

• Agustín García Matilla  
Madrid

Re-crear la televisión que tenemos es inventar la televisión del futuro

## Por una televisión para la educación en sintonía multimedia

About a television for the education in tuning multimedia

España inició el siglo XXI con un sistema televisivo sometido a una evidente dispersión legislativa, denunciado por infinidad de instancias por la baja calidad de los contenidos ofrecidos por las diversas ofertas televisivas, una televisión pública exageradamente endeudada y que relegaba los objetivos de servicio público a un papel secundario frente a la utilización partidista de los espacios informativos y un irregular desarrollo de las ofertas de televisión de pago. En 2005, el gobierno socialista ha asumido la mayor actualización legislativa coordinada en materia audiovisual. Han pasado casi 50 años desde el inicio de las emisiones televisivas. Este cambio no afecta sólo al ámbito de la televisión pública sino que además lleva aparejada una transformación global del marco de leyes que contribuirá al desarrollo de la radiotelevisión digital que se impondrá tras el apagón analógico previsto para 2010. Los cambios se ven guiados por la convergencia tecnológica y también por la imperiosa necesidad de atajar ese gran lastre que ha significado tener que pensar hasta hace poco tiempo en una radiotelevisión del pasado. La televisión que ya deberíamos estar viviendo en presente continuo debe concebirse desde las potencialidades que abre la transformación digital y el desarrollo de estrategias multimedia.

In 2005, the current socialist government has set out to undertake the greatest update in broadcasting policy since 1956, the moment in which television was born in Spain. This transformation is related to the quick digital reconversion that television has suffered in the latest years. Despite the changes in the law and some reasons to be optimistic about technological development in a recent future the television of the 21st century can not do without being profitable in a social, cultural and educative sense. This is a challenge which many countries have not faced yet and Spain is among these countries. Some models of public television in the world have consolidated proposals of broadcasting contents that make a priority out of the cultural and educative role of television.

#### DESCRIPTORES/KEY WORDS

Servicio público, televisión educativa, convergencia digital, edu-comunicación.  
Public service, educative television, digital convergence, communication educative.

❖ Agustín García Matilla es profesor de la Universidad Carlos III de Madrid y presidente de «Aire Comunicación», asociación de edu-comunicadores (agmatill@hum.uc3m.es).

En 2004 el Gobierno español encargó a un consejo creado por real decreto el «Informe para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado»<sup>1</sup>. El trabajo de este Consejo, presidido por el filósofo Emilio Lledó, sirvió de base para que el Ministerio de la Presidencia elaborara el borrador de un anteproyecto

de Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal y también fue, en parte, inspirador de la ley de creación del Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales. El primer anteproyecto citado, hecho público en junio de 2005, especifica que el Ente Público se transformará en Corporación RTVE, independiente del Gobierno y sometida a control del Parlamento y del nuevo Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales. Se trata de la primera reforma de RTVE después de 25 años de vigencia del Estatuto creado en 1980. La ambiciosa reforma legislativa abordada en España es una oportunidad histórica para promover una profunda transformación de los contenidos televisivos en las variadas gamas de televisión y para investigar todas las posibilidades comunicativas del universo digital. España podría situarse en la vanguardia mundial en lo que significa la puesta al día de una legislación que tiene en cuenta las transformaciones tecnológicas del nuevo contexto digital y que asegura por fin el control eficaz de la televisión pública y privada. Estos grandes avances deberían implicar llevar aparejado un plan paralelo de desarrollo de programaciones de calidad y el diseño de estrategias multimedia que permitan aplicar eficazmente políticas de servicio público y promover una televisión verdaderamente útil y educativamente rentable para la sociedad. En las siguientes páginas, se exponen algunas de las aportaciones positivas de las nuevas leyes y se trata de explicar paralelamente hasta qué punto es necesario crear los pilares para el desarrollo de una televisión más integralmente rentable para el conjunto de la sociedad.

## 1. La actualización legislativa como primer eslabón de la acción transformadora

### 1.1. Un nuevo contexto legislativo

En su exposición de motivos este anteproyecto de ley explica que su fin es: «dotar a la radio y a la televisión de titularidad estatal de un régimen jurídico que garantice su independencia, neutralidad y objetividad y que establezca estructuras organizativas y un modelo de financiación que le permita cumplir su tarea de servicio público con eficacia, calidad y reconocimiento público»<sup>2</sup>. Además se prevé la supervisión de su actividad por una autoridad audiovisual independiente. Será la primera vez que España cuente con un Consejo del Audiovisual con características similares a las de otros consejos europeos. A pesar de que el Senado español había aprobado diez años antes, por consenso de todos los grupos políticos, la creación de esta institución, la decisión se había ido relegando durante todo este largo período. La ley de creación del Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales, en su expo-

sición de motivos, se define como un mecanismo jurídico y ético indispensable para garantizar el pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico, el respeto a los principios, valores y derechos constitucionales, así como la veracidad de la información suministrada por los complejos y poderosos grupos de comunicación actuales.

Este Consejo se ha pensado con amplias competencias y con capacidad sancionadora y de supervisión de la misión de servicio público. Contará con siete miembros y su mandato no coincidirá con la legislatura, teniendo una duración de seis años. De esta forma se pretende minimizar cualquier posible influencia de intereses políticos sesgados sobre su funcionamiento independiente. Los fines del consejo son los siguientes: velar por el respeto de los derechos y libertades en el ámbito de los medios de comunicación audiovisual públicos y privados, garantizar la transparencia en la propiedad de los medios de comunicación audiovisual, su pluralismo y la libre competencia, supervisar el cumplimiento de las misiones de servicio público de la radiotelevisión estatal, impedir cualquier forma de discriminación y proteger la dignidad de las personas y los derechos de los telespectadores y radioyentes, con especial referencia a la infancia y la juventud, tanto en la programación como en los contenidos publicitarios<sup>3</sup>.

El tercer documento que completa la batería de medidas legislativas adoptadas por el gobierno es el borrador de anteproyecto de Ley General Audiovisual que con su aprobación modifica algunos de los artículos de la única ley que coexistirá con ella después de su aprobación y que es la Ley 25/1994 (que representa la transposición al derecho español de la Directiva Comunitaria «Televisión sin fronteras», que regula temas como la emisión de publicidad o las cuotas de programas europeos). Se prevé que esta misma Directiva sea modificada a corto plazo con lo que este cambio afectaría también a la nueva ley. En cualquier caso, el propio texto de la nueva Ley General Audiovisual explica que con su aprobación «se pone fin a los problemas generados por el heterogéneo entramado legal preexistente, que hacía muy difícil una aplicación sistemática del mismo»<sup>4</sup>.

### 1.2. Redefinición del servicio público: nuevos principios para el desarrollo de nuevos contenidos

La nueva Ley General Audiovisual se concreta en nuevos principios que de forma general pueden enunciarse así: neutralidad tecnológica que viene definida por la creación de un marco común que sirve con carácter general a todas las emisiones televisivas sin importar si la modalidad de transmisión es por ondas,

cable o satélite o si la tecnología empleada es analógica o digital; la liberalización de la prestación hace que los servicios de radio y televisión pasen de ser «servicios públicos esenciales» a transformarse en servicios que los particulares prestan en régimen de competencia. Existe el riesgo de que esta re-conceptualización quite peso al principio de servicio público; sin embargo como contrapeso, los operadores privados se ven obligados, teóricamente, a garantizar la atención a los intereses de los ciudadanos y la ley asegura que este cumplimiento será supervisado por las autoridades públicas. Además se redefine la misión del servicio público de radio y televisión a partir del establecimiento de objetivos acordes con el nuevo modelo de radio y televisión pública en España.

Se desarrolla un nuevo sistema de habilitaciones y, sobre todo se concretan medidas para salvaguardar el pluralismo en los medios audiovisuales públicos, mediante el derecho constitucional de acceso a los mismos por parte de los grupos sociales representativos y mediante la reforma de su estructura organizativa y de control. Al mismo tiempo se tratan de evitar procesos de concentración que, muy especialmente en los medios privados, puedan perjudicar a ese mismo pluralismo. Otro de los objetivos pasa por el reforzamiento de los derechos de los ciudadanos, introduciendo medidas que permitan controlar los contenidos perjudiciales para la infancia, facilitar el acceso de los discapacitados a los medios, etc. Dentro de estos objetivos se da suma importancia al fomento del pluralismo lingüístico existente en España, introduciendo medidas concretas de promoción que refuerzan lo previsto en el número 3 del artículo 20 de la Constitución Española. En conjunto, la ley consta de 82 artículos distribuidos en siete títulos, cinco disposiciones adicionales, seis transitorias, una derogatoria y tres finales. Especial importancia tiene el título III, dedicado al servicio público de radio y televisión, ya que toma como referencia las conclusiones del informe elaborado por el consejo para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del estado creado por el Real Decreto 744/2004, transformando en disposiciones legales las conclusiones del citado informe. La noticia más relevante es que la ley eleva algunas de estas conclusiones a normativa básica cuando

por su carácter esencial se considera que deben ser de aplicación al servicio público, cualquiera que sea su ámbito de prestación: estatal, autonómico o local.

El título IV, por su parte, dedica su contenido a la protección del pluralismo y de los derechos del consumidor. Dentro del título se introducen importantes novedades en lo referido a pluralismo lingüístico y en el favorecimiento del acceso de las personas con discapacidad auditiva o visual a la televisión y se definen previsiones que están relacionadas con el acceso a los servicios conexos e interactivos para asegurar la protección de los usuarios con especial atención a los menores. Definitivamente, la televisión de la que se habla en la nueva ley es un medio profundamente renovado en relación a la televisión que tuvo vigencia en España durante casi 40 años y que desde mediados de los noventa ha sufrido una transformación tecnológica impensable unos pocos años antes. Como ya se ha apuntado, el objeto de la ley es establecer la regulación básica no sólo de la radio y de la televisión sino

**La función de servicio público se identifica, por tanto, con el reforzamiento de valores democráticos, reconoce indirectamente la necesidad de una formación en medios que se relaciona con la promoción de la sociedad de la información y facilita la creación de cauces participativos que se concretan más específicamente en el artículo 38 que desarrolla el derecho de acceso.**

también de sus servicios conexos. Con ello se está legislando teniendo en cuenta el presente del medio televisión y su futuro, desde la perspectiva de la reconversión digital y de las cada vez más constantes interrelaciones multimedia. La ley define ahora conceptos básicos como el que atañe al propio concepto de televisión u otros como radio, servicios conexos de radio y televisión, canal radiofónico o de televisión, difusión, etc.

El título III comienza definiendo la función del servicio público de radio y televisión que, según el texto «tiene por objeto la producción, edición y difusión de un conjunto de canales de radio y televisión con programaciones diversas y equilibradas para todo tipo de público, cubriendo todos los géneros y destinadas a

satisfacer necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española; difundir su identidad y diversidad culturales; promover la sociedad de la información; promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales, garantizando el acceso de los grupos sociales y políticos significativos»<sup>5</sup>. La función de servicio público se identifica, por tanto, con el reforzamiento de valores democráticos, reconoce indirectamente la necesidad de una formación en medios que se relaciona con la promoción de la sociedad de la información y facilita la creación de cauces participativos que se concretan más específicamente en el artículo 38 que desarrolla el derecho de acceso.

## 2. Debilidades que habrán de subsanarse

Como acabamos de ver, en el anteproyecto de ley del gobierno para la reforma de los medios de comunicación de titularidad del Estado se identifica la función de servicio público con la contribución de la radio y la televisión al desarrollo de la sociedad de la información. No queda claro, sin embargo, la actividad

En el caso español, una de las fuentes que forman parte del patrimonio de la radiotelevisión pública estatal son sus centros territoriales. Esos centros podrían ser tomados como una metáfora de la realidad en la que ha vivido inmersa durante muchos años la propia TVE. La deficiente gestión, casi generalizada, de estos centros, ha ido pareja a una muy desigual dotación, a la indefinición de objetivos y a la miopía política que debería haberlos convertido, como especifica el dictamen del Consejo, en instrumentos para «enlazar más estrechamente al servicio público estatal y sus actividades descentralizadas (programaciones desconectadas), con la sociedad de cada Comunidad Autónoma». No es suficiente argumentar que las televisiones locales puedan tener la iniciativa de promover un servicio de proximidad en muchas áreas del país y que un número significativo de comunidades autónomas cuenten con su televisión autonómica regional. La labor de la televisión pública ha de asegurar que los centros territoriales sean algo más que, en el mejor de los casos, centros productores a los que se les pueda derivar la producción de áreas concretas de contenidos (este es el caso del Centro de San Cugat, el más dotado de recursos y donde desde hace mucho tiempo se asume la producción de programas infantiles y juveniles), o en la peor de las situaciones, centros sin apenas recursos que, como mucho, asumen la producción de unos espacios informativos regionales que puedan cubrir el expediente con mayor o menor fortuna. Es urgente analizar la situación de estos centros,

**La televisión pública estatal deberá pensar cómo orientar la nueva producción de contenidos de calidad y asegurar que el conjunto de la población cuente con el mayor número de opciones para aprovecharse de las potencialidades comunicativas y específicamente educativas de la nueva televisión.**

multimedia de RTVE, tal y como había propuesto en su momento el Comité de Expertos. La asignación, en un plazo inicial, de un solo múltiplex a la Radiotelevisión Pública estatal podría ralentizar el impulso que TVE ha de dar al desarrollo de la TDT y de la televisión digital en general y que, como más adelante veremos, es una de las señas de identidad, por ejemplo, de la actual etapa que vive la BBC en el Reino Unido. La acción de la BBC se justifica, entre otras razones, como una potente máquina que pretende tirar de los diversos vagones que han de promover el desarrollo de la sociedad digital tanto en el contexto británico, como en el contexto internacional. Gracias también a ese papel de liderazgo tecnológico, la BBC sigue siendo hoy un referente de eficacia, rigor, calidad, modernidad y servicio público.

redefinir sus objetivos, dotarlos desde un punto de vista presupuestario para que puedan desarrollar con dignidad sus funciones, adecuando sus plantillas a las necesidades reales de funcionamiento, responsabilizando a sus gestores del compromiso de rentabilizar su actividad, no sólo desde un punto de vista estrictamente económico, sino también desde un punto de vista social, educativo y cultural, asegurando el control y evaluación del cumplimiento de sus objetivos y funciones en cada ejercicio. Hay que reiterar que una de las funciones de estos centros debería llevarlos a asumir compromisos de colaboración social, educativa y cultural con las instituciones, contribuyendo a descentralizar la idea del servicio público. Esto es imposible en el actual régimen laboral de su personal, que responde a una estructura funcionarial en la acepción del

término más peyorativa, incompatible con una organización racional coherente con una mínima lógica de producción del medio televisivo.

Tanto los centros territoriales como las grandes áreas, de servicio o de negocio, como preferamos llamarlas, de la televisión pública, se enfrentan a un problema común. El gran problema que afecta a la radiotelevisión pública española consiste en que hasta ahora nadie ha ido más allá de contar el número de trabajadores asignados a las diversas sociedades y no se ha hecho una valoración rigurosa y objetiva de la situación existente en cada una de las áreas de actividad. No se debe ni se puede hacer la vista gorda ante un problema evidente que afecta al principal eslabón de la producción: el factor humano. La hipótesis dada por muchos críticos que han tratado de endosar a una única causa el gran déficit de la radiotelevisión pública española se ha centrado en resaltar la existencia de una plantilla sobredimensionada. Parece que hecho el diagnóstico no hacía falta buscar otras explicaciones. Es obvio que la pregunta siguiente sería ¿en qué áreas de servicio hay exceso de personal no directamente vinculado con puestos esenciales para la producción de programas?, ¿en qué áreas no se cubren las necesidades?, ¿por qué no se puede atender a la producción de muchos programas con recursos exclusivamente propios si, aparentemente, la dimensión de la plantilla en números absolutos es muy superior a la de otras televisiones que hacen más horas de producción con menos personal?, ¿cómo abordar el hecho evidente de que mientras en unas áreas de actividad la falta de personal ha sido evidente, en otras, cientos de trabajadores han vivido largas temporadas de inactividad?, ¿por qué en el último gran reajuste de la plantilla de la BBC británica, que ha afectado a más de 3.000 trabajadores, esta corporación ha prescindido de puestos no productivos, para reforzar por el contrario los puestos imprescindibles en todas las áreas que tienen que ver con los principales eslabones de la actividad productiva?

Hay que recordar que en las últimas dos décadas RTVE se ha venido descapitalizando de una parte del personal laboral esencial para el desempeño de las tareas básicas de producción. ¿Qué podríamos hacer, por mucha y muy buena legislación con la que se cuente, si llegáramos a la conclusión de que no se pueden afrontar las tareas básicas de producción de una televisión pública con las dimensiones de TVE? Existen varias salidas que implican la realización de acuerdos consensuados entre empresa y sindicatos: primero, tratar de objetivar, de una vez y de forma concluyente, la situación real existente en las diversas áreas

de actividad de la nueva Corporación. En segundo lugar, si hubiera, como parece ser, unas áreas descompensadas por exceso de personal y otras deficitarias, habría que valorar qué posibilidades reales existirían para promover la formación de esa parte del personal asignado a las áreas no productivas con el fin de darles la oportunidad de cambiar de especialidad mediante unos planes de formación que permitieran reorientar la actividad de una parte de los trabajadores que se sintieran más motivados a reconducir su futuro profesional. Esta formación sería siempre asumida por la Corporación RTVE. En esta tarea sería fundamental dotar al Instituto Oficial de Radio y Televisión (IOR-TV) de los recursos adecuados reforzando su papel actual. En cualquier caso, la política de formación debería ser uno de los pilares para la transformación de RTVE. Al mismo tiempo habría que organizar una política coherente de contratación de personal que volviera a hacer viable, con costes razonables, la producción propia dentro de la Corporación RTVE. En tercer lugar, se debería tomar la decisión de ajustar las plantillas, contando como ya se ha apuntado con la estrecha colaboración de los sindicatos. En cuarto lugar, se debería valorar si hay áreas que precisen verse parcialmente privatizadas por no resultar rentable en ningún caso dotarlas de más personal o porque definitivamente se vea inviable desarrollar con recursos propios los cometidos que de ellas se esperan.

De cualquier forma, este análisis debería realizarse desde un punto de vista autocrítico, atendiendo a un superobjetivo fundamental que debería consistir en hacer viable un modelo de televisión pública asumido por los propios trabajadores, convenientemente explicado a la sociedad para que pudiera tener ese consenso, apoyado por los partidos y suficientemente blindado ante cualquier tipo de boicot interior o exterior. Por todos estos motivos, sería imprescindible construir un proyecto suficientemente sólido de comunicación interna y externa que permitiera debatir sobre el carácter imprescindible de una televisión pública fuerte, suficientemente apoyada desde un punto de vista social y político.

### 3. Ejemplos de buenas prácticas en el mundo

#### 3.1. La BBC: el modelo de servicio público que nunca pierde vigencia

La BBC ha sido siempre un referente como modelo ejemplar de televisión de servicio público en el mundo. Defendida por sus ciudadanos frente a cualquier agresión del poder político sigue siendo un medio financiado por canon que no ha dejado de mantener un extraordinario equilibrio entre un conserva-

durismo que ha llevado a rescatar los mejores valores de la televisión de todos los tiempos e inagotable capacidad de innovación. Su compromiso con los ciudadanos, y por extensión con la sociedad británica, la calidad de sus programas: informativos, dramáticos, infantiles y educativos, y el papel siempre protagonista en la renovación y adaptación tecnológica a los nuevos tiempos –en este caso también como motor en la nueva revolución digital– son algunas de las constantes que se mantienen a lo largo del tiempo.

Si analizamos el informe anual de la BBC para el período 2004/05, una de las ideas fuerza de su contenido tiene que ver con la construcción de valores de servicio público para el siglo XXI<sup>6</sup>. Esta institución define su propuesta de servicio público con arreglo a cinco ejes fundamentales centrados, respectivamente, en el desarrollo de: valores democráticos, valores culturales y creativos, valores educativos, valores sociales y comunitarios y valores globales. Un sexto eje, no menos importante, consiste en asumir el liderazgo en la construcción de una sociedad digital en el Reino Unido.

Entre los ejemplos más característicos de creación de valores públicos que la BBC destaca en su Informe Anual aparecen algunos de sus tradicionales puntos fuertes como es la creación de valores democráticos basados en un servicio de noticias imparcial capaz de apoyar la vida cívica; otra de sus fortalezas es la creación de espacios dramáticos que sirven de ayuda para promover un modelo en el que el talento y la creatividad sustentan esa propuesta de televisión tan asentada como modelo de calidad.

Los tipos de contenidos en los que hace más hincapié el informe de 2004/05 tienen que ver con el aprendizaje, la música y los deportes. La inclusión en el mismo saco de estos dos últimos tipos de contenidos que gozan de diferente nivel de popularidad, resulta ilustrativa de lo que un exdirector general, Alasdair Mylne, resumió como filosofía de la BBC en la década de los años ochenta: «hacer que lo popular sea valioso y que lo valioso se haga popular». Esta filosofía permite concebir una televisión pública de calidad que cumple con sus objetivos de servicio público sin dejar de llegar al mayor número de telespectadores por muy distintos que sean su nivel social, poder adquisitivo, inquietud cultural, etc.

El tipo de contenido que más interesa al objeto de este trabajo es el que tiene que ver con la educación. Se vuelve a demostrar que la BBC proporciona un completo soporte para el aprendizaje de los ciudadanos británicos. Esto afecta tanto al aprendizaje que se obtiene con el seguimiento de las emisiones escolares,

como con aquellos programas de carácter informal o con espacios centrados en áreas de conocimiento concretas como la historia y también en otras campañas como las que se han iniciado con el fin de atajar problemas de salud pública como puede ser la obesidad, definido como el gran reto que la BBC asumió en el año 2004.

La cadena pública británica ha creado un canal denominado «Cbeebies» que ha sido diseñado para promover el aprendizaje temprano de los niños en edad preescolar. Este canal se estructura en un bloque de cuatro horas de programación cada día de la semana. La BBC cuenta también con una web de gran éxito que con el título «Bitesize Revision» es consultada por casi dos tercios de profesores y estudiantes del Reino Unido.

BBC-2 programa un segmento titulado «The Learning Zone» (zona de aprendizaje) que emite programación de los espacios de la Open University (Universidad Abierta), institución que ha inspirado la mayor parte de los modelos de educación a distancia en el mundo y que mantiene una asociación fructífera con la BBC desde hace muchos años. El centro de producción de la Open se halla en las afueras de Londres en una pequeña localidad llamada Milton Keynes. Este centro cuenta con su propia plantilla y los profesores de la Open se han formado como productores de sus propios programas trabajando en estrecha colaboración con los técnicos del centro de producción ubicado en la misma población. La Open ofrece un programa de educación de adultos centrado en lectura, escritura y matemáticas básicas que se dirige a ciudadanos de Inglaterra, Gales e Irlanda del Norte. «Web-Wise» es el nombre de una popular guía para principiantes que enseña a utilizar Internet. En el 2005/06 la BBC ha previsto lanzar un nuevo curso denominado «The digital curriculum» que estará ligado a áreas claves del currículo y que va a servirse de Internet, vídeos de alta calidad, medios sonoros y materiales interactivos. Ésta es una experiencia de enseñanza formal reglada que trata de colaborar con empresas privadas del sector educativo.

La BBC sigue asumiendo campañas de fuerte compromiso social. En 2004 lanzó un proyecto estrella con una duración prevista de dos años, titulado «Big Challenge» (gran reto). Su objetivo es reducir la obesidad de la población. Esta iniciativa parte de la emisión de la serie titulada «The fat Nation» (La nación de los gordos) que se viene emitiendo en BBC-1 y BBC-3, y se sirve a su vez del apoyo simultáneo de diversas plataformas con las que actualmente cuenta la televisión pública, incluyendo la televisión interactiva y el envío

de textos y mensajes a móviles. Otro de los proyectos más recientes lleva por título «Who do you think you are?» (¿quién te crees que eres?). Este proyecto se centra en el tema de la genealogía familiar y la web que se ha creado al efecto proporciona instrumentos para reconstruir la historia familiar y de alguna manera recuperar la memoria histórica de los ciudadanos. La «WW2» es el título de esta web dedicada a la II Guerra Mundial que se ha convertido en el archivo más grande del mundo en su género. Recoge memorias o historias personales sobre esta tragedia bélica y tiene el mérito de proporcionar a la gente mayor una buena vía de acceso a Internet.

### 3.2. Niños y jóvenes: nuevos y viejos formatos para la educación

La preocupación por la infancia ha sido una constante para el reconocimiento de la función educadora de la televisión. La cantidad de experiencias de producción dirigidas al público infantil ha sido ingente durante todas estas décadas. Si tomáramos una muestra significativa de diez experiencias nacionales en las que poder ver representados a los cinco continentes, esta lista podría incluir a algunos de los países más extensos del mundo (Australia o Brasil), también a algunos de los más reducidos (Israel u Holanda), tendría que reflejar grados muy variados de desarrollo (Estados Unidos o Japón frente a Colombia o Sudáfrica) y debería contar con países que reprodujeran la gran diversidad étnica, social y cultural que existe en nuestro planeta y que a veces se concentra en grandes ciudades de entornos geográficos muy diversos y alejados entre sí (México o Reino Unido). Al margen de su riqueza y variedad, en todos los países citados podemos encontrar una constante y es que la televisión destinada a la infancia tiene un lugar significativo: Australia, Brasil, Colombia, Estados Unidos, Holanda, Israel, Japón, México, Reino Unido, Sudáfrica.

En todos estos contextos se considera una obligación producir programas especialmente destinados a los niños y jóvenes. En todos ellos este tipo de programas cuentan con profesionales especializados en este tipo de producción, recursos proporcionales a la ambición del empeño y presupuestos también proporcionales a los costes medios de producción de la televisión comercial. Si tomamos como referencia al último país

citado, Sudáfrica, uno de los más alejados del contexto cultural peninsular, en él encontramos uno de los programas infantiles más originales y de más éxito. Titulado «Soul Buddyz», no sólo responde a un formato absolutamente televisivo que mezcla el espectáculo y la educación sino que además está concebido desde una estrategia multimedia para ofrecer a los niños preadolescentes, entre 8 y 12 años, mensajes que puedan prevenir comportamientos de riesgo y evitar serios problemas de salud. Sudáfrica es un país en el que el 40% de la población tiene menos de 18 años y en el que, al mismo tiempo, las tasas de incidencia del VIH resultan alarmantes, muy especialmente entre la población infantil. Conducido por un grupo de actores, cada semana el programa afronta problemas con los que los niños y jóvenes sudafricanos se encuentran

**Lo cierto es que en un inmediato futuro la oferta televisiva se va a ampliar y fragmentar cada vez más con la aparición de nuevos canales generalistas de carácter estatal, regional y local y con un definitivo impulso a la televisión digital terrestre (TDT).**

cotidianamente: acoso y malos tratos, el racismo, el amor, las relaciones sexuales, el VIH, etc. Este programa ha sido adaptado a la radio en nueve lenguas locales y ha promovido dinámicas de comunicación en 1.300 clubes juveniles que reúnen a niñas y niños que participan en actividades centradas en los grandes asuntos abordados por el programa. A diferencia de lo que sucede en los programas del tipo «reality», en donde los problemas se presentan sin solución como reflejo de la perversa naturaleza humana, este programa habla directamente de los problemas y al mismo tiempo pone las bases para que los jóvenes sean capaces de contar con instrumentos y desarrollar estrategias para resolverlos. Los responsables de «Soul Buddyz» realizan amplias investigaciones y someten a los programas a pre-test. Las investigaciones indican que dos terceras partes de los sudafricanos de 8 a 12 años lo han visto o han escuchado hablar de él. «Soul Buddyz» distribuye también carteles y un boletín bimensual a todos los clubes, así como guías que los padres y maestros pueden utilizar para hablar de los problemas aparentemente más complicados con los niños. La

South African Broadcasting Corporation (SABC) emite tanto los programas de radio como los de televisión.

Si este ejemplo sirve para ilustrar acerca de cómo rentabilizar educativamente la programación televisiva especializada en niños y jóvenes, no puede olvidarse la larga tradición de los programas infantiles y juveniles en el resto del mundo. En cualquiera de los países citados encontramos ejemplos relevantes de programación socialmente rentable. Desde las producciones del Children's Television Workshop (CTW) responsable de formatos de programas tan emblemáticos como «Sesame Street» o «3,2,1 Contact» pasando por otras excelentes propuestas del Canal 11 de México como «Bizbirije»; iniciativas tan innovadoras, en su momento, como «Castelo Ra tím bum» de TV Cultura en Bra-

las excelentes aportaciones de formatos innovadores como el informativo «Kodomo no news», programa de noticias conducido por uno de los periodistas más prestigiosos, durante años, de la NHK, Akira Ikegami. Destinado a niños de entre 8 y 12 años, este informativo ha sido seguido en muchas ocasiones por aquellos adultos que o bien no entienden las noticias de los informativos convencionales o bien no se sienten suficientemente informados a través de los contenidos que se incluyen en estos mismos programas.

Los programas informativos para niños y jóvenes han pasado a ser un símbolo de cómo también es posible producir una televisión que incite a pensar. Una televisión no sólo dedicada a formar consumidores compulsivos, como hasta ahora se ha permitido en España,

con una presencia publicitaria escandalosa en las franjas supuestamente destinadas a la infancia, tanto en las televisiones públicas como en la privadas, sino sobre todo, respetuosa con unos telespectadores que tienen todo el derecho a recibir estímulos que les ayuden a comprender el mundo y a ser autónomos para interactuar con la realidad. Precisamente de los valores de estos informativos destinados a niños y jóvenes vamos

a hablar en el siguiente apartado de esta ponencia.

**Los programas informativos para niños y jóvenes han pasado a ser un símbolo de cómo también es posible producir una televisión que incite a pensar. Una televisión no sólo dedicada a formar consumidores compulsivos, como hasta ahora se ha permitido en España...**

sil u otras interesantes iniciativas como las de algunos canales regionales de Colombia, para llegar finalmente a las siempre muy cuidadas propuestas para los niños holandeses de los primeros niveles de edad y las ofertas de formatos clásicos de la propia BBC también destinadas a los más pequeños que nos llevan a recordar títulos como: «Words and Pictures», «Twennies» o «Teletubies».

Hasta Japón ha mostrado mucha más sensibilidad, en el diseño de programas para niños y jóvenes en todos estos años, que una inmensa mayoría de países cuyas televisiones programan algunos de los peores dibujos animados que se producen en este país asiático. La Nipón Hoso Kyokai (NHK), sin embargo, no sólo ha sido pionera de la televisión escolar en el mundo, especializándose además en la producción de ricos y variados formatos de programas infantiles sino que también es un ejemplo de cómo tratar a niños, padres y educadores en los procesos previos y posteriores a la grabación de estos programas. Desgraciadamente, en los contextos culturales occidentales, sólo se ha alimentado la leyenda negra de esos dibujos animados más violentos y de más baja calidad, y muchos ignoran

### 3.3. Espacios informativos para niños

Los espacios informativos para niños se han asentado en algunos de los modelos de televisión más prestigiosos del mundo. En líneas anteriores nos hemos referido al informativo japonés «Kodomo no news» que, aunque es conducido por un periodista de prestigio, aborda la información dentro de un contenedor que juega con una estructura dramatizada y se vale de recursos didácticos muy gráficos para explicar realidades complejas y acercar éstas a todo tipo de espectadores. El Observatorio Europeo de la Televisión Infantil (OETI) ha tenido la sensibilidad de coordinar durante los últimos años unas jornadas internacionales sobre telediarios infantiles que han contado con la presencia de numerosos profesionales y expertos de diversos países que producen informativos de televisión para niños. Las jornadas organizadas en 2004 y 2005 se refirieron a los valores de la formación y de la información. En ellas se analizaron formatos y se estudiaron las valoraciones y propuestas de quienes diseñan, producen y evalúan este tipo de programas<sup>7</sup>.



Las conclusiones de algunos investigadores coinciden en la observación de que los niños ven las noticias en compañía de sus padres pero en muchas ocasiones no entienden lo que ven<sup>8</sup>. Los estudiantes se muestran interesados en las noticias cuando éstas tratan contenidos motivadores para ellos, explicados de forma amena y accesible<sup>9</sup>. En Europa existe un abanico de propuestas destinadas a niños con una media de edad de entre 8 y 12 años. Se ha estudiado que para mantener el interés estos informativos no deben tener una duración mayor de 10 u 11 minutos. Para entender la evolución histórica de los informativos para niños en Europa, es preciso destacar de nuevo la experiencia decana, también producida por la BBC, con el título de «Newsround». Este programa lleva 33 años en antena y entre 2002 y 2004 ha llegado a generar 3.000 espacios de noticias. El objetivo principal de este informativo es promover el conocimiento de los niños, ayudarles a comprender el mundo y a participar activamente en él. Un informativo de estas características puede hablar de todo e incluso puede hacer que la política no sea tan aburrida como resulta habitualmente en los informativos adultos. Para ello los propios niños pueden poner en apuros a los políticos haciéndoles preguntas que permitan desmontar las habituales corazas de los diversos líderes. Esto permitirá comprobar la versatilidad y capacidad de adaptación de unos políticos generalmente acostumbrados a blindarse frente a los medios. No deja de resultar curioso tener ocasión de ver a Tony Blair respondiendo a las preguntas realizadas por un niño de once años.

La web de «Newsround» funciona eficazmente complementando los contenidos del informativo y aportando nueva información. El programa ha creado un club de reporteros para niños y también ha desarrollado un «press pack» que pretende alfabetizar a los niños en el lenguaje de los medios (media literacy).

El informativo británico para niños no es el único que existe en el contexto europeo. En Italia, el «Telegiornale Ragazzi» de la RAI cumplió siete años de existencia en 2005 y comparte en líneas generales los planteamientos del formato que le sirve de inspiración. También en este caso, el informativo investiga los gustos de los niños pero son los periodistas profesionales los que definen, graban y editan las noticias. Algo similar sucede en el caso de «Jeugdjournaal», emitido por la NOS, una experiencia que tiene en cuenta permanentemente la opinión de los escolares, testando en los centros educativos el nivel de claridad e inteligibilidad de sus informaciones. Los propios periodistas de la redacción se imponen la obligación de ir a los centros educativos para estudiar la opinión de los escolares

que forman parte de su «target» de audiencia. Es aquí donde se inspiran, atendiendo, por ejemplo, a las sugerencias de temas que los propios escolares exponen. El programa «Logo» de la ZDF alemana permite comprobar hasta qué punto un informativo puede ser didáctico y resultar un ejemplo de claridad que pueda inspirar el trabajo en la propia escuela. Las explicaciones de su directora Verena Egbringhoff sobre cómo contextualizar fenómenos complejos como el del terrorismo y explicarlo a los niños, son ejemplos paradigmáticos del valor que este género de programas puede llegar a alcanzar en sus diversos formatos como experiencia integralmente educativa.

No se agota aquí el listado de programas informativos que han demostrado su eficacia. Francia, Estados Unidos o España, por poner tres nuevos ejemplos, cuentan con experiencias variadas que demuestran un variable acierto en la resolución de otros formatos informativos para niños. En el caso español, la experiencia más significativa y que más se acerca a otros referentes europeos es la del Informativo del canal autonómico TV3/Canal 33, «Info K», experiencia pionera en los últimos tiempos, que ya había sido precedida en la década de los ochenta por otras iniciativas dirigidas por el periodista García Novell en TVE. En las antípodas del rigor y la calidad de otras experiencias anteriormente descritas se sitúa «Menudo TN», un formato que Telemadrid experimentó hace unos cuantos años, con escasa vida, y gran carga de improvisación pero que resulta ilustrativo de la falta de preparación que puede llegar a tener una propuesta de programa en el que no se cree. Como contraste el equipo de trabajo de Telemadrid encargado del programa infantil «Cyberclub», el de Canal Sur que dirige «El club de las ideas» y el responsable de la producción de «Los Lunnis» en TVE, han desarrollado ideas que podrían ser el germen para un posterior desarrollo de espacios informativos destinados a los más pequeños.

Uno de los principales problemas para el asentamiento de experiencias como las expuestas anteriormente es que mientras que en otros países con más tradición, el trabajo de investigación y desarrollo de ideas cuenta con presupuesto y tiempo, en España la lógica de producción de programas que se identifican con lo educativo se ha centrado en una inexplicable urgencia en emitir. Todo lo contrario a lo que se produce en países que tienen una tradición asentada y saben bien hasta qué punto es necesario experimentar en el diseño y desarrollo de formatos innovadores, útiles para la educación. A pesar de las muchas limitaciones, de las incomprendiones y falta de sensibilidad política, también en España, y más aún en países iberoa-

americanos como México, Colombia o Brasil, la intuición, rigor y creatividad de ciertos directivos de cadenas, programadores, productores y educadores, con la participación, en ocasiones, de políticos sensibles, ha permitido experimentar suficientes ejemplos de programas con excelentes utilidades para la educación. La selección de estos programas y su reparto en diferentes modelos de parrillas de programación nos permitirían ejemplificar propuestas sólidas de programación que atenderían a objetivos de servicio público, y resultarían eficaces en el desarrollo de contenidos y en la rentabilización social del medio.

#### 4. La televisión deseable: diagnóstico y propuestas

En 2005 se está asistiendo a un cambio profundo en el panorama audiovisual internacional que, en el caso español, presenta contrastes paradójicos; pues, por una parte, viene a reproducir fenómenos ya vividos en otros países y, por otro lado, marca un cambio de rumbo de alguna manera impuesto por la revolucionaria transformación legislativa que se ha producido en los últimos tiempos en España. Por otro lado, es preciso combatir la alarmante parálisis que parece afectar al sistema en la generación de ideas, propuesta de nuevos contenidos y formatos, y de estrategias de comunicación multimedia que permitan aprovechar las grandes potencialidades del universo digital. A la hora de tener en cuenta las transformaciones de la sociedad española es preciso citar fenómenos como el envejecimiento de la población, el incremento de la población inmigrante y la reducción del número de integrantes del hogar tipo.

La televisión generalista convencional, con una orientación eminentemente comercial, sufre una evidente crisis debida al alarmante descenso de la eficacia publicitaria convencional por la excesiva saturación que ha alcanzado el mercado, la espectacular bajada de abonados a la televisión de pago y la caída de audiencia en géneros tradicionales como el cine.

Otros fenómenos inciden directamente en hacer más difíciles que antes la acción educativa a través del medio televisión. Por ejemplo, en España se detecta una progresiva pérdida de interés de los jóvenes por la televisión, con especial incidencia en el horario de máxima audiencia (prime time). El medio compite en estos momentos con otras pantallas como son el ordenador, el móvil o los videojuegos. Por otra parte, la falta de una programación específicamente infantil y juvenil ha influido en niños y jóvenes produciendo un proceso de adultización en sus gustos televisivos que se ve reflejado en la acelerada evolución de los datos de audiencia que reflejan los gustos de este segmento de pobla-

ción. Paralelamente a este diagnóstico de la situación en España, lo cierto es que en un inmediato futuro la oferta televisiva se va a ampliar y fragmentar cada vez más con la aparición de nuevos canales generalistas de carácter estatal, regional y local y con un definitivo impulso a la televisión digital terrestre (TDT). Las cadenas de ámbito estatal deberán adaptarse a una pérdida sostenida de sus grandes audiencias actuales y se verán obligadas a liderar los procesos de transformación que impondrá la múltiple oferta de TDT. La televisión pública estatal deberá pensar cómo orientar la nueva producción de contenidos de calidad y asegurar que el conjunto de la población cuente con el mayor número de opciones para aprovecharse de las potencialidades comunicativas y específicamente educativas de la nueva televisión. Ante este panorama, la única opción que nos queda a quienes seguimos apostando por la consecución de una televisión de calidad, rentable desde el punto de vista social, educativo y cultural, es definir el orden de prioridades con el que poder trabajar de forma coordinada a nivel local, regional, nacional y multinacional. Un primer listado de las acciones prioritarias que podríamos iniciar pasarían por:

- Crear un directorio de buenas prácticas que recoja las mejores experiencias locales, regionales, nacionales e internacionales de televisión y las correspondientes acciones multimedia que éstas hayan llevado aparejadas.
- Promover que esas buenas prácticas sean mostradas a los responsables de educación y comunicación encargados de la toma de decisiones a nivel local, regional y nacional en cada país, y en otros organismos de cooperación internacional como UNESCO, UE, OEI, OETI, etc., para orientar acciones concretas que contribuyan a la mejora práctica de las parrillas e influyan en la toma de decisiones políticas en lo que afecta a la programación televisiva.
- Desarrollar una propuesta de currículo conjunto de carácter interdisciplinar que pueda ayudar a definir desde qué instancias, con qué objetivos, desde qué paradigmas, con qué contenidos, con qué estrategias curriculares y de formación del profesorado se puede desarrollar una nueva alfabetización mediática de la población a través de la televisión, con el objetivo de formar espectadores críticos y productores competentes de comunicación.
- Promover acciones de Investigación más desarrollo (I+D) que permitan definir contenidos prioritarios, formatos innovadores y estrategias de aprovechamiento social, educativo y cultural de la televisión, pensando en los procesos de explotación didáctica de los programas desde su fase misma de diseño.

- Conseguir aprovechar los recursos que las instituciones ya existentes manejan destinados a la investigación, la formación, la investigación, la producción y el aprovechamiento social, educativo y cultural de la televisión.

- Apoyar a las instituciones y equipos de trabajo, de investigación y de producción, que actualmente realizan buenas prácticas en todos los ámbitos relacionados con el diseño, producción y evaluación de la televisión educativa.

- Proponer proyectos de cooperación internacional que permitan dotar de mayor eficacia a instituciones que actualmente trabajan con una variada gama de recursos y se hallan interesadas en ámbitos como la investigación, la producción de programas, la creación de webs, etc.: instituciones como OETI, ATEI, ILCE, etc. instituciones educativas, como universidades, asociaciones de educación y comunicación, etc.

- Promover acciones que den a conocer las buenas prácticas de diseño, producción y evaluación de programas.

- Crear unos premios a la calidad que sirvan para reconocer el esfuerzo de creadores e investigadores.

- Reforzar los actuales circuitos de distribución de la programación televisiva de calidad, crear otros nuevos y estudiar las vías de comunicación e intercambio de información entre las personas e instituciones interesadas en el desarrollo y aprovechamiento de esa televisión de calidad.

En estos últimos diez años he dedicado parte de mi actividad investigadora y docente al estudio de la televisión educativa. Esta labor se remonta a 1995, año en el que recibí el encargo de dirigir un Informe marco para el desarrollo posterior de la televisión educativa en España. Para su elaboración tuve que estudiar algunas de las experiencias más importantes de televisión educativa a nivel internacional<sup>10</sup>. En este informe se citaban iniciativas de cuatro continentes que en la mayoría de los casos contaban con varias décadas de antigüedad. Como ya había sucedido anteriormente con otros documentos pioneros, con la llegada al poder en 1996 de un nuevo partido político, esta vez el Partido Popular, la propuesta se arrumbó y quedó en el olvido. A pesar de ese intento de olvido, en estos años algunos profesionales, profesores y expertos en estas áreas, hemos continuado trabajando con constancia y dedicación a favor del desarrollo de una televisión para la educación<sup>11</sup>.

En 2003 Roberto Aparici, director de una nueva colección sobre Comunicación educativa en la editorial Gedisa, me encargó un libro sobre televisión educativa que sirvió para inaugurar esta iniciativa<sup>12</sup>. Esta

propuesta me permitió volcar toda la experiencia acumulada y actualizar la información recogida para el desarrollo de las investigaciones y experiencias docentes anteriormente citadas. En ese repaso y actualización de las experiencias nacionales e internacionales he vuelto a comprobar que estas iniciativas punteras –que se habían descrito en el Informe marco, realizado a mediados de los noventa (muchas de ellas pioneras) y en otros documentos posteriores<sup>13</sup>–, no sólo no han perdido fuerza a lo largo de los años sino que además han sido germen de nuevas iniciativas, creadas en el inicio del nuevo siglo. Habría resultado estéril tratar de repetir aquí lo que ya se había escrito en otros textos anteriores citados en esta ponencia y por este motivo he querido partir del contexto de transformación que actualmente vive España, destacando la necesidad de profundizar en la construcción de un modelo de televisión integralmente útil y socialmente rentable.

Quiero finalizar resaltando la importancia de textos como éste, agradeciendo a los editores esta invitación a seguir construyendo la utopía posible de una televisión para la educación.

## Notas

<sup>1</sup> Consejo para la Reforma de los Medios de Comunicación de Titularidad del Estado (creado según el Real Decreto 744/2004): Informe para la Reforma de los medios de Comunicación de Titularidad del Estado. Este informe se entrega en febrero de 2005 con el voto favorable de cuatro de sus cinco miembros: Emilio Lledó que ejerce como presidente y los vocales Enrique Bustamante, Victoria Camps y Fernando Savater. El documento tiene un desarrollo de 212 páginas e incluye a su vez nueve páginas más con la argumentación del voto discrepante de su quinto miembro, Fernando González Urbaneja, sustituto del académico fallecido Fernando Lázaro Carreter. Asimismo se incluyen ocho páginas de anexos lo que hace que el documento tenga un total de 229 páginas.

<sup>2</sup> MINISTERIO DE PRESIDENCIA (2005): *Anteproyecto de Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal*. Madrid; 1.

<sup>3</sup> Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (2005): *Ley de Creación del Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales*. Madrid, Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información; Consejo Asesor de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información; Comisión Permanente; 3

<sup>4</sup> Ministerio de Industria, Turismo y Comercio; Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información; Consejo Asesor de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información; Comisión Permanente (2005): *Borrador de Anteproyecto de Ley General Audiovisual*; 2.

<sup>5</sup> Op. cit.; 34.

<sup>6</sup> British Broadcasting Corporation (2004/05): *Annual report and accounts*. Broadcasting House. London ([www.bbcgovernors.co.uk/annreport/report05/bbc.txt](http://www.bbcgovernors.co.uk/annreport/report05/bbc.txt)).

<sup>7</sup> Jornadas Organizadas por el Observatorio Europeo de la Televisión Infantil y la Fundación Rafael del Pino (27-04-04 y 09/10-05-05). Ver conclusiones de las jornadas y DVD titulado «Telediarios infantiles y juveniles. Los valores de la formación» ([observatori@oeti.org](mailto:observatori@oeti.org)).

<sup>8</sup> APARICI, R.; GARCÍA, A.; GARCÍA, E.; GARCÍA, L.; GUTIÉRREZ, A. y MONSIVAIS, R.I. (1994): *Televisión, currículo y familia*. Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia (mimeo).

<sup>9</sup> En la jornada del 10 de mayo de 2005 sobre telediarios infantiles y juveniles en Europa, a la que se alude en el punto anterior, cuatro representantes internacionales hablaron de sus experiencias: Ian Prince se refirió a la experiencia de la BBC Newsround, Roberta de Cicco, presentó el informativo de la RAI, «TG Ragazzi», Brecht Van Hulten explicó el programa de noticias de la NOS holandesa «Jeugdjournaal», y Verena Egbinghoff hizo la presentación del programa de la ZDF Logo. En todos los casos las presentaciones fueron ejemplares desde el punto de vista del compromiso asumido por los periodistas con el compromiso educativo y comunicativo de los programas.

<sup>10</sup> GARCÍA MATILLA, A.; MARTÍNEZ FERNÁNDEZ, L.M.; y RIVERA BARRO, M.J. (1996): *La televisión educativa en España. Informe Marco*. Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia.

<sup>11</sup> Entre 1998 y 2001 diversos profesores del Departamento de Periodismo II de la Universidad Complutense de Madrid tuvimos ocasión de sacar adelante durante tres ediciones el primer Máster de Televisión Educativa del mundo dentro de esta misma Universidad. La Televisión Educativa Iberoamericana y más específicamente su Secretario General Gerardo Ojeda, ayudaron decisivamente a que esta iniciativa fuera posible asegurando las prácticas fin de curso a

un elevado porcentaje de los alumnos matriculados. Al mismo tiempo UNICEF, Comité Español, apoyó decididamente la iniciativa que permitió salvar las dificultades de todo tipo que se encontraron para llevar a buen puerto esta experiencia. Tres promociones de alumnos procedentes de una decena de países de toda Iberoamérica se beneficiaron de este Magíster que permitió experimentar propuestas piloto de programas y producir un libro interactivo que dio oportunidad de socializar los conocimientos acumulados a lo largo de todo este período. No hay que olvidar que por el Máster pasaron prestigiosos profesores, profesionales y expertos de una decena de países entre los cuáles tengo el gusto de reconocer a muchos de los ilustres ponentes que participan en este Congreso. Esta iniciativa de postgrado fue valorada durante sus tres ediciones como uno de los mejores Máster de la Universidad Complutense de Madrid.

Algunos contenidos del libro interactivo del Máster de Televisión Educativa se incluyen aún en numerosas webs de toda Iberoamérica e inspiran parte de los contenidos de otros weblogs. Seis mil copias de esta publicación fueron distribuidas a un precio simbólico en España y América Latina.

<sup>12</sup> GARCÍA MATILLA, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona, Gedisa.

<sup>13</sup> RIVERA, M.J.; WALZER, A. y GARCÍA MATILLA, A. (2002): *Educación para la comunicación. Televisión y multimedia (Libro interactivo)*. Madrid, Máster de Televisión Educativa de la Universidad Complutense y Corporación Multimedia.

Reflexiones  
desde el butacón

