

# Introducción

## 1. Punto de partida y objetivos

El presente Libro Blanco surge de la convicción de que para conseguir un entorno audiovisual acorde y consecuente con los valores éticos y educativos de una sociedad democráticamente avanzada, se requiere actuar en tres dimensiones complementarias:

- la protección de la infancia y la juventud
- la política audiovisual en relación con niños y jóvenes
- la política educativa

La actuación simultánea en estos tres ámbitos resulta especialmente necesaria cuando, como en la actualidad, el impacto de los medios de comunicación en la vida de los niños y jóvenes se hace cada vez más evidente, y cuando las tecnologías de la comunicación, en continuo progreso, están ampliando este impacto, al tiempo que ofrecen nuevas posibilidades y oportunidades para la educación.

Este Libro quiere responder a las inquietudes, interrogantes y preocupaciones de las personas, colectivos e instituciones que, de un modo u otro, participan y se relacionan con la educación, los medios audiovisuales, la infancia y la juventud. Inquietudes, en primer lugar, críticas, que se presentan, a menudo, en forma de protesta y denuncia. Son las siguientes:

- **Las preocupaciones de las madres y los padres**, que se interrogan sobre si la influencia de la televisión en sus hijos/as será adecuada y positiva para su formación, o si, por el contrario, y por mencionar problemas acuciantes, el exceso de escenas de violencia y de marcado carácter sexual, o la presencia sin límites de la publicidad en las pantallas no acabará induciendo actitudes y comportamientos negativos en sus hijos e hijas.
- **El desasosiego del profesorado**, que siente que el trabajo que realiza con el alumnado en las aulas es contra-

dicho, a diario, en la televisión. Profesores que se interrogan sobre cómo será posible educar para la paz, por ejemplo en medio de una cultura mediática fascinada por la violencia, o cómo será posible inculcar actitudes solidarias en un marco mediático caracterizado por el individualismo y la competitividad. Educadores y responsables institucionales que, queriendo comunicar una actitud favorable al equilibrio ecológico y la sostenibilidad del planeta, se enfrentan a un *ruido* mediático, incesante en la publicidad y en la información, que fomenta el consumismo, el crecimiento exponencial de la producción, la explotación ilimitada de los recursos naturales y la hipertrofia de lo artificial. Sin olvidar la incertidumbre de los expertos (sociólogos, comunicólogos, antropólogos, etc.) que dudan sobre las relaciones, directas e indirectas, que el discurso mediático, cada vez más compulsivo y extensivo, tiene sobre las condiciones que propician la agresividad ambiental, los comportamientos lesivos para los bienes ciudadanos, y las conductas de violencia gratuita, cada vez más explícitos. O la preocupación de pediatras, médicos, psicólogos y educadores a la hora de relacionar el ruido mediático de fondo con enfermedades y trastornos de la personalidad, como la anorexia, la bulimia, la hiperactividad y la desmotivación pertinaz.

- **El malestar de los profesionales de la comunicación**, que se sienten, a veces, inseguros sobre las consecuencias de su propio trabajo. Se preguntan sobre si la creciente y *obligada* búsqueda de audiencia masiva no irá demasiado lejos: la espectacularización de la violencia, la potenciación de contenidos de *transgresión*, o la falta de respeto por la vida privada. Se preguntan, con intensidad más o menos silenciada, si el marco industrial y comercial en que desarrollan su tarea no acaba, a la larga, por menoscabar, en bastantes ocasiones, sus obligaciones éticas con respecto a la misión de servicio público y al desarrollo de la educación.

- **La preocupación de los y las juristas**, que advierten de cómo se deja de respetar en los medios el derecho a la intimidad y a la propia imagen, incluso de los niños y jóvenes, y cómo los niños son solicitados cada vez con mayor frecuencia para servir de coartada o *diana* de los mensajes publicitarios.

- Hay que contar también con el **desconcierto**, más o menos consciente, **de niños y jóvenes**, constantemente asediados por mensajes mediáticos envolventes, que reclaman su atención, les inducen hacia conductas y actitudes poco encomiables, les quitan tiempo para sus deberes escolares, les *obligan* a gastos que van más allá de sus posibilidades y las de sus familias, o les llevan a consumos que pueden perjudicar su salud. O, sencillamente, no contribuyen a que se desarrolle su imaginación hacia usos más originales y variados a su ocio. Dicho brevemente: se acaba privando a la infancia del 'derecho a ser niños'.

Por otro lado, no hay que olvidar las preocupaciones de *índole positiva* que muchos comparten. Aquellos que reconociendo el poder de los medios, conciben modos y caminos para que éstos potencien la educación y la cultura:

- Profesores y educadores que intuyen los efectos benéficos de una educación crítica en medios de comunicación, capaz de despertar la capacidad de exploración y análisis de los menores ante los mensajes mediáticos.

- Padres y madres que aspiran a encontrar referencias y modelos con los que guiar el consumo mediático de sus hijos/as.

- Profesionales de la comunicación que reclaman recursos y condiciones para la producción de programas educativos, o de contenidos *amistosos*<sup>1</sup> para la infancia y la juventud.

- Investigadores que confían en las inmensas posibilidades comunicativas de las nuevas tecnologías están abriendo y que reclaman la difusión de nuevas competencias y nuevas actitudes sociales con respecto a ellas.

En todas estas actitudes positivas hay una confianza común y una convicción: que el entorno mediático ha sido un logro de nuestra civilización técnica, que ha hecho avanzar la capacidad de nuestros sentidos y percepciones, y que, poco a poco, nos puede conducir a un estado de mayor lucidez, diálogo y democracia.

En general, podría decirse que tanto en las críticas, más o

menos apocalípticas, como en las posturas positivas, más o menos ingenuas y confiadas, hay un trasfondo de sentimientos compartidos. TrASFondo construido sobre la conciencia de la importancia del nuevo entorno mediático y de su poder, también en sus posibilidades y en sus capacidades. Si unos y otros no reconocieran la importancia y las posibilidades de ese entorno, ni las críticas podrían formularse –porque no hay crítica sin la intuición de una alternativa– ni las afirmaciones y esperanzas podrían proyectarse –porque no hay promesa ni esperanza que no se apoye en una cierta racionalidad y en un mínimo cálculo.

Así pues, las posturas no son demasiado extremas o, mejor dicho, se asientan en una base común: la necesidad de plantearse y replantearse la arquitectura del entorno audiovisual. La obligación de hablar sobre él, de pensarlo y repensarlo. La necesidad de elevar al debate público la dimensión de bien público que sin duda tienen los medios de comunicación, tanto públicos como privados, e impulsar políticas públicas que aseguren su contribución al bien común.

Es esta convicción de base –percibida a lo largo de las numerosas entrevistas realizadas y extendida entre todos los actores implicados– la que conduce a un principio metodológico: nadie acepta la *naturalidad* del entorno audiovisual; casi nadie piensa que éste sea el fruto de una determinación fatal y que haya que mantenerlo tal y como viene dado. Al contrario, la mayoría admite que el entorno audiovisual es cuestionable y corregible, que puede diseñarse a nuestra medida, en lugar de adaptarnos a él como nos adaptamos a un estado de la naturaleza.

Y, sin embargo, y es éste otro principio metodológico, la complejidad de los factores que generan el entorno audiovisual, su dispersión –incluso geográfica–, su capacidad *invasora* en nuestra cotidianidad, tienden a producir un *sentimiento de impotencia*: parece que nada sea posible hacer por enmendarlo, por transformarlo. Este sentimiento, a veces no confesado del todo, se convierte en un principio de desaliento y de resignación para algunos, y en una actitud disuasoria y retórica para otros. No obstante, no deja de ser en conjunto un sentimiento ligero, superficial.

De aquí que el principio general del que este Libro parte es que el entorno audiovisual es transformable y adaptable a nuestras necesidades sociales y personales. Que no es una realidad natural incontrovertible sino el producto de

unas prácticas, instituciones y rutinas humanas y sociales. Que se trata, por tanto, de realizar un doble esfuerzo:

- Intentar explicar y comprender el orden que gobierna este entorno audiovisual, su lógica y sus efectos;
- Señalar, descubrir o imaginar los caminos de su enmienda y transformar su acomodación a nuestros principios y valores.

En definitiva, se trata de abrir perspectivas favorables a la transformación de algunos de los factores y circunstancias que generan este entorno. El objetivo es pues, presentar la posibilidad de una *política* de los medios, de la educación y de la protección, potenciación y fomento de los valores y derechos de la infancia y la juventud.

En conjunto, entre inquietudes y proyectos, lo que se persigue con este Libro es abrir paso a un ámbito de actuaciones institucionales y sociales concretas. A partir de los siguientes objetivos y orientaciones:

- **Contribuir a articular una política audiovisual dirigida a la infancia y la juventud**, que responda a los intereses de los jóvenes y niños, a sus derechos y a los intereses a largo plazo de la sociedad entera.
- **Fomentar y estimular una auténtica política de comunicación educativa**, acorde con las posibilidades y exigencias de la sociedad del conocimiento que se está constituyendo en la actualidad.
- **Fomentar el desarrollo de una política de educación en medios que incluya, al mismo tiempo, la necesaria alfabetización audiovisual**, así como la potenciación de las habilidades relacionadas con la informática y las redes de comunicación.
- **Coordinar los mecanismos de autorregulación y las instancias de negociación y mediación** en la defensa de los derechos e intereses de los menores en relación con los medios de comunicación.
- **Establecer criterios y mecanismos de evaluación** sobre el impacto de los contenidos audiovisuales en la infancia y la juventud.
- **Establecer canales de diálogo** entre familias, educadores, niños/as y jóvenes en relación con los medios de comunicación.
- **Contribuir a instaurar un clima de corresponsabilidad** y formular los criterios necesarios para poder combinar el derecho a la libertad de expresión y el acceso

a los medios audiovisuales con medidas destinadas a la protección de la infancia y la juventud.

Todas estas orientaciones y objetivos se resumen en uno: la voluntad, y la posibilidad, de construir un entorno audiovisual para la infancia que responda a las exigencias éticas y cívicas de nuestra sociedad.

## 2. Metodología de trabajo

Para conseguir estos objetivos, la redacción de este Libro Blanco ha avanzado en la línea del análisis, del diálogo y en la búsqueda y potenciación de las áreas de acuerdo y consenso entre los diferentes actores que integran el marco constituido por los medios, de una parte, y la infancia y la juventud, de la otra. En este sentido, se han realizado una serie de entrevistas en profundidad, organizado reuniones, seminarios, lanzado propuestas y explorado sistemáticamente, el grado de acuerdo que podría concitarse sobre las principales cuestiones.

En una **primera etapa**, se ha recabado información directa sobre el problema, recopilado estudios, información y documentos –tanto los referidos al marco catalán, como aquellos otros correspondientes a España o a otros países de referencia– que pudiesen brindar información aprovechable, sugerencias o experiencias.

En una **segunda etapa**, han sido entrevistados algunos de los actores más significativos del ámbito de estudio: profesionales de la comunicación, educadores, profesores, responsables políticos, colectivos y asociaciones, expertos y estudiosos universitarios. La lista de personas entrevistadas aparece en el anexo de personas e instituciones consultadas.

**Finalmente**, se ha avanzado en la línea de establecimiento de consenso y acuerdo sobre las propuestas que se han ido elaborando a lo largo del trabajo. Tales propuestas han sido sometidas a tres foros de discusión escalonados:

- La discusión con la mesa y miembros del Foro de entidades de personas usuarias del audiovisual;
- La discusión con un grupo de expertos, conformado por especialistas en la materia, además de algunos de los actores ya entrevistados previamente.

De modo que las propuestas aquí presentadas, aunque sea informalmente, vienen respaldadas por buena parte de los actores que participan en el ámbito de estudio. Obligado es decir, en todo caso, que la asunción de estas propuestas no compromete, en ningún caso, a quienes, de un modo u otro, han participado en nuestro trabajo brindándonos amablemente su buena disposición, ayuda, experiencia y motivación.

### 3. Perspectivas

A lo que aspira este Libro es a abrir un horizonte. Se trata de obtener una visión sobre el entorno audiovisual que permita abrigar un grado suficiente de conocimiento y acercamiento, para su comprensión y seguimiento. Al mismo tiempo, el objetivo es abrir o completar cauces de participación y de acción que posibiliten orientar este entorno hacia lo que consideramos valores esenciales de nuestra sociedad, a fin de que los actores que intervienen en el ámbito audiovisual se doten de capacidades y competencias para la actuación consciente y para la realización de sus proyectos.

Este horizonte no es inmediato. Más bien señala un camino que se sostendrá a base de exploraciones compartidas, de acuerdos, de diálogo, incluso de rectificaciones y cambios de objetivos. Es la manera de afianzar los logros, de reconocerlos y de apoyarlos. Por tanto, la perspectiva de la que parte este trabajo no es el cambio inmediato ni un cambio que se apoye en la imposición de ninguna norma salvífica. La construcción de un entorno audiovisual adecuado para la educación es de tal complejidad y variabilidad que no puede sostenerse sólo en normas o en reglas. Mejor dicho, su vitalidad y, en consecuencia, su imprevisibilidad, es tan grande que relativiza el valor de cualquiera de esas reglas. Sólo puede fundamentarse en la instauración de un marco de valores compartidos, en el refuerzo de unos principios generales y en la consolidación de un sistema inteligente y sensible capaz de autorregularse con el fin de ir resolviendo problemas y encontrando soluciones empíricas.

No son, en este sentido, tan importantes los logros, como la capacidad de inventar o sostener nuevos logros, la capacidad intelectual, política y ética de estar a la altura de las circunstancias. Para ello es imprescindible la adquisi-

ción de una cierta conciencia colectiva sobre la importancia de la cuestión que aquí se trata. Las personas, en sus diferentes roles sociales, las instituciones, con sus cometidos específicos, los colectivos, con sus proyectos e inquietudes, tienen que conocer el alcance de los problemas, sus posibilidades morales y prácticas de participación y proyección pública. Tienen que encontrar las plataformas y ámbitos de diálogo, de atención y de confrontación y mediación sobre sus intereses al respecto. Tienen, finalmente, que afrontar un papel complementario con el de otras personas, instituciones y colectivos.

Todo ello sólo puede hacerse en el marco de una nueva responsabilidad. Responsabilidad que niega el nihilismo y la impotencia, es decir, el sometimiento a fuerzas sobre las que no se tiene capacidad de actuación; que, al mismo tiempo, se fundamenta en la posibilidad real de participación y de intervención; y que se regula sobre la base de unas referencias nítidamente compartidas, que, sin excluir la duda y la interrogación, sí se apartan de la incertidumbre generalizada y del pleno relativismo.

Hablamos de una responsabilidad compartida y solidaria en sus efectos, que abarca por igual a la industria de los medios que al sistema educativo, que concierne tanto a los responsables institucionales y políticos, como a las familias, y a las funciones sociales que cumplimos de modo particular y personal, que afecta tanto al ámbito público como al ámbito privado en que se asientan la ética personal y civil.

Es una responsabilidad compartida que exige la coherencia y el ajuste o la articulación de las partes, que, en consecuencia, se niega a complacerse con las acusaciones unilaterales o sesgadas, y que no acepta la *(des)responsabilidad* interesada, cualquiera que sea el principio que invoque. Del mismo modo en que con sólo respirar y relacionarnos con el oxígeno de nuestro entorno, estamos modificando nuestro medio ambiente, igual sucede con el entorno audiovisual. Una actitud familiar, una actitud escolar y educativa, política o comercial influye decisivamente en modificar el efecto o la validez de un flujo comunicacional. Pero todo se halla interrelacionado y si no hay equilibrio y coherencia entre las partes, difícilmente los resultados del sistema puedan contribuir a la exigencia de ningún fin racional y ético.

En este horizonte y en esta perspectiva se sitúa este Libro Blanco. Es un horizonte afianzado en la idea de la

responsabilidad general, de la coherencia y el equilibrio necesarios en la labor transversal entre las partes y en la necesidad del diálogo y la concertación, que, obviamente, reconoce la autonomía y la libertad de los actores.

Un horizonte que, porque se inspira en la responsabilidad, se puede construir en el marco de la más amplia libertad, y que afronta los fenómenos de la realización de la libertad, en todos sus órdenes, entendiéndolos como compatibles con el respeto a unos valores compartidos.

Hay también un doble reto asumido. Por un lado, el reto de la educación entendida como un proceso que abarca todas las esferas de la vida, la escolar, el ocio y la cotidianidad y que afecta a todas nuestras capacidades y potencialidades, no sólo a la de la infancia y la juventud. Un reto, cuya aceptación, es hoy más necesaria que nunca y más vital.

Por otro, el reto de encontrar el equilibrio para que los valores de la industria y del mercado audiovisual y los valores del civismo y de la sociedad política no se contradigan. Sólo si este equilibrio puede sostenerse con cuidado en el ámbito del entorno audiovisual para la educación –sin excesos por parte de unos y otros– los niños y los jóvenes encontrarán un medio adecuado a sus intereses, derechos y aspiraciones.

La condición necesaria, por tanto, es asegurar este equilibrio con una atención constante y una observación rigurosa. Ninguna confianza que no se base en los hechos comprobados puede asegurarnos el aprovechamiento de las oportunidades y el descarte de los riesgos. Se entenderá que este conjunto de análisis y propuestas se muevan en la discusión crítica, simultánea, del pensamiento de quienes sostienen la plena confianza en el mercado como una necesidad, y de quienes, por oposición, sólo confían en un dirigismo clarividente de algún tipo de institución. No nos situamos en ningún punto intermedio, sino en el reconocimiento de la obligatoriedad del consenso, del acuerdo explícito, del conflicto vivido como mediación y de la exploración constante de alternativas.

#### 4. Plan de exposición

En las páginas que siguen se abordan los grandes temas que organizan el entorno audiovisual en relación con la televisión. Se han dividido en tres partes de distinta dimensión y diferente tratamiento.

La primera parte introduce el tema desde una perspectiva amplia y teórica, señalando el enfoque del trabajo y proponiendo una visión sistemática. Se recogen allí los principios conceptuales necesarios para ordenar los problemas y las preocupaciones generales sobre la cuestión. Se ha dividido esta primera parte en dos grandes apartados:

1. El ambiente mediático en relación con niños y jóvenes.
2. Los contenidos *de riesgo* para jóvenes y niños.

La segunda parte profundiza, de modo preciso, en muchas de las cuestiones ya señaladas en la primera parte. Efectúa un repaso del tema de estudio a partir de los diferentes ámbitos de actuación de los que se compone, e involucra en su descripción la visión de los actores que participan en él. Estos ámbitos son los siguientes:

1. El consumo infantil y juvenil de medios.
2. La industria mediática y la oferta de programas.
3. La educación y los medios.

La tercera parte está destinada a presentar sugerencias y proposiciones. Se organizan, por ámbitos, del siguiente modo:

1. Conocimiento e investigación.
2. Información, formación, educación.
3. Producción audiovisual y difusión.
4. Participación ciudadana.
5. Regulación y autorregulación.