la seducció disgregadora es juga amb el maniqueisme emotiu i ideològic, amb el prejudici i l'estereotip, mentre que en la integradora es juga amb la contradicció i la complexitat, amb el judici i el coneixement.

En la seducció disgregadora els conflictes són presentats com a realitats òbvies, naturals, inevitables, mentre que en la integradora són presentats com a realitats causals, que necessiten explicació.

## La frontera entre els dos paradigmes

On és la frontera entre un paradigma i l'altre? No sempre és fàcil de desllindar, sobretot si aterrem a l'anàlisi de missatges televisius concrets. Hem fet referència, però, a missatges que responen de manera clara a un dels dos paradigmes.

En qualsevol cas, hi ha uns elements de similitud i de diferenciació entre un paradigma i l'altre, elements que no són pas qüestionables. El paradigma de seducció disgregadora i el de seducció integradora són similars pel que fa a l'origen del procés. En ambdós casos per poder seduir cal connectar amb el receptor, cal sintonitzar amb ell, amb els seus desitjos, amb les seves necessitats.

Ambdós paradigmes es diferencien, però, pel que fa al desenllaç del procés, als efectes que es produeixen. Si en el primer cas es pretén, de manera intencional o involuntària, que l'emoció bloquegi la racionalitat, que l'anul·li, en el segon es pretén que l'activi, que la desvetlli.

De què depèn, però, que s'activin alhora emoció i raó? De què depèn que l'emoció adormi o desvetlli la racionalitat? Podríem dir que a parts iguals del missatge i del receptor.

Hi ha missatges que, per la seva configuració, pretenen adormir, i missatges que, per la seva configuració, pretenen

desvetllar. La publicitat ens n'ofereix prou exemples. Hi ha força anuncis l'eficàcia dels quals es fonamenta en el fet que la racionalitat quedi adormida, anuncis que es desinflen com un globus si se'ls punxa amb l'agulla de la racionalitat crítica. Per exemple, els que obeeixen a l'esmentada consigna de David Ogilvy. N'hi ha en canvi (alguns d'institucionals, per exemple) l'objectiu dels quals és interpel·lar, qüestionar, fer pensar...

Però cal diferenciar també entre els receptors. Hi ha receptors incapaçs d'activar la seva raó ni amb missatges conceptualment densos i suggerents. I, en contrapartida, hi ha receptors capaçs d'activar la seva racionalitat fins amb missatges frívols o alienadors.

## Conclusions

Considero que del que s'ha exposat fins ara se'n desprenen dues grans conclusions en forma de dos grans reptes pel que fa als educadors:

*1. Repensar la cultura per transformar la televisió.* La Cultura només serà popular si aprèn a seduir, si és capaç de connectar amb la sensibilitat i amb els interessos dels receptors. En la relació televisió-educació, hi ha un problema més greu que el fet que a les televisions hi hagi tanta gent disposada a renunciar a la cultura per seduir. I és que hi hagi tanta gent de cultura incapaç de seduir.



En aquest sentit, cal fer un reconeixement públic i explícit a personalitats com en Joaquim Maria Puyal o com en Joan Úbeda i en Francesc Escribano, capaços de fer televisió sense renunciar a la cultura, capaços de ser pont, de desvetllar les consciències sense renunciar als paràmetres de l'espectacularitat, propis del mitjà televisiu.

Cal repensar la cultura, repensar l'educació d'acord amb aquests paràmetres. Si haig de parlar de pèptids i proteïnes a persones apassionades pel tema, només caldrà que ho sàpiga fer amb rigor i que sigui capaç d'aportar alguna novetat sobre el tema. Però si ho haig de fer a persones que no en saben res, i sobretot que no els importa gens, em caldran unes dosis extraordinàries de seducció.

*2. Transformar l'educació des de la seducció*, És un repte inqüestionable. I s'hi ha de fer front en dos sentits:

- Convertir els paràmetres de la seducció en contingut curricular. Cal que les noves generacions de telespectadors coneguin els mecanismes del pensament primari, de la transferència... Perquè siguin espectadors lúcids no n'hi ha prou que aprenguin a raonar, a argumentar i contraargumentar. És imprescindible que coneguin els mecanismes de l'inconscient i la lògica de les emocions.
- Recórrer a metodologies d'ensenyament seductores. És a dir, cal que en

qualsevol àmbit de l'ensenyament se sigui capaç d'educar des de l'emoció, que s'ensenyi als alumnes a convertir l'emoció en raonament.

Els publicitaris, als que qüestiono seriosament des del punt de vista dels valors que es desprenen dels seus missatges, són un model excel·lent pel que fa a capacitat de seducció, a capacitat de sintonia amb els diferents segments de població als que s'han de dirigir en cada cas<sup>10</sup>.

En definitiva, per conciliar el matrimoni, sovint mal avingut, que formen la televisió i l'educació cal que l'escola i la Cultura amb majúscules aprenguin a seduir, i cal que la televisió es regeixi cada vegada més per un model de seducció integradora.

<sup>10</sup> Vegeu al respecte l'obra: Ferrés, J. *La publicidad, modelo para la enseñanza*, Akal, Madrid, 1994.

## **Informatius de televisió i coneixement de la realitat, reptes de futur**

**Xavier Obach Domenech**

Periodista i Professor de Televisió

Bon dia a tots.

Gràcies a en Francesc Deo i a l'ICE de la Universitat de Barcelona per la seva invitació

El títol d'aquesta ponència és: **Informatius de televisió i coneixement de la realitat, reptes de futur.**

Com a periodista em preocupa molt la versió de la realitat que oferim els que ens dediquem a resumir-la per la gent i encara em preocupa més la forma com els espectadors reben els missatges que nosaltres els enviem. Les decisions que prenen a partir de les dades amb les que compten.

La tesi final que penso defensar us la puc dir des d'ara: Aquell que s'informa a través de la televisió però que no coneix els límits que els programes de notícies tenen a la hora de transmetre la realitat s'està fent una idea del món parcial i esbiaixada. Per aquest motiu, les seves de-

cisions no estaran ben fonamentades sinó que es veuran influïdes per factors mediàtics que no necessàriament tenen a veure amb la realitat.

Habitualment intento comunicar aquesta tesi intentant explicar la forma com funciona el periodisme televisiu a la pràctica i la meua experiència personal tant com periodista de base com director de programes informatius.

Avui, en canvi, intentaré donar un pas més i intentaré oferir-vos un discurs nou. Els motius són dos. En primer lloc això és un fòrum, per tant crec que la meua intervenció ha d'intentar aportar idees pel debat. En segon lloc es dona la circumstància que aquests dies es compleixen dos anys des que vaig deixar el periodisme actiu per dedicar-me de ple a l'ensenyament de la televisió informativa en l'àmbit escolar. Aleshores vaig presentar la meua primera ponència sobre aquesta qüestió a les jornades sobre ensenyament de la televisió organitzades per APUMA, l'Associació de Professors Usuaris de Mitjans audiovisuals a Zafra, Badajoz.

Jo no sé si us passa a vosaltres. A mi els cicles professionals em duren dos anys. Passat aquest temps necessito revisar i marcar-me noves fites.

Així doncs us parlaré de les notícies de la televisió i del coneixement de la realitat. Però ho faré en clau de revisió personal.

Intentaré resumir-vos la meua experiència com a periodista infiltrat en el món de l'educació durant 24 mesos.

Fa dos anys jo escrivia que em sentia hereu d'una generació de pioners i que estava pujant sobre les espatlles dels que havien treballat l'educació dels mitjans abans que jo. Espero ser un graó més en aquest llarg procés i que vosaltres pugueu treure alguna conseqüència útil de la experiència que m'agradaria comunicar-vos.

Un cop hem centrat el tema i us he justificat el punt de vista des del que us parlaré entraré en matèria pels fonaments.

### **El coneixement de la realitat.**

Jo vaig començar molt jove al món dels mitjans de comunicació i no tinc pas la sensació d'haver estat un periodista model durant els primers anys en què vaig exercir aquesta professió. Sincerament opino que era una persona ambiciosa i tancada. Era ambiciós, sanament ambiciós si voleu, perquè sempre volia fer més coses i amb més responsabilitat, em fascinava la meua feina. Era tancat perquè em sentia molt pressionat per l'entorn professional però era impermeable a la repercussió de la meua feina en la població.

A ran de la cobertura informativa que vaig fer d'una sèrie de fets, vaig començar a canviar i em vaig adonar d'una cir-

cumstància que em va impactar. Una institució, un partit, una persona amb diners, podia defensar-se sense problemes d'un error d'un periodista gràcies a que compten amb poderosos equips d'imatge pública que defensen els seus interessos. En canvi un col·lectiu dispers o desorganitzat com un barri o els afectats per un esdeveniment no tenien forma de defensar-se. Allò que deia el periodista, bo o dolent, no es corregia i la imatge d'aquell barri o d'aquell col·lectiu quedava marcada a foc.

La segona circumstància que va forçar un canvi d'actitud va ser l'ambient de sana autocrítica que es va formar entre un grup reduït i espontani de redactors del Telediario a Madrid. Contra el que és la norma habitual a les redaccions aquest grup vam començar a fer-nos crítica els uns als altres de les notícies que emetíem. En aquest entorn, del que son fills, per exemple, el que ara es director de La 2 Noticias, en Fran Llorente, vam anar pujant el llistó de la nostra exigència al respecte del missatge visual de les nostres notícies.

Aquest interès pel missatge visual i la preocupació per la repercussió de les notícies de televisió als col·lectius indefensos es va sumar amb la meua estada durant dos anys llargs a El Salvador com a professor de televisió de la Universitat Centreamericana, UCA. Aquí es va acabar de quallar un canvi d'actitud total envers la meua professió.

La base de pensament d'aquest canvi la vaig trobar en la obsessió que dins de la UCA es respirava en aquells dies pel coneixement de la realitat. Abans de morir assassinat Ellacuría ens va deixar als que ens considerem part del seu projecte quatre coses clares i una d'elles era que el coneixement de la realitat era la clau de qualsevol transformació social. Segons aquesta escola la realitat sempre juga a favor dels desfavorits i dels oprimits. La simple exposició dels fets i les dades científiques contrastables sobre la situació de la humanitat parlen amb més eloqüència que qualsevol discurs sobre la injustícia i la iniquitat que afecta a la majoria de la població tant a El Salvador com a la resta del món. Si s'ha de promoure una transformació social, deia Ellacuría, ha de ser sempre a partir de la realitat, de la realitat de la majoria.

La denúncia d'aquesta realitat actuarà com a bandera i les solucions que es proposin, si estan basades en la realitat, tindran efectes positius sobre la gent.

Sota aquesta premissa a la Universitat van néixer tota mena de gabinets d'estudi, seminaris d'investigació i publicacions, punt de referència de la transició democràtica que va viure El Salvador un cop es va signar la pau.

Per la part que em toca em vaig aplicar el conte i vaig començar a analitzar quin responsabilitat tenia la televisió infor-

mativa en el coneixement de la realitat. Dit d'una altra manera, analitzar quina era la realitat que comunicàvem els professionals de la televisió informativa i quina incidència tenia aquesta perspectiva en les decisions de la societat democràtica.

L'anàlisi més epidèrmica de la forma com la televisió tracta la realitat ens porta a dir que sistemàticament els periodistes oferim una realitat simplificada, o millor dit, simplista. Això no era cap descobriment molta gent deia, diu i dirà que no està d'acord amb la forma com la televisió tracta la realitat.

Tot i això jo notava que no estava completament d'acord ni amb el to ni amb les justificacions que alguns autors i alguns intel·lectuals utilitzaven per referir-se a la informació per televisió.

Intentaré fer-me entendre: Estava d'acord amb el punt d'arribada, la televisió simplifica la realitat, però penso que l'argumentació feta servir era... massa simple... sovint massa maniquea, poc professional i fàcilment rebutjable.

Si el meu interès era el coneixement de la realitat, la crítica a la televisió havia de partir també de la realitat. Era absurd, és absurd criticar una televisió que no existeix més que a la imaginació de qui vol justificar teories prèvies, en canvi és urgent aprendre a criticar i valorar la televisió amb arguments contrastables i

sòlids. Aprendre a posar la proa contra les tergiversacions de la televisió que tenien a veure amb les decisions voluntàries dels seus responsables, no contra aquelles que formaven part de la essència expressiva del mitjà televisió.

Quan vaig tornar a Espanya vaig continuar aquesta reflexió durant la meua etapa com a director de Testigo Directo.

Ara fa dos anys que vaig deixar aquella feina i vaig donar un pas més en deixar de banda el periodisme actiu i comprometre'm en l'esforç educatiu que un grup reduït i entusiasta de gent feia/fèieu per avançar en la educació en matèria de mitjans de comunicació.

Em vaig dir a mi mateix que havia de cenyir la meua aportació a allò que controlava, la informació per televisió i vaig elaborar una proposta d'estudi de la televisió informativa que he exposat al llarg de dos anys en gairebé una cinquantena d'institucions, sobre tot centres de professors de l'ensenyament públic, escoles de formació permanent i claustres d'institucions privades de tot l'estat. L'essència d'aquesta proposta va quedar recollida en un llibre que es va titular "El tratamiento de la información y otras fábulas" que va publicar Anaya.

La proposta d'anàlisi que faig es basa en una equació que dóna com a resultat la forma la producció informativa per televisió.

Segons el model explicatiu que proposo les notícies de televisió són el resultat complex d'un conjunt de forces en conflicte.

En primer lloc tindríem la notícia, el fet noticiós. Els informatius es diferencien de la ficció en què els fets que recullen no són inventats sinó que són certs.

Tot seguit caldria sumar tots aquells elements que atorguen una força social inqüestionable a les notícies de televisió.

- La seva penetració, tant per nombre d'espectadors com per la seva distribució demogràfica, converteixen a la televisió en un mitjà de comunicació gairebé total, cosa que no podem dir de cap altre element informatiu.
- La credibilitat que adquireix un fet quan se'ns presenta en imatges és inqüestionable. El mecanisme si ho veig m'ho crec funciona com un rellotge.
- Però de tots els elements de força que venen associats a les notícies de televisió no n'hi ha cap com la capacitat de transmetre emocions. La imatge d'un fet real és capaç d'emocionar-nos fins al plor, de fer-nos aixecar de la cadira d'indignació. En casos extrems com el cas Rodney King als Estats Units pot ser la benzina que faci cremar la Ciutat de Los Angeles o pot ser el desencadenant d'un seguit d'accions que ens portaran a adoptar una nena xinesa.

Al costat d'aquests i d'altres elements de força que converteixen la informació te-

levisiva en quelcom superposant hi ha un seguit de punts febles.

- La primera de les febleses té a veure amb la pròpia capacitat expressiva de la televisió.
  - Hem vist com la imatge arrasa amb tot per credibilitat i perquè fa saltar els nostres mecanismes emotius... però que passa quan d'un fet no tenim imatges? Els fets sense imatge són sistemàticament descartats a les redaccions dels informatius de televisió. Quantes coses passen al món o a casa de les que aquí no rebem imatges?
  - D'altra banda n'hi ha tot un seguit de notícies molt importants com ara temes d'economia o que tenen a veure amb la justícia que són d'una gran complexitat i que no tenen imatge. El format de notícia televisiva breu i visual fa que els fets s'hagin de simplificar de forma molt arriscada. Massa sovint podem veure a la televisió qüestions de fons tractades a destalades o periodistes que, volent ser curiosos amb la complexitat, acaben elaborant missatges subordinats i incomprensibles.

La forma més honesta com un informatiu de televisió es pot apropar a un tema complex la vaig veure un cop a La 2 Noticias. El presentador diu: Aquesta tarda han concedit el Premi Nobel de química a dos cien-

tífics nord-americans. Les seves investigacions tenen a veure amb els enzims però el tema és tan complicat que malauradament no us el podem explicar en aquest informatiu. En Fran Llorente i el seu equip van fer aquell dia el que jo vinc reclamant a la televisió des de fa anys... ja que no podem explicar-ho tot, siguem honestos amb la gent i reconeguem-ho. La notícia del Nobel de Química a La 2 va ser una gota d'aigua fresca en un mar oleaginós, confús i fàcil. Caricatura de la realitat.

- El segon capítol de febleses està relacionat amb la estructura de funcionament intern dels informatius de televisió. D'una forma resumida us diré que la pressa i l'estrès amb que es treballa a les redaccions fa que els periodistes estiguem sovint més pendents d'arribar a temps i que no ens prenguin la cabina de muntatge que d'elaborar la notícia amb serenitat. La brevetat del "minut quinze" ens obliga a estar més pendents de no passar-nos que de fer-nos entendre.

La dependència de les agències ens fa estar més pendents d'aprofitar el que tenim que d'explicar el que ha passat però que no tenim.

- El tercer i darrer capítol de febleses és el de la debilitat econòmica. Tot i el que alguns diuen, totes les cadenes de te-

levisió comercials, públiques i privades, viuen al lindar de l'abisme o dins de l'abisme mateix. Deuen diners a tothom i busquen desesperadament sortir del forat com sigui. Els informatius són la porta d'entrada al Prime Time i per tant han de marcar un bon començament de l'espai nocturn, allà on totes les televisions es juguen el pa i on els professionals de la televisió ens juguem el lloguer del pis o el termini de la hipoteca del proper mes. En resum: Els espais de notícies viuen pendents de la audiència i la selecció de continguts, especialment als programes de caràcter no diari, està seriosament influïda per la resposta del públic a certs temes. Dins d'aquest capítol de debilitat econòmica és on jo englobo el tema de la manipulació informativa. Al capdavall la manipulació no és més que fer cas a l'amo. L'amo de les televisions privades es l'accionista. Ja que paga vol que els seus subordinats li facin cas.

L'amo de les televisions públiques és el poble però els treballadors dels mitjans públics saben que qui té la clau del seu lloc de treball no és la cosa pública sinó l'administrador de la cosa pública, és a dir el govern del municipi, de l'autonomia o de l'estat que toqui. La manipulació informativa és doncs, des del meu punt de vista, una conseqüència del sistema. Donades les circumstàncies prefereixo viure dins

d'un sistema amb amos diferents on puc escollir a quina manipulació em sotmeto i que és capaç d'absorbir el debat que un sistema únic èticament pur i que no admeti la crítica.

El següent element de la equació es la resposta que la indústria televisiva elabora com a factor de correcció davant els punts de força i de feblesa que he descrit. Bàsicament aquestes respostes son dos:

- L'ús del criteri informatiu: La selecció de les notícies amb imatge sobre les que no la tenen, la selecció dels demés simples abans que els temes complexos, la selecció de les frases breus, punyents i polèmiques en lloc de les llargues, explicatives o matisades, la selecció de les imatges més espectaculars, fortes o violentes abans que les representatives o normals.
- La segona resposta és la conversió dels temes àrids en temes televisius.
  - Per fer-ho se simplifiquen temes fins l'extrem d'intentar que la realitat s'assembla a un telefilm (recerca incansable de bons i dolents en un conflicte).
  - Es segueixen tota mena d'estratègies que crear emocions on no hi eren a través de la personalització dels conflictes globals (és a dir buscar un

exemple d'una persona que fa d'exemple pel conjunt però que li dóna el toc de sentiment humà que li cal a un producte televisiu perquè funcioni). També es recorre al muntatge musical (en alguns programes de reportatges fins a lllindar el barroc). Finalment es fan servir recursos visuals emotius com l'alentit i el zoom endavant que incrementen la força dramàtica d'una imatge i la seva capacitat d'impacte.

No voldria donar a entendre que jo sóc contrari incondicionalment a l'ús de tot aquest seguit de tècniques.

Crec que formen part del món de la expressió audiovisual i que sovint són necessàries per fer els temes que es tracten més interessants, més atractius o fins hi tot per fer possible que la notícia s'entengui millor per a la majoria dels espectadors. La cinta en brut, la realitat mateixa si voleu es absolutament insuportable. És avorrida, repetitiva i pot arribar a confondre si algú, un periodista, no ajuda a distingir l'important de l'accessori.

El que crec que és important tenir en compte és que aquest nou producte fruit d'intentar explicar, honestament si voleu, la realitat, no és la realitat mateixa sinó la realitat televisada. És a dir una altre cosa.

Així mateix no cal oblidar que, pel mateix preu que podem tenir un producte



honest de realitat televisada, podem tenir-ne un altre de ficció total basat en imatges reals. És només una qüestió de seriositat professional, de por a perdre el lloc de treball i de pressió per la audiència. I la nostra professió no és ni més santa ni més diabòlica que la d'advocat o metge. Vull dir que al nostre gremi hi ha de tot.

Fins aquí el desenvolupament del model explicatiu que proposo per entendre la televisió tal com es.

La pregunta que em faig cada cop que analitzo aquest esquema i que us transmeto ara a vosaltres és:

Un mitjà que:

- Depèn de la presència d'imatges per seleccionar o descartar una notícia.
- Tendrà a seleccionar sempre les notícies fortes o emotives sobre aquelles complexes o menys emotives.
- Tendrà a escollir les imatges i els testimonis d'impacte sobre els que són explicatius.
- Resumeix els temes fins l'extrem.
- Recorre a tècniques com ara la personalització, l'ambientació musical i l'alentit per convertir emoció el que no necessàriament ho és.
- Que depèn dramàticament de l'èxit d'audiència per mantenir-se econòmicament.
- Que està sota la influència dels poders polítics i econòmics propis del nostre sistema de democràcia de mercat.

Un mitjà així... pot ser un reflex fidel de la realitat?

Al meu entendre NO.

Així doncs la televisió informativa menteix? TAMPOC.

La tesi que defenso és que la televisió informativa és la realitat vista a través d'un petit forat. El món vist amb orelles de ruc. Com ja us he dit fa un moment, la realitat televisada diferent de la realitat real. La televisió informativa expressa allò que hi cap dins dels seus estrets marges.

Quins són els marges?

Aquests que he intentat definir dins de la equació que afecten tant a la expressió, com al funcionament intern o la naturalesa empresarial de la televisió comercial.

Següent pregunta:

Es poden canviar les coses? Hem d'aspirar a un model televisiu diferent? Honestament crec que no.

Les limitacions a les que he fet referència afecten tant a l'essència del mitjà televisiu com a l'essència del funcionament de qualsevol empresa. Tot i que jo com a periodista puc fer el possible per apurar els marges de maniobra que la meva responsabilitat em permet, no puc sortir-me

del marc, i aquí l'important és el marc, no el marge de maniobra que queda dins.

La urgència educativa no és per tant, segons el meu punt de vista, lluitar per una televisió diferent sinó trencar-se les banyes en intentar fer entendre perquè la televisió és com és.

La urgència educativa és definir amb claredat als nois i noies de les noves generacions què és el que poden esperar de la televisió informativa i què és el que mai veuran per la tele tot i existir.

En definitiva del que es tracta és de combatre la sensació d'estar ben informats que la televisió transmet. El meu objectiu és crear ignorants conscients perquè només el que és conscient de la seva ignorància és capaç de buscar els elements que l'ajudaran a sortir-ne.

Si hi ha hagut dos enemics certs de la comprensió crítica de la televisió a aquest país en els darrers anys han estat la frase "Así fueron las cosas y así se las hemos contado" i el que es va encarregar de repetir-la nit rera nit.

L'establiment de la equivalència entre la realitat mateixa i la versió de la realitat que la televisió fa és pura i simplement una mentida mal intencionada. Pels que sabem de què va és un insult a la intel·ligència i pels que ignoren com la televisió informativa funciona, una enganyifa

vulgar, un duro a quatre pessetes. Una roda de molí indigesta a la gola del poble sobirà.

Si algun cop us sentiu defallir en l'esforç de lluitar per una nova generació més crítica davant la tele repetiu-vos la frase com un mantra: "Así fueron las cosas y así se las hemos contado". Ja veureu com l'adrenalina us puja a cent cinquanta i no hi haurà qui us pari.

Bé.

Fins aquí el discurs sobre la televisió informativa que he intentat fer arribar als mestres i professors que m'han volgut escoltar en els darrers dos anys. Ara comença la part nova... com aquest discurs ha estat rebut i quins efectes ha tingut en la realitat educativa.

Primer les bones notícies:

#### *Motivació*

Excel·lent. La televisió és un tema que interessa al professorat tant com als pares i la societat en general. Aquest interès deriva a vegades cap a una crítica genèrica i desordenada però també plena de sentit comú.

És freqüent que aquest alt interès vagi acompanyat d'una certa dosi d'impotència. La televisió és omnipresent a l'aula. A les fotografies enganxades a les carpe-

tes, a les converses entre classe i classe, en les aspiracions i els valors dels alumnes. Sovint els mestres i professors s'espanten quan els mateixos conceptes que ells ensenyen a classe es veuen contaminats per frases i imatges agafades al vol pels alumnes-espectadors de tal sèrie o de tal programa de televisió.

El perfil tipus dels mestres als que he tingut ocasió de formar fins ara és el de gent molt interessada, molt motivada però també necessitada de punts de referència.

#### *Coneixements previs:*

Del que acabo de dir es dedueix que els coneixements previs que els professors tenen sobre la imatge i sobre els mitjans són pobres.

Això no vol dir que la majoria no tingui una opinió ben explícita sobre els programes de televisió el que provoca més d'una confusió inicial.

Tots ens atrevim a dir que tal programa és un excrement i tal altre genial. L'inconvenient que el nostre esperit crític sigui tan agut respecte a la qualitat de la televisió està en què amb massa freqüència confonem la qualitat amb les nostres preferències. Són dues coses que no necessàriament van unides. Un programa musical sobre rap pot estar molt ben fet encara que ens sembli detestable i no n'hi

ha pas pocs de reportatges sobre animals que són quatre imatges d'arxiu mal enganxades amb guions lamentables... que ens encanten.

Sigui com sigui la situació de coneixements previs que he trobat a la majoria de cursos que he ofert obliga a partir de les qüestions més bàsiques. Ningú no pot ensenyar a d'altres allò que no coneix. De fet crec que, fins ara, m'he dedicat més a ensenyar televisió informativa als mestres que no a proporcionar eines didàctiques útils per que els mestres poguessin explicar la televisió informativa als seus alumnes.

#### *Objectius:*

L'apartat dels objectius ha estat el que més mals de cap m'ha dut doncs s'ha produït un divorci sistemàtic entre el que jo pretenc exposar segons el model que us he descrit fa una estona i el que els mestres esperen d'una formació en matèria de televisió.

Com ja us he explicat jo aspiro a una societat que sàpiga reconèixer els límits de la televisió informativa existent i prendre consciència de la seva ignorància. En canvi davant meu m'acostumo a trobar amb un grup de gent que exigeix amb força, i amb raó, una televisió diferent.

Molt sovint sento al meu voltant la següent seqüència lògica. Si les programa-

cions de les televisions depenen de l'audiència, si aconseguim elevar el nivell d'exigència de l'audiència també aconseguirem canviar la programació de les televisions. Tant de bo aquesta relació fos certa, sóc escèptic. En qualsevol cas el que crec que cal evitar és fer servir l'educació com a via instrumental per aconseguir un objectiu que ens apareix com el més important: que les televisions canviïn la seva programació.

Sóc dels que penso que la formació en el llenguatge de la imatge i en els mitjans de comunicació es quelcom prou seriós i prou difícil per considerar-lo un objectiu primari. Si a més a més la programació de les televisions canvia... Bingo. Però faig una crida a no confondre una cosa amb l'altre. En d'altres paraules: Si d'aquí a una generació els nens i nenes que acaben l'escola obligatòria són perfectament capaços d'identificar un alentit i d'analitzar amb el cap clar la imatge d'una nena índia que plora perquè se li ha mort el gos en mig d'unes inundacions que han matat a 5.000 persones. Si som capaços de deduir els motius pels que estem veient a una nena amb gos enlloc d'un altre imatge. Si tot això passa Senyores i Senyors escorrem el cava, abracem-nos tots junts i plorem d'alegria davant d'una gesta històrica.

Si per desgràcia les emissores comercials segueixen emeten brossa del segle XXI pitjor per a ells.

Quan faig professió pública de la meua renuncia a canviar la televisió tal com és, me les he hagut d'escoltat de tots colors. El més normal és que els mestres més combatius m'acusin de justificar l'estat de les coses, de ser una mena de pactista amb remordiments fruit del fet que al capdavall jo formo part de la indústria televisiva.

Una versió bèstia d'aquesta crítica me la va dedicar una jove valenciana que va dir que al capdavall jo havia tirat pel camí fàcil. Amics meus intentar buscar-se la vida com a professor de televisió en aquest país pot ser un error... però no serà mai fàcil. Us ho garanteixo per pròpia experiència.

Tornant als que tenen com a objectiu un canvi de la televisió comercial deixeu-me compartir amb vosaltres la reflexió que proposo als que encara no han baixat del núvol respecte al que la televisió significa en la nostra societat.

Hí ha qui encara observa la tele com un mitjà de comunicació a través del qual el sistema s'expressa. Una plataforma en què productes comercials, opcions polítiques i postures socials s'expressen. El que us proposo és que anem tots junts una mica més a fons. Quan una multinacional de la roba esportiva es vol fer un lloc al mercat basa exclusivament en la televisió la creació de la seva imatge de marca. Quan Greenpeace vol donar la campanada al món sencer llença dòlars

falsos davant de qui..., dels delegats del Fons Monetari Internacional? No, davant de les càmeres de televisió. Quan els polítics volen convèncer a aquest 10% d'indecisos que cada elecció inclina la balança cap a una banda o cap a l'altra... Fa servir els mítings multitudinaris?

No. Fa servir els 2 minuts de propaganda electoral dins dels del espai informatius de la televisió. Quan un govern vol reforçar la seva imatge d'eficàcia incerta campanyes publicitàries als diaris? No. Influeix per a què l'agenda informativa dels telenotícies inclogui més notícies econòmiques que abans.

A tots els que encara pensen en canviar la televisió: Si us plau baixeu de la figura. La televisió no és una mitjà de comunicació del sistema, la televisió és el pal de pallar del sistema. Si atemptem contra la televisió estem sacsejant l'estructura que fa que el sistema funcioni.

Permeteu-me que reconegui que, m'agrada o no, no puc canviar el sistema. No puc canviar la tele. Permeteu-me que tiri la tovallola de la lluita per una televisió diferent i estaré encantat d'unir-me a tots els que pensin que el millor que es pot fer en aquests moments és lluitar per un espectador diferent. Format, crític i, per sobre tot, conscient.

*Didàctica:*

Aquí és on comencen les males notícies.

Si em permeteu que sigui poc modest us diré que em sento segur explicant com és la tele i com són les notícies de televisió.

Si ara em permeteu que ara sigui molt modest us diré que he petit molt per intentar trobar un format exportable que faci possible que una altre persona, un professor, expliqui a una classe d'adolescents com són les notícies de televisió.

És cert que existeixen materials didàctics publicats que tenen a veure amb el món de les notícies de televisió però cap d'ells entrava de ple en els objectius que jo tenia al cap quan em vaig embarcar en aquesta aventura. Hi ha dotzenes de llibres amb reflexions molt interessants sobre els informatius de televisió. Alguns d'ells també parlen de l'escola però no són llibres de didàctiques aplicables. Hi ha unes poques obres a on sí hi ha didàctiques que fan referència als informatius però ho fan com una activitat aïllada, sense que jo hi hagi sabut veure un mètode, una progressió amb la que m'hi sentís identificat.

Em vaig fer dur des dels Estats Units diversos llibres específicament dedicats a la didàctica de les notícies de televisió a l'escola però la metodologia que utilitzaven es basava en l'elaboració d'informatius escolars. A diversos centres d'aquí també hi ha escoles que basen l'ensenyament de la televisió en un procés de pro-

ducció que acostuma a durar tot un curs o fins i tot més. Jo no estic en contra d'aquest sistema però no em convenç del tot, el primer problema que hi veig és que aplicar-lo exigeix moltes hores de classe i un equipament tècnic que encara no és a l'abast de la majoria de les escoles. Encara que aquestes qüestions poguessin ser resoltes queda el que per mi és l'objecció principal, la distracció respecte a l'objectiu fonamental. Durant els gairebé 3 anys que vaig donar classe a El Salvador vaig veure amb frustració creixent com, tot i els meus esforços en què els alumnes aprenguessin a expressar-se amb imatges, allò que els interessava i els amoinava era la tecnologia. L'objectiu que jo anteposo no és que els nois i noies aprenguin a fer tele sinó a veure tele. Utilitzar la producció com a mitjà per comprendre el que es veu ha de ser una via útil i vàlida però al meu entendre ens obliga a donar una llarga volta per avançar fins a un punt on crec que s'hi pot arribar en menys temps i sense la despesa econòmica que suposa comptar amb equips de producció.

Un altre dels problemes que hi ha respecte als materials educatius que fan referència als informatius és que bona part d'ells respiren un cert aire anti-conspiració. En alguns d'ells aquesta flaire és tan exagerada que semblen trets d'Expedient X. Són materials didàctics que presenten com a prova de la manipulació informativa generalitzada el tractament

informatiu de conflictes armats com ara la Guerra del golf o la guerra de les Malvines. Alguns també incideixen en la forma com es va presentar la revolució nicaragüenca als ulls del poble dels Estats Units.

Dues objeccions greus a aquesta mena d'aproximacions als informatius de televisió. No es pot presentar com a prova generalitzable el que és una excepció. A cap guerra hi ha hagut llibertat d'informació perquè la informació és un element estratègic que té a veure amb la moral de la població i de la tropa. Si a la guerra del Vietnam n'hi va haver, va ser la excepció que confirma la regla. Si defensem que els informatius de televisió són un niu de cucs manipuladors titelles del poder gris dels Homes de Negre hem de poder demostrar-ho no amb excepcions sinó dia a dia.

La segona objecció pressuposa l'èxit de la operació de denúncia. Molt bé, ja ho hem aconseguit. Els nostres alumnes ara pensen que la informació de la televisió està manipulada... I ara què? Ens dedicarem a buscar interessos ocults a les cròniques que d'aquest fòrum surtin als mitjans de comunicació? Hauré de sospitar interessos bastards si un resum d'aquesta intervenció meva no surt al TN d'aquest vespre? Sospitarem del tractament de qualsevol accident de trànsit greu? Què pretenen les emissores de televisió quan es fan ressò de la investiga-

ció contra el Bisbe de Barcelona respecte al blanqueig de diners? Què pretenen poques hores després quan li ofereixen les seves càmeres per a què es defensi?

La creació d'una consciència de manipulació total i indiscriminada és un error perquè bloca el sentit crític. Fent un símil mecànic, és com si poséssim el motor al 10.000 voltes i el féssim gripar. No és solament que aquesta acusació generalitzada sigui falsa, és que contradiu de cap a peus l'objectiu fonamental que ens proposem els que creiem en l'autonomia crítica. Si partim de la base que tot respon als dissenys d'una mena de comitè ocult ja no té cap sentit que parlem de les particularitats de la selecció de la informació, ni de la importància de l'audiència en els continguts, ni dels efectes que una notícia té quan va abans d'una o després d'una altra.

Permeteu-me que sigui especialment dur amb aquesta forma d'entendre l'ensenyament de la televisió. Estic convençut que aquests missatges sense polir que denuncien la manipulació total, el que posen de manifest és la mediocritat dels qui els promouen. Abans que reconèixer la seva pròpia dificultat per entendre i analitzar la complexitat dels missatges que la televisió emet prefereixen refugiar-se en una visió del món quadriculada que justifica la seva pròpia manca de formació.

És clar que la manipulació informativa existeix! Però ni està oculta ni respon a

un únic disseny. Els interessos estan a sobra de la taula. Els accionistes de les cadenes, els anunciants, els seus administradors, les seves afinitats polítiques, tota mena d'organitzacions amb capacitat de pressió. Al capdavant tots aquests eixos de poder no formen un cos únic i coordinat sinó tot el contrari un embolic d'aliances dels uns contra els altres que dóna com a resultat visions del món diferents.

Com veieu també descarto aquesta línia pedagògica.

Així doncs em vaig llençar a la aventura d'elaborar materials didàctics propis. En un primer moment em vaig esforçar en demostrar-me que es podien crear unitats didàctiques complementaries de l'àrea de Coneixement del medi en base a notícies d'actualitat. L'objectiu de l'elaboració d'aquests materials era demostrar que les notícies poden ser un excel·lent element motivador d'alguns temes complexos del que abans anomenàvem socials. Si s'entra a un tema d'ecologia, de migracions, de patrimoni històric, d'economia, de realitat internacional a partir d'una notícia real creix l'interès per conèixer el fons de la qüestió i resulta més senzill entendre els continguts teòrics que proposa el programa. Simultàniament es pot anar avançant en l'aprenentatge del llenguatge visual, el coneixement dels mitjans de comunicació i els informatius en particular.

Vaig posar a funcionar els vídeos a tot drap i gràcies a Internet i a les hemeroteques vaig anar completant una bona col·lecció de notícies interessants que ajudaven a pensar sobre la realitat que vivim i la realitat tal com se'ns presenta als informatius de televisió. En aquesta primera etapa elaborava materials nous basats en l'actualitat per cada curs al que em convidaven.

La lliçó que em va deixar aquesta etapa és que la cosa funciona i que els objectius s'assoleixen però que cal dedicar-li molt de temps a la preparació dels dossiers i que cal tenir coneixements avançats sobre el món de la informació. Dit amb altres paraules: Un professor tot sol no ho pot fer entre classe i classe.

Vaig proposar a diverses institucions la creació d'un equip mixta de periodistes i educadors que fes una prova pilot d'elaboració de materials didàctics basats en temes d'actualitat. Encara no hi ha hagut resposta positiva però crec fermament que tard o d'hora aquest concepte s'obrirà pas.

La segona fase d'aquest esforç didàctic va ser una felicitat coincidència de dos encàrrecs paral·lels que vaig rebre. D'una banda la directora d'una escola privada-subvencionada de Madrid que havia assistit a un dels meus cursos em va proposar aplicar-los a l'aula. Vam escriure conjuntament un programa de 20 hores

de durada per aplicar a 3 grups diferents. 1r i 2n de secundària i un grup de voluntaris de BUP. Al mateix temps en Joan Ferrés i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya em van proposar escriure la segona part de la trilogia "Com veure la TV?", dedicada als informatius.

Ambdues iniciatives es van anar enriquint l'una amb l'altre i el resultat és el volum II de la guia que el Consell de l'Audiovisual té a la vostra disposició. Aquesta proposta didàctica és un fill adolescent del model d'equació que abans us he presentat. És fill diferent del pare perquè no és el mateix producte tot i que beu de les mateixes fonts. És adolescent perquè és tan jove que a bon segur necessita polir-se a partir de l'ús i de l'experiència real.

La estructura d'aquesta proposta pedagògica avança pel camí que va del senzill i bàsic fins al complex i complementari.

Sota aquest nou prisma el Tema 1 aborda el que són els criteris informatius. Què és el que fa que un fet sigui notícia i un altre sigui descartat.

El Tema 2 agafa un dels criteris informatius tractat en el capítol anterior i li dóna la importància que mereix. La presència o l'absència d'imatges d'un fet a l'hora de considerar-lo notícia.

El Tema 3 es titula El llenguatge visual i les notícies i en ell es recorre el camí que



va de la constatació que la simple selecció i ordre de les imatges és una forma completa d'expressió com qualsevol altre fins a la conclusió que el seleccionar imatges a una notícia és un exercici d'expressió i que per tant és també un exercici d'opinió. No existeix la notícia de televisió en forma natural. Tota notícia de televisió és un acte voluntari que reflecteix l'opinió de qui se'n fa responsable.

El Tema 4 fa referència a la selecció del missatge que les notícies transmeten. Aquí el que es vol fer entendre que el conjunt d'imatges, textos en off i declaracions forma al cap de l'espectador un missatge... allò que l'espectador ha entès. Aquest missatge rebut també és fruit d'un acte voluntari, una opinió.

El Tema 5 és la proposta de realitzar una activitat de dues hores que consisteix en fer un informatiu de televisió sobre el paper. Aquesta activitat incideix en l'aspecte de la premsa i el factor humà com a elements a tenir en compte a l'hora d'entendre com es fan les notícies de televisió. Rep un tractament a part perquè tot i ser una activitat molt complexa va ser la sessió més recordada i més valorada pels grups pilot on es va assajar

El Tema 6, La forma de les notícies, incideix en qüestions d'elaboració del missatge com ara l'emotivitat, l'estructura dramàtica de les informacions, l'ús de recursos expressius com la música o els al·lentiments per crear emocions.

Finalment, el tema 7 aborda la realitat social i el paper que hi juga la televisió. Aquí hi ha una aproximació a les interferències del món real en el món periodístic. Primer s'intenta fer entendre com és que la informació és un tema tan sensible i com influeix en les decisions que les persones prenem cada dia. Aquest poder real de la informació justifica que tothom hi vagi al darrere per a què les notícies siguin favorables als seus interessos.

La guia acaba amb un exemple que intenta posar de manifest les limitacions de la televisió informativa per transmetre la realitat, la ignorància en la que viuen els que només fan servir la tele per informar-se i la necessitat de buscar fonts d'informació complementàries per ser una persona ben informada sobre un tema.

#### *Resultats:*

El balanç global de tot això que us estic explicant i que ha passat durant aquests dos anys és un mig èxit i un mig fracàs.

El mig èxit té a veure amb la forma com aquestes propostes han estat rebudes per la comunitat educativa i les avaluacions positives que han fet respecte al que havien après sobre la televisió informativa.

Potser la més positiva d'aquestes avaluacions me la va fer arribar un professor de Formació Professional d'El Puerto de San-

ta María, Cadiz. Aquest professor va aplicar amb els seus alumnes una de les anàlisi de notícies que jo havia fet al curs als mestres. A l'hora d'avaluar els resultats va escriure que el grup d'alumnes amb els que havia treballat era el pitjor amb que s'havia enfrontat en 20 anys d'activitat educativa. "Si ha funcionat amb ells, deia aquest professor, funcionarà amb tothom".

Aquest mig èxit és només mig perquè encara no he trobat la forma de fer evolucionar el que ara són experiències soltes i molt vinculades a la meua presència física cap a activitats universals i aplicables sense supervisió directa.

Estic molt esperançat amb el que és la guia del Consell Audiovisual de Catalunya perquè és una passa seriosa i ben fonamentada en aquest sentit. Tant de bo funcioni.

De part meua estic aplicant-me el conte i estic intentant corregir aquesta mancança incorporant la guia com a eina pedagògica a les meves sessions de formació al professorat. Des del passat mes de juliol aplico les dinàmiques que proposo per fer a classe directament als mestres que assisteixen als cursos sense una explicació teòrica prèvia. Un cop fet cada exercici pensat per aplicar a l'aula sí que fem una reflexió més de fons.

Aquesta manera de treballar no és cap invent meu. Simplement m'he limitat a

copiar i aplicar el que jo he vist fer a d'altres tallers sobre mitjans audiovisuals per professors com els que fan la gent d'Spectus i del que sóc "Antic alumne".

Els primers resultats han estat francament bons. Els mestres i professors valoren com a molt positiu que el que se'ls està proposant no és solament una formació que els serveix a ells i prou, sinó que inclou eines d'aplicació que ells han experimentat abans com a alumnes. Encara és massa d'hora per fer valoracions així que seguiré parlant de mig èxit.

El mig fracàs té a veure amb una qüestió molt prosaica però realment important, com a mínim per a mi, i per a la meua família. Tant mig fracàs és, que estic tornant a buscar feina en el periodisme actiu i és probable que hagi de rebaixar la meua dedicació a l'ensenyament de la televisió d'ara endavant.

Afortunadament aquests darrers dos anys la meua família i jo hem pogut sobreviure amb els meus guanys com a professor de televisió però ha estat a base de treballar moltes més hores del que és lògic i de passar llargues temporades fora de casa.

El fet és que he mig fracassat en l'intent de trobar una ocupació estable i em veig obligat a plegar algunes de les veles si no vull que el vaixell comenci a perdre el rumb.

Si exposo en públic el que al capdavall no és més que un problema personal és per posar de manifest un símptoma de la realitat de l'ensenyament dels mitjans de comunicació.

Si l'aventura en la que estem implicats la comparem amb una cursa atlètica i si la sortida dels corredors té tres posicions: Preparats / llestos / tret, jo diria que encara som asseguts a la banqueta provant-nos les sabatilles.

Segur que hi haurà cursa, serà apassionant, se'n parlarà molt i serà una cursa de fons. Però encara estem fent l'escalfament.

La normalització de l'ensenyament del llenguatge de la imatge i dels mitjans de comunicació a l'escola és una tasca imparable que ja fa temps que es mou. La reforma educativa li atribueixi un protagonisme que s'ha avançat al seu temps. La pista està lliure i la torre de control ens dóna permís per enlairar-nos. Ara només ens cal pensar dur durant una generació.

Aquest fòrum té vocació de futur així que acabaré fent propostes de futur. Ja que aquesta intervenció ha tingut un to inequívoc de revisió biennal intentaré expressar en veu alta les lliçons personals amb les que jo em quedo fruit dels encerts i dels errors amb la esperança que també puguin ser-vos d'utilitat.

*Lliçó N<sup>o</sup>1:* Educar en televisió a l'escola requereix d'una formació prèvia dels mestres en actiu en llenguatge visual i Mitjans de Comunicació. Cal donar suport i estendre encara més en les iniciatives que ja s'estan duent a terme en els centres de formació del professorat tant aquí com a la resta de l'estat.

Aquest esforç de formació permanent ha de ser recolzat també des de les escoles de magisteri i de pedagogia perquè les noves generacions de docents tinguin al seu abast punts de referència sòlids sobre els mitjans audiovisuals. Em consta que a diferents institucions aquest esforç ja està en marxa i promet donar resultats interessants. De fet, que aquest Fòrum estigui patrocinat per la Universitat de Barcelona, és un gest inequívoc en aquesta direcció.

*Lliçó N<sup>o</sup>2:* És important cenyir els objectius declarats i ocults de l'ensenyament de la televisió al que és fàcil de definir i possible assolir. Desterrar les pretensions irrealistes d'influir per fer una televisió diferent i aprendre a conviure amb la que tenim i la que tindrem.

*Lliçó N<sup>o</sup>3:* Cal mantenir les orelles ben atentes a les propostes didàctiques noves que ens plouran en els propers anys intentant incorporar allò que puguem fer servir i revisant amb franquesa i honestat el que demostrï no funcionar. Predicant amb l'exemple us encoratjo des

d'ara a què apliqueu les propostes de la nova guia del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i ens feu arribar els vostres suggeriments. Si us plau digueu-nos com us va.

Acabaré amb una lliçó final que no és meva sinó d'una de les persones que més i millor ha criticat la meva feina, sempre amb franquesa i sense pels a la llengua. Potser per això és un dels meus millors amics.

Antonio Campuzano, President de l'Associació de Professors Usuaris de Mitjans Audiovisuals denuncia als quatre vents que no serveix de res formar a nova generació per a ser crítics amb els mitjans audiovisuals si no estan essent formats a l'hora per a ser crítics amb la societat en la que vivim. L'esperit crític, assegura Campuzano, és quelcom més important que identificar plans, desfer minutats i endevinar els trucs dels anuncis.

Ésser crític és aprendre a tenir independència de criteri, comptar amb un bagatge cultural suficient que ens faci mantenir la perspectiva i, per sobre de tot, no perdre de vista que les autèntiques fonts del coneixement no estan en l'àmbit dels actuals mitjans de comunicació volubles i accelerats sinó en formats més reposats i perdurables com ara els llibres.

Aquest pensament d'en Campuzano em permet acabar per on he començat.

El coneixement de la realitat és allò que ens ha d'importar. Si ens interessa la televisió és per motius instrumentals, perquè és percebuda com a la realitat mateixa, perquè influeix decisivament en les opinions, les accions i els costums de la societat.

Aquí és on puc citar a un altre dels meus gurus, en Ignaci Ramonet. Cal que tornem a donar-li valor a la qualitat de la nostra informació.

No és un joc. Les nostres fonts d'informació són l'únic element que tenim al nostre abast per prendre decisions que afecten al nostre consum domèstic, és allò que ens ajudarà a decidir quina pel·lícula veurem al cinema aquesta nit..., també la informació serà la responsable de la creació d'opinió pública davant de fets com l'absolució d'un violador que va al·legar que la víctima duia minifaldilla. La informació tindrà una bona part de la responsabilitat en el nostre vot a les properes eleccions.

Si tenim un mínim respecte per tot aquest seguit de decisions o d'opinions que dia a dia prenem... si tenim un mínim respecte pel nostre paper dins d'una societat democràtica, siguem conscients i prenguem-nos seriosament la qualitat de les nostres fonts d'informació. No confiem únicament en qui tot ho simplifica i que ignora sistemàticament allò mancat d'imatges. Diversifiquem les nostres fonts

d'informació, dediquem-hi temps a aprofundir en temes d'actualitat amb articles escrits o llibres que es refereixen a qüestions de fons que encara avui ens afecten.

Sí, per la raó que sigui, la televisió continua essent la vostra única font d'informació sigueu valents i reconegueu que aquell dia no teniu prou elements per opinar sobre la actualitat quan us pregunten a l'hora del cafè.

Però per sobre de tot, sigui quina sigui la qualitat de la vostra informació, el proper cop que us diguin allò de "Así fueron las cosas y así se las hemos contado" respireu profundament, feu una bona botifarra de pagès i preneu empenta per demà tornar a posar les coses al seu lloc.

La televisió no és important, la gent és important i la consciència de la realitat de la gent és important. Tots els que intenten confondre a la gent ens han declarat la guerra i mereixen en nostre despreci de ciutadans demòcrates i sobirans. Els que estem d'aquesta banda de la lluita ens hem d'escoltar i animar els uns als altres encara que no estiguem totalment d'acord entre nosaltres. Ens queda molt per créixer, el camí és llarg i les fites a assolir són dignes del nostre esforç.

Moltes gràcies.

*Fòrum*  
**Educació i Televisió**



**Experiències**

## L'Audiovisual i la informàtica al servei de l'educació

Anselm Alàs Eroles i Josep Maria Esteve Gibert

Som una escola de primària de Sant Sadurní d'Anoia. Els objectius que nosaltres ens proposem són sempre adequats a la programació del currículum de l'escola. En la nostra programació contemplem els mitjans audiovisuals i informàtics com a part important en el desenvolupament personal i acadèmic dels nostres alumnes. En aquest sentit, hem organitzat un seguit de tallers relacionats amb aquestes noves tecnologies. Tot i així, els mitjans audiovisuals i informàtics ja formen part, des de fa molts anys, de la dinàmica de classe dins el propi horari lectiu. Els tallers s'especialitzen en aspectes que en grans grups serien difícils de treballar.

Els tallers s'organitzen al voltant de petits grups de no més de nou alumnes per mestre, d'aquí que puguem realitzar petites experiències de treball de camp i aprofundir-les una mica més del que podríem fer a classe.

Els mitjans dels que disposem no són professionals i les composicions realitzades tampoc. Però el nostre objectiu no

rau tant en fer grans muntatges com en fer entendre el procés i assimilar-lo, a l'hora que es treballen assignatures del currículum com la llengua, mitjançant unes eines força engrescadores. En aquest sentit, ha de quedar força clar que els treballs resultants són fruit dels nens i nenes de l'escola amb les capacitats i mancances pròpies de cada edat. Us fem cinc cèntims dels tallers que es duen a terme:

### **Taller de Contes:**

Aquest taller pretén utilitzar la informàtica i els mitjans audiovisuals per tal de realitzar la creació d'un conte amb veu i música. El procés no és complex, en primer lloc ensenyem als nens diferents contes (els expliquem, els visualitzen, ens fixem en les seves parts, construcció, en la veu, en la música...) i agafem un programa que permeti la construcció de contes (Cartoons o El Príncep Felç). Tot explicant-ne el funcionament, comencen a construir-ne un. Un cop acabats, entre tots triem el que més ens agrada i aquell el passem a cinta de vídeo. Fins aquí el procés informàtic. Amb la cinta anem a l'aula d'audiovisuals i a partir del guió que ells mateixos van crear, posem veu i música als personatges o al narrador.

### **Taller d'audiovisuals / Filmació:**

En realitat són tallers, un per a cada nivell del Cicle mitjà i superior. Els objectius bàsics són els següents:

- Apropament del nen/a al món de la imatge.
- Aprendre el funcionament d'una càmera de vídeo.
- Realitzar enregistraments i muntatges adequats a la seva edat, tot utilitzant els recursos que tenim.

Inicialment es treballa el món de la imatge en aspectes com els plans, la composició i l'angulació a partir de fotografies, còmics (estàtica) i filmacions (dinàmica).

S'explica el funcionament bàsic d'una càmera de vídeo. Es fan pràctiques de filmació, i en acabat, es realitza un muntatge diferent per cada nivell:

- A tercer, triem un conte, enregistrem les imatges i hi afegim la veu. El mateix fem a quart, però a partir de l'Auca de Sant Sadurn d'Anoia, que va narrar amb imatges i rodolins la història del poble.
- A cinquè filmem una petita paròdia o història inventada i interpretada per ells mateixos. A sisè realitzem un magazine de temes variats, tractats en clau d'humor.

Aquests no són més que uns exemples que van variant a mesura que canvia el grup o en funció dels interessos dels alumnes. Bàsicament, durant el cicle mitjà es realitzen edicions més estàtiques per passar a l'altre cicle en què l'edició és més complexa. Algunes de les coses que es



poden fer són: posar veu i imatge a una narració o a un poema, realitzar un documental (el cava, el poble, el barri, l'escola...), fer un spot publicitari o un vídeoclip. A l'hora de fer l'edició, quan més grans són, més poden intervenir en el procés.

## Fem una pel·lícula per a la televisió

Neus Valldeperas i Peralta

L'experiència que aquí es presenta correspon a un projecte de l'àrea de llengua estrangera per a nens i nenes de primer cicle d'Educació Primària. Va acompanyada d'un vídeo de 20 minuts on es mostra un projecte posat a la pràctica repetidament durant els darrers set anys en diferents cursos i modalitats de TEFL (Teaching English as a Foreign Language) per a infants.

El motiu bàsic a l'escollir la utilització de la càmera de vídeo com a eina conductora d'un curs d'anglès, ha estat, sempre, el de motivar i desenvolupar actituds positives vers l'aprenentatge d'aquesta llengua, tenint en compte que els nens fan un llarg procés en la seva adquisició. Procés que implica mestres, mètodes i situacions sovint repetitives. La premissa fonamental és que la motivació és l'element més important a treballar en l'aula, en aquesta etapa (premissa probablement extrapolable a qualsevol altra etapa i assignatura). Així doncs, es comptarà a priori amb l'atracció evident del món audiovisual i s'utilitzarà aquest, canviant l'actitud passiva que majoritàriament genera, per una actitud activa que:

- Desenvolupi i estimuli la imaginació de l'alumne.
- Generi un context significatiu on aplicar els coneixements adquirits a l'aula.
- Impliqui un intercanvi comunicatiu on expressar oralment necessitats i sentiments reals.
- Permeti introduir nou vocabulari.
- Faci possible la revisió constant dels continguts temàtics de forma no explícita i per tant sense generar avorriment.
- Integri diferents habilitats, interessos i possibles diferències de nivell.
- Permeti consensuar els continguts, i per tant, fer alumnes crítics i alhora tolerants.
- Fomenti la possibilitat d'experimentar (l'alumnat tindrà la sensació de jugar i de passar-s'ho bé utilitzant la nova llengua i no d'estudiar-la).
- Ofereixi un context interdisciplinari magnífic on la plàstica, la música, el teatre, l'expressió corporal i els conceptes tècnics bàsics del món audiovisual juguen un paper fonamental al costat de l'element integrador que és la llengua.
- Serveixi d'excusa per a generar curiositat per altres camps d'aprenentatge (història, geografia, costums, tipus d'hàbitat...).
- Valori el treball individual com una eina fonamental per al bon funcionament de la tasca comuna.

L'experiència permet constatar que la realització d'una pel·lícula basada en un guió elaborat i consensuat a classe és

d'allò més senzill. La seva elaboració és a l'abast de tothom. No requereix necessàriament materials complicats ni una exhaustiva experiència tècnica. Pot realitzar-se a la mateixa aula, utilitzant els minsos recursos materials de què generalment disposem en les nostres escoles públiques. El resultat és sempre encoratjador, ja que els nens i nenes aprenen a valorar l'esforç per sobre de la manipulació tècnica; manipulació que, quan es produeix, no permet la intervenció del nen o nena i, al meu parer, desvirtua el seu treball. L'alumnat participa absolutament en tot el procés i per tant la satisfacció per la feina feta és doble. Es converteixen en guionistes, directors, decoradors, es confeccionen el vestuari, són actors, públic i crítics. N'han d'assumir les limitacions tècniques. D'entrada, se'ls fa difícil reconèixer que tot el que són capaços d'imaginar no és possible de realitzar. A mesura que avança la pel·lícula són conscients de les dificultats i es tornen més pragmàtics. La implicació directa en tot el procés ajuda, també, en el bon funcionament de la classe i es tradueix en una participació real en el propi procés d'aprenentatge.

L'experiència no és res més que un petit exemple pràctic, però pretén animar a la utilització d'aquest medi com a arma creativa extrapolable a quasi qualsevol altra matèria o curs del currículum escolar i, per tant, aplicable tant en l'Educació Primària com en l'Educació Secundària.

## La videocreació: una proposta transversal

M. Pilar Soler i Gordils

L'escola conviu amb els mitjans audiovisuals i no pot obviar els avenços als quals està sotmesa la societat. El llenguatge de la imatge, a causa de la seva immensa capacitat d'atracció, vehicula la nostra cultura. Com a conseqüència creiem interessant iniciar els alumnes en l'estudi i la producció de missatges videogràfics; preparar-los, en definitiva, perquè siguin capaços de reaccionar a múltiples estímuls i incentius publicitaris, donant-los elements suficients perquè siguin capaços d'interpretar correctament diverses informacions i no caiguin en paradigmes erronis dins la dinàmica dels mitjans.

Com? Introduint el llenguatge audiovisual dins el currículum per tal que ens ajudi a adoptar posicions crítiques envers els continguts d'una imatge o informació audiovisual. Per aconseguir-ho, vam decidir incorporar en un dels documents de gestió del centre, el PCC, els criteris metodològics, objectius terminals i continguts (procedimentals, actitudinals, i fets, conceptes i sistemes conceptuals) dels audiovisuals i vam mirar d'organitzar i planificar un calendari adequat a les possibilitats del centre, elaborar un bon guió,

seleccionar i editar les imatges en plàstica, en música buscar els efectes i la durada. La investigació s'ha realitzat en equip, parant atenció en la diversitat i heterogeneïtat de l'alumnat a través de:

- Debats i discussions per a saber quines imatges seleccionar.
- Dur a terme un veritable esforç de síntesi.
- Aprendre a narrar amb un llenguatge nou: l'audiovisual.
- Guionitzar els projectes.
- Aprofitar imatges cedides per entitats i agents socials de l'entorn.

L'experiència realitzada a l'IES Tossa parteix de la voluntat d'integrar els mitjans audiovisuals com a eix transversal del currículum.

Partint d'un disseny previ, l'equip de professors del nivell 1r d'ESO ha elaborat un projecte, seguint les fases de procés creatiu. Fonamentat en una metodologia activa i creativa, la recerca ha ajudat a: desenvolupar en els alumnes uns hàbits de treball cooperatiu, adquirir nous conceptes, desvetllat inquietuds i habilitats professionals i a la superació de dificultats davant dels nous aprenentatges.

L'objectiu de la investigació ha estat aconseguir que l'alumnat es familiaritzi amb la utilització de la càmera i en general, amb la sintaxi audiovisual. Els nois i noies han après a fer un guió mitjançant el

crèdit de síntesi «Fem un reportatge», han assajat prèviament fent: gravació, edició i sonorització d'activitats quotidianes del centre.

La realització d'un muntatge audiovisual a partir d'un guió elaborat i treballat pels alumnes durant tot el curs acadèmic a les diferents àrees, finalment ha cristal·litzat en la producció i realització d'una video-realització, mitjançant l'esforç cohesionat dels diferents professionals de dins i fora de l'àmbit escolar. La novetat d'aquesta experiència pensem que és el fet que la comunitat escolar (docents, pares, alumnes, EAPs, etc.) s'ha obert als diferents agents socials (tècnics de televisió local, assessora Escola Taller, Ajuntament, Consell Comarcal...), optimitzant dins de les seves possibilitats la col·laboració de les diverses instàncies i les capacitats tècniques al seu abast.

## A través de la televisió

Miquel Garcia Horcajo

A través de la televisió. Activitat pedagògica per a alumnes de Secundària sobre el llenguatge de la televisió i d'Internet. Es tracta d'una activitat dissenyada per TRIA NOU BARRIS (Taller de Recursos i Iniciatives Audiovisuales de Nou Barris) i l'Associació de Mestres de Rosa Sensat. Funciona des del curs 94-95, es realitza als estudis de Nou Barris Televisió, al Centre Cívic Via Favència de Barcelona i està dirigida a noies i nois de 14 a 18 anys. Durant el curs 97-98 s'està realitzant amb la col·laboració del Centre de Recursos Pedagògics de Nou Barris.

L'activitat consisteix a oferir als alumnes de Secundària la possibilitat de conèixer el llenguatge i els recursos de la televisió i d'Internet, a partir d'una visita activa d'un grup reduït a les instal·lacions de Nou Barris Televisió. També s'han fet visites amb grups d'escoles d'adults, cursos d'inserció laboral, tallers de minusvàlids, etc.

Els objectius generals del projecte és donar a conèixer els recursos tècnics del mitjà televisiu i de les eines multimèdia i a més, involucrar els educadors en la utilització d'aquests recursos com a eina pedagògica i motivadora en diverses àrees de l'ensenyament.

Objectius concrets:

### **Mòdul sobre televisió:**

- Donar a conèixer als assistents a la visita com funciona una televisió per dins, les tècniques d'aquest mitjà de comunicació, com es distribueixen i en què consisteixen les diferents tasques, com s'estructura el treball en equip, i quins són els recursos que utilitza el mitjà.
- Permetre als alumnes experimentar directament amb els recursos de la televisió a través d'unes pràctiques senzilles amb material professional. Aquest material és el mateix amb el qual es realitzen els programes de Nou Barris Televisió per Barcelona TV. Les pràctiques pretenen ser amenes i innovadores per als alumnes.
- Fer una reflexió sobre els continguts habituals de les cadenes de televisió, tot fomentant l'esperit crític dels adolescents respecte aquests continguts i respecte a la seva actitud com a consumidors passius del producte de televisió. El coneixement del mitjà televisiu ha de servir als alumnes per desmitificar-ho i per fer-los més crítics.
- Donar a conèixer la televisió local com a servei públic interessat pels aspectes més propers al ciutadà i com a plataforma de participació i d'expressió directa.
- Difondre les possibilitats didàctiques dels mitjans audiovisuals.

### **Mòdul d'Internet:**

- Ús de la xarxa Internet com eina de recerca i d'intercanvi d'informació. Possibilitats d'accedir al coneixement d'una altra manera, més atractiva, més engrescadora i més adequada al ritme de vida dels adolescents. Utilització de l'ordinador per motivar en l'aprenentatge.
- Ús d'Internet per experimentar noves maneres de fer, d'ensenyar i d'aprendre. L'alumne com a subjecte actiu dels avenços tecnològics.
- Ús d'Internet per al coneixement de les diferències nord-sud i per fomentar valors de multiculturalitat, solidaritat i tolerància. La societat de la informació com a eina per a l'intercanvi de vivències o experiències i per ajudar a comprendre els valors de la diversitat de les cultures.
- Ús col·lectiu de les eines telemàtiques i multimèdia. Com treballar en equip en un aula informàtica.

*Fòrum*  
**Educació i Televisió**



**Comunicacions**



## El vídeo

Enric Izquierdo

La nostra experiència va començar fa deu anys amb l'experimentació de l'ensenyament secundari, que va possibilitar donar informació a l'alumnat sobre imatge i so dins el crèdit variable de muntatge de vídeo que actualment figura amb el nom de «El Vídeo», dins els CCVV tipificats pel Departament d'Ensenyament.

Aquest crèdit variable té com a objectius: que l'alumnat conegui el vídeo, la TV, i la càmera, mitjançant la realització d'un reportatge sobre un tema escollit per ells mateixos on intervé la preproducció, la producció i la postproducció. Aquest fet ajuda a veure a l'alumnat la necessitat del treball en grup per comentar idees, seleccionar imatges, realitzar el guió tècnic, enregistrar amb la càmera, editar, posar el so, etc. En finalitzar l'edició, els propis alumnes valoren la qualitat del treball i l'actuació del grup.

L'acceptació del crèdit per part dels alumnes de seguida va ser molt positiva, cosa que ha motivat la compra any rere any, de material audiovisual, passant d'un vídeo i una cassette de lloguer, a un equip domèstic d'edició complet que inclou equip de so, taula de so, taula d'efectes i mesclades d'imatge i tituladora, a més a més

d'un espai específic per a tot el material i per impartir aquest crèdit.

La bona marxa del crèdit va permetre de connectar l'Institut amb activitats de la ciutat, participant en el II Fòrum Europeu «Formació i inserció professional dels joves» fent el reportatge a petició de l'Ajuntament i recollint en imatges les jornades científiques celebrades a Badalona l'any 1993. També ha col·laborat en treballs d'universitaris i en la preparació de material de suport de les classes per a la integració d'estrangers al sistema educatiu.

Dins el nostre centre aquest material i l'espai audiovisual, a més del crèdit «el vídeo», és utilitzat per molts professors a l'hora de fer treballs a classe en àrees com l'educació física, l'anglès, el català, tecnologia, etc. També s'utilitza per a la promoció del centre, i s'enregistren totes les activitats que hi tenen lloc.

Tot això ha afavorit el muntatge de l'aula d'audiovisuals amb espai propi i l'organització de la videoteca del centre, per tal de dinamitzar i optimitzar el material audiovisual.

## Pensar i fer televisió

Ramon Breu Panyella

Anàlisi de continguts televisius i iniciació en l'expressió videogràfica.

Donem aquest títol a una experiència que realitzem des de fa dos anys a l'Escola Solc, de Barcelona. El conjunt d'activitats que es realitzen formen un crèdit variable, dirigit als alumnes de Segon Cicle d'Ensenyament Secundari Obligatori.

Hem distribuït les unitats del crèdit en dues parts. En la primera intentem aproximar-nos a l'anàlisi de productes televisius des d'una òptica crítica i desmitificadora. Es tracta que els nois i les noies adoptin actituds no-passives davant els productes televisius, que tinguin un conjunt d'eines, un esquema per poder fer una dissecció d'allò que veuen diàriament per televisió.

Concentrem els esforços en l'anàlisi de la publicitat, dels telenotícies i dels telefilms.

A poc a poc anem explicant tot l'esquema d'anàlisi, fent comentaris i anàlisis parcials, fins arribar al punt en què l'alumne, ja tot sol, ha de ser capaç de realitzar de manera autònoma un petit estudi sobre l'anunci, l'informatiu o la telesèrie.

En els dos cursos en els quals hem proposat aquest crèdit, les postures acrítiques, d'acceptació del producte televisiu sense objeccions han estat majoritàries (entre un 60 i un 70 %), a l'inici del crèdit. Això ens ha sorprès donada la capacitat crítica i l'inconformisme de molts d'aquest alumnes en altres matèries o en aspectes generals de la vida.

En una segona part del crèdit, ens plantejem tirar endavant les beceroles de la pràctica televisiva. Es pretén iniciar els alumnes en el mitjà vídeo, entès com a eina d'expressió i de comunicació col·lectiva. Les activitats es concentren en l'elaboració d'un telenotícies, on té un paper molt rellevant la realització d'un reportatge (sobre un problema concret, sobre el barri...). Els alumnes preparen el guió, redacten les notícies, enregistren i parlen davant la càmera, tot vençant timideses i exercitant-se en la comunicació.

També, en el crèdit, introduïm als alumnes en un mínim vocabulari televisiu (croma key, pal-secam-nstc, steady cam, teleprompter, tv per cable...) i dediquem unes sessions a la reflexió sobre el mitjà televisiu, subratllant-ne els aspectes positius i negatius. Finalment, exposem un decàleg per a un ús correcte de la televisió i replem els alumnes sobre quants punts poden ser capaços de complir de forma immediata.

## Un estrany a casa: la televisió

Patricia Mateo

Certament els pares són els principals educadors dels seus fills i és responsabilitat seva establir des de ben aviat (els nens comencen de ser consumidors televisius des d'abans d'adonar-se'n) unes pautes per tal que aquests nens esdevinguin consumidors «assenyats» del mitjà televisiu. Però no és gens fàcil establir aquestes pautes, molts pares es troben atordits pels diferents estudis que intenten connectar un excessiu visionat televisiu amb l'augment de violència juvenil, fracàs escolar, ús d'alcohol i tabac, etc., i s'autoconsolen pensant que, de fet, també ells van créixer davant el televisor i tot va anar bé. O s'excusen pensant que és responsabilitat d'altres (legisladors, per exemple) posar límits o regular els continguts televisius, i això malauradament quan s'ha fet no ha tingut l'efecte esperat.

I és que està clar que el mitjà no és el missatge, sinó que ho és el contingut i per tant, afirmacions generals com: la televisió és un mitjà passiu, entorpeix el desenvolupament del cervell, redueix la capacitat d'atenció, provoca estudiants amb baix rendiment, i moltes d'altres es

poden rebatre fàcilment, perquè òbviament tots aquests «efectes negatius» depenen del contingut dels programes, de les hores que s'hi dediquen, de si és un visionat en solitari o compartit (i comentat) amb els pares, etc.

Els nens d'avui en dia viuen en un món de multimèdia. La televisió, però també d'altres mitjans electrònics, estan adquirint cada dia més importància com a font educativa dels nens. A diferència dels pares, mestres o altres persones significatives a la vida d'un nen, la televisió proporciona una «finestra oberta al món» més enllà de la cultura immediata de la família i veïnat del nen. Els nens aprenen de les seves experiències televisives de la mateixa manera que ho fan observant i interactuant amb els seus pares, germans, companys, mestres i altres individus significatius de la seva vida. La televisió és única en el fet que en la interacció amb el que apareix a la pantalla, el nen participa en una sèrie d'experiències socio-culturals que difícilment tindria oportunitat d'experimentar en persona. Per a alguns nens, el que veuen a la televisió pot ser la seva única via d'accés al gran «tapís cultural» que és el món.

Crec que un dels grans reptes que tenim els educadors avui en dia és no només ajudar els nens a ser crítics i a esdevenir televidents conscients, sinó involucrar els pares en aquesta tasca i ajudar-los a trobar les eines que necessiten per a gua-

nyar control sobre aquest estrany que tenen a casa, la televisió, i fer-ne un poderós aliat en l'educació dels seus fills.

## ***Periodistas: una crònica irreal***

**M. Amparo Soriano Ibáñez**

Anàlisi de la sèrie de televisió *Periodistas* que emet Tele 5 des de principis d'any: tractament dels continguts, estereotips, temes protagonistes i valors dels personatges. L'objectiu és fer una crítica de les actituds que es potencien des de la descripció dels periodistes de la secció de local del diari *Crónica*, mitjà on es desenvolupa la sèrie.

Tot això per analitzar l'actual panorama de creació / emissió de sèries de televisió de producció estatal sobre diverses professions, com són *Médico de Familia* i *Querido Maestro*. Sèries que reflecteixen una mirada simplificada i estereotipada de la labor d'aquests professionals. En l'última creació d'aquests tipus de programa, *Periodistas*, reproduceix una imatge fictícia del món de la informació que a la Universitat haurà de trencar el professorat de Ciències de la Informació. Alguns aspectes que s'observen són:

- El periodista com a heroi de la societat, capaç de solucionar els problemes que altres entitats socials no poden. Els ciutadans es dirigeixen al periòdic, en primer lloc, per demanar ajuda. Implicació subjectiva del periodista.

- El treball periodístic com una contínua aventura. Perill físic per aconseguir una «notícia».
- Relacions laborals no conflictives al lloc de treball i «companyonia» amb els professionals d'altres publicacions.
- El succés com a tema principal de les notícies. Estereotips socials.
- Relacions personals dels personatges.

Però, es parla a la sèrie del criteri de selecció de les notícies? com es fa un titular adequat, més enllà del sensacionalisme? s'explica el tipus de fonts? el periodista ha de pagar les fonts? és el succés l'únic assumpte important a la informació local?

Les dades d'audiència demostren l'èxit quantitatiu d'aquesta sèrie. ¿Es pot convertir el visionat en un al·licient per als futurs universitaris de periodisme? Cal conèixer què es conta de real a la sèrie i quins aspectes potencien un nou mite de periodista. Un mite que pot omplir l'any pròxim la universitat de joves que arribaran amb una «realitat-televisiva» que té molt poc a veure amb la realitat viscuda.

¿Ajuda la sèrie a comprendre les rutines presents en un mitjà d'informació com és un diari local? O pel contrari, la sèrie potencia una imatge desinformativa d'aquests mitjans?



## Utilització de programes en video a l'aula

Lluïsa Roig Gómez

### Durada del visionat

La durada depèn del nivell de recepció dels alumnes i aquesta, a la vegada, depèn de l'edat, la qual en general va lligada a la maduresa intel·lectual i a l'interès pels estudis.

- Nivell de recepció escassa: La durada ideal oscil·la entre els 12 i els 18 minuts.
- Nivell de recepció mitjana: La durada pot elevar-se fins als 15-20 minuts.
- Nivell de recepció elevada: La durada arriba als 20 minuts i fins i tot podria ser superior.

En alumnes de recepció elevada, no és convenient que se sobrepassin els 20 minuts, sobretot si es tracta de pel·lícules de contingut molt dens i amb moltes dades, ja que podrien donar lloc a confusions que costaran molt d'eradicar, perquè les imatges acostumen a quedar molt gravades.

## Contingut

- És convenient que l'alumne conegui prèviament el tema a tractar, d'aquesta manera millora els conceptes que ja coneix i els fixa.
- En nivells de comprensió baixos, és preferible que tinguin una introducció recordatòria del tema, sobretot quan des de diverses matèries s'incideix en un mateix punt, ja que acostumen a tenir els coneixements «guardats en diferents calaixos» i costa molt la interdisciplinarietat. De totes maneres haurà de ser breu, altrament la mateixa ansietat els fa desconnectar de l'explicació.
- Ajuda a afirmar els coneixements, un qüestionari sobre la pel·lícula visionada, que és desitjable que llegeixin abans de la projecció (recepció escassa i mitjana) i que hauran de resoldre després ja sigui individualment o en petits grups (de 2 o 3 alumnes). Posteriorment es corregeix el qüestionari per evitar errors o interpretacions incorrectes.
- En alguns casos (recepció més elevada) és millor transcriure en una redacció el tema tractat, elaborant un esquema dels punts més rellevants.
- En el cas que hi surtin protagonistes, sempre hauran de ser de més edat que

els alumnes als quals va dirigida la pel·lícula. La meua experiència m'ha fet eliminar pel·lícules en què els protagonistes són menors, pel rebuig que generen, ja que els alumnes se senten menyspreats pel professorat, ells no són criatures.

## **Els suports audiovisuals en l'educació per a la prevenció de la salut bu- codental**

**M<sup>a</sup> Angels Estapé, Felisa Muñoz  
Martín i M<sup>a</sup> Pilar Samper Salvo**

L'especialitat d'higienista dental s'introdueix a Catalunya durant el curs escolar 1989-90. Una de les competències professionals dels higienistes dentals és la prevenció de les malalties bucodentals i, per tant, l'educació de la població pel que fa a les mesures d'higiene dental.

En el Currículum de l'alumne hem inclòs l'elaboració d'un treball per millorar la salut bucodental dels alumnes d'altres cursos del Centre, d'edats compreses entre els 12 i els 16 anys.

Aquest treball, l'elaboren sota la supervisió dels professors de les assignatures tecnològico-pràctiques, els quals prèviament els orienten sobre la importància d'utilitzar els diferents mitjans audiovisuals que puguin estar al seu abast: vídeos, transparències, diapositives, pòsters, etc. per aconseguir educar i motivar els joves que reben aquesta informació.

La dinàmica utilitzada és la següent:

El professor indica els objectius que es pretenen assolir fent referència a les característiques socials, l'edat del grup al qual va adreçada la informació i la conveniència d'utilitzar mitjans audiovisuals motivadors, ja que la higiene bucodental és un hàbit difícil d'instaurar i mantenir en aquesta edat. Posteriorment, el grup-classe se subdivideix en petits grups de treball, cada un dels quals prepararà una proposta d'un programa de campanya de prevenció i els mitjans audiovisuals que utilitzarà de suport.

Aquestes propostes es contrasten a la classe de forma activa, analitzant els avantatges i els inconvenients de cadascuna.

Posteriorment, el professor mostra el contingut dels diferents mitjans audiovisuals sobre aquest tema, que han estat elaborats per alumnes de cursos precedents o bé cedits al Centre per cases comercials relacionades amb l'odontologia. Quan els alumnes han rebut aquesta informació passen a treballar el programa de prevenció definitiu. Aquest programa serà exposat i es faran les modificacions de presentació per tal que en resulti una exposició coherent, entenedora, motivadora i didàctica.

En acabat, es presenta la campanya de Prevenció de Salut Bucodental definitiva.

## El llenguatge de les emocions

Marc Salom Fuster

Aquest treball vol situar un punt de partida, una fonamentació amb la finalitat d'investigar, d'analitzar la transmissió de l'emoció a través del llenguatge, tenint en compte l'actual canvi social i individual que suposen els avanços tecnològics. Primer de tot cal assenyalar que el canvi a què ens referim és el pas d'una cultura transmesa bàsicament mitjançant la paraula i la lletra impresa a una cultura transmesa mitjançant la imatge. Aquest canvi està provocat per molts de factors: econòmics, laborals, socials... per tant la cultura de la família, la pròpia transmissió del llenguatge se'n ressent, es romp un vincle comunicatiu entre les generacions.

Per tant, es planteja un canvi en la comunicació entre els individus, un canvi que afecta en la manera de pensar, en la manera d'ésser, en la manera de sentir. I si parlem de sentir, hem de parlar d'emoció, però d'emocions les persones en tenen moltes i variades; per tant en aquest treball ens centrarem amb l'emoció lligada amb la por.

Per dur a terme el desenvolupament d'aquest treball agafarem com element representatiu de la cultura transmesa sobretot per llengua oral i escrita un recull d'obres de literatura popular. I com elements representatius de la cultura de la imatge ens situarem en el món de la TV, de la publicitat, del cinema...

Per altra banda, hem de tenir present que en el context comunicatiu mitjançant la llengua escrita, els possibles individus que es puguin veure influenciats pel missatge han de dominar el codi que s'utilitza, han de saber desxifrar els símbols, les lletres, les seves combinacions. I han de fer una tasca de reconversió per arribar mitjançant els símbols al missatge, a la representació gràfica que se forma a la nostra ment. Mentre que en una cultura que es transmet mitjançant imatges no és necessari saber el codi que s'utilitza, allò que ens presenta la imatge és allò que representa la realitat final, el missatge arriba directament a la nostra ment, sense cap tipus d'esforç, per tant la gratificació és immediata. El receptor ha d'ésser més creatiu, més imaginatiu, més actiu si ha de partir d'uns símbols per arribar a les seves representacions mentals, en canvi mitjançant la imatge no hi ha cap tipus d'activitat necessària, és suficient contemplar passivament i esperar que els estímuls audiovisuals suscitin les emocions que altres desitgen.

## **Educar en la solidaritat: canvi del concepte de solidaritat**

**Amparo Latre Gorbe**

Aquesta comunicació consisteix en una anàlisi de diversos programes i espots publicitaris, en els quals les ONG's, l'ajuda al Tercer Món i la solidaritat són els protagonistes.

Ara bé, com s'hi plantegen les ajudes? Quina informació donen de les ONG's? I el que considere més important, quin tipus de solidaritat reflecteixen? Eduquen els mitjans de comunicació en una solidaritat autèntica i genuïna?

«S'entén per solidaritat la relació entre persones que participen amb el mateix interès en qualsevol assumpte. Particularment que se senten unides en una comunitat humana.

En definitiva, és l'actitud d'una persona respecte a d'altres quan s'hi posa interès i esforç». (Maria Moliner. Diccionari)

Davant d'això, la solidaritat que podem veure en la televisió és una solidaritat puntual, indolora i carent d'esforç.

La imatge que es pot extraure de programes com les telemaratons i altres espais emesos és que des d'una butaca, al menjador de casa, amb una simple telefonada, es pot ser solidari.

Això provoca una distorsió en el concepte de solidaritat, perquè aquestes emissions plantegen una solidaritat:

- Sense **esforç**.
- Sense **conèixer** la realitat, ni l'organització amb què suposadament et solidaritzes.
- I sense qualsevol tipus de **continuitat**.

Aquests aspectes (l'esforç, l'interès per conèixer i la continuïtat) són precisament tres dels problemes amb els quals mestres i professors adverteixen diàriament als seus alumnes.

Mitjançant el cas concret de la solidaritat, al llarg de la comunicació tractaré de provar:

- que en els últims anys, la televisió, amb el seu creixent poder per imposar imatges i símbols socials, està generalitzant una idea de solidaritat «insolidària» i llunyana.
- que la solidaritat és tan sols un exemple que de la televisió es pot extraure sistemàticament la idea que sense esforç, sense coneixement, i sense continuïtat es pot donar solució a qüestions tan complexes com la fam o la desigualtat al Tercer Món.



## «Escola viva», una experiència de premsa educativa

Cati Ginart i Margalida Mascaró

El setembre del 1991 vàrem crear un suplement educatiu de periodicitat setmanal, «ESCOLA VIVA», publicat al diari «Última Hora» de Palma i que, a hores d'ara, continua la seva trajectòria.

La idea, fins aleshores inèdita a les Illes, va sorgir perquè consideràvem que l'escola és una institució integrada per persones que s'esforcen dia rere dia per promoure una renovació constant, treballant per dignificar la seva tasca, difícil i poc agraïda. Des d'aquestes pàgines ens hem proposat fer viure l'escola, fomentar la participació activa dels escolars, suggerir activitats al professorat, oferir als pares informacions d'interès en relació als seus fills... La qüestió lingüística ha determinat la nostra intenció d'aportar el nostre gra d'arena i és per això que sempre ens hem expressat en la nostra llengua. L'essència vital de les nostres pàgines es demostrar que l'escola està viva.

Hem intentat involucrar alumnat i professorat en el nostre projecte a través de la convocatòria de concursos adreçats als infants potenciant la creació i la fantasia

(auques, endevinalles, aparellònims, acrosèmics...) i animam els professors a exposar-hi les tasques, projectes, activitats... per tal que no quedin silenciades, en una societat que no atorga a l'escola la transcendència que té i no sap reconèixer el seu paper en la formació dels ciutadans del món de demà.

Al llarg dels set anys de camí, hem anat introduint variacions, sempre tractant d'apropar-nos als canvis que en el nostre àmbit s'han anat originant i amb l'objectiu de fer atractiu el nostre treball a tota la comunitat escolar en particular i a la societat en general. És per això que algunes seccions i plantejaments s'han modificat. Motivar els professors a través de la feina amb premsa ens ha mogut a oferir-los estris de feina o de divulgació per dur a la pràctica dins l'aula d'una forma entretinguda i lúdica.

Al «Diari de Balears» desenvolupam un suplement, «APLECS», que va adreçat més especialment a ESO, BUP, Batxillerats i FP per potenciar l'ús de la premsa a l'escola per a les àrees de i en llengua catalana.

## Cinema i literatura

Felisa Pérez

Dins del marc dels crèdits variables hi ha una manera motivadora d'interrelacionar els grans temes de la literatura universal i el cinema.

Dono classes de Llengua i Literatura castellana en un institut de Santa Coloma de Gramenet i un dels crèdits variables que més em funcionen és l'anomenat: *Taller de literatura* (Ed. Barcanova) per a alumnes de segon cicle de l'ESO.

Els alumnes no disposen de llibre propi, el subministra el Centre (mitjançant el Departament de Llengües de l'Institut), de tal manera que al final de cada classe jo recullo els llibres i al començament de l'hora lectiva els torno a repartir. Cada sessió treballem textos i els alumnes anoten al seu dossier personal els trets, característiques o tòpics destacats. A la fi de cada lliçó (n'hi ha sis) passo una pel·lícula relacionada amb el tema, per exemple per al tema de l'amor passo *Como agua para chocolate*, per al tema de l'amistat, *El Club de los poetas muertos*, pel al tema de la societat *Philadelphia...*

De cada pel·lícula examinem trets específics, personatges i en trèiem conclusi-

ons (per exemple, en *Como agua para chocolate* mirem de destriar les diferents formes de relacions humanes: l'amor platònic, l'amor correspost, l'amor impossible, l'amor fraternal...).

Al *Club de los poetas muertos*, mirem de veure quin paper juga el mestre dintre del grup (el Sr. Keating), les formes d'amistat entre els alumnes de la classe i el que significa transgredir les normes establertes. És un crèdit que ens dóna bons resultats i la combinació llibre-pel·lícula agrada als alumnes.

## L'audiovisual en la formació dels mestres

Patricia Lázaro i Pernias

*Mirar la tele* s'ha convertit en un acte quotidià dels infants, en una de les seves principals formes de lleure. Com a activitat que es realitza en l'àmbit familiar, l'escola no té el mateix accés que els pares en la formació dels nens com a consumidors conscients i crítics dels mitjans de comunicació audiovisuals. No per això l'escola ha de renunciar al seu paper didàctic.

Bé és cert, però, que aquesta nova tasca educativa que es demana als mestres suposa un problema: la formació adequada. Encara ara, la capacitació dels professionals de l'educació en l'audiovisual és una qüestió que depèn en gran mesura de l'interès del mateix professional, és a dir, de l'autopreparació. Per tal que l'audiovisual deixi de ser una *opció personal*, els nous plans d'estudis de les diferents diplomatures de mestres inclouen ja assignatures específiques. En concret, a la Facultat de Ciències de l'Educació de la Universitat Autònoma de Barcelona, aquesta assignatura s'anomena «Comunicació Audiovisual i Educació».

L'objectiu d'aquesta comunicació és presentar la tasca docent que es desenvolupa per assolir els dos objectius fonamentals amb què es planteja l'assignatura:

- el coneixement i l'anàlisi dels mitjans de comunicació audiovisual: estructura empresarial, processos productius, discursos dominants, etc. En definitiva, aquells elements que determinen el paper dels mitjans com a constructors de la realitat.
- el domini del llenguatge, els recursos expressius i la tecnologia propis de l'audiovisual, que permeti no només entendre els missatges sinó també poder generar-ne de nous.

Com a assignatura pròpia de la formació universitària, els coneixements teòrico-pràctics que s'imparteixen a «Comunicació Audiovisual i Educació» tenen en la recerca en el llenguatge audiovisual un dels principals fonaments. En aquest sentit, la comunicació presentarà també la tasca investigadora duta a terme pel grup de recerca del Laboratori de la Veu i el So -que depèn de l'Institut de la Comunicació (INCOM) de la UAB- i la seva aplicació en el camp de la formació dels mestres.

## Educació en televisió i formació permanent

*Grup Teleduca: Carme Mayugo,  
Montse Moix i Sara Reñé*

La formació permanent, com tots sabem, és un punt clau i bàsic per a l'extensió i generalització de l'educació en comunicació en l'Ensenyament primari i secundari que, a hores d'ara, és encara molt minoritària en el nostre país.

Des dels seus inicis, doncs, la formació permanent ha estat un tema prioritari per a *Teleduca* que, des de ja fa temps, intenta dissenyar una proposta global d'Educació en televisió especialment dirigida als educadors i educadores.

La nostra proposta té dos objectius principals:

### **A. El sistema comunicatiu i televisiu**

Amb aquest bloc volem donar a conèixer i provocar una reflexió sobre el sistema mediàtic i televisiu que ens envolta i posar sobre la taula la incoherència d'ignorar-lo en les aules.

- El consum i la recepció de la televisió dels infants i joves.

- Els efectes i la incidència cognitiva i actitudinal d'aquest consum.
- Els criteris de programació televisiva.
- L'anàlisi de continguts de programes i espais d'alta audiència.
- El funcionament intern de la televisió (amb la col·laboració de professionals).

### **B. La proposta pedagògica i didàctica**

En aquest segon bloc pretenem obrir línies de treball i investigació sobre el tema tot presentant una proposta teòrico-pràctica d'integració curricular d'Educació en televisió.

- Un marc teòric bàsicament constructivista, que intenta partir i aprofitar els coneixement, i l'experiència diària del nostre alumnat.
- Uns plantejaments pedagògics crítics que pretenen connectar l'escola amb l'entorn social i polític.
- L'experimentació i avaluació continuada a les aules de les propostes i materials que presentem.
- La col·laboració oberta entre les aules i els mitjans de comunicació locals.



## **Dues experiències educatives en producció de documentals de temàtica social. «La Rambla» i «Descobrim... Horta»**

**Maite Arqué i Bertran**

«La Rambla» i «Descobrim... Horta», aquest és el títol de dues produccions videogràfiques fruit de dues experiències realitzades amb alumnes, futurs mestres, de la Universitat de Barcelona, en col·laboració amb el CRAV (Centre de Recursos Audiovisuals de la Divisió V de Ciències de l'Educació).

Aquesta comunicació té com a principal objectiu descriure i reflexionar sobre aquestes experiències, i espero que també serveixi per animar la gent que en creï de pròpies.

«La Rambla», era la meva primera incursió en el camp de la imatge cinètica, un camp, la veritat, del qual recelo una mica, primer perquè la imatge animada televisiva em resulta massa absorbent, segon, perquè sempre he considerat que no existeix cap recurs millor per a repetir l'observació fins a l'infinit que el de la fotografia. Com expressa Susan Sontag les imatges cinètiques flueixen, desapa-

reixen, formen part d'un cabal d'imatges indiscriminades, cadascuna de les quals anul·la l'altra, mentre que la fotografia és un objecte que un pot guardar i tornar a mirar. Però també és cert que quan et poses en la tasca de produir un videograma acabes essent molt conscient que les imatges cinètiques tenen una qualitat narrativa insuperable a la de la fotografia. Aquesta fou una de les conclusions importants a les quals vaig arribar.

En el procés de treball m'havia proposat documentar algun aspecte de la realitat social que ens envolta, i, pretenia que els alumnes hi estiguessin implicats des del començament fins al final en el procés. Un visionat final del videograma ens va permetre veure i analitzar els resultats obtinguts. És en aquests moments que tothom adquireix consciència de conjunt dels resultats obtinguts després d'una sèrie d'operacions lentes i fragmentades.

«Descobrim... Horta» va ésser una producció feta tres anys després que la primera. Per tant, molts condicionants havien canviat. Aquest videograma a diferència de l'anterior no era un objectiu en si mateix, sinó que estava subordinat a una tasca prèvia d'investigació que vàrem realitzar conjuntament sobre les transformacions del paisatge de la Vall d'Horta.

El procés de treball va ésser molt més dirigit que l'altre i, una vegada enllestit, se'n va fer una presentació i visionat per-

què els alumnes participants en poguessin veure els resultats, encara que va ésser un acte obert a la resta de la comunitat universitària.

*Forum*  
**Educació i Televisió**



**Tallers**

## **Anàlisi crítica de la televisió**

**Mavi Dolç**

Facultat de Ciències de la Comunicació,  
Universitat Autònoma de Barcelona

### **A) Introducció al Taller**

El Taller intenta presentar la televisió com a espai públic compartit i, per tant, la seua democratització comporta un canvi de la preeminència de les actituds de contemplació i consum per aptituds actives i participatives. El paper dels educadors és, doncs, fomentar-ne la democratització del consum i de la producció, per la qual cosa ens cal un coneixement profund i crític.

La televisió no és una finestra oberta al món, sinó un mecanisme d'elaboració d'una versió de la realitat, filtrada i propiciada pels interessos econòmics dominants.

Però la comunicació audiovisual és també una eina de la construcció de la memòria col·lectiva i d'un món simbòlic en què ens identifiquem i a través del qual es fomenten les il·lusions col·lectives, l'imaginari.

## B) Objectius

L'objectiu d'aquest Taller és possibilitar una lectura crítica de la televisió. Primerament, tractarem el gènere informativo-interpretatiu, fent una aproximació d'anàlisi a les característiques dels informatius. Les següents sessions se centraran en tres dels gèneres més seguits pels infants i els joves, els dibuixos animats, les telesèries i les telenovel·les.

Un altre objectiu del Taller és exposar les possibilitats didàctiques de l'Anàlisi Crítica de la televisió a les aules de Primària i Secundària.

## C) Metodologia

Les Ciències de la Comunicació i l'Anàlisi Crítica del Discurs (ACD) no es poden concebre com una sola disciplina, sinó com un conjunt de punts de vista de les diferents ciències socials. Així, doncs, partirem dels plantejaments de la retòrica, de la pragmàtica, de la sociologia de la comunicació i de l'etnometodologia per tal d'esbrinar els condicionaments últims que fan de cada discurs televisiu una tipologia susceptible de ser consumida acríticament si no se'n coneixen els mecanismes sobre els quals es fonamenta.

Les sessions començaran amb el visionat d'un fragment de cada gènere, a partir del qual i de forma deductiva crearem uns esquemes o graelles d'anàlisi que

donen compte dels elements que configuren cada discurs. La validesa d'aquest treball estarà en funció que siguem capaços d'adaptar-lo a les necessitats dels nivells i dels estudiants amb què cadascun dels participants hauran de treballar a l'aula.

Es tracta, doncs, d'un taller pràctic en què el treball individual i de conjunt haurà d'establir els ressorts imprescindibles per a una lectura crítica de la televisió.

## D) Resum dels continguts

### 1. Teoria

Per començar, dedicarem part d'una sessió teòrica a reflexionar sobre per què la televisió resumeix el món de manera filtrada i espectacularitzada. Tractarem també de la importància de la interdisciplinarietat a l'hora d'acabar els estudis socials en comunicació i televisió. Revisarem la bibliografia més recent, de la qual destacarem els darrers estudis i les noves bases metodològiques que aporta l'Anàlisi Crítica del Discurs (ACD).

### 2. Anàlisi crítica dels informatius

Intentarem esbrinar quins són els mecanismes que configuren la realització d'un informatiu, des d'un punt de vista pragmàtic i retòric, fonamentalment. Analitzarem, doncs, les estratègies retòriques mixtes que fan llegidor l'informatiu per

al públic majoritari, l'interès de la dicotomia entre personatges de la informació classificats com a bons o dolents. També relacionarem les pautes narratives que fan assimilable la notícia com a relat, i el recurs constant a les referències intertextuals a mitologies o motlles de l'enciclopèdia cultural col·lectiva.

Veurem també com el discurs informatiu colonitza la ficció i viceversa.

### 3. *Els dibuixos animats*

A través de l'anàlisi de dibuixos animats de diferents característiques intentarem esbrinar els mecanismes d'identificació que es poden crear en els infants que els segueixen. Distingirem entre els dibuixos per a adults -però consumits per infants o joves- i els dibuixos dirigits particularment als xiquets.

L'anàlisi dels dibuixos ens servirà sobretot per reflexionar sobre el paper dels mites i antimites com a representació del bé i del mal, i de quina manera la força dels personatges fomenta models masculins i femenins i reforça els estereotips socials.

### 4. *Telenovel·les i telesèries*

L'anàlisi dels guions audiovisuals es basarà en l'estudi dels diàlegs, ja que és en aquest sentit que prenen significació i que l'eficàcia comunicativa d'un guió en depèn.

Treballarem, així doncs, sobre el significat complet d'un guió, d'acord amb la comprensió del context cultural en què ha tingut lloc. Intentarem esbrinar de quines eines es valen els guions perquè el receptor pugui trobar signes d'identificació, que li creen un efecte d'empatia. Aquesta empatia serà, finalment la clau de la interpretació.

Analitzarem també com els guions utilitzen un fil conductor com a argument que tradueix i transmet valors, idees i maneres de veure el món; d'altra banda, veurem com ens hi referim, a través de quins personatges, de les paraules que utilitzen, de les relacions que estableixen entre ells, etc.

Així, doncs, d'acord amb aquests paràmetres distingirem entre telenovel·les i telesèries.

Primerament analitzarem com les telenovel·les -o relats electrònics- tenen les arrels en el relat popular, en la narrativa del fulletó sobretot. La telenovel·la, com tot subgènere codificat viu de fórmules d'eficàcia empírica comprovada les quals ens serviran com a punt de partida. Una altra cosa és la valoració estètica que en puguem fer. La telenovel·la és, per antonomàsia, la literatura popular del nostre segle i s'acosta molt insistentment a la crònica i, doncs, al noticiari. La ficció juga al discurs veredictiu per crear, amb evidències circumstancials, com les

que paraven Joanot Martorell o Alfred Hitchcock als receptors, una il·lusió referencial gratificant.

En les telesèries ens centrarem en un segon aspecte a destacar que és el que gira a l'entorn de la idea de filtre cultural. És a dir, tot allò que, tant en diferents societats i cultures, com dintre d'una mateixa societat i cultura, intervé en la formació de conceptes que signifiquen, i que depenen de la concepció general que alimenta i retroalimenta la visió de les coses i del món, i de les coses en el món.

El guionista no prescindeix de la idea que és traductor i codificador de la realitat, que *mitjançant les paraules que signifiquen per a un receptor* està construint una realitat cultural, malgrat que basada en la ficció, i que aquesta realitat-ficció ha de ser elaborada tenint en compte les claus interpretatives de l'audiència, a qui se suposa que pretén convèncer i emocionar.

## La publictat en la televisió

### Publictat i Educació - Publictat i Televisió

Encarna Larrey

Programa de Comunicació Audiovisual  
de l'ICE de la Universitat de Barcelona

Diferents expectatives socioeducatives respecte de la publictat audiovisual.

Els models, els valors, els consums i altres maneres d'analitzar-la:

- Com a font de recerca històrica sobre rols, estils i expectatives de vida, cultures, i influències transnacionals, des d'una concepció d'educació pel desenvolupament.
- Com a llenguatge vinculat a la història de l'art.
- Composició, comunicació, audiovisió des d'un enfocament d'educació per a la comunicació.

El fenomen publicitari, des de les pautes pedagògiques, és tractat habitualment com a manipulador de valors, idees, sentiments o actituds, amb l'objectiu -comercial- d'augmentar les vendes d'un determinat producte.



Cada cop més, es tendeix a treballar la lectura crítica del món de la publicitat: el llenguatge publicitari, els missatges publicitaris i els mitjans de comunicació que els possibiliten amb la venda dels espectadors.

D'aquesta manera queden determinades unes pautes crítiques que no sempre estan emmarcades, ni en la crítica a la societat, ni referenciades amb la resta d'una proposta educativa per tal de fer possible un tipus de societat, més justa, més igualitària, menys consumista i més solidària.

La «venda de cossos en parcel·les», la incitació al consum, el tractament publicitari diferenciat de l'home i la dona: aventura, dinamisme i activitat per a l'home i, pel contrari, un reclam estereotipat i poc original per a la dona, continuen sent parts d'una crítica més global. Però, a més, també ha anat canviant la manera de publicitar l'home i la dona a mesura que evoluciona (?) la societat.

Tot i que encara es promociona un model de dona clàssica i convencional, coexisteix amb un nou model de dona dinàmica, activa, jove, treballadora, apassionada, bella i culta.

Malgrat això, aquests nous valors també fan referència a un determinat tipus de dona, que lluny de significar la majoria, impulsa uns canons de bellesa a seguir

que atempten la salut i la integritat de les dones en general, margina la gent gran, però especialment agredeix les joves adolescents i, cada cop més, als infants siguin nenes o nens.

Els nous valors emergents: el culte al cos, l'hedonisme de la nostra societat, els valors igualitaris, han convertit també l'home en objecte publicitari i cada cop més s'esborren les marcades diferències que protagonitzaven majoritàriament les dones.

Des d'aquesta perspectiva que té l'interès d'educació per al consum i l'ètica de la possessió de béns de consum, es poden trobar també altres contradiccions, per exemple, la publicitat és l'espai on més dones surten si ho comparem amb el contingut de la informació pròpiament dita. Segons un estudi de la CEE -92- el 68 % dels anuncis televisius estan protagonitzats per dones, tractades idíl·licament.

També la publicitat és l'espai on són referenciats els infants que són objecte d'informació periodística -puntual- fonamentalment en cas d'accident, guerra i tragèdia, a l'inici i final del curs escolar o en d'altres conflictes.

Cal observar una altra perspectiva per comprendre la fenomenologia social, és a dir, també cal analitzar la publicitat com a font documental per comprendre la

història i els processos de transformació social.

Noves aportacions metodològiques (Moreno Sardà, A.) ens permeten observar socialment els escenaris, les accions-actuacions i els actors dels diferents àmbits -el públic i el privat-, per poder comprendre quins són els fets considerats rellevants, de què dona fe la història tradicional, i quins no són considerats i per tant queden exclosos de la significativitat social.

«En línies generals podem dir que mentre que les informacions dramatitzen les condicions de vida dels grups de població més pobre o marginats, la publicitat proporciona receptes per resoldre aquestes situacions o millorar aquestes circumstàncies...

Models positius i negatius -imprescindibles - en la construcció d'un jo ideal que orienta els esforços cap a la integració social i incita a evitar tot allò que pugui conduir a la marginació.

L'anàlisi de les publicacions més genuïnes de la premsa de masses, entre les quals destaca la publicitat, proporciona noves perspectives sobre les transformacions històriques contemporànies, tant sobre les condicions de vida com sobre les expectatives i les aspiracions, per bé que requereix ampliar la mirada acadèmica a la comprensió d'altres personat-

ges no habituals en el seu pensament i a altres procediments d'elaboració textual diferents d'aquells que regeixen la racionalitat il·lustrada.»

La nostra cultura ens fa distingir entre el somni i la realitat. Allò imaginari, la il·lusió, únicament són tolerats quan van units a la vida artística. Però malgrat que siguin exclosos de les activitats científiques i tècniques hi són.

Dins l'àmbit de les Arts Visuals, estar capacitats per produir una imatge i ser capaç de llegir una imatge són dues habilitats diferenciades però relacionades entre si.

En la perspectiva d'educar per a la recepció crítica de la televisió, adquirir competències lectores potencia la demanda de noves propostes creadores i crítiques.

Envoltats d'imatges i sons que venen productes, idees, conceptes, comportaments, eslògans polítics, etc. necessitem adquirir noves competències lectores per aprendre a fer una lectura audiovisual conscient.

Per tant, és competència educativa ensenyar la gramàtica audiovisual i la seva sintaxi, una proposta interdisciplinària és fer-ho mitjançant l'art.

En aquest taller es proposa:

- 1.- Una reflexió de tipus interdisciplinar: sociològica, antropològica, cultural i semiòtica.
- 2.- Una valoració dels agents estimuladors del consum: la moda i la publicitat.
- 3.- Una reflexió semiòtica del significat de consum, a partir de les emocions bàsiques.
- 4.- Una proposta metodològica: el coneixement de la publicitat relacionada en les arts per ser la intersecció de: l'experimentació, la descodificació i la informació.

## El cinema, aplicació didàctica

**Montserrat Abad**

Programa de Comunicació Audiovisual  
de l'ICE de la Universitat de Barcelona

Per què un taller d'aplicació didàctica del cinema en el context del fòrum Educació i Televisió? La resposta és senzilla. El cinema ha esdevingut una part important de la programació de les diferents cadenes. I aquest fet ha canviat les condicions de recepció del missatge, de manera que veure un film per televisió (en una habitació de la casa, generalment amb gent parlant, els llums encesos i les interrupcions publicitàries) afavoreix una visió desatenta, fragmentària i poc reflexiva. En contrapartida, és el mitjà a través del qual molts joves poden descobrir obres cinematogràfiques que ja fa temps que han abandonat els circuits comercials.

D'altra banda, és innegable la seva qualitat de producte cultural, impregnat de valors, d'estereotips, de judicis i de prejudicis que convé descobrir per afrontarlos de manera crítica i reflexiva. I per això, no n'hi ha prou a analitzar els missatges verbals. Tant o més importants que els diàlegs dels personatges o la veu en off són els enquadraments, les caracte-

ritzacions dels personatges, els colors, la llum, els sons, la música, l'ambientació.

Les narracions audiovisuals han substituït les narracions escrites en les preferències de molts joves, però a les escoles i instituts continuem formant-los més per a la lectura de textos escrits que per a la lectura i comprensió de documents audiovisuals. Són encara molt pocs els centres que consideren el llenguatge audiovisual com un element instrumental tan important per al desenvolupament personal com la llengua oral o escrita.

Els infants i adolescents que omplen les aules comparteixen amb els adults un **imaginari social** nascut de la cultura audiovisual i molt especialment de la cultura cinematogràfica.

El cinema és al mateix temps un mitjà d'expressió i comunicació, un art, una indústria, un espectacle, per la qual cosa pot ser abordat a les aules des de molt diferents perspectives.

Des de Llengua es pot abordar el llenguatge audiovisual nascut amb el cinema com un llenguatge instrumental més, tan important per a l'alumne/a com el llenguatge oral o l'escrit. Així, en una situació ideal, els alumnes haurien de poder descodificar i interpretar els missatges audiovisuals, de la mateixa manera que haurien de ser capaços d'elaborar els seus propis missatges en forma de peti-

tes narracions audiovisuals de diversos formats.

Des de Literatura resulta inevitable la comparació entre les abundants versions cinematogràfiques d'obres literàries i els originals escrits. Cal però tenir present que una versió cinematogràfica no ha de ser una novel·la filmada, igual que no ha de ser teatre filmat, perquè cada mitjà té la seva pròpia especificitat.

Des de les Llengües estrangeres i gràcies a la comercialització de films en V.O. es poden treballar tant els aspectes relatius a les dificultats d'adaptació de les traduccions per a doblatges com els aspectes d'especificitats culturals pròpies de l'àrea cultural de la llengua estudiada. Es pot també potenciar la realització de videogrames per part dels alumnes amb escenificació de diàlegs per a treballar l'expressió oral.

Des de l'àrea de Música, es pot estudiar el paper de la música al cinema, el nou significat que la imatge atorga a músiques preexistents i les característiques de la música creada especialment per al cinema.

La utilització del cinema és especialment important a l'àrea de Ciències Socials, i més específicament de la Història, però també de la Història de l'Art, la Sociologia, Antropologia, Educació moral, etc.

Les relacions del cinema amb la Història i les Ciències socials:

a) Des de la Història de l'Art o des de l'àrea d'educació Visual i Plàstica, es pot estudiar la **història del cinema**, el desenvolupament dels seus recursos estilístics i la seva relació amb els moviments artístics del segle XX, així com la influència de estètiques corresponents a obres artístiques anteriors. Cal no oblidar que el cinema, tal com s'ha desenvolupat, ha recollit la tradició pictòrica heretada de la perspectiva renaixentista per a representar la realitat.

b) **La història al cinema.** Les pel·lícules poden ser fonts de documentació històrica (lectura històrica del cinema) i també poden ser mitjans de representació de la història (lectura cinematogràfica de la història).

c) **El cinema a la història.** Les pel·lícules poden assumir un paper important en el terreny de la propaganda política, en la difusió d'una ideologia i, per tant, poden influir en el context sociopolític.

La transmissió de valors a través del film. Visionat i comentari de seqüències que poden servir d'exemple.

### Segona sessió

Aspectes d'un film que es poden treballar des de diferents àrees. Visionat i comentari posterior d'un film sencer.

### Tercera sessió

Donar un pas més enllà: educar en i amb la imatge. El treball interdisciplinar. Visionat i comentari d'un reportatge i presentació de material didàctic relacionat amb el seu contingut.

## Programa

### Primera sessió

Introducció.

El cinema com a reflex de la societat contemporània al rodatge.

El cinema com a formador de memòria històrica.

## Les possibilitats educatives del multimèdia

*Coordinador: Àngel Garcia*

UNIFF. Universitat Politècnica de  
Catalunya

### 1.- Presentació

En aquestes tres tardes ens plantegem fer un recorregut pel que és multimèdia, des de diferents vessants. Inicialment una visió tecnològica, no la més important. A continuació una perspectiva expressiva, com a nou llenguatge que considerem els multimèdia, i per últim una visió pedagògica, amb referències a les característiques d'aquest nou mitjà, complementada amb els criteris de disseny i avaluació de productes multimèdia. També hi haurà cabuda per a referències concretes d'experiències en escoles i instituts amb professors i alumnes.

Comptem amb la participació de diferents professors, que ens aportaran la seva pràctica.

Les sessions tindran una part de presentació de conceptes, i s'intentarà sempre que sigui possible plantejar pràctiques.

## **2.- Primera definició de multimèdia.**

Els productes multimèdia reuneixen elements d'àudio, vídeo, simulacions, imatges fixes, il·lustracions i text, de manera que els alumnes participen interactivament en el procés d'aprenentatge. En ampliar les modalitats de l'experiència educativa, l'aprenentatge individual de l'alumne s'aconsegueix de manera immediata i més intensa. El producte multimèdia proporciona moltes oportunitats d'aprenentatge en satisfer les necessitats dels alumnes a través de diferents estils didàctics.

Diàriament diversos mitjans unidireccionals i comercials bombardegen els alumnes. Un bon producte multimèdia augmenta considerablement el control de l'experiència educativa sobre l'alumne. L'alumne dirigeix el flux d'informació i, el que és més important, pot interrompre aquesta informació en qualsevol moment, reproduir-la les vegades que siguin necessàries o canviar totalment de direcció. L'aprenentatge es converteix en quelcom individualitzat i automotivat.

## **3.- Avantatges dels multimèdia**

Els alumnes necessiten noves destreses per navegar pel mar d'informació que els envolta. Han d'aprendre a cercar la informació pertinent, a avaluar-la i a comunicar tot allò que esbrinen. Per escol·lir les fonts d'informació adequades, els

alumnes necessiten desenvolupar el coneixement de les noves tecnologies.

L'entorn multimèdia brinda als alumnes l'oportunitat de resoldre problemes mitjançant l'accés, el control i l'organització de la informació presentada en molts formats diferents.

Les característiques especials del multimèdia inclouen els enllaços, que permeten obtenir major informació verticalment o lateralment de noves formes, no lineals. Els alumnes poden saltar a temes relacionats, veure la definició de la terminologia en el context o explorar un tema en major profunditat. Una altra característica especial, l'animació, il·lustra eficaçment conceptes i n'augmenta la comprensió visual.

## **4.- Ús del multimèdia a l'aula (I)**

L'entorn multimèdia suposa un esplèndid enriquiment del contingut del pla d'estudis. Com a nucli d'una unitat d'estudi, com a introducció o com a seguiment d'una unitat d'estudi existent, el contingut és molt versàtil.

Es pot utilitzar el multimèdia per a:

- l'estudi independent en un taller per a una activitat estructurada,
- la investigació independent (a l'aula o en un centre de recursos),
- l'estudi en grups de 2 o 3 alumnes en un ordinador,



- la participació de tota la classe en un laboratori informàtic,
- la demostració dirigida pel professor mitjançant l'equip de projecció adequat.

L'entorn multimèdia amplia l'àmbit de l'experiència educativa, afavoreix la comprensió i proporciona un major sentit de participació. Els alumnes s'impliquen en el seu aprenentatge, eficaç i coherent, a la vegada que es preparen per a enfrontar-se als reptes de la tecnologia actual.

## 5.- Ús del multimèdia a l'aula (II)

És possible una altra lectura sobre les possibilitats educatives dels multimèdia a l'aula. Ens referim a la participació dels alumnes (i dels professors) en el disseny i realització i producció de petits documents i projectes de comunicació en entorn multimèdia. Ens referirem a aquesta perspectiva al llarg de les sessions.

### Programa

#### Primera sessió

- «Introducció al multimèdia» Àngel Garcia.
- «Tècniques d'aprenentatge fent ús dels materials multimèdia» Carles Dorado.

#### Segona sessió

- «Metodologia i modalitats d'ús de productes multimèdia» Pere Marqués.
- «Avaluació de programari» Pere Marqués.

#### Tercera sessió

- «Disseny i desenvolupament d'interactius multimèdia» Maria Josep Fernández.
- «Presentació de treballs fets amb alumnes de secundària» Amadeu Reverter.

*Fòrum*  
**Educació i Televisió**



**Taula rodona**

## **Taula Rodona: La televisió al servei de l'educació una utopia?**

### **Participants:**

Francesc Escribano, realitzador de Televisió de Catalunya TV3

Joan Ferrés, Professor dels Estudis de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra

Enric Frigola Viñas, Responsable Programació Infantil de TVE

Carme Rincón, Cap de l'Àrea de Relacions Sectorials del Consell Audiovisual de Catalunya

### **Moderadora:**

Mercè Mas, Programa de Comunicació Audiovisual de l'ICE de la Universitat de Barcelona

El Sr. Joan Ferrés es remet al text de la seva ponència que ha presentat en el marc d'aquest Fòrum.

## Sr. Enric Frigola Viñas

Sento la necessitat de manifestar de bon començament, que en opinió meva abans d'aprofundir en el debat que se'ns proposa, hauríem de fer-ne un altre sobre el que entenem per educació en aquest tombant de segle: en quins aspectes essencials hauria de concretar-se l'acció educativa en l'època actual i en el país on vivim. Segurament que un debat en profunditat sobre aquest tema aportaria visions molt diverses, insòlites i enriquidores.

Un debat que, entre d'altres conceptes hauria de revisar a qui correspon exercir l'acció educativa, i sobre qui. Si han de ser els infants, únicament, els receptors de tot l'aparell educacional o cal considerar que l'educació permanent també dels adults fora tant o més necessària. Revisar, en definitiva, els tradicionals conceptes lligats al món de l'educador, en una societat tan canviant com la nostra, on les noves tecnologies posen cada vegada més en qüestió els esquemes que s'han mantingut fins ara.

En qualsevol cas, és evident que la televisió és quantitativament molt present en la vida de petits i grans. Si ho és qualitativament hi hauria opinions de tota mena, sens dubte. La televisió ocupa moltes hores de lleure del ciutadans de la majoria de països d'Europa; en el cas dels

nens, més que hores d'escola, si més no aquí. I en el dels adults, sembla també que més que qualsevol altra activitat d'oci.

El passat mes d'agost, visitava Barcelona Jean Michel Djian, director de Le Monde de l'Education, i feia unes declaracions que ens poden servir de referència pel nostre debat d'avui. Entre d'altres coses, deia que a l'adolescent dels nostres dies li manca un model crític per enfrontar-se als missatges que li arriben dels nous mitjans de comunicació. La televisió, el cinema o Internet funcionen com a substituïts de la tasca educativa dels pares, sobretot en les famílies més modestes econòmicament i social. Aquests missatges omplen uns buits de transmissió filosòfica, artística i espiritual.

Segons el director de Le Monde de l'Education, l'educació obligatòria fins els 16 anys «desresponsabilitza» els pares, especialment en els nivells socials menys afavorits, no només econòmicament, sinó també culturalment. El problema que planteja el futur és si hi haurà un 80% d'estudiants que sàpiguen llegir, escriure i respectar l'altre, ja que segons l'especialista francès la diferència entre els que saben i els que no saben s'està ampliant al mateix nivell que la demografia, i que l'autèntic coneixement, la formació de la personalitat, la capacitat per entendre l'existència està cada cop a l'abast de menys gent, que, a més, sol

pertànyer a classes restringides d'alt poder adquisitiu i base cultural sòlida.

Penso que aquesta teoria és força certa, amb tots els matisos que és vulgui. La televisió, Internet, funcionen com elements de substitució dels elements humans tradicionals de la tasca educativa; pares i mestres d'escola; desconcertats, segurament, perquè no acaben de veure clars els límits de la seva acció, ni segurament estan prou preparats per a exercir-la. Mai se n'està prou de preparat per la feina d'educar, és cert. Però actualment la velocitat dels avenços tècnics que influeixen en la formació de la personalitat de l'individu és tanta, que sovint els deixa fora de joc en la seva capacitat per ajudar a administrar-los d'una forma adequada. També passa sovint que els missatges provinents de la televisió i Internet -així com dels CD-room i video-jocs- substitueixen i anul·len molts altres elements que tradicionalment es donen des de l'escola i la família, que no estan evolucionant en aquest aspecte, tan de pressa com la indústria de l'oci.

La televisió al servei de l'educació és, segurament, una utopia, segons el concepte tradicional que tenim d'educació. No ho hauria de ser, i aquest fóra un dels grans reptes socials d'aquest final de segle. Però abans d'exigir a la televisió unes accions determinades, caldria que aclaríssim molt més el concepte educatiu en l'època actual, com apuntava al començament.

Tota la tele, totes les televisions -públiques, privades, temàtiques, generalistes, etc.- haurien de ser, per la seva força i per la seva gran capacitat de presència entre milers de ciutadans, educatives.

La televisió és cada vegada més global, les fronteres dels estats han quedat eliminades en la majoria dels casos. I això, que és positiu per una banda, també presenta aspectes prou complicats: els conceptes o valors que l'educació ha de transmetre, si bé n'hi ha d'universals, no a tot arreu són els mateixos, o no es poden transmetre de la mateixa manera. Per altra banda la televisió -la pública i la privada- cada vegada està més subjecte a les lleis d'un mercat que exigeix constantment un nivell alt d'audiència que permeti cobrir publicitàriament l'elevat cost del producte. Això fa que els criteris de programació siguin cada vegada més restrictius i les excepcions més aïllades.

Per altra banda serviria socialment de ben poc que només les cadenes públiques de televisió fessin el que anomenem «televisió educativa». En aquest gran ball, o hi són totes (públiques i privades) o la feina fóra força inútil; ja s'està veient actualment amb el Canal 33 i La 2, dos canals amb una programació que s'acosta força a un concepte de televisió educativa en el que segurament hi estaríem tots molt d'acord, però que tenen uns índex d'audiència més aviat baixos. Per altra banda, i com element de reflexió i de-

bat, em faig, els faig, aquesta pregunta: la nostra societat, ens demana realment que fem una televisió educativa, o més educativa?

Tot plegat és un problema d'una enorme magnitud, que només pot afrontar-se des d'una perspectiva econòmica, global, mundial. I això, ara per ara, és també una gran utopia.

Però crec que tampoc podem romandre quietes els qui tenim alguna petita parcel·la de responsabilitat en el terreny de l'educació o de la televisió, tot esperant grans accions. Segurament que algunes sí que estan al nostre abast, com:

- Establir un debat permanent amb la presència dels poders polítics i legislatius, la societat civil (pares, nens), educadors professionals, responsables de la televisió a tots nivells, així com representants de la indústria audiovisual privada.

El problema, d'entrada, és qui es posa al capdavant d'aquesta iniciativa, qui l'organitza, com s'organitza.

Mentre això no arriba, benvinguts siguin els petits debats; les crítiques de les associacions d'espectadors (tot i que sovint són molt poc rigoroses, sectàries, mancades d'anàlisi); les iniciatives aïllades d'alguns directius i professionals de la televisió, o del món de l'educació. Benvingudes siguin totes les accions que

puguin posar-se en marxa en favor d'una més gran conscienciació social per tal de sentir la necessitat d'exigir una televisió cada vegada més rigorosa, més intel·ligent, més independent; en definitiva, més educativa.

Barcelona, setembre de 1998

## Sra. Carme Rincón

Cap de l'Àrea de Relacions Sectorials del CAC

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), és un òrgan assessor i consultiu del Govern de la Generalitat de Catalunya pel que fa a temes audiovisuals de radiodifusió i de televisió.

Entre d'altres funcions, té encomanades: vetllar pel compliment de la normativa relativa a la programació i publicitat audiovisuals, en especial la llei 25/1994, així com la denúncia de les infraccions detectades davant l'administració competent. A tal efecte, es fa un seguiment gradual de les programacions de les emissores. El Consell també rep suggeriments i reclamacions dels ciutadans, i manté una relació constant i fluïda amb els ciutadans, els professionals del sector audiovisual, les empreses i associacions, així com amb els centres de formació audiovisual.

Tenint en compte el títol de la taula rodona, jo puntualitzaria, més concretament, que la televisió hauria de contribuir a educar el telespectador/a, però, incidint especialment en l'educació dels infants i joves. Les estadístiques indiquen que els infants veuen la televisió un promig de 1000 h. a l'any, i això vol dir que passen més hores davant de la petita pantalla que a l'escola (calculant que a l'escola n'hi passen 900).

Per tant, seria de vital importància aprofitar la televisió, com a mitjà a l'abast de tothom, per a la formació dels nostres infants i joves.

La funció de l'escola és educar les noves generacions, per tal que puguin adquirir un autodomini i unes capacitats discursives i abstractes, que els permetrà donar cohesió i sentit a la pròpia existència. Però, en haver tants factors que influeixen en la formació dels infants i joves, l'escola no és l'única via de formació.

Lògicament la funció de la TV és d'entreteniment, però, entreté i educa al mateix temps. Veiem que en els dibuixos animats, en la ficció, en els informatius... etc., hi ha implícits uns models, uns comportaments i uns estereotips socials. Si aquests estereotips es reproduïen constantment en els diferents relats dels protagonistes, això propiciarà que quedin fixats en la memòria dels telespectadors.

Des d'un punt de vista purament pedagògic, la TV és bona quan educa perquè eleva el nivell cultural del públic i té un cert paper dinàmic com orientadora dels comportaments socials. El problema és que no existeix el consens suficient per a determinar el que està bé i el que està malament. No obstant això, mirem de trobar suport en altres col·lectius implicats amb major o menor grau de responsabi-

litat en aquest fenomen: pares, professors, programadors de TV i poders públics.

*Els pares.*- És de la seva responsabilitat decidir què veuen i què no han de veure els nens, però cal tenir en compte que els pares no disposen de formació i/o informació suficient per a determinar quines són les programacions més adients per als infants. Existeix la idea general que els dibuixos animats són inofensius i no perjudiquen els nens, però, quants pares s'han passat tot un dissabte mirant la TV, amb els seus fills, per a detectar el contingut i els valors que es transmeten? Com poden saber els pares si determinades pel·lícules són recomanables o no, per als infants? En aquest sentit, que siguin els pares, els màxims responsables dels seus fills, no excusa la responsabilitat dels altres agents de la societat.

*Els professors.*- No es tracta que formin tècnics en imatges i só, sinó de formar telespectadors crítics, és a dir, persones que sàpiguen analitzar significativament les imatges audiovisuals, persones que puguin desmuntar els codis icònics, sons i narratius.

L'ensenyament ha d'enfrontar-se a aquesta problemàtica: *el bon gust es forma, només cal educar-lo*. L'educació audiovisual no es pot reduir a una qüestió purament tècnica i/o epidèrmica. Si fos així,

s'estaria ignorant el sistema generador dels models i representacions que avui dia nodreix els joves.

*Els programadors.*- La seva funció és molt important doncs tenen al seu abast la formació dels telespectadors. Caldria que fossin ben conscients d'aquesta funció i que l'exercitessin acuradament. Mai els excusarà la frase prou coneguda: "*que només intenten reflectir la societat actual*".

La societat, és tant violenta com representa la ficció?

La vida i les famílies, són tant enrevessades com es representen?

La resolució dels conflictes, és fa sempre mitjançant la violència?

*Els poders públics.*- Si bé en l'àmbit de protecció de menors hi ha lleis i normes, a la fi, tot queda en declaracions de bones intencions. A l'any 1993 es va firmar un conveni entre el MEC, els departaments d'educació de les Comunitats Autònomes i les diferents televisions, però, l'objectiu primordial que es pretenia en aquest conveni no s'ha arribat a assolir.

Per acabar, voldria remarcar:

- És responsabilitat de tots, vetllar pel compliment de les normes i els codis deontològics.
- El bon gust es forma, per tant, cal educar-lo.



*Forum*  
**Educació i Televisió**



**Conclusions**

## Fòrum Educació i Televisió

### Educar en televisió, educar per al futur

Diferents estudis elaborats pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya ens demostren que en la programació televisiva hi ha una gran presència de contravalors (violència, sexisme, etc.) front als valors universalment reconeguts i recollits en la LOGSE, en la Llei de Radiodifusió (coneguda com "Llei de Televisió sense Fronteres"), en el Conveni d'Autoregulació de la Programació Televisiva signat el 1993, etc.

Davant aquesta constatació, i amb la intenció d'invertir-ne el sentit, el Programa de Comunicació Audiovisual de l'Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat de Barcelona suggereix al CAC de valorar la necessitat social i les possibilitats polítiques de plantejar un aproximació entre totes les parts implicades per a impulsar un acord ampli que reculli l'esperit del Conveni de Autoregulació, els objectius generals de la LOGSE (articles 1 i 2 referits als valors) i la legislació televisiva com la directiva europea sobre televisió Llei 25/1994 (Capítol IV, articles 16 i 17), etc. Un acord que concretés -en l'àmbit català- els objectius i compromisos recollits en aquests documents.

En aquest acord, caldria tenir en compte -apart de les administracions- totes les parts industrialment implicades i socialment interessades: televisions, servidors de cable, productores, universitats, periodistes, associacions de pares i mares, professors, etc. El contingut de l'acord caldria que recollís les propostes fetes a d'altres documents, i afegir-hi nous objectius i compromisos, implicant altres sectors socials i professionals.

A curt termini caldria que els objectius recollits en aquest acord es concretessin per anar més enllà d'un simple document de compromís ple de bones intencions. Per aquesta raó el CAC hauria d'estudiar quina forma legal hauria de prendre l'acord per assegurar-ne el compliment.

Per tant, des del Programa de Comunicació Audiovisual de l'Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat de Barcelona, i recollint les consideracions i propostes del **Fòrum Educació i Televisió** (Pati Manning, 7-10 setembre de 1998), proposem al CAC impulsar un acord, tenint en compte totes les parts implicades i interessades, per concretar i impulsar l'esperit i els objectius recollits en diferents documents i lleis que fan referència a l'educació i la televisió.

Francesc-Josep Deó  
**Coordinador del Programa de  
Comunicació  
Audiovisual ICE-UB**

