



La oferta televisiva de calidad frente a la disponibilidad del telespectador

The best TV offer for the free-time consuming TV viewer

Laura López Romero
Málaga (España)

RESUMEN

Prácticamente desde sus orígenes, la vertiente educativa del medio televisivo ha estado relegada al entretenimiento y la información. Sin embargo, han sido varias las iniciativas de espacios formativos por parte de las televisiones públicas y privadas desde su creación en los años 50 en nuestro país.

La televisión es un medio didáctico cuyos espacios de carácter educativo han sido diseñados para ser visionados en el horario escolar bajo revisión del tutor, con el objetivo de apoyar los procesos de enseñanza y aprendizaje y también para ser consumidos desde el hogar por interés personal del telespectador.

El concepto de televisión educativa engloba tanto a aquellos espacios televisivos que están vinculados a un currículum académico, como los que tienen alguna intencionalidad educativa implícita o explícitamente.

En España, desde el nacimiento de la televisión, han sido varios los espacios educativos que, aunque no han tenido una continuidad muy acusada en el tiempo, han fomentado el aprendizaje a través de la pantalla. Algunos de estos programas continúan hoy, destacando « La Aventura del Saber» como baluarte de la televisión pública y «That's English». En el caso del canal autonómico Canal Sur, el espacio «El Club de las Ideas».

El principal problema al que se enfrenta el telespectador interesado en una televisión educativa de calidad es la hora de emisión. Muchos de estos programas se emiten en horario escolar o laboral y a altas horas la noche, superando la franja de late night.

En esta comunicación se han tenido en cuenta los principales espacios televisivos de la televisión pública y privadas que responden a una intencionalidad educativa. La idea principal es estudiar cuál es el horario de emisión de dichos programas, prestando atención a la disponibilidad del telespectador.

Hay importantes diferencias entre las televisiones públicas y privadas, en principio lógico, dado el servicio público que deben cumplir las primeras. Los programas contenedores dirigidos a un público infantil sí cumplen con la dualidad que ha querido crear para este estudio: emisión-disponibilidad del telespectador. Sin embargo, las cadenas privadas pecan de no incluir en su programación diaria espacios que atiendan a esta franja de edad. Por otro lado, los programas divulgativos son los que están más marginados en las parrillas de las televisiones. Muchos de ellos están situados en avanzadas horas de la noche y la madrugada, que como consecuencia, la única opción para verlos sería grabarlos. Los documentales, por el contrario, no están tan degradados en la parrilla. Las tardes de los fines de semana y la hora de la sobremesa son las franjas más utilizadas por los segundos canales para la emisión de estos espacios.

Aquellos programas que están destinados a una audiencia mayoritaria ocupan los horarios de mañana, tarde y prime time. Los programas que, en principio, parecen estar destinados a una audiencia minoritaria, están más escondidos en las parrillas y hay que saber buscarlos.

Claramente hay excepciones que se analizarán a lo largo de esta comunicación. Lo esencial para cualquier espectador es conocer toda la oferta televisiva para saber elegir.

ABSTRACT

Public television and private TV channels in Spain have educational programs, not as many as it would be necessary, for children and for adults. However, one of the biggest problems for these kind of programs are the time they are on television, that is to say, there are many specific programs that the TV viewer cannot watch because it is working hours for adults or school hours for children or even they are scheduled late at night.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Televisión educativa, espacios educativos, audiencia, telespectador.
Educational television, educational television programs, target group, TV viewer.

En los últimos meses del año 2004 y principios del 2005 han sido varios los compromisos que se han firmado para reforzar la protección del menor frente a los contenidos televisivos, que por su estructura y contenidos, pueden atentar contra la moral y las costumbres de los más pequeños. El Acuerdo para el fomento de la regulación sobre contenidos televisivos e infancia, consensuado por el Gobierno y las televisiones (1), fijó una franja reforzada (de las 8 a las 9 de la mañana y de 17 a 20 horas de la tarde), en la que las cadenas de televisión se comprometían a eliminar de la parrilla programas no aconsejados para menores de 13 años. También los fines de semana se llegó a un horario reforzado de 9 a 12.00 horas. En la misma línea se han elaborado varias propuestas como la creación de espacios informativos dirigidos a jóvenes así como la firma de un código de autorregulación entre Sanidad y fabricantes de productos

alimenticios y bebidas que evite que los «ídolos de los niños» anuncien productos como la bollería industrial.

El factor socializador que desempeñan los medios audiovisuales en la sociedad actual le ha valido para configurarse como el principal elemento educador por encima del papel que tradicionalmente ha ocupado la familia y la escuela. Al hilo de este argumento, José Manuel Pérez Tornero ha identificado el concepto de escuela en *El desafío educativo de la televisión* (2) como un espacio acotado físico y jurídico que pierde fuerza ante este medio de comunicación. Se podría argumentar que el valor de la imagen vive su momento más álgido desde la Edad Media.

Antes de acceder al sistema educativo reglado, los niños y niñas han pasado más de 3000 horas delante del televisor. Este dato plantea una concepción de enseñanza diferente a tener muy en cuenta, ya que no se podría hablar de educación sino de re-educación.

Consecuentemente se hace cada vez más palpable la necesidad de incorporar en el ámbito educativo una materia que desarrolle en el alumnado una capacidad lectora de la imagen que complemente la tradicional (3). En definitiva, de convivir con la estructura audiovisual como una aliada y no como una adversaria. De esta manera, el consumidor de información ya no estará en desigualdad con respecto a los medios de comunicación ya que el alumnado será conocedor de las características propias de la imagen y su consumo no será ya inconsciente sino bajo una base crítica y sólida.

Según el Manifiesto de Telespectadores y Radioyentes presentado en el Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación celebrado en Huelva en 2003 (4), el modelo educativo de la televisión y los medios no es patente, no es discutido, filtrado, regulado por ninguna institución social, sancionado por nadie, sino que está únicamente determinado por la lógica del mercado, por la tiranía de las audiencias.

Lo más importante para el telespectador es que sea conocedor de la variedad de programas televisivos diferentes a la oferta habitual más comercializada por las cadenas, es decir, tanto las televisiones públicas como las privadas deben ofrecer en igualdad de condiciones al telespectador una parrilla con contenidos plurales donde el consumidor pueda elegir con libertad los contenidos que más le interesan, tanto si lo que desea es formarse, informarse o entretenerse.

Algunas características comunes de la programación educativa muestran que son espacios dirigidos a una audiencia minoritaria, que cuentan con un reducido consumo televisivo cuyos índices de audiencias difícilmente consiguen superar un 9% de share. Sin embargo, es necesario resaltar que existen iniciativas educativas de carácter divulgativo que van dirigidas a una audiencia mucho más amplia y que por tanto consiguen altas cuotas de telespectadores y son un buen filón para las cadenas tanto públicas como privadas. Otros programas con intencionalidad educativa, cuyos contenidos son más específicos, están dirigidos a una audiencia minoritaria y sus niveles de audiencias no son rentables.

Según el Informe Marco redactado por el MEC en el año 1994 (5), los espacios televisivos que cumplen con mayor rigurosidad su aportación educativa son *La Aventura del Saber*, que nació en el año 1992 fruto de un acuerdo entre el Gobierno y el entre RTVE, y *That's English*. Estas dos experiencias educativas se siguen emitiendo hoy desde La 2 de Televisión Española. El primero se creó como un apoyo a la enseñanza recibida en las aulas. La segunda, como una enseñanza a distancia para los telespectadores interesados en aprender un idioma sin tiempo libre para asistir a clases presenciales.

Pero el gran problema para el telespectador interesado es la hora de emisión. Mientras que la primera se emite en horario de mañana, de 10.00 a 11.00, cuando la audiencia está en horario escolar o laboral, la segunda está en parrilla a primera hora de la mañana, a las 07.00, con una duración de 30 minutos diarios.

Aquellos centros docentes que estén interesados en aprovechar para el currículum académico programas como *La Aventura del Saber* o *El Club de las ideas*, deben tener una infraestructura básica para poder disponer en las aulas de, al menos, un televisor y un vídeo para visionar dichos programas y al mismo tiempo el profesorado tiene que estar preparado para utilizar estas actividades complementarias. La formación del docente en este tipo de materias complementarias es una de las principales lagunas en la alfabetización audiovisual dentro de los colegios. No hay tiempo ni dinero para la formación del profesorado.

Por el contrario, podemos encontrar espacios de entretenimiento con intencionalidad educativa, tal es el caso de los concursos divulgativos, que se emiten en horarios mucho más asequibles para la audiencia, al ser programados con vocación de llegar a un público más amplio. Un ejemplo clásico es el concurso *Saber y Ganar* de La 2. La audiencia a la que va dirigida está en sus respectivos hogares en el momento de la retransmisión del concurso, en la franja de sobremesa, horario que mantiene una audiencia fiel.

La hipótesis que se plantea en esta comunicación viene a expresar la incompatibilidad de muchos programas educativos con la disponibilidad del telespectador. La solución más ágil y rápida sería recurrir al vídeo y programar la grabación de los espacios deseados para disfrutarlo en otro horario más adecuado al tiempo libre del interesado, lo que implica un sobreesfuerzo en el telespectador que muchas veces no podrá realizar por desinterés o por falta de tiempo.

Así mismo, es importante que el telespectador entienda que programación educativa no es sólo aquella que mantiene una estructura formal de enseñanza adaptada al currículum académico, sino que hay más variedad de formatos televisivos que aportan aprendizaje.

1. Programación infantil

Las televisiones españolas han realizado muy escasas aportaciones a la programación infantil y juvenil. Los programas contenedores se han convertido en el formato más utilizado para cautivar a los telespectadores más jóvenes. Suelen tener una estética atractiva, moderna e innovadora, y muestran una clara vocación de atraer la participación de este público específico.

Las cadenas privadas nacionales (Tele 5 y Antena 3) junto con La Primera de TVE y la autonómica Canal Sur, sólo dedican la mañana de los fines de semana al público infantil. Los canales secundarios, Canal Sur 2 Andalucía y La 2 amplían la parrilla con una programación infantil diaria, norma que como servicio público deben respetar y cumplir.

TABLA 1. Distribución en la parrilla semanal de los principales programas infantiles

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
TVE 1						Zona Disney y Hora Warner	Zona Disney y Hora Warner
La 2	Los Lunnis	Los Lunnis	Los Lunnis	Los Lunnis	Los Lunnis	Conciertazo	
Canal Sur						La Banda	La Banda
Canal Sur 2 Andalucía	La Banda y Planta Baja	La Banda y Planta Baja	La Banda y Planta Baja	La Banda y Planta Baja	La Banda y Planta Baja		
Tele 5						Kombai El mundo mágico de Brunelesky	El mundo mágico de Brunelesky
Antena 3						Megatrix	Megatrix

Fuente: Páginas Web oficiales de los canales de televisión (Elaboración propia).

En horario de verano hay cambio de parrillas, y en el caso de Antena 3, su programación infantil se amplía a los días laborables.

Uno de los debates más actuales sobre la programación infantil implica a los anuncios publicitarios que se emiten durante estos espacios televisivos. Asociaciones de Amas de Casa han denunciado reiteradamente que muchos de los spots publicitarios que se insertan dentro de la programación infantil son agresivos y violentos y dan a conocer, a través de la autopromoción, otros espacios que los progenitores quieren evitar que sus hijos conozcan y que por tanto, visionando los anuncios televisivos, irremediablemente conocerán (6).

Una encuesta realizada por el Centro de Investigaciones Sociológicas en mayo del año 2000, resaltó que el 66% de los niños que ven la televisión se enteraban de lo que iban a emitir en días posteriores por el propio medio, y un 25% por los amigos. Consecuentemente, el control que deban ejercer los padres y madres, a la hora de prohibir determinados espacios debe ser compartido por la empresa audiovisual a través de una autorregulación rigurosa.

La cuestión central que se analiza en esta comunicación es mostrar si el telespectador dispone de una programación televisiva cuya hora de emisión corresponde con la franja de su tiempo libre y en el caso de la programación infantil, si, particularmente, las cadenas de televisión se adecuan al tiempo de escuela y el tiempo libre de los más pequeños para diseñar sus parrillas.

2. Programas divulgativos

Los programas divulgativos comprenden un amplio repertorio de fórmulas y contenidos capaces de incluir, desde los espacios dedicados a divulgar las técnicas culinarias, a los que se dedican a disertar sobre libros y escritores, pasando por los que hacen propaganda y divulgación de la caza y la pesca, de las reparaciones caseras o de la cartelera cinematográfica o de las vanguardias de artísticas. Su finalidad parece mayoritariamente orientada a motivar a hacer o practicar alguna actividad y la fórmula empleada consiste en demostrar lo fácil y ameno que resulta, o en argumentar y convencer al telespectador de las virtudes y atractivos de ciertas prácticas mediante un discurso más o menos ágil y variado (7).

Canal sur, Canal Sur 2 Andalucía y La 2 son las cadenas de televisión que mayor número de programas divulgativos emiten a diario superando la docena. Es importante resaltar que Canal Sur está dentro de esta clasificación superando en número de programas divulgativos a los de su segunda cadena, según la temporada.

Los programas divulgativos sobre salud y cocina son los más destacados en las cadenas públicas como TVE1 y las privadas, en horario de lunes a viernes. El programa que presenta el popular cocinero Karlos Arguiñano ha alcanzado en varias de sus emisiones un 30% de share, lo que significa que casi tres millones de personas lo siguen por televisión. Por lo general son espacios televisivos con una gran aceptación y seguimiento por parte de la audiencia y también un motivo de enfrentamiento entre las cadenas por conseguir el mejor programa de cocina, y consecuentemente mayores beneficios económicos, dirigidos a una publicidad específica.

Existe una diferencia importante entre las privadas Tele 5 y Antena 3, ya que la primera incorpora más del doble de programas divulgativos que la segunda. Además, el formato de programas divulgativos de Tele 5 no se reduce a salud y cocina sino que amplía registros hacia programas musicales, de bricolaje, etc., y que principalmente se emiten en fines de semana coincidiendo con el tiempo libre del interesado.

Canal Sur y Canal Sur 2 Andalucía emiten un importante número de programas divulgativos, -opción a la que tiene obligación de contribuir como servicios públicos-, y en formato documental sobre la cultura andaluza destacando Sobreviviendo a Don Quijote, Cortos andaluces, Andalucía Patrimonio Cultural, Caminos de Andalucía, Espacio protegido, Flamencos, etc. Sin duda, una apuesta muy presente y defendida por la empresa pública y que además goza de la simpatía del público andaluz tal y como lo demuestran los resultados de una encuesta realizada por el Instituto de Estudios Sociales de Andalucía en 2004, de la que se extrae que el 80,7% de los andaluces opina que Canal Sur ha contribuido mucho o bastante a que nos identifiquemos más como andaluces y con Andalucía. También el 74,6% considera que sus programas son

más cercanos y que el 45.2% cree que Canal Sur ofrece una parrilla más educativa que las demás televisiones (8).

Los programas divulgativos cuya audiencia es más especializada se suelen emitir por los segundos canales utilizan tanto el horario de noche para la emisión. Así es el caso de La 2, un importante número de estos espacios divulgativos están ubicados marginalmente en la parrilla a horas inaccesible para el telespectador interesado, sobre todos aquellos programas que por su contenido están orientados a una audiencia muy preparada para asimilar y valorarlo correctamente.

TABLA 2. Algunos ejemplos de programas divulgativos de La 2.

Espacios divulgativos de La2	Horario de emisión	Día de emisión
Metrópolis	24.30 horas	Lunes
Redes	24.00 horas	Miércoles
A ciencia cierta	01.30 horas	Martes
Prisma	02.00 horas	Martes
Cultura con Ñ	02.00 horas	Viernes
El Mundo en 24 horas	02.00 horas	Jueves
Europa 2005	01.30 horas	Miércoles
UNED	07.30 horas	Sábados y domingos

Fuente: Página web de RTVE. Elaboración Propia

En el caso de Canal Sur 2 Andalucía son menos los programas divulgativos que están situados a altas horas de la noche, pero en este caso su ubicación, independientemente del horario, ya es marginal dado el bajo rating de la cadena. Ver TABLA 3.

TABLA 3. Algunos ejemplos de programas divulgativos de Canal Sur 2 Andalucía.

Espacios divulgativos Canal 2 And.	Horario de emisión	Día de emisión
Cine.dos	21:30 horas	Miércoles
Canal Andalucía Turismo	07.00 y 00.25 horas	De lunes a viernes
El Público	20.00 horas	Domingos
Flamencos	00.15 horas	Miércoles
Testigos Hoy	09.3 horas	Domingos
Tesis	18.25 horas	Sábados
Clásicos andaluces	00.20 horas	martes

Fuente: Página web Canal Sur Elaboración Propia

La diferencia se aprecia claramente. Los programas divulgativos de La 2 que gozan de un formato y una temática mucho más específica y menos generalista que los programas de cocina por ejemplo, ocupan un lugar en la parrilla difícilmente accesible para el telespectador.

Esta situación irremediamente contribuye a que los índices de audiencias de estos espacios sean muy bajos y por lo tanto corran el riesgo de eliminarse de la parrilla por no ser rentables.

La solución para el televidente es programar el video para su posterior visionado, lo que supone un esfuerzo extra para esta audiencia más especializada que para la gran audiencia generalista y por lo tanto una desigualdad entre audiencias. Una segunda solución sería optar por la compra de la televisión por cable.

3. Documentales

Los espacios documentales suponen un filón para las cadenas ya que ayuda a la configuración de una audiencia fiel. Las cadenas privadas no incluyen por norma general documentales. En el caso de TVE 1 y Canal Sur, salvo excepciones puntuales, la programación de documentales suele emitirse en sus respectivos segundos canales.

Entre documentales y divulgativos se podría establecer, siguiendo a Barroso García, un rasgo diferenciador en el sentido de que mientras que para unos, -los documentales-, el fin en sí mismo consiste en dar testimonio de una realidad mostrándola con la máxima fidelidad y verosimilitud, para los otros -los divulgativos- la finalidad estriba en incitar a la actividad, en promover y provocar un determinado ejercicio o ayudar a perfeccionar o apreciar mejor lo que ya se practica.

Canal Sur 2 Andalucía destaca por la producción propia de documentales sobre la cultura andaluza: *Sobreviviendo a Don Quijote*, *Cortos andaluces*, *Andalucía Patrimonio Cultural*, *Caminos de Andalucía*, *Espacio protegido*, *Flamencos*, etc.

El horario de emisión de estos programas suele destinarse en la parilla a los fines de semana en horario de tarde.

Los documentales de La 2 también tienen un horario en la parrilla mucho más adecuado que sus programas divulgativos, desde el punto de vista de la accesibilidad de la audiencia interesada emitiéndose de lunes a viernes y los fines de semana. Ver TABLA 4A y 4B.

TABLA 4A. Algunos espacios documentales de Canal Sur 2 Andalucía.

Documentales de Canal 2 Andalucía	Horario de emisión	Día de emisión
Sobreviviendo a Don Quijote	22.00 horas.	viernes
Andalucía Patrimonio cultural	18.30 horas.	domingos
Cortos andaluces	23.20 horas.	sábados
Safari	11.15 horas.	jueves

Fuente: Página web de Canal Sur. Elaboración Propia

TABLA 4B. Algunos programas documentales de La 2.

Documentales de LA 2	Horario de emisión	Día de emisión
Grandes documentales	15.45 horas.	De lunes a viernes
La raya quebrada	21.10 horas.	Domingos
La noche temática	23.30 horas.	Sábados
Paraísos cercanos	21.45 horas.	Domingos
Jara y sedal	16.55 horas.	Viernes

Fuente: Página web Televisión española Elaboración Propia

4. Programas de información y opinión

A pesar del descrédito general que sufre la televisión, un alto porcentaje de la ciudadanía española sigue informándose exclusivamente a través de la pantalla. Esto significa que los géneros informativos siguen siendo de los más apreciados en este medio. Además de los informativos diarios, se emiten otros programas que permiten que los telespectadores reciban una visión más completa de los temas de actualidad. Programas como *Informe semanal* (TVE-1), *Los Reporteros* (Canal Sur) y *30 Minutos* (TV3 y otras televisiones autonómicas), se han asentado como formatos de éxito requeridos por la audiencia.

En los últimos años, la mezcla de información y opinión ha resultado un recurso habitual para mantener los altos índices de audiencia exigidos por las televisiones generalistas. Así por ejemplo, encontramos formatos de programas que dan el protagonismo a una determinada presentadora o presentador, con un peso variable, según los casos, en la información, en la opinión o en el espectáculo. Estos programas, de éxito desigual, deben ser tenidos en cuenta por su capacidad para transmitir valores y contravalores.

Después de los divulgativos, en el caso de los segundos canales, los programas de información y opinión son los más numerosos en las cadenas públicas y privadas.

La mayoría de las cadenas suele reservarse al menos una hora de la parrilla de la mañana para los programas informativos y de opinión. Es el caso de *Los desayunos de TVE*, *Ruedo Ibérico* o *La Mirada Crítica*. Cabría cuestionarse el tipo de audiencia a la que va destinada este tipo de programas cuyo objetivo principal es el análisis de la actualidad mediante el debate de profesionales y entrevistas, ya que su emisión coincide con el horario laboral y escolar.

Son sin dudas espacios de estandartes ideológicos cuya misión es crear opinión.

En el caso de Tele 5 y Antena 3 se repite el formato de debate de características semejantes dentro de los magazines: dos ejemplos claros se encuentran en el programa *Día a Día* y *el Programa de Ana Rosa*.

Por otro lado, en el caso TVE 1, la franja de la noche de algunos días también es lugar idóneo para el análisis de la actualidad como por ejemplo *59 segundos* e *Informe Semanal*.

En el último año el número de programas de debate ha crecido sustancialmente en las televisiones públicas: *59 segundos*, *Enfoque* y *Mejor lo Hablamos* de Canal Sur, todos ellos en horario de prime time, compromiso políticos del consejo de sabios para las televisiones públicas.

Como iniciativa a restaltar, Canal 2 Andalucía ha puesto en antena un espacio informativo infantil y juvenil «Acerca-T». El programa, que se emite de lunes a viernes con una duración de diez minutos, tiene el objetivo de este espacio no es el de dar exclusivamente información infantil y juvenil, sino el de contar a los andaluces entre 7 y 13 años lo que pasa en Andalucía, España y el resto del mundo, pero de una forma y una óptica inteligible para ese público, lo que no significa endulzar la realidad. «Acerca-T», no obstante, evitará aquellos contenidos e imágenes que perturben la sensibilidad de los pequeños. Se trata de otra parte de contribuir a despertar la curiosidad del menor sobre lo que pasa a su alrededor, al tiempo que se le proporciona respuestas a algunas de las interrogantes que se plantean a estas edades. El informativo, además de dar cuenta de la actualidad diaria, incluye una serie de secciones sobre educación, ocio, deporte, solidaridad, medio ambiente... Desde «Acerca-T» se intenta cada día transmitir valores como el compañerismo, la tolerancia, el esfuerzo, el respeto o la autoestima, toda una apuesta por la televisión de calidad para los más pequeños de la comunidad andaluza.

Es sin duda un ejemplo muy interesante, que ya cuenta con el éxito asegurado tal y como ha ocurrido en otros países europeos, entre ellos Alemania. Su franja de emisión, de lunes a viernes, a las 19.45 horas es compatible con la disponibilidad del telespectador, ya que no coincide con el horario escolar.

En resumen, el porcentaje de programación que las cadenas de televisión españolas dedican a los espacios culturales y educativos resulta sumamente heterogéneo, y nunca demasiado elevado (13,5% del total, según datos correspondientes a 2003). Las cotas más altas las presentan los segundos canales públicos, tanto nacionales como autonómicos, con Canal Sur 2 Andalucía a la cabeza (10).

La situación actual es siempre mejorable, no sólo desde el punto de vista de los contenidos y las buenas

iniciativas, sino de una programación acorde al tiempo libre del telespectador, es decir, no es sólo la obligación de las cadenas públicas por ofrecer una programación educativa paralela a otra de índole más comercial, sino la posibilidad de que el telespectador sea conocedor de toda la oferta televisiva y, lo más importante, que pueda disfrutarla con igualdad en franjas horarias de su tiempo libre.

Referencias

- AGUADED, J.I. (1993): *Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Educación.
- ASOCIACIÓN DE TELESPECTADORES Y RADIOYENTES (2004): «Manifiesto de las Asociaciones de Telespectadores y Radioyentes», en *Actas del Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación: Luces en el laberinto audiovisual*. Huelva.
- BARROSO, J. (2002): *Realización de los géneros televisivos*. Madrid, Síntesis.
- GÓMEZ y GONZÁLEZ, M.E. (2004): «La televisión educativa en España. Estructura y tendencias», en *Actas del II Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación*. Sevilla, FISEC.
- GUTIÉRREZ, J.F. (2004): «Quince años de Canal Sur Televisión. La evolución política, de programación y de audiencia en un canal autonómico español (1989-2004)», en *actas del VII Congreso 25 años de libertad de expresión*. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra.
- MASTERMAN, L. (1993): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, La Torre.
- MEC (1994): *La Televisión educativa en España*. Informe Marco. Madrid.
- PEREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós.

1 El acuerdo para el fomento de la regulación sobre contenidos televisivos e infancia se firmó en diciembre de 2004.

2 PEREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós.

3 Aprender a discriminar los estereotipos publicitarios y a valorar la estética de los anuncios, saber cómo se contrasta la información y dónde conseguirla y distinguir bien ficción y realidad son los objetivos que plantea el programa de Educación en Comunicación Audiovisual que la Generalitat de Cataluña pondrá en marcha el próximo curso.

Tras una convocatoria pública en la que los centros han tenido que presentar un proyecto de desarrollo de este programa de innovación educativa, un total de 50 colegios públicos y concertados pondrán en marcha esta iniciativa. «Los niños catalanes aprenderán a ver la televisión en el colegio» En El País. 3/05/05

4 Manifiesto de la Asociación de Telespectadores y Radioyentes presentado en el Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación. Luces en el laberinto audiovisual, celebrado en (Huelva en 2003). Grupo Comunicar.

5 MEC (1994): *La Televisión educativa en España*. Madrid, Informe Marco.

6 Según una noticia publicada por El Mundo el 24 de junio de 2005, las cadenas privadas Antena 3 y Tele 5 dedican una quinta parte de su emisión diaria (alrededor de un 20%) a publicidad contratada y autopromoción. «Antena 3 y Tele 5 dedican el 20% del tiempo a anuncios y autopublicidad». En El Mundo. 24/06/05

7 BARROSO GARCÍA, J. (2002): *Realización de los géneros televisivos*. Madrid, Síntesis; 521.

8 Encuesta llevada a cabo por el Centro de Investigaciones Sociológicas en mayo del año 2000 y publicada por Canal Sur en www.canalsur.es

9 Op.Cit, nota 7.

10 GÓMEZ CALDERON y GONZÁLEZ CORTES, M^a Eugenia. «La televisión educativa en España. Estructura y tendencias» En *Actas del II Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación*. (Eds) FISEC, Sevilla, en prensa.

Laura López Romero es profesora asociada del Departamento de Periodismo de la Facultad Ciencias de la Comunicación en la Universidad de Málaga (España) (lauralopezr@uma.es).