

francesa, preservació dels drets lingüístics, promoció de la producció pròpia canadenca i defensa del desenvolupament i l'aplicació de les tecnologies de la informació en els serveis dels ciutadans.

El cas de la Independent Communications Authority of South Africa fa especial èmfasi en la contribució a la defensa de la democràcia, el desenvolupament de la societat, la protecció de la construcció nacional, la igualtat de gènere i la protecció de grups històricament més desfavorits. Es potencia un sistema basat en tres sectors de radiodifusió: públic, comercial i comunitari. Els serveis de radiodifusió són controlats pels sud-africans.

El tercer cas estudiat, l'Ofcom al Regne Unit, és l'únic dels analitzats que planteja la promoció efectiva d'autoregulació, un debat generat en alguns fòrums d'abast internacional sobre les diverses particularitats de la regulació (com pot ser l'autoregulació i la coregulació), aspectes que preocupen més en societats que tenen una democràcia avançada.

Tanmateix, en aquest punt, trobem a faltar una justificació, encara que fos breu, sobre el motiu pel qual s'han elegit els tres casos analitzats i no uns altres. I també trobem que manca una reflexió final, a mode de conclusions, encara que el primer apèndix ja recull els elements essencials de la regulació considerats per l'autora, en format guió.

En resum, *Guidelines for broadcasting regulation* és una obra bàsica i rigorosa. Tot i que inicialment es pot pensar que les pautes que aporta Salomon estan dirigides especialment a estats en transició democràtica, també considerem que legisladors i responsables de les polítiques públiques de l'Estat espanyol haurien de tenir-les en compte a l'hora d'aprovar i d'aplicar la futura llei de l'audiovisual i la llei de creació de l'organisme independent de regulació audiovisual d'àmbit estatal. Poden semblar conceptes bàsics, però no podem oblidar que el Govern central, a maig del 2006, encara no ha creat un organisme regulador de l'audiovisual, element considerat imprescindible per al desenvolupament d'una democràcia plena i de preservació dels drets dels seus ciutadans i ciutadanes.

La pantalla, ni amiga ni enemiga sinó tot el contrari

FERNÁNDEZ CAVIA, JOSEP

La pantalla amiga? Nens i adolescents davant el nou entorn audiovisual. Tarragona: Arola, 2005

per Anna Estrada i Alsina, membre dels Serveis Tècnics del Consell de l'Audiovisual de Catalunya

"Ni apocalíptics ni integrats, sinó tot el contrari" és el títol del darrer punt d'aquest llibre i la perífrasi que defineix la postura de l'autor al llarg de tota l'obra. Aquesta actitud de Fernández Cavia converteix aquesta monografia en un excel·lent, i actualitzat, estat de la qüestió sobre la relació entre infants, adolescents i mitjans audiovisuals de comunicació i d'oci. Així, des de les primeres pàgines, l'autor ja deixa entreveure la sensatesa del seu punt de vista quan opina que "els mitjans –la televisió, internet, els videojocs, els telèfons mòbils– no són intrínsecament benignes o perversos. [...] La diferència està en els continguts que transmeten i en l'ús que se'n fa" (p. 23).

Aquesta obra s'estructura en tres grans apartats. A la introducció, l'autor recull la idea que els mitjans audiovisuals de comunicació i d'oci han col·laborat de manera important a crear un nou context social en què ser infant o adolescent no és el mateix que fa uns anys i, per tant, no es pot jutjar el que fan actualment els infants i adolescents des de la perspectiva dels adults i el record d'experiències pretèrites. La nova infància i adolescència es caracteritza, per Fernández Cavia, pel contacte quotidià amb una tecnologia que forma part de les seves rutines diàries i els fa veure i entendre el món de manera diferent de les generacions anteriors.

En aquest punt, l'autor introdueix el concepte *nou entorn audiovisual* per referir-se a tots els aparells i els mitjans que, a l'abast del consumidor infantil i juvenil, formen un continu gairebé sense diferenciacions. Fruit de la convergència de mitjans és normal trobar personatges, històries o entreteniments comuns en diferents pantalles (cinema, televisió, telèfon mòbil, PC, consola, etc.). A continuació, i per contextualitzar la informació que donarà després al lector, Fernández Cavia fa un repàs breu però interessant de les principals tendències dels mitjans audiovisuals d'oci i comunicació als quals actualment tenen accés infants i adoles-

cents (cinema, ràdio, televisió, internet telèfon mòbil, videojocs i publicitat). D'aquest repàs, se'n treuen idees tan importants com que els adults espanyols no són un bon model de referència quant al consum televisiu, la mitjana del qual supera bastant el consum d'infants i adolescents. També s'explica, entre altres coses, que els joves usen la connexió amb la xarxa internet per relacionar-se amb els seus amics i divertir-se, fet que contradiu el tòpic segons el qual els nous mitjans d'oci fomenten la soledat entre els adolescents, i que l'èxit abassegador dels telèfons mòbils és degut a l'ús que en fan com a eina d'intercanvi simbòlic, com a aparador representatiu de la seva identitat. Totes les dades hi apareixen justificades a través dels estudis i la bibliografia consultats.

En la mateixa introducció, l'autor explica un dels conceptes clau de la teoria de la comunicació actual, l'audiència activa. Aquest concepte, que, de fet, justifica la coherència de la posició mantinguda per Fernández Cavia al llarg de tot el text, defensa la idea que els públics receptors són capaços d'elaborar el missatge rebut i donar-li un sentit únic, individual, a partir de la barreja o negociació amb els propis coneixements, actituds i contextos personals. Aquesta teoria és, per l'autor, perfectament aplicable als infants i adolescents, que també tenen capacitat d'entendre els discursos audiovisuals i elaborar-ne les pròpies conclusions, habilitats que depenen de la seva formació –l'entorn social, familiar, escolar i l'alfabetització audiovisual.

Al final d'aquest apartat introductori, tan dens, Fernández Cavia analitza els mitjans de comunicació audiovisuals com a empreses. Davant l'accentuació del caràcter econòmic i industrial del sector, que ha provocat un notable deteriorament del producte televisiu, l'autor es mostra optimista i creu que la tendència dels mitjans de comunicació i d'oci com a plataformes de continguts que apelen a la part més bàsica i pobra de la condició humana, per les pressions del mercat i les dinàmiques de la societat de consum, pot canviar si la ciutadania exigeix uns mitjans a l'alçada de la intel·ligència i al servei dels valors humans més progressistes i socials. Per aquest motiu, repassa les principals mesures de regulació i autoregulació del sector audiovisual i ressenya les associacions de defensa de la persona usuària o de la persona consumidora audiovisual més importants de Catalunya i de l'Estat espanyol.

El segon gran apartat del llibre, "Educació i mitjans", fa

referència a la naturalesa i el funcionament dels mitjans en el paper de l'educació en aquest nou entorn audiovisual. Aquí, Fernández Cavia examina l'enfocament que des de l'educació s'ha donat a la innovació tecnològica i a la seva aplicació amb finalitats didàctiques. Després de resumir l'impacte de les Tecnologies de la Informació i les Comunicacions (TIC) en el sistema educatiu i exposar què s'entén per tecnologia educativa, l'autor entra de dret a reivindicar, com ja fa anys que fan alguns professionals de l'educació i de la comunicació, un lloc per a l'educació audiovisual a l'escola, també al nostre país.

Fins ara, la comunicació audiovisual ha reclamat d'entrar a l'escola com a objecte d'estudi, amb el propòsit d'educar en les particularitats del llenguatge audiovisual com a forma específica d'expressió i també per formar ciutadans i ciutadanes capaços de consumir críticament els mitjans de comunicació social. Això, segons l'autor, també hauria d'incloure l'educació per al consum responsable, ja que un consum excessiu i indiscriminat de mitjans audiovisuals de comunicació i d'oci impedeix fer altres activitats a la persona consumidora, que perd la iniciativa sobre el seu propi temps de lleure. La comunicació audiovisual també demana d'entrar a l'escola com a recurs pedagògic. I és que la psicologia de l'educació ha assumit majoritàriament que aquest tipus de recursos contribueixen a un desenvolupament més íntegre de la personalitat i de les capacitats cognitives de l'alumnat. Aquestes dues perspectives són les recollides per l'Eix Transversal d'Educació Audiovisual de l'anterior Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya. Ara bé, Fernández Cavia proposa afegir una nova dimensió per a l'educació audiovisual en l'educació obligatòria: la comunicació audiovisual com a agent socialitzador. L'autor creu que és imprescindible que l'educació audiovisual abordi en profunditat el paper socialitzador dels mitjans. Així, pensa que ha d'estudiar i treballar els efectes de la comunicació audiovisual sobre els individus i com es comporten, què pensen o què creuen aquests infants i adolescents que han nascut, crescut i s'han educat en un entorn densament poblat d'imatges audiovisuals.

Conscient que la comunicació audiovisual no ha trobat encara un lloc estable i definit als currículums de l'alumnat del nostre país, després de tants anys de presència a la vida quotidiana dels ciutadans, l'autor insisteix al llarg de tot el llibre, però sobretot en aquesta segona part, de la impor-

tància de la família en la relació entre infants i adolescents amb els mitjans audiovisuals d'oci i comunicació. Per Fernández Cavia, actualment la responsabilitat principal d'aquesta relació és dels pares. Només ells poden saber què veuen els seus fills, a què juguen, com passen el temps, gestionar tots aquests hàbits i intervenir-hi educativament.

En pro de la seva línia argumental, l'autor no estalvia, en aquesta part del llibre, l'exposició d'idees provinents de totes les postures, des de les més crítiques –que són les més abundants en l'àmbit educatiu– fins a les més favorables, sobre els mitjans audiovisuals de comunicació i d'oci i els continguts que aquests mitjans propaguen a la societat. Per Fernández Cavia, els mitjans de comunicació audiovisual poden i han de realitzar una funció cultural important amb referència als infants i adolescents, i al·lega la necessitat humana de nodrir-se de ficció –ja sigui a través de narracions orals, escrites o audiovisuals. Així, pensa que els plantejaments que critiquen el cinema o la televisió com a factors degradants de la cultura són injustos, perquè en tots dos casos es tracta d'una cultura popular i de masses, no equiparable a l'alta cultura que representaven els llibres al principi del segle xx, reservats a una petita part de la població. Continua existint, i és bo que sigui així, una alta cultura, que només extraordinàriament es vehicula a través dels mitjans, i una cultura popular que cerca, en principi, tan sols el pur entreteniment.

L'autor tanca aquest capítol amb una descripció de la presència de l'educació audiovisual –o alfabetització mediàtica o alfabetització audiovisual– dins de l'educació obligatòria actual al nostre país. Aquesta presència, tot i els avenços propiciats pels documents elaborats des del Programa de Mitjans Audiovisuals del Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya, no té en compte, encara, la integració dels continguts d'educació audiovisual al currículum comú de l'educació obligatòria amb un espai propi, sinó que continuen reduïts a alguns aspectes de l'àrea visual i plàstica i l'eix transversal.

El tercer gran apartat de l'obra desenvolupa, amb més deteniment, la nova dimensió que proposa Fernández Cavia per a l'educació audiovisual: la influència de la comunicació audiovisual sobre infants i adolescents. Conscient de la transformació radical de les formes de lleure infantil i adolescent en els darrers anys, i avalat per les aportacions de la perspectiva constructivista o cognitiva, l'autor desfa

alguns dels mites més recurrents en la representació, per part dels adults, del que són els infants i els adolescents com a consumidors, espectadors i usuaris del nou entorn audiovisual. Així, introdueix idees tan interessants com que les investigacions qualitatives realitzades per experts demostren que els infants, des de molt petits, desenvolupen unes habilitats, criteris i coneixements relatius als mitjans molt més evolucionats i independents del que els adults creiem, o bé que els grups d'edat inferior consumeixen a Espanya menys televisió que els grups d'edat superior.

A continuació, Fernández Cavia repassa alguns dels suposats efectes d'aquest tipus de lleure i comunicació sobre els coneixements, les actituds i els comportaments dels infants i els adolescents, i sintetitza quin és l'estat actual dels estudis referits al tema. En concret, se centra en les relacions entre televisió i família, en la publicitat com a estimuladora del consum, en les possibles connexions entre els mitjans audiovisuals i la sensació d'augment de la violència, en els problemes derivats de la representació de continguts sexuals a les pantalles, en els perills de l'addicció i en l'acció difusora, per part dels mitjans d'oci i comunicació, d'estereotips i representacions de la realitat marca-des ideològicament.

Aquest llibre no decep el qui, a més d'informació, hi ha acudit a la recerca de solucions. Per acabar, ja a l'apartat de conclusions del llibre, Fernández Cavia fa un seguit de reflexions generals que, bo i acceptant que parteix d'una perspectiva ideològica i ètica més o menys determinada, poden servir com a guia per als adults en el moment d'afrontar els assumptes plantejats al llarg del text. Coherent amb la resta de l'obra, l'autor clou amb l'advertiment següent: "Com a pares i educadors hem d'aprendre a defensar-nos i a defensar els nostres fills i alumnes d'allò que els mitjans puguin tenir de perjudicials, però hem d'aprendre també a aprofitar tot allò que tenen de bo, que és molt" (p. 184). L'exhaustivitat d'aquest volum, tot i la capacitat de síntesi demostrada pel qui l'escriu, s'arrodoneix amb un extens repertori bibliogràfic que convida a seguir la reflexió.

Comptat i debatut, som davant d'un llibre molt complet que afronta la relació entre infància i/o adolescència, mitjans audiovisuals i educació sense prejudicis i des de la sensatesa. En definitiva, el que podríem titllar de lectura obligatòria per a (no) professionals de l'educació o de la comunicació o d'ambdues coses, és a dir, per a tothom.