



a t.v. no mundo • traballando cos medios •
teledependentes • t.v. pro e contra •
sociedade comunicacional • a t.v. no mundo
• traballando cos medios • teledependentes

REVISTA GALEGA DE EDUCACIÓN

20 / Setembro de 1994

Publicación de Nova Escola Galega

Impresa en papel reciclado

Precio 800 Ptas.

Edita:

Edicións Xerais de Galicia

Subscripcións e correspondencia:

Doutor Maraño 12, baixo. 36210 Vigo

Director:

Manuel Bragado Rodríguez

Secretario de Redacción:

Antón Costa Rico

Consello de Redacción:

Xosé Ramón Bernárdez Pérez,

Xosé Manuel González Barreiro,

Rafael Ojea Pérez, Luis Otero Gutiérrez,

Miguel Vázquez Freire.

Consello Editorial:

Xosé Álvarez Castro,

María Dolores Candedo Gunturiz, Xosé M. Cid,

Agustín Fernández Paz, Narciso de Gabriel,

Emilio González Legazpi, Xulio Gutiérrez Roger,

Marilar Jiménez Aleixandre,

Xosé Ramón Lago Martínez, Xosé Lastra Muruais,

Ramón López Facal, Pedro Membiela,

Josefina Mosquera Roel, Xabier Puente Docampo,

Xosé Ramos Rodríguez,

Xesús Rodríguez Jares, Antón Rozas Caeiro,

Carmen Soto Carballada,

Mercedes Suárez Pazos,

Francisco Veiga García, Elixio Villaverde.

Deseño interiores e maquetación:

Diana Reiter / Xan Leira

Fotografías:

Cal 3, Celina, Manuel Sendón, Marga Sampaio,

Ánxel Iglesias, Manuel Vicente, Xexé.

A REVISTA GALEGA DE EDUCACIÓN non fai necesariamente súas as opinións nin os criterios expostos polos seus colaboradores.

A REVISTA GALEGA DE EDUCACIÓN non devolverá os orixinais que non solicite de antemán, nin manterá correspondencia sobre os mesmos. Prohíbese a reprodución total ou parcial dos artigos da revista sen citar a súa procedencia.

Procesado: FILMAK (Vigo)

Imprime: Gráficas NUMEN

ISSN: 1132-8932

Dep. Legal: C-22/1986

S U M A R I O

revista galega de educación

editorial

De 1984 a 1994: ¿a profecía cumprida? 2
Televisión e Educación 3

a T.V. no mundo

Os medios de comunicación e os xoves, SUSANA MENA 4
Televisión, infancia e mocidade no Brasil, XOSÉ MANUEL MORÁN 7

traballando cos medios

Televisión e Sistema Educativo: unha relación tormentosa,
ANTONIO CAMPUZANO RUÍZ 10
Mass-Media e Educación: unha débeda histórica,
COLECTIVO O TRINQUE 15
A experiencia de CENECA, XOSÉ LUIS OLIVARI 20
Educación e Televisión: ¿condenadas a entenderse?,
ALFONSO GUTIÉRREZ MARTIN 22

a T.V. pro e contra

Dúas canles cruzadas, ANTONIO TORRADO 28
Mantéñase lonxe do alcance dos nenos, ESTHER ROEHRICH-RUBIO 34
O libro, a tele e o frautista, JORGE RIOBOO 35
O imperio contrataca, XAN LEIRA 37

experiencias

O xoguete e a propaganda televisiva,
JOSÉ PALACIOS AGUILAR, MARIA CASTILLO OBESO 38
A publicidade e as mulleres. Como utilizar
a publicidade para coeducar,
GLORIA SONEIRA VEIGA, CARMEN GARCIA-RODEJA ARRIBI 61

teledependentes

Os efectos da televisión 43
Análise de contidos dos programas infantís de televisión,
EQUIPO MALAVISION 44
Nenos, televisión e violencia, LUIS MATILLA 51
Unha voz máis, M. ALONSO ERAUSKIN 56

análise

Norma e estandarización, análise da televisión galega,
MARIA CAMINO NOIA CAMPOS 66
Do alfabeto á imaxe, ANTONIO VIÑAO FRAGA 73

sociedade comunicacional

¿Pero en que realidade vives?, XOSÉ MARIA AGUILERA CARRASCO 78
Vermello, amarelo e verde, ALEX MENE 79
¿Houbo unha vez un mundo sen televisión?, 82

libros 84

pé de imaxe

Conclusións do III Congreso Internacional de Pedagogía da Imaxe
"Pé de Imaxe" 88

hemeroteca 90

humor 100

De 1984 a 1994: ¿A profecía cumprida?

1984 é o título dunha famosa novela do escritor británico Georges Orwell, unha das antiutopías emblemáticas do noso tempo. Nela descríbese, como é sabido, unha sociedade totalitaria na que a centralización e o control da información polo “Gran Irmán” constitúe o factor decisivo para a imposición e a conservación do poder. O instrumento dese control da información é unha gran pantalla de televisión, obrigatoriamente entronizada no salón de tódolos domicilios privados, mentres a cultura do libro é perseguida.

Hai dez anos escribiuse moito sobre o grao de cumprimento da profecía orwelliana. En xeral, os comentarios coincidiron en que os aspectos máis dramáticos da visión do futuro debuxada polo gran novelista afortunadamente non se tiñan dado. Aínda que efectivamente a televisión —díxose— ocupa xa un lugar privilegiado en tódolos fogares e é sen dúbida o medio de comunicación máis influínte, a pluralidade informativa nas sociedades democráticas evita o risco do control totalitario. Máis dun aproveitou esta reflexión para face-lo canto loubatorio das televisións privadas fronte ó modelo, pretendidamente menos pluralista, das televisións públicas.

Dez anos despois, desde Italia chegan uns sinais

desacougantes. O propietario das principais cadeas da televisión privada italiana, Silvio Berlusconi, demostra que se poden gañar unhas eleccións democráticas nun país desenvolvido sen necesidade de ter un partido político, nin un programa, nin unha ideoloxía definida. Simplemente mediante o control dos medios de comunicación, e moi en particular da televisión. E accede ó poder en alianza cos neofascistas. Da súa man, por vez primeira desde a fin da Segunda Guerra Mundial, un Estado europeo conta con ministros que reivindicán explicitamente a herdanza dos partidos nazi-fascistas.

Só a irresponsabilidade ou a inconsciencia poden negala transcendencia destes feitos para as sociedades democráticas.

Cabe, sen dúbida, obxectar que é posible aducir contraexemplos por medio dos cales probar que non é abondo co control dos medios de comunicación para garantir uns resultados favorables nunha consulta electoral. O máis salientado é o de Pinochet perdendo un referendun convocado desde o poder, coa oposición practicamente sen acceso á televisión para difundir os seus puntos de vista.

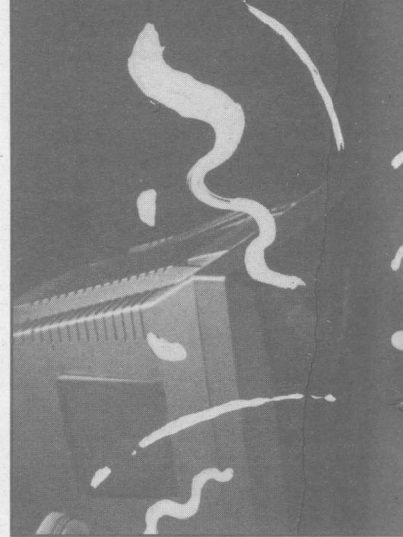
Naturalmente, a televisión non o explica todo. O fenómeno Berlusconi pre-

cisa ser explicado mediante a suma doutros factores: a crise económica, e, sobre todo, a corrupción xeralizada da clase política italiana, co conseguinte descrédito dos partidos políticos tradicionais entre os electores. Factores, por certo, que gardan certa analogía cos que precederon o acceso ó poder de Mussolini e Hitler. Quizais o Gran Irmán hoxe non adopte xa a forma sinistra e abertamente violenta dos vellos dictadores, senón a do “showman” promotor das “mamachichos” e patrocinador de equipos de fútbol. Pero quizais, por iso mesmo, a súa ameaza para as liberdades non sexa menor.

Neil Postman, ensaista estadounidense, ten advertido que o erro de Orwell estivo en crer que o poder televisual ía ser exercido mediante a represión aberta. Segundo a súa opinión, este poder aseméllarase máis ó control voluntariamente aceptado que Aldous Huxley describe en *Un mundo feliz*, a outra gran antiutopía literaria do século XX. A televisión actúa como o “soma”, a droga que arrebatada a liberdade e a capacidade crítica do individuo mediante un practiceiro embrutecemento. A televisión, dinos Postman, convirte todo en espectáculo e diversión, incluída a política, a educación, calquera manifesta-

ción cultural. Os espectadores asiduos da televisión —é dicir, a práctica totalidade da poboación— acabarán elixindo entre candidatos políticos rivais co mesmo criterio co que elixen entre ofertas de refrescos ou electrodomésticos, perdida a capacidade para discernir entre argumentos opostos, abandonada a vontade á preguiza da masaxe persuasiva da pantalla electrónica.

CELINA RAMOS/
J. VARCARCEL



Non é preciso aceptar integramente esta radical descalificación do medio televisivo, para comprender que hoxe é máis úrxente que nunca a satisfacción da teimuda reivindicación dos grupos de ensinantes que, desde hai xa bastantes anos, reclaman que a análise crítica dos contidos dos medios

de comunicación, e a lectura e a escritura de imaxes, sexan incorporados sen falta ó curriculum dos distintos niveis educativos.

Incorporación que require toda unha serie de medidas complementarias, sen as cales quedaría en simple enunciado no papel sen repercusións reais. Medidas como a adaptación sistemática das aulas e as novas construcións escolares ó uso dos medios audiovisuais, a dotación de aparatos e material de paso (videotecas, fototecas), a formación do profesorado etc. Cómpre recoñecer que os novos curricula, resultado da implantación da reforma educativa, algo teñen feito neste sentido. Pero cómpre recoñecer tamén que de xeito moi tímido e sen dúbida insuficiente.

Televisión e Educación

ESTE É O TEMA baixo o que se convocou o III Congreso de Pedagogía da Imaxe **Pé de Imaxe**, que organizou Nova Escola Galega, en colaboración coa Escola de Imaxe e Son na cidade da Coruña durante os primeiros días do mes de xullo deste ano de 1994. A REVISTA GALEGA DE EDUCACIÓN decidiu

ten, na nosa opinión, como principais indicadores:

1. O recoñecemento de que a televisión constitúe hoxe, **de facto**, un factor educativo de primeira orde, especialmente influente entre as novas xeracións, que non vai acompañado por un diagnóstico claro da natureza positiva ou negativa dese factor.

2. O recoñecemento paralelo de que a escola ata o de agora ten reaccionado timidamente diante desta modificación do entorno informativo e educativo dos e das escolares. Non se observa, polo momento, unha decidida intervención das institucións educativas e o profesorado en xeral no sentido de incorporar ó curriculum e ó traballo nas aulas contidos relacionados coas mensaxes transmitidas polo medio electrónico.

3. Tampouco existen datos suficientemente concluíntes sobre os potenciais que a propia televisión ofrece como recurso para o ensino-aprendizaxe, é dicir, como **televisión educativa** en sentido estricto. Como consecuencia, o uso da televisión nas aulas, así como a produción de programas especificamente pensados para a súa explotación educativa, responde máis a experiencias illadas e a iniciativas improvisadas que a proxectos convenientemente meditados e rigorosamente deseñados.

temente meditados e rigorosamente deseñados.

En conclusión, cabe dicir que a televisión é xa hoxe un dos factores educativos máis determinantes na formación das novas xeracións, mentres que, sen embargo, a escola nin a ten en conta desde o punto de vista da planificación curricular, nin a sabe aproveitar como nova tecnoloxía educativa.

Os artigos aquí recollidos, mostran varios aspectos deste debate: análises sobre os contidos dos programas de televisión en diversos países, con especial atención ós dirixidos especificamente á infancia e xuventude; estudos e opinións argumentadas sobre os efectos da televisión na infancia e propostas de modificación; experiencias de traballo na aula a partir dos contidos dos medios de comunicación, e especialmente a televisión; información bibliográfica sobre o tema.

En conxunto, esperamos que estas páxinas servan para proporcionar novos elementos que permitan ós lectores formarse unha idea máis completa sobre unha cuestión —as relacións entre televisión e educación— que sen dúbida é xa hoxe, e sobre todo está chamada a ser no futuro, un dos principais factores de cambio nos procesos educativos.



Entre as conclusións aprobadas polos asistentes ó III Congreso Internacional de Pedagogía da Imaxe "Pé de Imaxe", hai en particular unha que entendemos é o mellor colofón para esta urxente reflexión: a alfabetización democrática é hoxe en día inseparable da alfabetización audiovisual.

sumarse á convocatoria mediante a elaboración dun número monográfico extraordinario sobre este mesmo tema. Un número que nace sen ningunha pretensión de exhaustividade, senón só como unha modesta aportación a un debate aínda aberto, que

Unha visión desde Chile

Os medios de comunicación e os xoves

Susana Mena
ECO Chile

A autora analiza as experiencias chilenas de utilización dos medios de comunicación por parte dos xoves, tanto como consumidores como emisores. Propón que os medios ofrezan espazos de creación e expresión xuvenil de xestión autónoma.

OS XOVES non son considerados interlocutores válidos para os medios de comunicación. E cando os consideran, recorren en xeral ós presidentes de federacións estudiantís universitarias e ós dirixentes das xuventudes políticas, os que, sen deslexitimala súa representación, non son as instancias de maior participación xuvenil. O discurso oficial sitúa ós xoves nunha etapa de inexperiencia, polo que o seu deber sería capacitarse para o futuro. Deste modo, non resulta estrano entón que a opinión dos xoves careza de peso alén do testimonial.

Predomina nos medios de comunicación un discurso de integración non crítica nin creativa ó sistema, que termina por non recoñecer a heteroxeneidade dos xoves. Heteroxeneidade real. Hete-

roxeneidade que tamén produce e retroalimenta a dispersión e un precario nivel de organización do sector.

Dado o anterior, non é estrano que predominen os estereotipos xuvenís nos medios de comunicación. Visións polares que presentan, por un lado, ó “xove problema”: drogadicto, violento, descomprometido, agresivo, e no caso das xoves mulleres, adolescentes embarazadas; e por outro, “o xove todo pasando” un sen problemas, cheo de enerxía, beleza e personalidade, éxito total. Entre medias, de cando en vez aparecen algúns comprometidos, solidarios e deportistas.

Sen embargo, os xoves teñen opinión sobre as comunicacións, especialmente sobre os medios audiovisuais e miran cara eles con expectativas de satisfacer as súas necesidades de expresión, de creati-

vidade e de integración. Senón fose por isto, non se explicaría a enorme demanda xuvenil por carreiras como xornalismo, publicidade, comunicación social e audiovisual, etc.

Cabe destacar que si en xeral os xoves son marxina- dos, existen grupos dentro deles que o son aínda máis: os xoves pobres, as xoves mulleres que non parecen ter ningún outro selo de identidade que o de adolescente embarazada; e os xoves rurais e indíxenas.

DESCRIPCIÓN DO CAMPO

O consumo de medios

Os xoves son grandes consumidores de medios de comunicación, especialmente radio e televisión, como o sinalan moi diversas investigacións. Estes mesmos traballos confirman que se trata dun consumidor bastante crítico, que non “se traga” só contidos banais senón que tamén busca información e debate, e que claramente distingue como e en que medida é representada a xuventude, as súas necesidades e os seus problemas.

A oferta dos medios

Como xa se sinalou, a oferta dos medios de comu-

nicación para o público xove en Chile ten sido escasa e con tendencia a uniformarse. Por anos, a TV saturou cos video clips e agora de xeito tímido abre algún espazos que propenden á expresión dos xoves. Máis, en xeral, nin os programas xuvenís nin outros espazos televisivos resolven a gran demanda de identidade dos xoves nos hábitos de recoñecemento afectivo, emocional e sexual; de exploración da diversidade local e laboral-profesional. Maior éxito de identificación se logra nos espazos adicados ós estudantes de secundaria e moita maior distancia co segmento comprendido entre os 18 e os 25 anos. Este é un público moito máis diverso, que organiza ademais o seu tempo de modo moi variable, polo que tamén os horarios de exposición diante da TV son moito máis flexibles, o que complica ós emisores. A TV na súa oferta específica xuvenil ten sido errática e pouco aberta á proxectos independentes.

A expectativa xuvenil énchense ás veces a través de programas de debate e de reportaxes, como algúns capítulos de *La manzana de la discordia* e *Informe especial*. O primeiro, dalgún modo, permitiu que os xoves fosen protagonistas e se

.....

Os xoves en Chile

son grandes consumidores
de medios de comunicación,
especialmente de radio
e televisión.

.....

expresasen coa súa lingua-
xe, o que produciu un alto
impacto. Respecto de *In-
forme Especial*, en cambio,
se ben se valora o mostrar
"a fondo" unha realidade
xovenil sen tapuxos, soe
quedar o sabor amargo do
sensacionalismo.

Os xoves son público fixo
das radios, especialmente
FM, as que lle piden espe-
cialmente entretemento.
Ademais, a estrutura da
FM non permite e polo tan-
to non fomenta tampouco, a
participación do público
máis alá da solicitude dal-
gunhas cancións.

En materia de audiovi-
suais, os xoves son asiduos
consumidores do vídeo clu-
be e do casete, o que lles
permite dalgún xeito, acce-
der a un mercado que suple
e expande a oferta dos me-
dios masivos.

Respecto da prensa es-
crita, os xoves en xeral non
mercan diarios ou revistas.
Acceden a aqueles que os
seus pais ou familiares
escollen, aínda que a oferta
non é neste caso moi varia-
da. Cómpre atar, en todo
caso, *Zona de Contacto* (do
xornal *El Mercurio*); ten
sido unha experiencia bas-
tante exitosa, precisamente
porque asume algunhas
claves xuvenís: baséase for-
temente na participación
dos xoves a través de car-



CELINA RAMOS

tas e aportes literarios (que
veñen de máis de dez talle-
res que alimentan a sec-
ción); respéctanse bastante
as opinións dos colaborado-
res en cuestións políticas,
culturais e outros temas
como o sexo, a relixión e as
relacións afectivas; e asú-
mese de forma neta a lin-
guaxe xuvenil.

OS XOVES COMO EMISORES

Dado o anterior non é
estranho que existan gran-
des barreiras para que os

xoves desenvolvan as súas
propias experiencias de
comunicación e para que
estas trascendan o círculo
estreito dos amigos. Son
moitos os xoves que teñen
proxectos de comunicación,
pero poucos os que conqui-
ren levarlos a cabo.

Dunha parte, os xoves
son moi celosos da censura
e límites, negocian pouco e
rapidamente desisten. Os
medios masivos, pola súa
parte, temen a transgresión
dos xoves, as súas aprecia-
cións e a súa linguaxe...,
mesmo medios que se defi-

nen como progresistas e
alternativos.

Os medios masivos, ade-
mais, non están tan dispo-
tos a arriscarse por ideas
non probadas, impulsadas
por descoñecidos, sen ga-
rantía de éxito.

De tódolos xeitos, os
xoves desenvolven as súas
propias experiencias de
comunicación. Moitos son os
que experimentan co vídeo
(máis homes que mulleres)
chegando a conformar equi-
pos de vídeo comunais e
locais. A escasez de recursos
técnicos e económicos aten-



CELINA RAMOS

ta contra a continuidade destes proxectos, pero existe un "saber facer" e o acceso á cámaras e outros equipos constitúe un enorme potencial. Proba de tal é a alta participación na Segunda Mostra de Vídeo sobre Economía Popular na Feira da Solidariedade á que concorreron 17 vídeos realizados polos comunicadores populares, a maioría deles xoves. Por outra parte, existe un basto grupo de realizadores que son profesionais ou aspiran a selo, pero que teñen as dificultades xa sinaladas para acceder aos medios masivos. A maioría das veces chegan a eles pola vía da publicidade.

Na radio, se ben as emisoras comerciais son as máis permeables, hai numerosos casos en que os programas creados e xestionados polos xoves rematan por roces e problemas de censura. Ademais, as radios xeralmente ceden o espazo e aos xoves xestores fáiselles imposible soste-la xestión por moito tempo, sen percibir remuneración ningunha.

En materia de prensa escrita e gráfica hai máis experiencias de diversos calibres e alcances. Varios grupos experimentaron con medios de circulación pú-

blica, sempre con grandes sacrificios económicos e sorteando, moitas veces, distintos escollos de censura e descalificacións. Nos sectores populares existen algunhas experiencias de boletíns xuvenís, a maioría de corto alcance e que se desenvolven xunto a outros medios gráficos, artísticos e intervencións de animación cultural.



Existen tamén os "fanzines", revistas e publicacións de circulación restrinxida que editan xoves militantes de grupos e tendencias rock. Son publicacións de baixas tiradas que só circulan e se venden en lugares onde estes grupos se reúnen co fin de intercambiar información e reforzar rasgos de identidade. Existen, polo menos, de 6 a 8 publicacións nacionais, de bastante regularidade, a pesar de que aparecen dúas ou tres veces por ano, e que tamén conectan a estes grupos cos seus símiles doutros países, especialmente do norte de Europa (Dinamarca, Suecia, Noruega...).

Por último, destacan algunhas iniciativas que abren unha pista de co-xestión entre grupos xuvenís e os gobernos municipais. Trátase de espazos no xor-

nal comunal. (*Página siete* en Conchalí) ou de xornais Murais auspiciados polos concellos (*El Aullido* en La Florida), no que os xoves (ou polo menos unha parte deles) expresan e interpretan o sentir xuvenil con bastante liberdade. O problema da autonomía e do límite que impón o financiamento municipal é unha tensión permanente para a xestión destes espazos. Sen embargo, semella ser unha pista viable para resolver, cando menos en parte, a cuestión dos recursos.

COMUNICACIÓN XUENIL E DESENVOLVEMENTO



Se se quere que os xoves participen do desenvolvemento hai que estar dispostos a escoitalos nas súas distintas e disonantes voces. Non se pode agardar, no abrir un espazo de expresión, só un coro de aprobacións. E, máis alá aínda, haberá que crea-las condicións para que moitos xoves postergados poidan efectivamente expresa-las súas demandas, as súas opinións sobre a oferta que o país lles fai e, finalmente, as súas propostas ou contrapropostas.

Si partimos do anterior, é claro que a actual situación chilena non resolve para nada as demandas de comunicación do sector xuvenil. De partida, non reconece a súa diversidade e non lle dá espazo para que se exprese. Se non nega, en cambio incomódase polas discrepancias, a veces opresivas, dos xoves cara o sistema imperante en toda orde de cousas: política, económica, cultural, social.

As experiencias desenvolvidas polos propios xoves teñen en xeral, un alcance limitado, que non chega a satisfacer a necesidade de interlocución co resto da sociedade e menos nunha situación de igualdade de oportunidades, é dicir, nunha situación de lexitimidade. Estas iniciativas tampouco resolven a necesidade de formular á sociedade o seu aporte crítico.

Por fin, os desafíos arredor da cuestión son inmensos. Teñen dúas vertentes que se reforzan entre si. Dunha parte, é vital desenvolver e fortalecer a expresión autónoma, con continuidade e desenvolvemento no tempo, para así constituír identidades, perfilar demandas e propostas, implementar experiencias de xestión. Doutra parte, urxe tamén unha maior colaboración de parte dos medios de comunicación social para supera-los estereotipos, ou polo menos non axudar a difundilos e sacralizalos socialmente.

Reconece-la diversidade do mundo xuvenil e incorpora-la a espazos informativos, de debate e de opinión. Sería desexable que os medios corresen o risco de abrir espazos de creación e expresión xuvenil, de xestión máis autónoma. Cousa que implica afastarse da tiranía do "raiting".

S.M.

Televisión, infancia e mocidade no Brasil

Xosé Manuel Morán

A TELEVISIÓN en Brasil é predominantemente comercial, segue o modelo norteamericano e, principalmente desde a Segunda Guerra Mundial, a influencia norteamericana na cultura é determinante, superando modelos europeos que ata entón eran os máis importantes.

A televisión en Brasil, ó asociarse coas empresas capitalistas máis avanzadas, pola publicidade, conseguiu evolucionar rapidamente, tornándose o medio de comunicación hexemónico, desenvolvendo unha lingua-

O autor analiza a programación das canles comerciais e públicas brasileiras dirixidas a nenos e mozos. Determinadas experiencias brasileiras demostran que a televisión comercial tamén pode ser crítica e creativa.

xe áxil, unha forte inclinación á ficción, consagrando o xénero novelístico (a telenovela), onde acadou un **know-how** recoñecido pola venda dos seus produtos a máis de cen países.

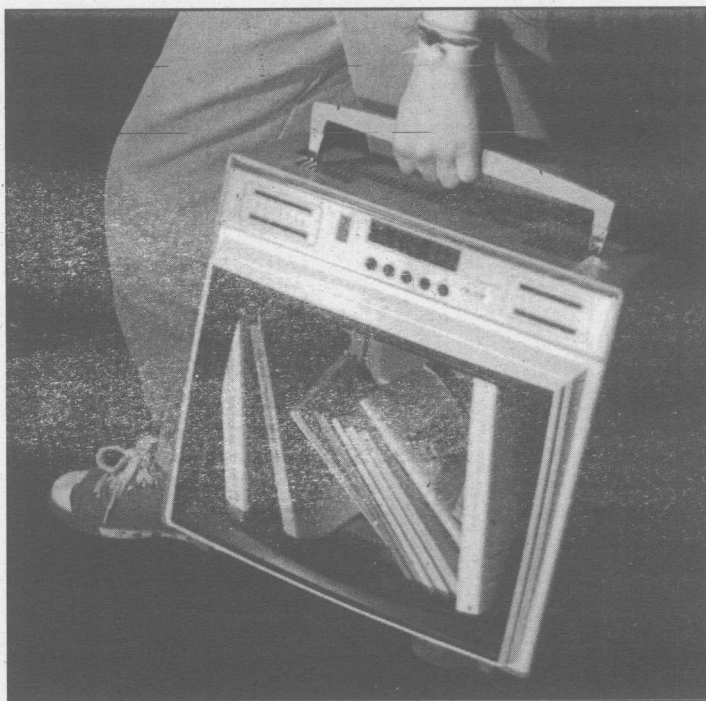
Dentro deste panorama,

destaca unha gran rede, a TV Globo, e unha segunda, máis nova, pero que está a conseguir pouco a pouco aproximarse a Globo, denominada SBT (Sistema Brasileiro de Televisao). A TV Globo é comandada por un

xornalista e empresario, Roberto Marinho, de gran influencia en tódolos campos da economía, da política e da cultura, que mestura unha visión conservadora politicamente cunha decisión e innovación empresariais notables. O STB é dirixido por Silvio Santos, gran presentador de programas de audiencia e empresario con raíces populares e unha comunicación extremadamente directa co público e politicamente conservador. As dúas redes conseguen a maior audiencia tanto nos programas infantís como nos demais tipos de programa.

CELINA RAMOS / J. VARGAS





A primeira constatación da relación televisión e infancia no Brasil é que os nenos e nenas asisten máis a programas de adultos que ós seus programas específicos. Varias pesquisas mostran que o horario de maior audiencia da televisión, tanto para a infancia como para os adultos, é das 18 ás 22,30 horas. Neste espazo, denominado nobre, temos novelas, telexornais, programas de variedades e soamente un programa para xoves, na televisión comercial, que se chama *Programa Livre*. Os rapaces e rapazas están vendo outros programas, moitos deles con temáticas bastante avanzadas en novelas, como a eutanasia, o suicidio, as relacións homosexuais masculinas e femininas; múltiples formas de violencia física, psíquica e social; innúmeras situacións de relacións afectivas e eróticas, as veces con certa crueza; o aborto practicado ou a decisión de practicalo; os conflitos da fecundación in vitro ou de probeta.

Os telexornais están moi ben feitos tecnicamente, pero neles abundan as técnicas de ficción. Predominan as noticias sensacionalistas, contadas como historias con suspense, división entre bos e malos, excesiva atención á violencia física: asaltos, roubos, secuestros, estupros, moitas veces mos-

trados en vivo, principalmente nun programa de gran impacto nos rapaces de clase baixa (que son a maioría en Brasil) chamado *Aquí e Agora*, onde os xornalistas van xunto cun policía na persecución dos ladróns, sen cortes, con pouca edición, utilizando o plano-secuencia, deixando á cámara camiñar xunto coa noticia, cunha narración suxeitiva de gran poder emocional.

Estes son os verdadeiros programas infantís, os que son vistos pola maioría dos rapaces e rapazas, os que son preferidos por eles e elas cando preguntamos (e eu fixen ese inquérito) que programas de televisión son os que máis lles gustan: normalmente prefiren os programas de adultos. Neste sentido a televisión no Brasil coloca á infancia diante dun mundo excesivamente violento, que non asusta a un rapaz que mora nas cidades populosas, como Sao Paulo e Rio de Janeiro, pero que exerce un tremendo impacto nos rapaces do interior do país, onde a urbanización non é tan dramática.

A infancia no Brasil ten un brutal contacto físico cunha realidade cruel e desigual e a televisión, se ben oculta as causas estruturais, mostra moitas manifestacións da violencia, que en parte coñece por experiencia, ou por relatos dou-

tros rapaces (pensemos no impacto no Brasil das reportaxes sobre nenos de rúa asasinados en Rio de Janeiro por bandas parapoliciais). Iso, entre outros factores, amadurece precozmente a estes rapaces, expóñeos a problemáticas complexas sen aínda estar fisiolóxicamente e psicolóxicamente preparados e, normalmente, a escola non ten un proxecto para incorporar-la problemática da televisión ó seu currículo educacional, isto é, a escola, como un todo, ignora á televisión como a principal axencia educadora dos rapaces e rapazas en valores, actitudes e modos de velo mundo.

Falando especificamente dos programas infantís e para xoves, aínda predomina o programa comandado por presentadores xoves, cuia máis coñecida expresión é a Xuxa. Ata 1993 ela tivo un programa diario na TV Globo chamado *Xou da Xuxa*, que ocupaba practicamente toda a mañá, con moito éxito (así como o está a conseguir en moitos outros países), que se apoia-

inaccesibles para a maior parte dos rapaces, e explotado comercialmente polas empresas da propia presentadora.

Xunto cos xogos e os premios, a presentadora Xuxa dá consellos sobre bo comportamento, sobre mellora de hábitos de hixiene, sobre obediencia ós pais, sobre dereitos da infancia. Desenvolve, en fin, un papel educacional relevante e contradictorio, nun país onde moitos rapaces e rapazas abandonan a escola despois dun ano ou dous, e onde ten a adhesión irrestricta de millóns de amigos-consumidores. O programa intercala debuxos animados, novos e vellos, tamén de gran aceptación polo público infantil.

Ese modelo de programa -se ben ten sido substituído na Rede Globo por outro chamado *TV Colosso*, con monecos que simulan unha emisora de televisión e continúan presentando debuxos- vén sendo copiado por outras xoves presentadores -como Angélica, Mara, Marian- en varias canles, constituíndose en copias ou

.....

A escola brasileira non ten un proxecto para incorporar-la problemática de televisión ó seu currículo.

.....

ba no carisma comunicativo e sensual da presentadora, unha mestura de menina e muller, con impacto tamén no público adulto. Xuxa dirixía xogos, con premios con produtos de marcas coñecidas, que facían **merchandising** descarado, con incentivo ó consumo de produtos de masas e de produtos caros, moitos

variacións dun mesmo programa, o da Xuxa.

Nos últimos tres anos, vén destacándose e obtendo un crecente éxito a TV Cultura de Sao Paulo, unha televisión pública estatal, que transmite por satélite para todo Brasil e que vén producindo programas infantís innovadores, cunha imaxe televisiva avanzada e novos

.....

Os programas infantís máis creativos están nunha televisión pública.

.....

contidos. O programa máis interesante chámase *Ra-Tim-Bum*, para nenos e nenas de ata 7 anos, con episodios de curta duración, con informacións simples, cheas de humor, e varios tipos de historias. É unha versión actualizada do norteamericano Barrio Sésamo (*Sesame Street*), con recursos avanzados de infografía, bos autores, e que gañou premios en varios países como mellor programa infantil. Os nenos e nenas están asistindo a este programa e a outro denominado *O Mundo da Lúa*, un serial con historias de un neno de arredor de 7 anos que vive dúas situacións, unha real, dentro da súa familia, e unha imaxinativa, equivalente.

Os dous programas foron patrocinados por grupos empresariais brasileiros, obtendo un gran recoñecemento da crítica e unha relativa boa audiencia. Se fosen exhibidos na Rede Globo, o seu éxito multiplicárase dez veces, polo menos, e tería unha repercusión moi superior. Acontecería como na década dos 70, en que a mesma TV Cultura produciu e adaptou para Brasil o Programa Vila Sésamo, pero soamente tivo unha audiencia masiva cando a Rede Globo comprou os dereitos e o exhibiu.

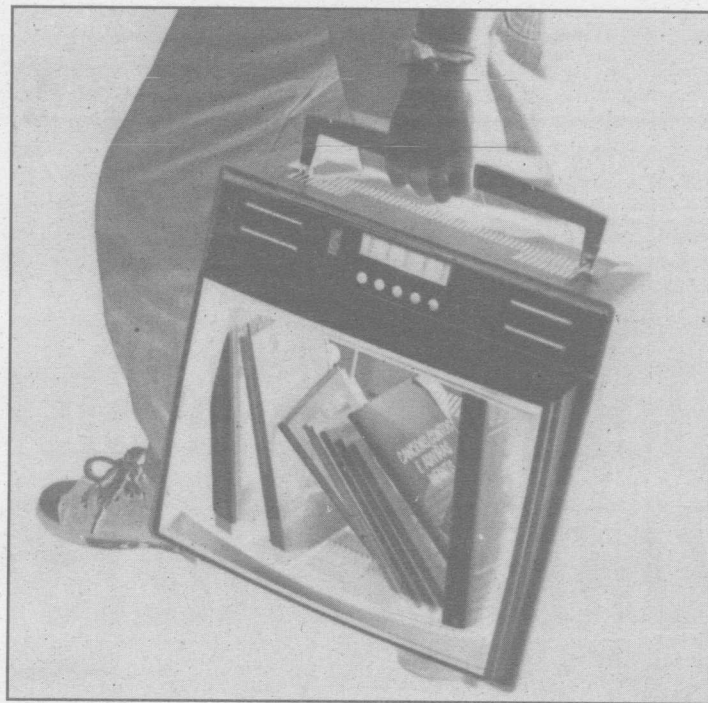
PROGRAMAS DE TELEVISIÓN PARA XOVES

Os xoves existen na televisión e saben falar. Afirmación banal. Pero hai pouco tempo que a televisión pasou a pensar nos xoves como seres falantes, ademais de consumidores. O *Programa Livre* de Serge Groisman vén probando fórmulas de programas que estean máis próximos dos xoves, desde o anárquico *TV Mix* da Televisao Gazeta, ata a moderada *TV Cultura*, ata chegar ó equilibrio no SBT - Sistema Brasileiro de Televisao.

O recoñecemento da importancia do *Programa Livre* foi confirmado o ano pasado co seu paso da tarde para o horario nobre da noite. O programa reúne xoves de varios colexios e diversos adultos convidados, na primeira parte, normalmente relacionados cun asunto de interese do público. Na segunda parte, acostuma ser chamado un cantante ou conxunto musical, que fai o programa máis animado e leve.

O programa aseméllase a outros de estudio, pero posúe a lexeza da condución do presentador, a axilidade das cámaras na busca de novos focos de atención, a variedade de textos mostrados na pantalla, e a alucinante integración de imaxes, palabras e frases coloridas e chamativas, que exhibe intuitivamente fórmulas de comunicación que funcionan co público xove.

Os xoves queren participar, e están inquedaos. Hai momentos en que se manifestan nas rúas cos seus rostros verde amarelos, a súa indignación berrada ó unísono dos pasos nas rúas. Son momentos especiais. Na televisión, encontran un paralelo semellante nos videoclips da MTV (Musical



Television), nos seus extrovertidos presentadores, moi orixinais no estilo, pero extremadamente superficiais nas ideas presentadas. No *Programa Livre* os xoves poden preguntar e responder, aplaudir e facer barullo, xogar seriamente cos asuntos do seu maior interese.

Participar é a palabra clave que explica o éxito do programa, e a reclamación xeralizada cando nas reposicións, durante as vacacións do verán, o SBT mutilou varios programas, cortándolos bruscamente, atento soamente á loita feroz pola competición con TV Globo, buscando comeza-lo film no mesmo momento que a concurrencia. Os xoves están atentos, amósanse como son, sen rodeos, con timidez ou ousadía, pero sempre sen subterfuxios hipócritas.

O papel educacional do programa é extremadamente relevante. Xogando ensina, discute, mostra, estimula, apoia. Toca asuntos que a maior parte das escolas escamotea. E mesmo que, nalgúns programas, se bordeie unha certa confusión ó final, pola contradicción entre as opinións e porque a propia televisión ten medo de se comprometer, o saldo é altamente positivo, pois deixa cuestións, dúbidas, inquedaanzas, para que cada un poida traballar despois só ou noutros espazos como a escola.

Os profesores adoitan eludi-lo programa. Moitos nin sequera o seguen, ocupados con pesadas clases e rotinas repetitivas. É a hora de trae-lo programa ás escolas, para ampliala discusión de asuntos relevantes, moitas veces tolleita polo tempo e a dispersión propia da televisión. É a escola o lugar de organización do coñecemento, de afondamento das cuestións máis importantes da nosa vida, de falar do que realmente interesa.

En síntese, a televisión chega a nenos e xoves en tódolos horarios. Nos programas para todos -a noite- a televisión ten unha programación bastante agresiva, nos temas que presenta e na forma de presentalos. Os programas infantís máis creativos están nunha televisión pública, que ten unha boa imaxe, boa crítica, pero non o público masivo. Para xoves hai dúas opcións diferentes: a canle MTV-Music Television, un conxunto de programas musicais da TV por cable norteamericana, abrasileirados, e cunha linguaxe moi áxil. O principal programa é o *Programa Livre*, nun horario nobre, e que mostra que a televisión comercial tamén pode ser crítica e creativa.

X. M.M.

* **Xosé Manuel Morán** é profesor de televisión da Universidade de Sao Paulo - Brasil. Autor dos libros *Como ver televisión* e *Lecturas dos Medios de Comunicación*.

Televisión e Sistema Educativo: Unha relación tormentosa.

Antonio Campuzano Ruíz

O autor membro de APUMA (Asociación de Profesores-as Usuarios de Medios Audiovisuais) propón unha serie de directrices para traballar no sistema educativo: incluí-los medios de comunicación como tema transversal, buscar vías para unha televisión alternativa a pequena escala e desenvolve-la alfabetización audiovisual.

O MEDIO E O SEU CONTEXTO

Dicir que a televisión é un medio de comunicación empeza a ser insuficiente e, en ocasións, falso. A súa importancia crecente no mundo financeiro e na administración (Chomsky e Herman, 1990), que aparentemente se está a transformar nunha parcela do anterior, indúcenos a cambia-la nosa percepción dos medios como sistemas de comunicación, por unha nova misión como produtos de mercado (Hammelink, 1991).

Parece razoable pensar que a importancia crecente da economía en prexuízo da política, (consecuencia do intento de implantación da "sociedade de mercado" dos neoliberais e dos ultraliberais), obrigue a proporcionar (en termos de mercadotecnia) ou reorientar os elementos dominantes da estrutura social para evitar que entren en conflito. A mercantilización e a privatización son as "boas"

direccións neste sentido e a inclusión ou disolución do "servicio público" no "mercado", un efecto (¿perverso?) a curto ou medio prazo (Campuzano, 1993).

Os "media" suxeitos ó imperativo do mercado quedan baixo a dependencia das fontes de información e, neste caso, o que paga, e por tanto o que manda, non é o destinatario, senón o sector publicitario e a Administración.

Para ilustrar esta afirmación, algúns datos. En 1.989 os diarios españois tiveron uns ingresos de 242.500 millóns de pts. (77,9%) por publicidade e 69.000 millóns (22,1%) por vendas e subscricións (Estimacións de JWT segundo Díaz Nosty, 1.990), isto ocorre en medios de pago, a radio e a televisión na meirande parte non se pagan en España e están aparecendo xornais gratuítos, cun ritmo crecente, nos países do noso entorno económico.

No ranking de anunciantes de 1.991 en España, os

INGRESOS DOS XORNAIS ESPAÑOIS EN 1.992

	Publicidade	Vendas	Outros	TOTAL
EL PAIS	23.385	13.481	608	37.474
La Vanguardia	14.068	6.533	4.236	24.837
ABC	13.187	9.353	418	22.958
DIARIO 16	7.938	5.546	430	13.814
EL PERIÓDICO	6.441	5.305	811	12.557
EL MUNDO	4.990	6.385	250	11.625

FONTE: Díaz Nosty, 1.993 Pax. 69

"RANKING" DE ANUNCIANTES EN 1.991

	Millóns de pts.
1 Ministerios	10.385,5
2 Grupo Seat-Audi-Volkswagen	9.261,5
3 Fasa-Renault	9.017,7
4 Citroën-Hispania	8.705,2
5 Grupo Nestlé	7.606,7
6 El Corte Inglés, S.A.	7.424,5
.....	
20 ONCE	2.703,3
30 Iberia, Líneas Aéreas	1.760,8
31 Cia. Telefónica Nacional	1.710,2
32 Tabacalera S.A.	1.677,9
34 Renfe	1.625,8
38 Comunid. Autón. de Cataluña	1.433,5
64 Comunid. Autón. de Madrid	998,7
74 Comunid. Autón. de Valencia	855,4
94 Comunid. Autón. de Galicia	700,5

Anuario de EL PAIS 1993, citando 1992 Anuario de la publicidad. Nielsen/Repress.

traballando cos medios

ministerios aparecen no primeiro lugar con 10.385 millóns de pesetas.

A administración ten ademais outras formas de controla-los medios, no caso da televisión, as licencias de emisión e sobre todo o prezo político do aluguer da rede de retidores terrestres (RETEVISIÓN) ou as canles do satélite Hispasat.

A AUDIENCIA COMO PRODUCTO

Neste marco funciona a teoría de Dallas Smythe. Para Masterman (1993) "A tese da obra máis importante de Smythe, *Dependency Road*, é que os produtos principais dos medios de comunicación comerciais no capitalismo monopolizador non son os programas, os xornais ou as revistas, senón as audiencias, ou con maior precisión, "o poder das audiencias". Para Masterman "Os mass media comercializannos a nós -A audiencia- baseándose non unicamente nas nosas dimensións ou características, senón tamén na competencia, adquirida pola nosa propia conta, de autocomercializarnos." Xa que isto é o que facemos cando nos sentamos diante do televisor: ofrecérmonos para que o medio nos agrupe en lotes de milleiros e nos ofrezca ós anunciantes. O número de consumidores convértese nun dos elementos clave da programación, porque así o requiren os plantexamentos publicitarios ou os propagandísticos. E o consumidor pasa a ser consumido polos anunciantes e polo anunciado, e ós "media" xa non lle importan as súas necesidades ou intereses, senón o seu número. Os media transforman o espectador, o oínte ou o lector en obxectos de consumo.

UN MODELO PARA A EXPLICACIÓN DO MEDIO

O modelo da televisión como medio de comunicación, en termos de emisor, receptor e mensaxe xa empezou a ser posto en dúbida por Mc Luhan cando dixo que a mensaxe é o propio medio. Un modelo máis acorde coas tendencias dos medios de comunicación nos anos noventa expresadas por Hammelink (universalización, oligopolización e comercialización) sería o seu recoñecemento como industria cultural. Neste caso poderíamos falar da televisión como unha sociedade anónima de servizos (algunhas veces excesivamente anónima) controlada ou participada por diferentes empresas e grupos financeiros, en moitas ocasións alleos ó mundo da comunicación, que produce uns tipos de audiencias (segundo os segmentos da grella de programación) para vendelos ós seus anunciantes.

Este labor de produción de audiencias non consiste unicamente en facer paquetes de espectadores, senón tamén moldealos cunhas características adecuadas ós seus compradores (consumismo, pasividade, conservadurismo, etc.). Para Postman a televisión impón un estilo de vida, un tipo de relacións humanas, de ideas... xa que para el: "Non hai audiencia o suficiente como para quedar excluída da televisión. Non hai pobreza tan abxecta como para se ver privada da televisión. Non hai educación tan elevada que non poida ser modificada pola televisión. E o máis importante de todo, non hai temas de interese público -a política, as novas, a edu-

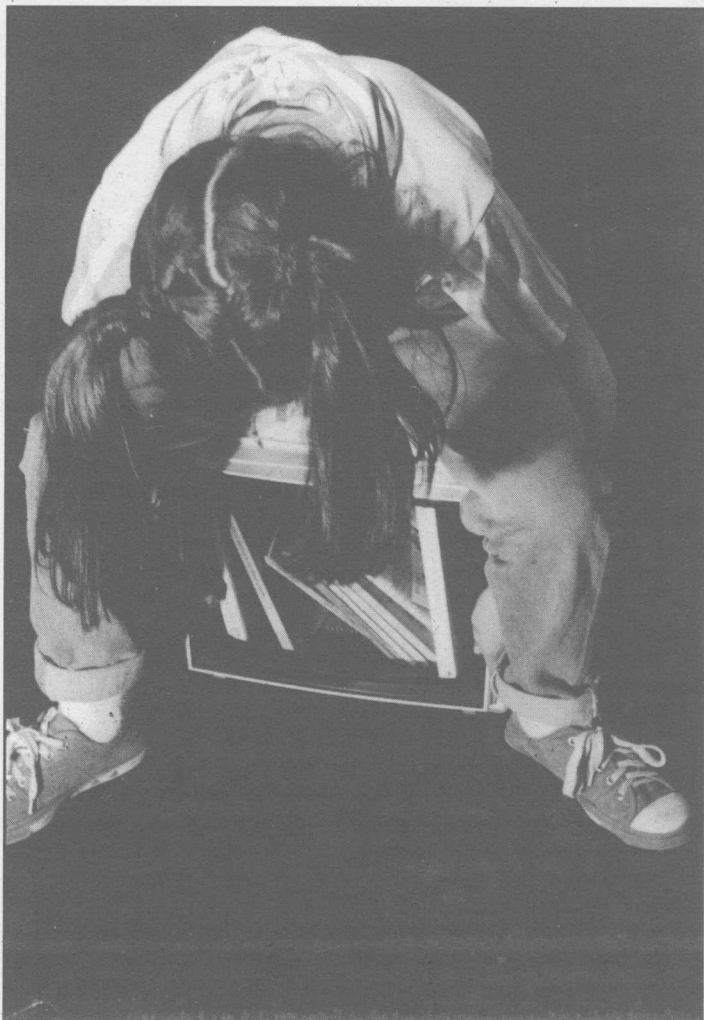


A concepción urbanística actual, acorde coa filosofía liberal, favorece o individualismo (privacidade) e o illamento. As casas son reducidas e a súa propia estrutura non facilita a vida social no seu interior. Nesta vida urbana o ocio gratuito consiste en ver a televisión e pasear por hipermercados e parques.



cación, a relixión, a ciencia ou os deportes- que non cheguen á televisión. O que significa que toda comprensión pública destes temas estará influída por eles" (Postman, 1991).

Que a televisión non ten como obxecto principal á audiencia senón ós anunciantes dedúcese do escaso respecto que amosan as cadeas polo espectador en cuestións como a contrapro-



CELINA RAMOS

traballando cos medios

gramación ou as contínuas interrupcións para introducir publicidade, aínda a costa de non respectar a lexislación vixente, o que demostra que tampouco a

cámara debería estar a un lado da calzada ou en picado sobre ela, e neste caso o rendemento publicitario sería inferior.

Dende este modelo explicativo, unha televisión educativa, de servizo público, etc. podería resultar moi interesante e positiva para a audiencia pero case imposible na práctica. Postman di que co discurso televisivo resulta difícil tratar en profundidade calquera tema e pregúntase como farán os indios, coa súa linguaxe de sinais de fume, para falar sobre Kant.

televisión e pasear por hipermercados e parques. As inclemencias meteorolóxicas favorecen ós centros comerciais que se están a converter en verdadeiras zonas de recreo para as economías débiles. A estética do envoltorio promovida pola televisión coas súas formas cambiantes e as súas cores chillonas converte en monótono o verde dominante nos parques e empuxa cara o hipermercado. De feito, no plano audiovisual, un hipermercado é o máis parecido á televisión: un continuo cambio de formas e cores, é un son de ambiente que envolve ó espectador, na televisión por causas tecnolóxicas e no hipermercado polo movemento do visitante. Desta maneira, ámbolos dous se reforzan.

A televisión, por isto, representa para a meirande parte dos españois a oferta de ocio máis descansada, eficaz e barata do mercado actual. Non hai que facer ningún esforzo, non hai que pasear como no hipermercado. E isto nunha cultura sedentaria como a nosa. Tampouco é precisa a compañía, e estamos nunha sociedade individualista. A penas esixe requisitos, pódese utilizar calquera tipo de roupa ou incluso ningunha, pódese combinar con praceres como fumar, beber ou durmir e outros. Unha vez mercado o televisor (ou os televisores para que o ocio sexa máis individualizado) e incluso o vídeo, que son baratos e signo de estatus, o espectáculo é gratis.

CONCLUSIONES

A televisión é a manifestación máis representativa do ocio urbano: barata, rela-

xante e omnipresente; reflexa e propaga perfectamente a ideoloxía do mercado e responde á súa mesma estrutura: un sistema xerarquizado no que a demanda se somete á oferta, e resulta o soporte perfecto para a publicidade e a propaganda masiva. Un medio que se adapta de maneira tan eficaz ó sistema, e que ademais o realimenta, non ten por que mudar.

Pedirlle ós seus profesionais que melloren o seu traballo sería animalos a loitar por troca-los criterios empresariais, pero os que poderían facelo (en razón do seu cargo ou polo seu prestixio) están demasiado ben pagados e os demais, coa reforma do mercado laboral, preferirían permanecer tranquilos pensando que o seu "é un traballo coma calquera outro".

O espectador é un produto da cultura dominante, os condicionamentos económico-familiares e o sistema educativo. Para cambiar ó espectador terían que colaborar a Administración, as familias e o sistema educativo, polo menos.

A Administración tería que influír sobre o medio (facendo cumprilas leis vixentes sobre publicidade, consumo, protección do menor e das minorías), proporcionar alternativas para un ocio máis creativo e dar algunhas facilidades para rexeneralo tecido social.

A familia debería esforzarse por facer vida familiar, compartir formas de ocio activas, reivindicar servizos sociais, etc. Apaga-lo televisor é imposible mentres non haxa alternativas.

Os bispos españois, con motivo da "Xornada mundial das comunicacións sociais" (*El Mundo*, 17 de abril de 1994) propuxeron

.....

Importantes científicos da comunicación (Mc Luhan, Eco, etc.) afirman que o medio modifica o discurso. O discurso televisivo enchoupou as diversas esferas do social chegando ata a escola: ensinar divertindo.

.....

Administración está moi interesada en defender ó espectador.

A propia linguaxe da televisión dá probas disto. Na chegada das carreiras ciclista a cámara principal (con teleobxectivo que distorsiona a representación do espazo) emprázase fronte á meta na dirección da marcha, polo que nas chegadas moi axustadas é imposible de saber que foi o gañador. Esta disposición da cámara serve para mostrar, no momento culminante, a pancarta de meta na que aparece a entidade que patrocina a proba, os carteis de publicidade que se colocan ás beiras nos metros finais e as marcas que levan no peito os corredores. Para que os espectadores comprendesen mellor a escea, a

COMO É A AUDIENCIA

A audiencia maioritaria das televisións españolas está formada por unhas clases media e baixa afectadas de cheo pola crise estrutural. Estes millóns de persoas vanse empobrecendo polo declive da actividade económica e van engrosando o paro, co que o tempo de ocio aumenta. A meirande parte vive en cidades que, aínda que nos últimos anos melloraron en canto a equipamento deportivo e zonas de recreo (parque e xardíns, etc.), observan como a política dos partidos que ostentan o poder se dirixe á privatización da xestión destes espazos, o que conleva o encarecemento do seu uso. A súa escasa bagaxe cultural non lle axuda a encontrar formas de ocio alternativas.

A concepción urbanística actual, acorde coa filosofía liberal, favorece o individualismo (privacidade) e o illamento. As casas son reducidas e a súa propia estrutura non facilita a vida social no seu interior. Nesta vida urbana o ocio gratuíto consiste en ve-la

.....

Unha cantidade inxente dos coñecementos previos dos alumnos en tódalas áreas, disciplinas e etapas, procede dos media, podendo dar lugar a preconceptos.

.....

tres camiños: conseguí-la súa propia televisión, crear asociacións de telespectadores e utiliza-lo mando a distancia. O primeiro é interesante, sobre todo para eles, xa que reforzaría o seu poder. Utiliza-lo mando a distancia implicaría que as distintas cadeas tivesen plantexamentos diferentes, pero parece que os monseñores ven pouco a tele. O asociacionismo ou a rexeneración do tecido social é proveitoso para todo e ese é un dos fins de A.P.U.M.A. (Asociación de Profesores-as Usuarios de Medios Audiovisuais).

A sociedade debe reaccionar porque, como di Postman, "Cando unha poboación se volve distraída por trivialidades, cando a vida cultural se redefine como unha perpetua ronda de entretementos, cando a conversa pública sería se transforma nunha fala infantil, é dicir, cando un pobo se converte nun auditorio e os seus intereses políticos nun vodevil, entón unha nación se atopa en perigo; e a morte da cultura é unha posibilidade real".

ESCOLA E TELEVISIÓN

A escola non ten como función resolver tódolos desarranxos que produce a sociedade de consumo: se os adolescentes se matan coas motos, educación vial; se beben e fuman, educación para a saúde;... Pero un volume importante dos ingresos do sistema impositivo proceden da venda de vehículos, alcohol, tabaco, etc. Se a velocidade máxima

á que se pode circular neste país é de 120 Km/h. ¿Por que se permite a venda de vehículos que teñen como principal virtude a capacidade de infrinxir esa norma? ¿Por que non se controla eficazmente a venda de alcohol e tabaco, como se fai coas armas, por exemplo?

Pero algúns efectos repercuten directamente na escola:

- Unha cantidade inxente dos coñecementos previos dos alumnos en tódalas áreas, disciplinas e etapas, procede dos media, podendo dar lugar a preconceptos.

- Se a linguaxe modifica

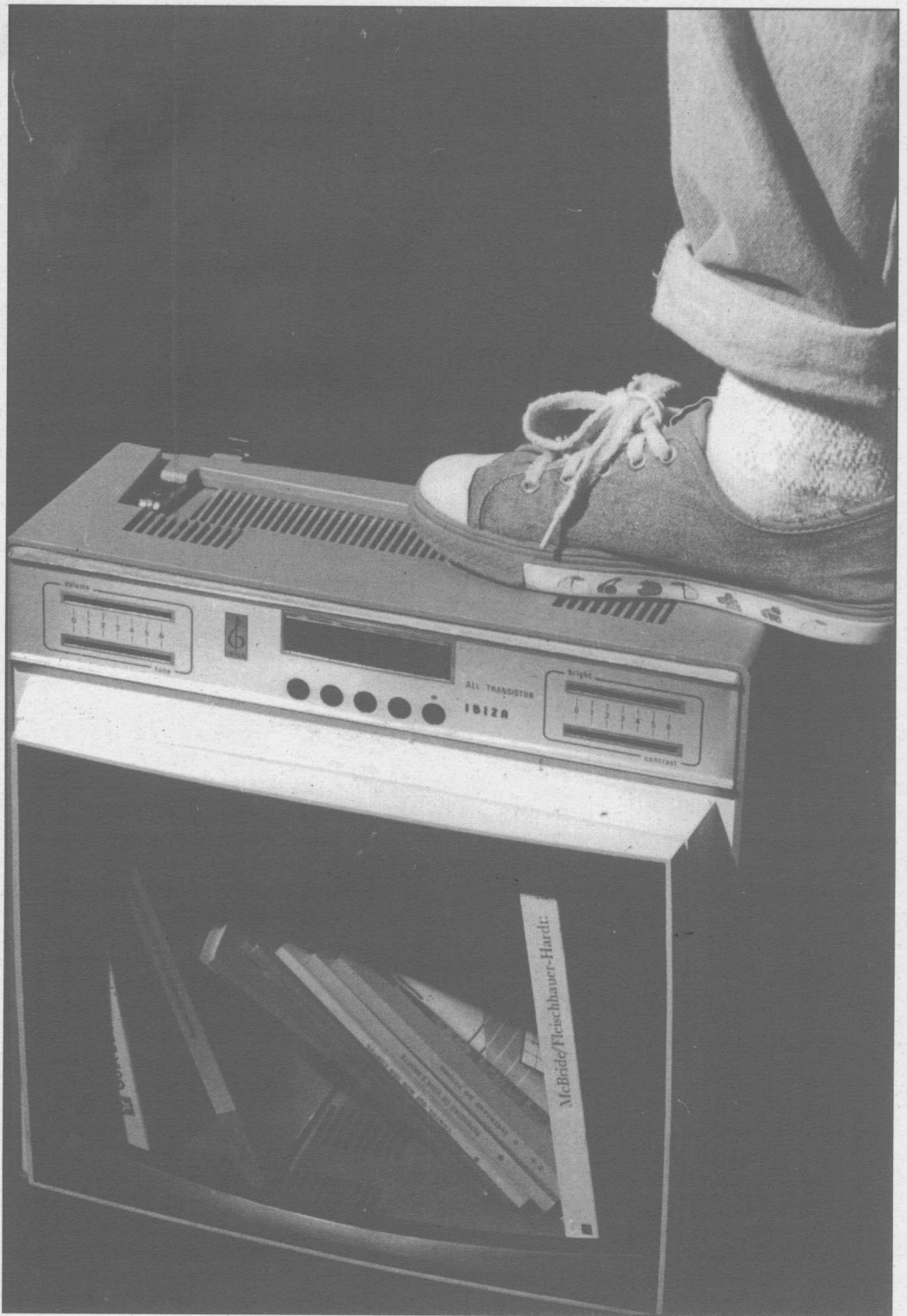
as estruturas mentais e as capacidades cognitivas, o da televisión é maioritariamente audiovisual e ten unhas características case opostas á linguaxe verbal (procésase nunha parte diferente do cerebro, non é secuencial nin lóxico, é moito menos simbólico, moito máis desestructurado, máis emotivo que intelectual, etc.). O alumnado actual, que naceu coa televisión, está nesa onda (Ferrés, 1994).

- Importantes científicos da comunicación (Mc Luhan, Eco, etc.) afirman que o medio modifica o discurso. O discurso televisivo empa-

pou as diversas esferas do social chegando ata a escola: ensinar divertindo (Postman, 1991).

- No momento actual, a televisión é a maior "empresa de produción ideolóxica". Len Masterson (Prof. de Educación audiovisual da Universidade de Nottihghan) destaca "a importancia ideolóxica dos medios e a súa influencia como empresas de concienciación" (Masterman, 1993, p. 16). Chomsky e Herman maniféstanse de maneira similar (Chomski e Herman, p. 353). Isto está directamente relacionado coa educación nos valores.

CELINA RAMOS



traballando cos medios

En resumo, a escola perdeu, a man da televisión, a iniciativa en relación con:

– O cultivo das capacidades cognitivas (emprega un discurso pouco afín ó escolar).

– As actividades socio-morais que resultan novos contidos (vé-lo tema das transversais): nin se ten claro cales son as máis adecuadas, nin hai ferramentas desenroladas para traballar con elas.

– A transmisión da cultura. Segundo C. Coll “Como nos lembra Calfee, unha persoa educada é unha persoa que asimilou, que interiorizou, que *aprendeu* en suma, o conxunto de conceptos, explicacións destrezas, prácticas e valores que caracterizan unha cultura determinada, de tal xeito que é capaz de interactuar de forma adaptada co medio físico e social no seno da mesma.” (Coll, 1987)

¿QUE PODE FACE-LA ESCOLA?

Algunhas direccións nas que se podería traballar no sistema educativo serían:

a) Asumir que a televisión é un dos instrumentos máis importantes para a socialización.

b) Mellora-la calidade do ensino. Eleva-lo nivel cultural do país, favorece-la creatividade e proporciona-las ferramentas para unha análise crítica da realidade, axudaría a atopar formas de ocio e de participación social máis positivas individual e socialmente, e posibilitaría actitudes críticas ben fundamentadas. Cabería pensar que elevando o nivel de esixencia da audiencia poderíamos inducir un cambio socialmente positivo dos “media”.

c) Desenvolve-los novos contidos do curriculum referentes ós medios e ás linguaxes audiovisuais. Pódese esperar que un cidadán con certo dominio destes temas dispoña de mellores armas para defenderse dos “media” e maiores posibilidades de obter algún proveito deles. Xa que nesta materia non hai programa establecido, nin un corpus de doutrina, pódese considerar como un tema importante para a investigación.

ch) Incluí-los medios de comunicación de masas como tema transversal (Ata o de agora, unicamente o fixo o País Basco). Á marxe da súa repercusión na Educación para a Saúde, para o Consumo, para a Paz, Medio Ambiental, para a Igualdade de Sexos. Nun ámbito máis xeral, debería considerarse un tema transversal referido ó ocio, xa que, nunha sociedade con índices de paro estrutural tan elevados, cada vez haberá máis xente con tempo libre e sen saber en que ocupalo, o que dificultará a súa integración social.

d) Buscar vías para unha televisión alternativa a pequena escala, valorando positivamente o establecemento de relacións comunicativas apoiadas na tecnoloxía para unha maior colaboración e cohesión social.

e) Valora-la utilidade dalgunhas estratexias dos medios como metodoloxía para a indagación na aula.

Para iso habería que conceder especial atención ó desenvolvemento de capacidades tales como:

– Traballa-las capacidades cognitivas implicadas

na na produción e análise de documentos tanto escritos como audiovisuais.

– Favorece-la adquisición por parte do alumnado da competencia comunicativa nas linguaxes audiovisuais.

– Coñece-la estrutura, financiación, funcionamento, implicacións etc. dos medios de comunicación de masas.

– Desenvolver procedementos para a produción e análise de documentos audiovisuais.

– Consegui-las claves para unha reciclaxe permanente e autónoma nestas materias, xa que os medios e linguaxes están en continua evolución. É dicir, conseguí-la competencia para transferi-los coñecementos e habilidades adquiridas durante o período educativo á vida adulta.

– Valora-la importancia de conseguir vías de información eficaces e solventes como medio imprescindible para o desenvolvemento individual e social.

En calquera caso, parece necesario e urxente un esforzo importante por parte do profesorado (formación, renovación metodolóxica, etc.) e da administración educativa (mellora-las condicións de traballo, as dotacións dos centros e a xestión dos recursos, impulsa-la elevación da consideración social do profesorado, etc.).

A.C.R.

A dirección de A.P.U.M.A. é Aptdo. de Correos 10.781, 28080 Madrid.

Antonio Campuzano Ruiz é asesor de Tecnoloxías Audiovisuais no CEP Madrid-Norte. Tlf. 91 - 571 17 77

BIBLIOGRAFÍA :

CAMPUZANO, Antonio (1993) “Qué pasa con la televisión?” En A.P.U.M.A. nº4, Madrid pp. 4-11.

CHOMSKY, Noam e Herman, Edward S. (1990) *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas. (Manufacturing consent. The political Economy of the Mass Media.* Nova York 1988) Editorial Crítica, Barcelona.

COLL, César (1987) *Psicología y curriculum* Ed. Laia, Barcelona

DÍAZ NOSTY, Bernardo (1990) Crecimiento de la oferta, crecimiento del negocio, En *Comunicación Social*, 1990. Tendencias. Ed. Fundesco, Madrid.

DÍAZ NOSTY, Bernardo (1993) El estado de la comunicación.. Informe sobre los medios en España. *Comunicación social*, 1993. Tendencias. Ed. Fundesco.

FERRÉS, Joan (1994) Televisión y educación (I). Claves para la comprensión del medio. en A.P.U.M.A. nº 5, pp. 10-18.

HAMMELINK, Cees J. (1991) La comunicación: tendencias clave de los años noventa En *Comunicación Social* 1991. Tendencias. Ed. Fundesco. Madrid pp. 97-105

MASTERMAN, Lem (1993) *La enseñanza de los medios de comunicación* (Teaching the media, 1985) Eds. de la Torre, Madrid.

POSTMAN, Neil (1991) *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del “show business.* Ed. La Tempestad, Barcelona.

Mass-Media e Educación: Unha débeda histórica

Colectivo O TRINQUE

A reflexión do Colectivo O TRINQUE

vai encamiñada a argumentar que o futuro duns medios de comunicación con vocación de servicio á sociedade pasa pola asunción de proxectos educativos a desenvolver desde eles.

— Dime, ¿a que queres xogar?
Dime, neno, o teu anxeio.
— ¡Quero ter un avión
para percorrer todo o ceio!
(Manuel María)

A TA A IRRUPCIÓN da sociedade industrial, as aprendizaxes de coñecemento e adaptación ó medio, asimilación das normas de convivencia e transmisión dos valores culturais de grupo, eran tarefas reservadas, agás grupos minoritarios, ás autoridades de familia, gremio ou clan. O despegue técnico da sociedade suporá a incorporación dos adultos ó traballo industrial e a búsqueda dunha atención preparatoria e substitutoria para aqueles individuos que por razón da súa idade están aínda fóra das marxes do mercado de traballo.

Esta situación comportou cambios significativos no papel que desempeñaban os axentes educativos. A educación pasa a ser un servicio socialmente establecido e regrado. Dunha forma paralela, isto conleva a desprivatización e profesionalización do educativo, de

xeito que na actualidade resulta difícil falar de formación sen que se faga referencia expresa e case exclusiva á institución escolar; e

resulta difícil falar de educación sen que se faga mención puntual do psicólogo, pedagogo ou mestre.

Desde unha perspectiva

máis ampla do problema, está claro que o educativo non pode ser reducido á unha visión de clan, nin a un servicio de estado, a



CELINA RAMOS / J. VARCARCEL

traballando cos medios

.....

A maior crítica que se lle pode facer á institución escolar

é a súa incapacidade de dar resposta

ós novos problemas

dunha sociedade en progreso.

.....

unha transmisión intuitiva nin a un cometido profesional. Cómpre pois unha mensaxe formativa globalizante e plural que saliente o valor do educativo por dentro e por fóra do institucional, por dentro e por fóra do profesional: educar é unha tarefa de todos.

Nos nosos días e desde diferentes sectores relacionados coa educación, tense manifestado en non poucas ocasións, ás veces veladamente, outras máis abertamente, a profunda crise na que está inmersa a educación en xeral e, máis concretamente, o alomenos teoricamente principal instrumento educativo dos estados modernos: a escola. Non é necesario pertencer ó reducido círculo dos profesionais da educación para que calquera observador obxectivo identifique as grandes eivas dos sistemas educativos no noso contorno. Eivas que abranguen desde a súa mesma estrutura ata a simple dispoñibilidade de medios, sen deixar á marxe, obviamente, a propia definición conceptual da escola e os obxectivos que contempla.

O conto é que a escola, teimando por transmitir determinados contidos illados e mecanicistas, esquece máis do que fose mester a realidade. A escola non dota ás novas xeracións das sufi-

cientes armas para enfrontaren con éxito os problemas da vida diaria —desde o exercicio dunha profesión á resolución dun conflito cotián—. En definitiva, a maior crítica que se lle pode facer á institución escolar é a súa pouca capacidade para adaptarse ós cambios, a súa pouca elasticidade, a súa incapacidade de dar resposta ós novos problemas dunha sociedade en progreso.

É precisamente aquí onde debemos identificar a razón do rápido desenvolvemento da educación non formal e informal nas últimas décadas. O home é un ser en constante proceso de educación, unha educación permanente que remata unicamente cando remata a súa vida. Non resulta estraño observar como nos últimos anos se teñen posto en marcha infinidade de programas en todo o mundo que perseguen a formación das xeracións que superaron xa a idade escolar, xeracións ás que, por outra banda, a escola non soubo da-las debidas respostas.

OS MASS-MEDIA NA CONXUNTURA EDUCATIVA ACTUAL

É aquí tamén onde a tecnoloxía pon ó servizo da educación instrumentos coa

capacidade de chegar á xeneralidade da poboación, á xeneralidade dos hipotéticos suxeitos-obxecto da educación non formal e informal. Os medios de comunicación posúen a virtualidade de alcanzar cos seus tentáculos os recunchos máis insospitados dun país, ó tempo que contan cuns instrumentos cunha potencialidade educativa aínda por explotar.

Cómpre, non obstante e previamente, definir xa cales son as dúas posibles vías de utilización dos mass-media ó servizo da educación. Nun primeiro viero, os medios de comunicación de masas —máis ben deberíamos dicir a súa tecnoloxía— poden ser postos ó servizo da educación desde a aula e desde o recinto escolar como instrumento didáctico. Xa non resulta raro escoitar referencias de centros escolares que contan coa súa propia radio escolar, moito menos daquelas que elaboran os seus propios proxectos de xornais

De escola a escola, un programa deseñado, en tódalas súas fases e cunha clara finalidade didáctica, polos propios alumnos.

O segundo viero —no que nos fixaremos exclusivamente neste traballo— vén determinado por un planeamento ambicioso aínda que, afortunadamente, non inédito: a utilización dos mass-media, como tales medios de alcance, ó servizo da educación. Esta segunda vía, en definitiva, contempla a emisión de programas radiofónicos e televisivos cunha finalidade declaradamente educativa, o mesmo que a utilización da prensa periódica con este mesmo fin. É precisamente neste segundo campo de acción onde debemos tentar de definir algúns conceptos que, tal vez pola novidade dalgúns proxectos que xa se teñen elaborado neste sentido, ás veces son confundidos.

OS MASS-MEDIA FORMATIVOS

.....

**De escola a escola
é un programa deseñado
cunha clara finalidade
didáctica.**

.....

Deixando á marxe o feito, determinado pola súa propia definición, de que os mass-media son formativos —ou deformativos en ocasións e se se quere—, este segundo ámbito de colaboración que vimos definindo entre os medios de comunicación de masas e a educación pode encarsarse baixo o epígrafe xenérico de *mass-media formativos*. Concebidos os medios de comunicación como un instrumento para mergullar á xeneralidade da poboación en proxectos formativos, cómpre reflectir os tres tipos de accións formativas que se teñen distinguido ata agora no estudio dos mass-media:

e, aínda que son os menos, daqueloutros que teñen levado a cabo intentos por utiliza-la televisión como elemento didáctico. Neste mesmo sentido podemos encadra-la experiencia de TVE-Galicia denominada

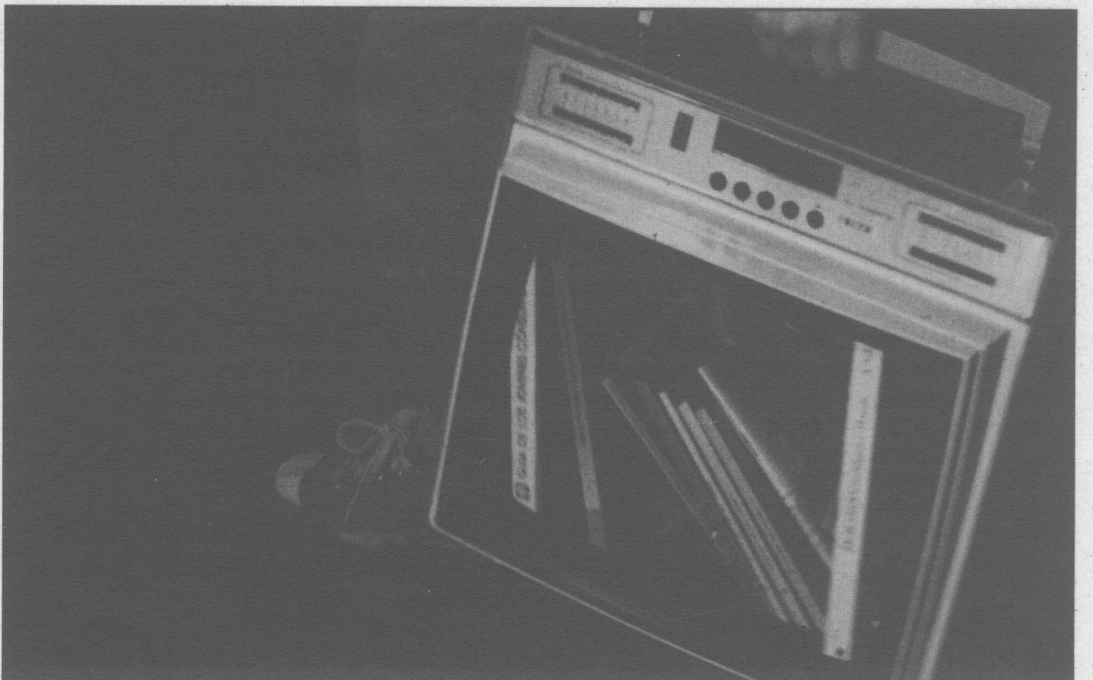
.....

*Existe a posibilidade
da emisión de programas
radiofónicos ou televisivos
cunha finalidade
claradamente educativa.*

.....

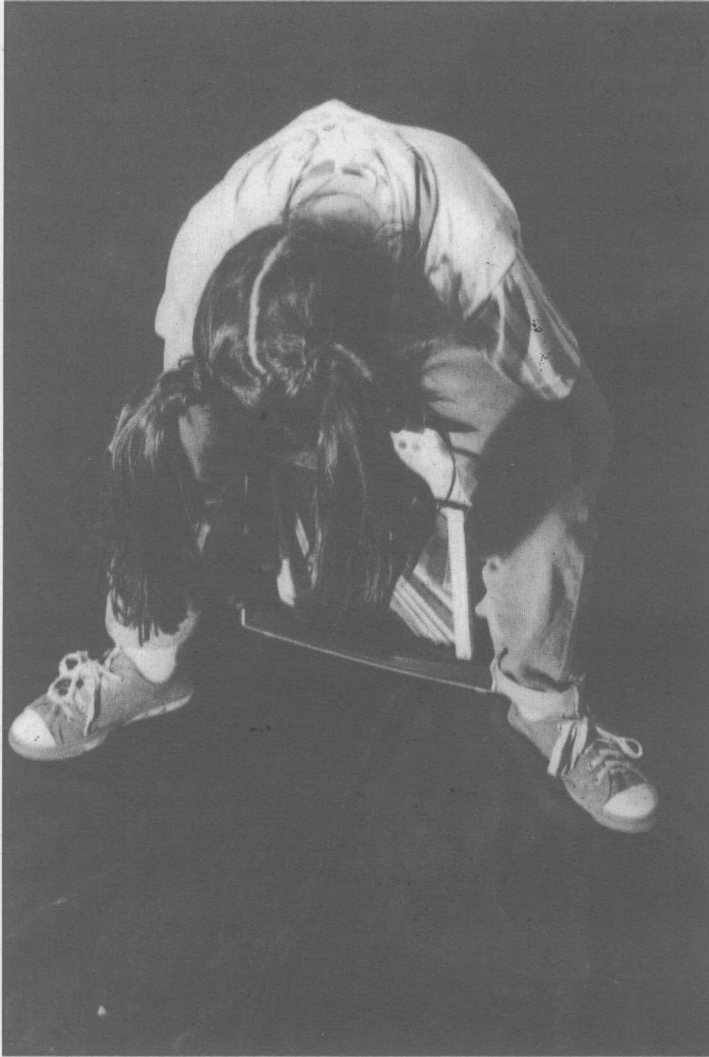
a) *Os mass-media escolares:* Entendendo por eles as accións encamiñadas a prolongar ou completa-lo labor feito desde a escola en horario non escolar. Os destinatarios de proxectos deste tipo serían tanto os propios nenos en idade escolar como colectivos de adultos participantes en programas de escolarización compensatoria. Téñense desenvolvido este tipo de iniciativas nomeadamente no Xapón -canle NHK-, no Canadá -Televisión de Ontario- o mesmo temos referencias imprecisas de experiencias neste sentido nun país tan singular como Costa de Marfil. No estado é digno de ser destacado todo o programa de televisión escolar promovido na década dos sesenta, a programación radiofónica da UNED, Radio ECCA e, entre outros, programas televisivos como *Barrio Sésamo*.

b) *Os mass-media educativos:* Dentro deles encadramos accións nas que, máis alá do estrictamente escolar, os temas tratados teñen unha finalidade educativa en sentido amplo. Parten estes proxectos da concepción da educación como unha acción permanente, pretendendo precisamente a consecución desa formación permanente en cuestións relacionadas co melloramento das condicións de vida. As experiencias desta índole son escasas en todo o mundo.



traballando cos medios

CALINA RAMOS



c) *Os mass-media culturais*: Encadrando con este epígrafe aqueles proxectos desenvolto nos mass-media coa finalidade de mellora-la formación cultural –entendida esta nun sentido amplo– dos cidadáns. Os documentais emitidos por televisión serían un claro exemplo das numerosísimas experiencias neste sentido.

Esta sinxela clasificación non permite, non obstante, identificar na realidade e en certos casos a que tipoloxía pertence determinado proxecto posto en marcha desde calquera dos medios. Sen pretender acoutar definitivamente os

termos, atrevémonos a suxerir unha outra clasificación paralela:

a) *Mass-media de orientación didáctica*. –Encadramos neles os proxectos ideados como apoio ou reforzo das aprendizaxes máis propias da escola e aqueloutras encamiñados a enche-las *lagoas instructivas* dos adultos ós que a institución escolar non foi quen de dar cumprida satisfacción, así como aqueles encamiñados á reciclaxe en aspectos académicos de profesionais e distintos eidos laborais –UNED e Radio ECCA, pero tamén un curso de inglés do tipo *Foolow me* ou

parte da nova programación de TVE que, baixo o título xenérico de *La aventura del saber* recolle a tradición da antiga televisión escolar–.

b) *Mass-media de orientación educativa ampla*. –Cunha amplitude que, en todo caso, vén determinada

pertencer ó coñecemento humano como xeralidade ou dunha comunidade en particular.

Enumeradas, así de menor a maior campo de acción, non cabe dúbida de que, se botamos unha ollada ó ocorrido no noso contorno concreto –á prensa, á

.....

Os proxectos educativos desenvolto desde os mass-media deben contar cun equipo mixto formado por profesionais do medio e por profesionais da educación.

.....

polo propio concepto de educación como formación permanente, educación como proceso determinante das interrelacións do home co seu medio e cos demais homes, moito máis alá do ámbito escolar e das cuestións académicas. Unha educación que enfrenta o compromiso de dotar ás persoas dos recursos precisos para camiñar de par das esixencias que vai presentando a súa traxectoria vital, non só no terreo profesional ou laboral senón en todo aqueles nos que exista a necesidade –sentida ou non– de mellora-la propia calidade de vida.

c) *Mass-media divulgativos*. –Orientados cara a aspectos formativos informais, sen unha intención especificamente educativa –no sentido antes sinalado– pero coa idea de poñer ó alcance do individuo unha inxente cantidade de contidos *culturais* que se consideran valiosos como *equipaxe informativo* e que deben

radio e á televisión feitas desde Galicia– as experiencias levadas a cabo desde o noso país aséntanse, consono co que acontece no resto do mundo, en proxectos culturais –radio e televisión especialmente– e en proxectos escolares –prensa fundamentalmente–. Entre outras, esta é a razón de que nos seguintes párrafos se tente facer unha pequena reflexión sobre o que vimos denominando *mass-media educativos*.

OS MASS-MEDIA EDUCATIVOS

Os proxectos estritamente educativos nos medios de comunicación de masas presentan como tema, como queda dito, a educación en toda a súa globalidade. Quere isto dicir que serían obxecto de tratamento neste tipo de proxectos, por unha parte, temas relacionados en sentido estrito coa propia educación –á educación dos fillos, por exemplo– e por outra,

traballando cos medios

cuestións necesarias para a formación permanente dos cidadáns —formación en materia de coidado do medio, a educación do lecer...—. Por abaixo, diferéncianse dos proxectos dos mass-media escolares en que nestes o tema é definido desde as propias materias e desde os contidos escolares. Por arriba, difiren dos mass-media culturais en que estes contemplan entre os seus temas cuestións non estritamente necesarias para o melloramento das condicións de vida de cada cidadán individual —pénsese nunha reportaxe sobre a historia das pirámides de Exipto— aínda que si útiles para acadar un maior horizonte de coñecementos.

Este planeamento necesariamente implica que o equipo de concepción dos programas radiofónicos ou televisivos, ou da sección do xornal correspondente, ten que estar formado por profesionais de educación. A dificultade vén determinanda pola pouca capacidade de equipos desta índole para plasma-los proxectos no medio en cuestión. Xa que logo, os proxectos educativos desenvolto desde os mass-media deben contar cun equipo mixto formado por profesionais do medio do que se trate e por profesionais da educación, estes para concibilo —guión e dirección— e aqueles para realizalo —producción e realización—. É precisamente aquí onde se atopa a primeira dificultade para levar a cabo proxectos desta índole, toda vez que o noso sistema educativo non contemplou ata o de agora unha formación global o suficientemente satisfactoria como para posibilita-lo entendemento entre profesionais de tan diferentes campos. Aínda

admitindo que na prensa periódica seguramente este tema teña menos importancia, é necesario un planeamento reflexivo previo no que se delimiten campos e no que o proxecto quede perfectamente debuxado entre os dous tipos de profesionais integrantes do equipo.

Unha dificultade engadida, e tal vez esta sexa a causa das escasísimas experiencias educativas nos mass-media, é a pouca rendibilidade económica teórica que as empresas dos mass-media poden tirar dun proxecto educativo. Non cabe dúbida de que no momento actual, obviando incluso a situación de crise económica xeral, estamos asistindo a unha competencia desleal entre estas empresas, máis visible no mundo da televisión —a era do *zapping*— pero á que non é allea a prensa —pénsese nas continuas ofertas e contraofertas de agasallos nos xornais do noso contorno inmediato— e incluso a radio —abonde escoita-las disputas radiadas entre a cadea COPE e a cadea SER, competencia que provoca que na actualidade se poñan en marcha proxectos con *clichés* cunha efectividade enteiramente probada en cada un dos medios. Como consecuencia, estase construíndo un círculo vicioso dificilmente rachable, un círculo no que se ve reflectido, por unha banda, o feito de que as empresas dos mass-media non asumen proxectos educativos porque non son rendibles —no caso de que os asuman o espacio reservado será residual e nunca en *prime-time*—, e por outra, o feito de que os proxectos educativos non poidan demostrar a súa validez e incluso a súa rendibilidade por no lle ser dada unha oportunidade para logralo.

ALGUNHA CONCLUSIÓN

Malia ás dificultades externas enumeradas, o certo é que o futuro duns medios de comunicación con vocación de servicio á sociedade pasa pola asunción de proxectos educativos a desenvolver desde eles. E isto é necesariamente así por dúas razóns fundamentais: por unha banda, os mass-media deben superar algún día o seu afán deformador do que, salvo excepcións, son participantes a maior parte dos existentes na actualidade, ben pola propia competencia desleal entre eles, ben polos grupos de presión acochados detrás das empresas propietarias. Por outra banda, a xeralidade da poboación empeza a esixir cada vez máis unha formación permanente absolutamente necesaria nuns individuos mergullados nunha sociedade en progreso, unha sociedade que cada vez esixe un maior nivel da aportación de cada individuo.

O medio —prensa, radio televisión— ten a súa propia linguaxe, produto dunha experiencia acumulada ó longo do tempo e baseada fundamentalmente nunha certa estética a ter en conta: hai *fórmulas* que funcionan e outras que non. Aínda sendo conscientes da xeneralidade esta afirmación —que nos obrigaría a dar por bos determinados planeamentos da *televisión vassura*— esta cuestión obriga a contempla-lo acceso dos programas educativos ós mass-media —e desde dentro— como un reto. Dunha banda, o educativo ten que asumir determinadas servidumes propia da estética dos medios que cecais o obriguen a efectuar unha difícil proba de maleabilidade; doutra, os equipos técnicos dos medios

terán que combata-la súa probable preguiza e adaptarse tamén ós condicionantes das mensaxes educativas, afondando máis alá da estética e rendendo obediencia á prioridade educacional.

Os medios de propiedade pública han se-los principais promotores. O desexable sería unha boa entente entre os responsables educativos e os responsables destes medios públicos, planificando a creación de equipos e espazos que non chegaran a ser só produtos destinados a xustificar —con baixos presupostos— a súa pretendida *vocación de servicio*—. Unha aposta imaxinativa dotada de medios e recursos humanos axeitados, planificada desde as experiencias que hoxe en día están a funcionar noutros países —e tamén no noso—, atendendo á idoneidade da banda horaria de emisión... ¿Que menos que isto deben asumir unha radio e unha televisión públicas...? O outro, o que agora se está a facer, nin sequera demostra boa vontade por ningunha das partes: os programas de televisión *educativa* que podemos sintonizar no noso televisor son unha especie de burla que non só fan poñerse rubio —por estar definidos como tales— ó televidente menos esixente, senón que están pechando o camiño a intentos posteriores que, non por serodios, han deixar de agromar.

O TRINQUE

O Colectivo O TRINQUE, mass-media e educación, está formado por Xoán Carlos Albarellos Codesido, Victoria García Álvarez, Manuel González Seoane, Ana Jartín Abreira, Rocío Pena Blanco, Benxamín Salgado Gómez, Pago Veiga García e Xosé Lois Vilar Rodríguez.

traballando cos medios

Dende Chile, Comunicación e Cultura para o Desenvolvemento.

A experiencia de CENECA

José Luis Olivari
CENECA - Chile

ANTECEDENTES

CENECA é unha corporación privada sen fins de lucro, con persnalidade xurídica dende 1977. Definiuse como un Centro de Investigación-acción, co propósito primordial de promover o desenvolvemento da sociedade chilena dende as súas dimensións comunicativas e culturais.

As súas áreas de interese son:

— As Institucións Culturais.

— A Cultura Local e a Animación Socio-Cultural

— Os Sistemas Comunicativos.

A RECEPCIÓN ACTIVA DE TV

O Programa de Recepción Activa de TV de CENECA foi creado en 1982. O seu obxectivo é promover unha actitude activa ante a TV e as súas mensaxes en diferentes segmentos de destinatarios (docentes, relixiosos, campesiños e mulleres). Foi creada unha metodoloxía educativa que privilexia a aprendizaxe grupal e lúdica, á vez que reforza a creatividade e capacidade expresiva dos grupos sociais.

O programa traballa dunha dobre liña. Por unha banda estimula a formación dun receptor activo e crítico ante a televisión, e pola outra contribúe a deseñar

CENECA (Comunicación e Cultura para o desenvolvemento) promove en Chile dende 1982 un Programa de Recepción Activa de televisión dirixido ó profesorado.

unha produción televisiva. Deste xeito está proponendo un novo concepto de TV para o desenvolvemento.

Nos seus 11 anos de existencia, o programa evolucionou ata elaborar obxectivos, conceptos, hipóteses e metodoloxías de traballo moi distintas das motivacións e propostas iniciais.

Preparou receptores activos ante a TV, a través dos seus programas de capacitación a xoves campesiños, mulleres poboadoras e docentes da educación formal en seis rexións do país, abarcando cun impacto directo a 2000 persoas.

O concepto de Recepción Activa reflicte o proceso grupal de xestación do sentido, ante as mensaxes da TV que ten lugar diferenciadamente nos distintos sectores socio-culturais da poboación; así mesmo intenta rescatar o papel do suxeito situado socio-culturalmente na produción histórica da súa cultura. Postúlase que os destinatarios teñen a capacidade de resignificar a proposta de sentido das mensaxes televisivas. Esta capacidade resignificadora pode ser ensanchada a través dunha acción educativa.

EDUCACIÓN PARA A COMUNICACIÓN

Todo intento de educar para a comunicación propónse basicamente formar unha persoa crítica e activa fronte ós diversos procesos de comunicación en que está inmersa. Iso representa un proceso que tende a problematizar tanto o contido coma o relación que establece o suxeito receptor cos medios de comunicación, confrontando a proposta cultural dos medios (como parte da sociedade) coa súa, establecendo as converxencias e diverxencias.

É intención desta proposta perfilar en Chile a tendencia a entender a educación para a comunicación como un proceso de capacitación, para apropiarse creativamente dos significados propostos polos medios de comunicación masivos. Un exemplo disto, son as experiencias da Fundación Bellarmino coa publicación do texto *Programa de Educación para a Televisión*, onde se ofrece un currículo con actividades programadas para os 8 anos de ensino básico e os 14 anos de ensino medio.

Tamén se inscribe o Programa de Formación de Profesores en Pedagogía de Medios de Comunicación Social, compartido polo Centro de Investigación de Medios para a Educación (CIME) da Facultade de

.....

*Todo intento de educar para a comunicación propónse
formar unha persoa crítica e activa fronte ós diversos
procesos de comunicación nos que está inmersa.*

.....

traballando cos medios

Ciencias da Educación da Universidade de Playa Ancha, Valparaíso. Un dos logros deste esforzo é a introducción, de modo sistemático, do curso de Pedagogía de Medios na formación Universitaria de profesores, e tamén a colocación dun Postítulo dirixido a profesores de educación.

Finalmente CENECA (Comunicación e cultura para o desenvolvemento) a través do seu programa de Recepción Activa de TV, engade á proposta a propia expresividade para desenvolver a actividade crítica, orientada a estimular demandas á TV.

DESCRIPCIÓN DA ESTRATEXIA

Dende unha perspectiva na que o protagonismo fronte ós desafíos do desenvolvemento xa non radica

só no Estado Central, senón que é compartido polos suxeitos e grupos sociais, e pola súa acción local, adquiren, entón, un grande interese os aspectos subxectivos que fundamentan "o actuar humano"; aspectos coma a autoimaxe ou o sentido de pertenza e identidade local, aspectos que teñen que ver co que se deu en chamar "a dimensión cultural do desenvolvemento".

A consecución desta acción educativa inténtase a través da Capacitación; a que implica: fortalecer a propia expresividade, desenvolvemento da actitude crítica e estimular demandas á TV. Ten como destinatarios, o sistema escolar formal, grupos e movementos sociais, a educación e a comunicación popular e organizacións de América Latina.

ACTIVIDADES EMPRENDIDAS

– Exploración da relación televidente TV como das diversas accións educativas.

– Obradoiros de capacitación metodolóxica (en Chile e outros países de América latina).

– Actividades de avaliación e seguimento.

– Institucionalización autónoma da acción educativa.

O Programa de Recepción Activa de TV de CENECA xa formou a 550 profesores da educación formal escolar, en seis rexións do país (La Serena, Valparaíso, Santiago, Rancagüa, Talca e Concepción). De xeito especial aquelas escolas que atenden a sectores de pobreza, pois son os máis carentes fronte ó impacto das mensaxes televisivas.

Os docentes foron sensibilizados e formados a tra-

vés dun programa de unidades de capacitación en Recepción Activa de Televisión, sobre distintos xéneros televisivos (telenovelas, publicidade, especiais de prensa, noticias, programas xuvenís e infantís), xunto a técnicas de exploración da recepción de mensaxes de TV aplicables a alumnos e pais de familia.

A experiencia ten acreditación oficial por parte do Centro de Experimentación e Investigacións Pedagóxicas (CPEOP) do Ministerio de Educación de Chile, o que axudou a ratificar a súa validez para o perfeccionamento docente incorporando un compromiso formal e real, na execución de cada un dos proxectos educativos de inserción de cada un na metodoloxía nas aulas, das diversas escolas que participaron no Proxecto.



Hai que engadir, tamén, que xunto a iso se editou uns apuntes sobre publicacións de CENECA, sobre o tema, titulada *Unidades de capacitación en Recepción Activa de TV*, incorporada no seu uso metodolóxico a 197 escolas do país.

Hoxe vemos que a inserción da "educación para os medios" na Escola, como contido, introduce un actor social ata agora ausente na aula, percurando que a análise da súa acción se transforme nun obxectivo educacional dende unha perspectiva positiva (non defensiva).

.....

O Programa de Recepción Activa de TV aplícase sobre distintos xéneros televisivos: telenovelas, publicidade.

.....

DESAFÍOS NO CONTEXTO ACTUAL

En Chile existen perto de 350 comunas, con seus respectivos concellos, onde coexisten unha complexidade de realidades urbano/rurais. Isto implica un mundo cultural extraordinariamente diverso. Trátase, sen embargo, dun ámbito cuns problemas e desafíos que, en termos de políticas e acción cultural/comunicacional, poden ordenarse en dous planos: o da democratización e o da democracia cultural.

O desafío da democratización cultural ten que ver

con lograr unha mellor distribución da infraestrutura, bens, servizos e recursos culturais/comunicacionais existentes no país.

O segundo desafío é a democracia cultural e comunicacional, e ten que ver con incrementar a participación dos habitantes nas actividades expresivo/comunicativas dunha comuna. Trátase de democratizar máis as actividades que as obras, e máis a participación no proceso que no consumo do produto.

A consecución desta acción educativa intentase a través da capacitación; a que implica fortalecer a propia expresividade, desenvolver a actitude crítica e estimular as demandas á TV.

Nesta perspectiva, as accións de educación para a comunicación que tendan a reforzar a democratización e a democracia cultural/comunicacional, especialmente en sectores populares, adquiren unha grande importancia, na medida que son capaces de xerar unha dinámica de colaboración e fortalece a autoimaxe da comunidade; tende, tamén, á integración social do actor xuvenil e a muller, historicamente marxinados.

Sen embargo, quedan pasos encamiñados a reforzar o profesionalismo do docente o incorporar a perspectiva da investigación o seu quefacer. Isto implica utilizar un enfoque curricular concordante coa perspectiva comunicacional, apoiada en xenerar a actividade do receptor-alumno mediante formas didácticas problematizadoras con técnicas activo-participativas. Esta contribución metodolóxica require dunha profundización como proceso de formación na acción. Nunha primeira etapa logrouse sensibilizar e dar inicio á innovación.

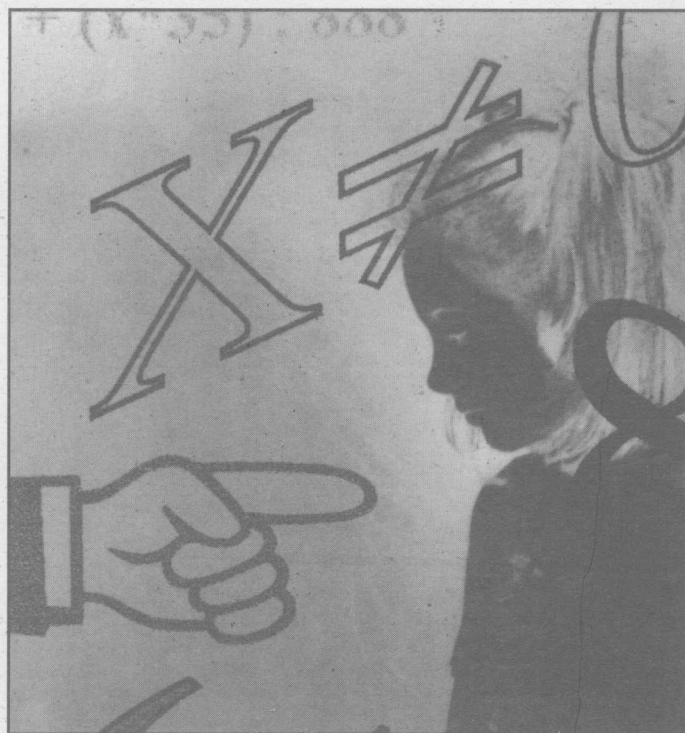
J.L.O.

Educación e Televisión: ¿condenadas a entenderse?

Alfonso Gutiérrez Martín

O autor analiza as razóns do fracaso actual das relacións entre a televisión e a educación.

Propón as condicións para unha necesaria convivencia baseadas no establecemento dunha televisión educativa e da alfabetización audiovisual a incluír na formación do profesorado.



traballando cos medios

EDUCACIÓN E Televisión: dúas palabras archirrepetidas, tal vez demasiado familiares para velas coa perspectiva necesaria nunha análise obxectiva das súas implicacións. Con estes conceptos referímonos a dous dos máis importantes fenómenos ou aspectos das nosas vidas non só como individuos senón tamén como colectividade. Quizá por iso, e porque deste tipo de temas sentímonos autorizados e capacitados para opinar, tense falado tanto dunha e doutra, e, a penas apareceu a segunda, das relacións entre elas.

A educación considerouse en tódalas sociedades como necesaria para perpetuarse, e os novos medios de transmisión de información e coñecemento que foron aparecendo ó longo da historia, como a letra impresa no seu día e os produtos audiovisuais na actualidade, intentaron poñerse ó servicio da

“educación” ou preparación das novas xeracións.

Os distintos modos de entender a educación en cada momento, en cada cultura e segundo as distintas ideoloxías, soen compartila acepción etimolóxica de *conducir ou levar cara fóra*, (“ex ducere”, os fins e os contidos da educación). O que variou e varía é o “cara onde”, os fins e os contidos da educación. Estes veñen definidos, como é lóxico, por outra parte, polas distintas ideoloxías dominantes, que ó mesmo tempo controlan os medios de difusión da información, ós que se considera cun grande poder de influencia.

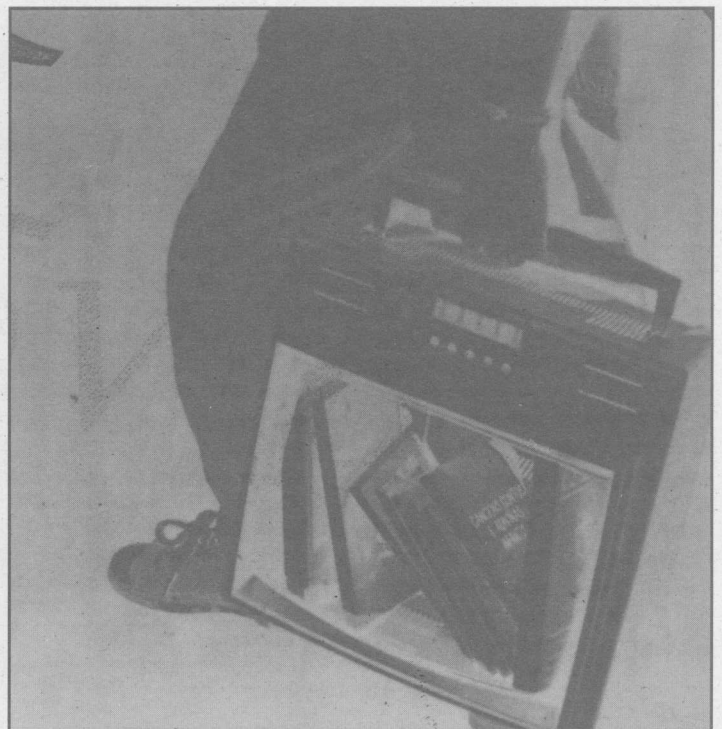
A función educativa da televisión é algo que se formulou desde as orixes dos sistemas organizados de teledifusión.

¿O UN PARA O OUTRO?

Precisamente por esta valoración dos medios de masas, a función educativa da televisión é algo que se formulou desde as orixes dos sistemas organizados de teledifusión. Conscientes do potencial deste novo medio de difusión, tódolos gobernos axiña introduciron a mellora da educación dos pobos entre os fins das televisións, que se creaban, ó comezo, como servicios públicos.

Os medios poden axudar ós homes a prepararse para a vida social, a eleva-la súa cultura espiritual, a comprender mellor as causas e

fenómenos do mundo en que habita, ó coidado da natureza, e ó mellor disfrute do goce estético. Estas son palabras de Vicente González Castro que calquera dirixente ou réxime político subscribiría. Pero este prestixioso “comunicador” cubano, como lle gusta chamarse, continúa dicindo: A función formativa é inseparable de tódalas demais na sociedade socialista. Na sociedade burguesa, o afán de lucro a través dos medios de difusión leva a persoas sen escrúpulos a renunciar a esa función e se valen dos máis baixos sentimentos humanos, tales como o emprego da morbosidade, a violencia, o sadismo, a crueldade, o abuso sexual, a pornografía e moitos outros (1). Non lle falta razón ó escritor cubano ó referirse ó mundo capitalista, pero nunha breve análise da televisión de países socialistas axiña nos revelaría que o seu fin sobranceiro non é precisamente a educación do seu pobo.



traballando cos medios

.....

*Os condicionantes
do actual medio televisivo
afástanos do modelo
desexable desde un punto
de vista educativo.*

.....

NON TODO É TAN DOADO

A aparición da televisión co seu "glamour" de dama de posibles, fixo que o mundo educativo puxera alí os seus ollos. Pero as compañías de televisión son entes de enorme complexidade controladas por grupos de poder, o que supón serios condicionantes. Na medida en que a educación dunha persoa ou dunha colectividade supoña o desenvolvemento do seu espírito crítico e libre, na medida en que ese desenvolvemento choque cos intereses dos "propietarios" do medio, se vai facendo máis difícil a relación entre televisión e educación.

Ás veces os fins dunha e outra chegan a ser tan dispares e contradictorios que a

televisión se considera unha ameaza para a educación (o feito de que a educación non se considere nunca unha ameaza para a televisión revela a desigualdade entre elas), e os gobernos, ante a presión social, pretenden tomar medidas. O congreso estadounidense, por exemplo, estudia a posibilidade de implantar medidas restrictivas que limiten a violencia dos contidos televisivos, e en España o Ministerio de Educación trata de influír co seu famoso código deontolóxico na programación das nosas cadeas. Xúlgase á televisión como medio e se lle "condea a entenderse" coa educación, ou polo menos a "vivir xuntos".

Lonxe quedan, e non só no tempo, as palabras que

en 1980 pronunciou o entón ministro de educación francés M. Christina Beullac, quen se refería á unión da educación coas Tecnoloxías da Información como "a voda do século".

AS RAZÓN DUN FRACASO

Como en case tódolos divorcios, a culpa non é dun so, e neste caso os problemas formulados para facer da televisión un medio educativo son de distinta índole.

Practicamente tódalas televisións incorporaron ó longo da súa historia temas que son máis propios da educación formal, e ensaiaron, con maior ou menor éxito, experiencias diversas de televisión educativa. A



traballando cos medios

televisión non tiña ningún reparo en acepta-los "coque-teos" da educación. Porén, axiña á nena xa medrada ían saírle outros pretendentes de máis postín do que puidese ofrecer o mundo educativo. Os intereses comerciais, a guerra de audiencias derivada da introducción das canles privadas, e a importancia da propaganda de todo tipo nunha sociedade de consumo tan competitiva como a chamada occidental, incrementaron o valor do tempo de emisión e condicionaron a evolución do propio medio, cuns formatos e esquema comunicativos que se afastan cada vez máis dos modelos dese-xables desde un punto de vista educativo.

Importantes sectores do mundo da educación, pola súa parte, co falso orgullo e prepotencia inxustificada seguiron a equivocada estratexia de resistirse a introducir-lo medio nas aulas. Algúns "académicos" e intelectuais siguen mirando a televisión por riba do ombro e tenden a considerala, no mellor dos casos, como unha forma de cultura inferior. Outros acusan á televisión, directamente de "rouba-lo" tempo dos estudantes, transmitir valores contrarios ós dese-xables na educación, e influír mesmo na forma de representa-lo mundo que a persoa vai elaborando na súa interacción con el. Existe tamén en grande parte do profesorado medo ó cambio de rol que lles suporía a introducción das novas tecnoloxías no seu esquema de traballo.

Somos conscientes de que a dicotomía educación-televisión é puramente formal e que podería dicirse que a televisión é "per se" educativa no senso que ten de influencia directa, máis ou menos consciente, na educación dos seus telespectadores. Sen embargo

"televisión educativa" é un termo acuñado para definir aqueles programas especialmente destinados a influír directamente na formación dos educandos, polo que sería necesario distinguir

educativo e didáctico que teñen por obxectivo sobran-ceiro contribuír á educación (formal e non formal) da audiencia. Algúns están mesmo estruturados como un servizo de "televisión

ción propios da televisión convencional e se concentra a atención no programa como resultado e nas dificultades para realizalo, e non tanto na resposta da audiencia. Esta resposta non a entendemos aquí, por suposto, cun criterio meramente cuantitativo. Desde un punto de vista educativo, non nos interesa tanto o sabe-lo número de telespectadores que ven un programa canto a aprendizaxe que poida xerar e comprobar se ese programa consegue os obxectvos educativos que se supón que ten.

Os realizadores e directores destas producións, sen embargo, si lles importa, como profesionais da televisión que son, o nivel de aceptación que o seu produto poida ter non só entre a audiencia en xeral senón tamén entre os seus superiores e demais profesionais do medio. Á fin e ó cabo deles dependen novas e mellores ofertas de traballo.

Se antes dicíamos que moitos intelectuais e profesionais do ensino teñen a ben desprezia-la televisión, tamén hai que ter en conta que os departamentos educativos das cadeas, onde os hai, non son precisamente os de maior prestixio, e a moitos dos que alí traballan gostaríalles pasar a facer outro tipo de programas máis populares e con maiores presupostos.

Din, e doadamente con razón, que a función sobranceira da televisión é divertir. O propio Rubalcaba, sendo ministro de educación, así o manifestaba nun programa de *La aventura del Saber* de TVE 2, onde a continuación se dicía que tamén podemos aprender divertíndonos coa televisión educativa.

Divertirse ata morrer é o título dun interesante libro de Neil Postman onde este autor acusa á televisión de

Debemos distinguir entre a televisión como axente educativo e a televisión educativa.

entre a **televisión como axente educativo**, tódalas emisións, e o que antes denominados como **televisión educativa**.

Se por "educación" entendemos toda acción que, con fins socialmente válidos, tenda ó perfeccionamento das facultades físicas, intelectuais e morais do alumno, habería que cuestionarse ata que punto a influencia da televisión é "educativa" ou dificulta o labor educativo doutros axentes.

Se a relación entre a tele-

escolar" e directamente relacionados cos currícula oficiais. Poderíamos pensar que neste caso si se produce un entendemento ideal entre o medio televisivo e a súa función educativa.

Sen embargo, no campo específico da televisión educativa, cando o que se pretende é xerar algún tipo de aprendizaxe, ós inconvenientes arriba apuntados, derivados dos intereses comerciais da televisión como industria, presentes tamén na produción de pro-

A dicotomía educación e televisión é puramente formal.

A televisión é "per se" educativa.

visión actual e a educación en xeral non se presenta nada doada polos seus diferentes contidos e intereses, as dificultades aumentan a medida que acotámo-lo concepto de educación para referirnos ó proceso de **ensino-aprendizaxe**.

Como xa apuntamos, existen programas de carácter divulgativo, cultural,

gramas destinados ó ensino/aprendizaxe, únense agora outros derivados das propias características do medio, da súa linguaxe e do modelo comunicativo que empregan, que son inseparables dos anteriores.

Por unha parte na realización destes documentos audiovisuais para o ensino, cálcense modelos de produc-



estar trivializando e acabando coa nosa cultura. O problema —di o autor— *non é que a televisión nos presente temas divertidos, senón que tódolos temas se presenten como divertidos, o que é algo totalmente diferente*(2). Con respecto á educación, e dependendo dos medios disponibles en cada época, pasamos da *letra con sangue entra*, onde o único seguro era o sangue e non estaba claro que “entrarse a letra”, á defensa a ultranza do aprender divertíndose (non confundir con “divertirse aprendendo”), onde, anque o entretemento estea asegurado, non parece moi claro o que se aprende. A aprendizaxe, e se un se divirte aprendendo, moito mellor, terá que se-lo noso obxectivo fundamental.

O discurso televisivo da maioría dos programas négase a renunciar ó que en moitos casos é mesmo a súa principal función: entreter ou divertir. Nun segundo plano, e na medida que sexa posible sen renunciar ós condicionantes televisivos, ensinar ou facilita-la aprendizaxe. Toda aprendizaxe implica reflexión e estudo sistemático, e esixe do material de estudio unha axeitada estruturación dos contidos. Esta estruturación e secuenciación na presentación de contidos que favoreza a aprendizaxe é dificilmente compatible coa forma habitual de facer televisión para

o grande público, polo que, na miña opinión, os programas educativos non poden realizarse cos mesmos modelos.

Outra cousa é que un profesor ou unha profesora poida integrar no seu particular desenvolvemento do currículo calquera programa

ma de televisión do mesmo xeito que podería empregar unha novela ou un artigo de xornal, que en absoluto foron escritos para o ensino.

Algúns autores chegan incluso a cuestionarse a compatibilidade do discurso televisivo como material de ensino/aprendizaxe. O docente considera que a televisión como medio impón o seu estilo demasiado rápido, aberto e mesmo ambiguo de presentación, o que non favorece a reflexión e a adquisición de contidos. Os produtores e directores de televisión, pola súa parte,

pensan que a incorporación de pausas, repeticións, gráficos explicativos e unha estrutura clara e liñal ós seus programas afastaría a estes do que se entende por televisión de calidade e os convertiría en aborrecidos (palabra prohibida no mundo do espectáculo).

CONDICIÓN PARA UNHA NECESARIA CONVIVENCIA

A televisión como medio de comunicación ten as súas características e a súa función específica no desenvolvemento do individuo (para ben ou para mal), que non é tanto a transmisión de contidos conceptuais canto a presentación de procedementos e a creación de hábitos e valores.

ción a de elaborar materiais curriculares en soporte vídeo, sen que estes teñan que reponder á estrutura de “programa” de televisión.

A formación do profesorado debe necesariamente incluír unha mínima alfabetización audiovisual que lles permita utiliza-lo vídeo e outros medios audiovisuais conscientes das súas implicacións didácticas e ideolóxicas. É completamente absurdo pecha-los ollos a un medio presente na nosa cultura ata o punto de estar influíndo mesma noa forma de estrutura-lo coñecemento e nos estilos de aprendizaxe dos nosos alumnos.

E para rematar, non debemos *continuar producindo maioritariamente alumnos que é probable que pasen o resto das súas vidas ou ben cunha fe bastante inxustificable na integridade das imaxes e representación dos medios, ou ben cun escepticismo indiscriminado, igualmente prexudicial, que considera os medios como fontes de todo mal* (3); non podemos privar a estes futuros adultos dunha educación integradora que os axude a adoptar unha postura crítica ante os medios de comunicación social, parte integrante do seu futuro, e que os capacite no presente para saca-lo maiorproveito (e o menos dano) posible deles tanto dentro como fóra das institucións educativas.

A.G.M.

Alfonso Gutiérrez Martín
é asesor no CEP de Segovia.

(1) En *Profesión: Comunicador*. Ed. Pablo de la Corriente. La Habana, 1989.

(2) POSTMAN, N. (1985): *Amusing Ourselves to Death*. Public Discourse in the Age of Show Business. Methuen. P.89. Publicado en castelán pola Editorial La Tempestad. Barcelona, 1991.

(3) MASTERMAN, Len (1993): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Ed. de la Torre.

Partindo da concepción da televisión

como un servicio público, estaríamos en condicións de esixir unha televisión especificamente educativa.

Desde esta perspectiva teremos que formula-las nosas demandas educativas ás cadeas de televisión para que teñan en conta os valores educativos, para que se esquezan un pouco da guerra das audiencias e recuperen a idea de televisión, como servicio público.

Partindo da concepción da televisión como servicio público, estaríamos en condicións de esixir unha televisión especificamente educativa, cuns responsables, coñecedores do medio e do mundo da educación, que teñan como principal fun-

Sen excusas Sen excepcións Sen isencións

"... só en Cataluña a proporción dos que teñen a lingua da Comunidade como lingua principal supera claramente a dos que a falan ou falaban con seus pais. O cal significa que un certo número dos que na súa nenez comezaron a falar en castellano adoptaron o catalán como lingua principal e habitual. No País Vasco advirte-se un certo equilibrio, quizás con unha pequena aventaxe para o euskera; e nas restantes Comunidades máis ben un retroceso..."

*(extracto do estudo
"Coñecemento e uso das
línguas". C.I.S. 1993)*



Ensino en galego para avanzar

Asocia-te

Nome:
Apelidos:
Enderezo:
Localidade:
C.P.: Telf:
Profesión:
Centro de Traballo:

Domicialización bancaria

Caixa / Banco (*)
Sucursal:
CTA. CTE. / Libreta de Aforro (*)
Titular:

Orde de Pagamento

Sr. Director/ a:
Sirva-se en atender até novo aviso, e con cargo á miña conta Corrente ou Libreta de Aforro (*), os recibos anuais que pór valor de 3.000 / 4.000 / 5.000 pts
Ile presente **A Mesa pola Normalización Lingüística**

Atentamente
(sinatura do titular)



Dous artigos aparentemente antagónicos do mesmo autor. Nun suxírese o alongamento da programación televisiva para nenos, ata encher unha canle de emisión exclusiva. Noutro, propónse a eliminación pura e simple dese espacio resgardado de programación. Calquera das propostas presentada mediante argumentación fundamentada.

Non é a recuperación dos antigos debates escolásticos, con defensa e contradita, senón a proba de que, tamén aquí, os extremos se atraen. Movido pola dialéctica dos opostos, o autor lanza para a polémica novos desafíos, posiblemente disconforme co exceso de seguridade con que defensores ou opositores do binomio televisión/infancia avogan os respectivos pareceres.

Non só a terra se move. Tamén a verdade é unha entidade movente. Cada vez menos temos dereito á tranquilidade das certezas.

Dúas canles cruzadas

António Torrado

Como elimina-la programación infantil

TELEVISIÓN E MENOR DENOMINADOR COMÚN

A televisión é o medio de comunicación que se enfronta ó máis alongado abano de público. Non se pode responsabilizar á televisión por non atender, na súa programación, ó caso de cada audiencia específica.

Aparentemente, se sumásemo-las diversas audiencias potenciais, dispoñibles para a televisión, e cada unha delas minoritaria, teríamos na súa suma a totalidade da platea televisiva. Isto é un erro.

O espectáculo televisivo actúa para a media das audiencias e non para a súa suma. A media representativa é un telespectador tipificado, cun grao de esixencia tolerable, intereses culturais medianos, servido por valores comúns e, se o tivéssemos que caracterizar por algo máis, utilizaríamos adxectivos de relatividade: relativamente banal, relativamente prosaico, relativamente vulgar —en fin, un ser medianamente cincento, que é para onde converxen as cores antes de se diluiren no branco—.

Pártese do principio de que un programa televisivo, calquera que este sexa, se pretende o éxito, ten que contar sempre con este espectador ideal, equivalente ó “menor denominador común entre un obreiro non especializado e un profesor catedrático”, na feliz expresión dun crítico de televisión portugués.

¿E que idade terá ese espectador? Certamente a media de tódalas idades do espectro de audiencia, idades esas variables consoante as horas do día.

De feito, a televisión ocupa nas nosas casas un espacio común, un espacio familiar, onde o neno, como telespectador, enche a franxa máis desprovista da audiencia televisiva.

O punto de vista máis vulgarizado, encol do tema, todos o coñecemos. A infancia está máis fraxilizada que calquera adulto diante do televisor. Pero, ¿estarao?

Temos tendencia a avallia-la infancia de hoxe por comparación coa infancia de onte, a da nosa propia experiencia, cando aínda non había televisión ou ela era un fenómeno incipiente e

a T.V. pro e contra

non tiña a repercusión da televisión dos nosos días. Actualmente, un neno ou nena de 12 anos, dun país desenvolvido, xa consumiu unha media de arredor de 5 mil horas de televisión. É prepárase para ocupar, para unha esperanza de vida de 70 anos, arredor de máis de 40 mil horas diante do televisor.

Estamos a promover xeracións de teledependentes -acusados os críticos. É inevitable. A televisión entrou nas nosas casas para quedar. Temos que nos habituar a vivir con ela e a relativizala como fenómeno, isto é, sen preconceptos nin temores. Se preparamos ás xeracións do presente e do futuro para que sexan telespectadores aptos e espilidos, no canto de ávidos e submisos, non haberá teledependencia, como non houbo cine-dependencia nin libro-dependencia.

.....

**Prepárese para ocupar
diante do televisor 40 mil
horas da súa vida.**

.....

Atribuír á televisión a responsabilidade polo fracaso escolar, por desaxustes comportamentais, pola escalada de violencia, é unha inxustiza fácil. A chamada "bulimia televisiva" revela sempre un neno ou nena con falta de seguridade e de amor.

O EFECTO DE PRECIPITACIÓN OU DE REFORZO

Habendo situacións de anemia familiar, a televisión aparece como un recurso, e talvez o máis inocuo de todos, porque a televisión non pode propór senón relacións de substitución.

Dous rapaces de medios familiares diferentes ven o mesmo programa, pero realmente non ven o mesmo programa -descodifican de maneira diferente, segundo a "alimentación" afectiva e cultural a que están habituados. Un programa con forte carga negativa ou un programa particularmente interesante repercuten sobre os dous rapaces de forma diversa, ata oposta -ou acada repercusión (para ben ou para mal) ou esbara pola crianza, sen a tocar (tamén para ben ou para mal...).

Especialistas americanos concluíron que, nos primeiros anos de escolaridade, son os nenos e nenas máis intelixentes os que, espectadores asiduos, sacan maior proveito da televisión. A partir dos 9/10 anos, polo contrario, son os de comprensión máis lenta os que procuran socorro nela, preferíndoa á letra impresa.

As crises da adolescencia afóganse en televisión -os que se sinten menos dotados, os máis perturbados, os mal-amados mergúllanse freneticamente no mundo televisivo, porque nel encontran un estímulo e unha evasión.

Por tanto, cómpre concluir que a televisión incrementa unha situación da que non foi desencadeadora. O efecto de reforzo, para ben ou para mal, non xustifica que a televisión apareza, no tribunal da opinión pública, como primeira res-

ponsable dos danos que afectan á infancia.

Pero ten sido a propia televisión a que tenta desresponsabilizarse, promovendo, na súa programación diaria ou semanal, espazos exclusivamente adicados á infancia. Procedendo así, as televisións, por todo o mundo, comprométense e ó mesmo tempo descomprométense respecto do público infantil.

É como se, nunha casa grande con moitas divisións, a algúns cuartos agachados e salóns de acceso pouco conveniente, se lles atribuíse unha salina para o recreo infantil. Aquí caben os rapaces. Se eles sobrepasan o espazo reservado e inofensivo e se atreven polos corredores non sempre recomendables da restante programación, e se lles acontecesen percances a eses aventureiros, o seguro televisivo xa non cubre os danos.

OS PRIMIÑOS TOLERADOS DA PROGRAMACIÓN

Acontece que na maioría das Televisións os orzamentos atribuídos á programación infantil non consintan grandes voos. Ou polo horario das emisións ou polas características do público, que atrae poucos anuncios publicitarios de soporte, ou por xeralizados preconceptos de produción, que consideran como insuficientemente prestixiante o espazo infantil, o feito é que a programación infantil sobrevive, na maioría das televisións, como o parente pobre, pero simpático, que convidamos á gran festa do Nadal e deixamos no seu cuartiño, en barrio periférico, durante o resto do ano.

Sendo o estatuto da tele-

visión infantil o do primo afastado, ¿para que insistir na hipocresía, mantendo un espazo tolerado, que descompromete ás televisións en relación á restante programación? ¿Para que, tanto máis que se sabe, estatisticamente, que excluindo o grupo ata os 5 anos, os rapaces e rapazas prefiren -aínda que non sexa máis que por mimetismo- os programas fóra das súas marxes?

¿Non sería preferible acabar coa programación infantil?

Apetéceme pensar que talvez fose máis saudable. Desaparecerían as coartadas, e as televisións terían que encarar, durante longo espazo do día, o seu auditorio como indiferenciado, pero incluíndo rapaces nel.

Isto é: o raciocinio dos responsables da programación, ó elaboraren o mapa das emisións, debería ser máis cauteloso: "¡Atención, hai rapaces vendo! Señores telespectadores, hai rapaces entre nós." Con esta reserva non se caerá en preocupacións proteccionistas, paternalistas, como se o rapaz fose unha planta fráxil. ¡Fráxil, pero non tanto!

.....

**A chamada
"bulimia televisiva"
revela sempre un neno
ou nena con falta de
seguridade e de amor.**

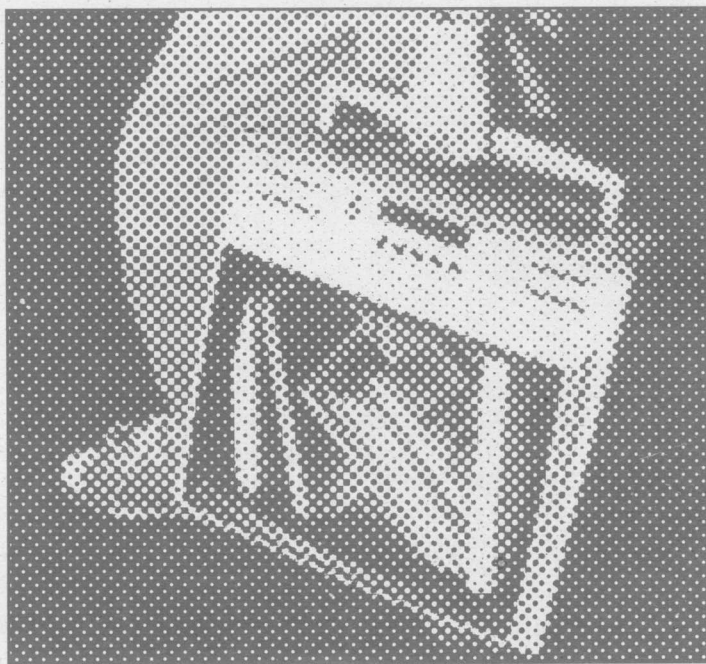
.....

A súa adaptación á civilización da imaxe (e, desde xa, a súa probada adaptabilidade) pasa pola longa exposición a unha programación flexible, subintitulada "para todos, sen ningunhas reservas".

Pártase do principio de que calquera espectáculo de calidade, que non conteña dolo ou malicia viciada, é, para un rapaz ou rapaza, atractive e educativo. Polo contrario, un espectáculo desvitalizado, simplificador e infantilizante desprome ó neno, desacouga ó adulto, que eventualmente o acompaña, e só dá razóns de fuga

En tal caso, prescindindo da programación infantil, só se xustificaría un programa adicado á infancia (¡pero tamén ós adultos!), centrado nun único obxectivo: o de promover a educación para a relatividade. Hai, efectivamente, que precaver ós nenos contra os excesos da ilusión visual.

O real televisivo non é o real, é un tratamento da realidade, unha realidade intermedia: "Os personaxes da televisión non viven diante de nós, como se nós non os vísemos e eles non nos visen. Eles viven **para nós**. Están representando".



ó telespectador, sexa infantil ou non.

¿Pero como, ó elimínala programación especificamente infantil, diluila na programación xeral, ata —por hipótese— a hora límite do inicio do tele-xornal?

A especialistas da saúde mental infantil seríalle atribuído o papel de "provedores da infancia", na programación xeral. Máis que o veto suspensivo, pediríase-lles a eles o apoio consultivo.

A aprendizaxe do espectáculo, como espectáculo, a aprendizaxe das súas leis e o acceso á linguaxe e ós recursos do audio-visual proporcionarán ós nenos e nenas unha lectura da televisión máis pertinente e ós tornarán, máis adiante, nuns espectadores adultos, interrogativos e esixentes, que, coa súa intervención crítica, promoverán a niveis de maior cualificación a media das audiencias televisivas.

Como alonga-la programación televisiva

OS MALOS PRINCIPIOS DA TELEVISIÓN

A televisión é un medio de comunicación recente sobre o cal, como acontece con algúns medicamentos a disposición do público, aínda non posuímos datos suficientes sobre os seus efectos colaterais, a longo prazo.

A xeración dos máis vellos, a dos telespectadores pioneiros, para os que a adquisición do televisor foi unha inversión que había que rentabilizar en forma de utilización indiscriminada e acrítica, sucedeu a xeración

dunha caixa de cartón, a caixa máxica. En calquera dos casos, a rendición á imaxe.

¿E a que imaxe? A imaxe identificada como recreo e como premio ou castigo (se portares ben, ves televisión; se te portares mal...).

Este tipo de alternativa, idéntica á: "Se non te portares ben, pásalo recreo na aula. Se non te portares ben, non vas ó circo, non vas á praia, non vas ó cine..." cinguiu á televisión a unha única dimensión, a do lúdico.

Colocada como antagonista privilexiada da escola,

.....

A televisión é un medio de comunicación recente.

Aínda non posuímos datos suficientes

sobre os seus efectos colaterais, a longo prazo.

.....

dos que pasaron a saber controlar-lo televisor con relativo discernimento. Onde se le "diferentes xeracións" poden estar diferentes estatutos sociais, xeradores doutros tantos comportamentos diferenciados diante do televisor.

Mentres tanto, a actitude do neno ou nena de hoxe, diante do aparato de televisión, que case sempre lle é anterior na casa, pouco diverxirá da actitude da nena ou nena de onte, que viu, nunha fase adiantada do seu desenvolvemento cognitivo, entrarlle na vida, dentro

tempo-templo do deber por oposición ó pracer, a televisión conformouse co estatuto recreativo da súa intervención, desembarazándose lentamente de compoñentes educativo-formativas, que a comprometerían con outra liña de actuación.

Pódeuse tal vez admitir que, se tivese sido outro o seu comezo (imaxínese a televisión nacendo na aula, como instrumento educativo, ó lado do retroproyector ou do proyector de diapositivas) tal vez a súa función, de aí en diante, e a súa historia pasasen a ser diferen-

a T.V. pro e contra

tes... Pero, de feito, só moito despois do televisor familiar surxiu a tele-escola... Daí que o proceso de reconquista e recuperación de oportunidades perdidas se tornase máis árduo.

Mentres tanto, fronte a un sistema educativo fatigado de palabras, a televisión aparenta se-la alternativa. "A imaxe está infinitamente máis predisposta có texto para dici-lo máximo de cousas no mínimo de tempo e ocupando o mínimo de espacio", Albert Plécy -en *Gramática elemental da imaxe*.

A propaganda da televisión pioneira como difusor a domicilio do divertimento, da información e da instrucción, seguiu un tempo de reserva, cando se comezou a percibir que o divertimento podía cegar, a información, intoxicar, a instrucción deformar. Cegar, intoxicar, deformar, sobre todo rapaces, porque están desprovistos de instrumentos críticos, porque non son quen de mante-las distancias entre eles e o que o televisor lles mostraba.

SOMOS TODOS ANALFABETOS

Para moitos adultos, a televisión aínda é un misterio. Se un lector só é lector, porque tamén sabe, mal ou ben, escribir, isto é, dominar os rudimentos da expresión dun escritor, un telespectador poderá ser sempre telespectador, sen coñecer minimamente os medios de expresión do realizador. É un analfabeto visual.

É isto tanto máis grave, canto estamos nun universo de hipertrofia da visión. Ninguén nos educou o ollar. O telespectador medio está tan lonxe da fonte televisiva

como o exipcio, constructor de pirámides, estaba lonxe da xerarquía dos escribas e dos sacerdotes. Se isto pasa co común dos adultos, ¿que dicir dos rapaces e rapazas?

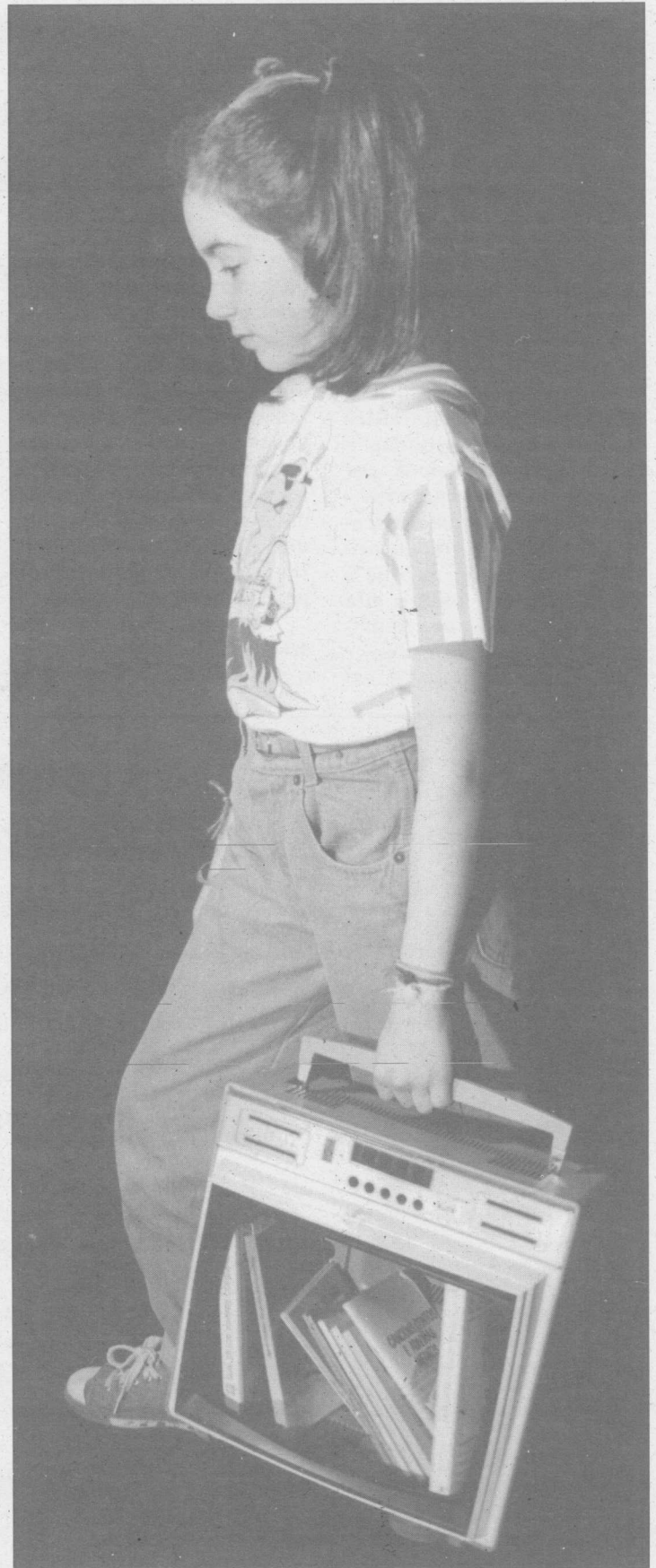
Dos xornais:

"Un rapaz nova-iorquino de 10 anos encóntrase en estado grave nunha enfermería de queimados, porque, entusiasmado co que viu na pequena pantalla decidiu imita-lo comportamento dun intérprete dunha banda de "heavy metal". O rapaz non se decatou de que era un truco a escea na que un dos músicos se pegaba lume a si mesmo e se transformaba nun facho humano, sen que nada grave lle sucedese despois. A Alianza contra a Violencia nas Diversións, con sede nos Estados Unidos, xa diagnosticou, este ano, neste país, alomenos 85 casos de morte relacionados coa paixón pola violencia."

Este tema -socorréndonos aínda dos xornais- preocupou no ano 1988 ó Congreso dos Estados Unidos. Os congresistas aprobaron un proxecto que limita a 9 minutos e medio por hora a publicidade que as emisoras televisivas poden emitir na súa programación infantil (e 12 minutos por hora nas fins de semana).

De feito, a maior parte dos programas dirixidos ós rapaces e rapazas norteamericanos/as inclúen a penas series de debuxos animados, intercalados con bloques de anuncios. E, en moitos casos, é difícil distinguir que é e que non é publicidade, xa que moitos anunciantes presentan os seus produtos en forma de debuxos animados.

Mante-lo equilibrio entre protección e liberalización parece difícil. Mais se está en xogo a saúde men-



a T.V. pro e contra

.....

A mediación entre a televisión e a infancia terá que corresponder a axentes educativos.

tal da infancia, paga a pena arriscar no sentido de protección, aínda que con iso nos sexa atribuído o alcume de paternalistas anacrónicos.

Nós escollemos, lavamos, pelámo-la froita antes de lla dar ós rapaces e rapazas. Non podemos, por outro lado, sen contradicirnos, desresponsabilizármolos da nosa misión educativa neste conflito, no que a televisión, con toda a súa forza atractiva, ten vencidos ós rapaces e rapazas.

Así como se di que é moi

arriscado deixa-los destinos da guerra nas mans dos xenerais, tamén se cre que será moi temerario deixa-los destinos dos nosos fillos nas mans a penas daqueles que fan televisión. A mediación entre a televisión e a infancia terá que corresponder a axentes educativos en sentido lato, que tomen ó seu coitado a coordinación da franxa da programación destinada a nenos e xoves.

Nese sentido, a consigna sería pasar a dar ós rapaces e rapazas o que eles e elas

precisan e non o que queren ou lles fan crer que queren. Para que unha emisora de televisión satisfaga, na súa programación, as necesidades educativas e informativas da infancia terá que contar cun corpo de investigadores en psicoloxía infantil e de formas de avaliación e proba, así como produtores e realizadores especialmente vocacionais, que desenvolvan a súa carreira nesta delicada área de produción.

O CONTROL EDUCATIVO DA PROGRAMACIÓN

A vinculación coa escola, a través do seguimento da programación, fornecida con tempo ós profesores, para a preparación temática previa, parece indispensable.

A interacción escola-televisión poderá tomar outras formas: ampla divulgación de copias de programas e atención dos produtores e programadores da televisión infantil ó curriculum escolar, de forma que a programación televisiva, sen subordinación evidente, poida contemplar, no respectivo caso de cada nivel de ensino (e principalmente no do básico), e ilustrar, con oportunidade, algunhas liñas dos programas escolares. Non se desconfíe de que, fronte a estas preocupacións, a televisión se transforme nunha dependencia da escola ou nunha tele-escola documentalista e expositiva. Acautelada no plano dos intereses e obxectivos, a compoñente recreativa sería salvagardada.



Nova
Escola
Galega

REVISTA GALEGA DE EDUCACIÓN

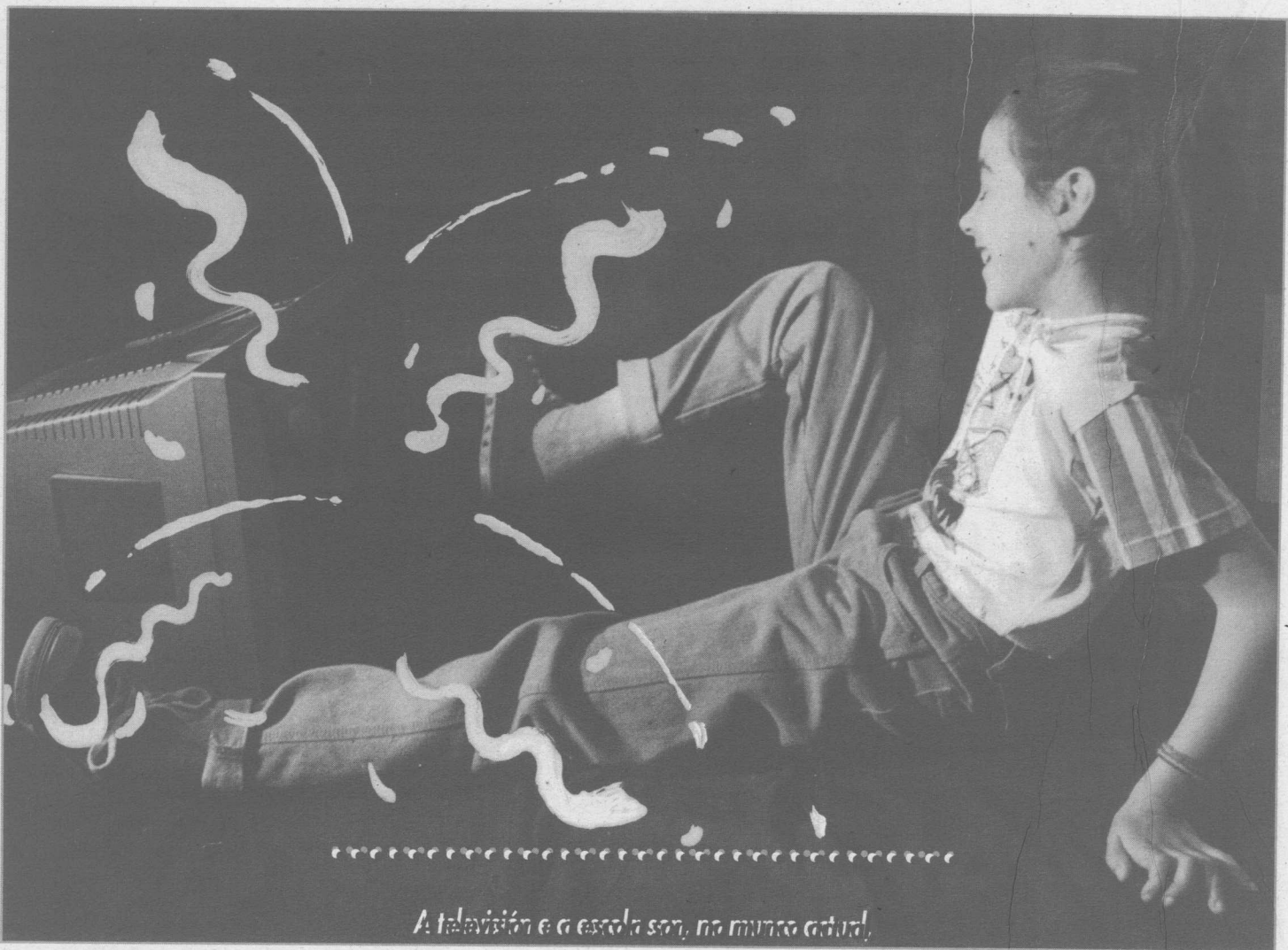
Publicación de Nova Escola Galega
Editada por Edicións Xerais de Galicia

Un medio para estar informado sobre as novidades educativas
Un instrumento de intercambio de experiencias de renovación pedagóxica.
Un espacio de debate e reflexión sobre a educación en Galicia

Un tema monográfico en cada número

- | | | |
|--|-------------------------------------|---|
| 1- A formación do profesorado | 8- Socioloxía da educación | 16- A Educación Primaria |
| 2- As novas tecnoloxías e a escola:
a imaxe | 9- A saúde na escola | 17- A dimensión internacional da
Educación |
| 3- A escola rural | 10- O ensino das ciencias | 18- Os contidos transversais |
| 4- Globalización e interdisciplinariedade | 11- O profesorado | 19- O xogo |
| 5- A Reforma das Medias | 12- A educación das persoas adultas | 20- Educación e televisión |
| 6- Os pais na escola | 13- Educación ambiental | 21- A organización do centro |
| 7- A educación matemática | 14- Ensinar a aprender | |
| | 15- Literatura infantil | |

Pódense solicita-los números atrasados, contrarreembolso a: **REVISTA GALEGA DE EDUCACIÓN**
Edicións Xerais de Galicia
Doutor Maraño 10, baixo - 36211 Vigo \ Teléfono: (986) 29 61 16 / Fax: (986) 20 13 66



A televisión e a escola son, no mundo actual,

**as dúas máis decisivas oportunidades de coñecemento
proporcionado á infancia.**

A televisión e a escola son, no mundo actual, as dúas máis decisivas oportunidades de coñecemento proporcionado á infancia. O lado da escolaridade obrigatoria, como forma de atenuar diferenzas de raíz, perfílase a televisión inevitable. Rapaces e rapazas de medios diferentes frecuentan a mesma escola e ven os mesmos programas.

Se houberse converxencia de obxectivos ou, polo menos, coexistencia entre estas dúas compoñentes de formación e coñecemento, que serven á infancia, poderíase establecer como un tratado de Tordesillas entre a escola e a televisión.

Nótese que non se pide que a televisión retome, como explicador caseiro, as materias que a escola ensinou, nin que se substitúa á escola, transformando as emisións en tempos de aprendizaxe, aínda que non convencionais. Pero, se a televisión trouxese ó coñecemento dos rapaces e rapazas o que a escola non pode ensinar, se a escola trasladase parte do seu curriculum ó máis eficaz tratamento televisivo, o reparto de

responsabilidades só traerá vantaxes para o desenvolvemento dos nenos e nenas.

¿Como compatibilizar este cobizoso proxecto, que poderá beneficiar moito se fose sistemática e meticulosamente programado, como concilialo coa televisión que temos e coas esixencias de diversidade de programas, válidos para as múltiples audiencias televisivas?

De unha única forma, que poderá parecer excesiva, pero que é a conclusión inevitable cara a cal se vén deslizando, progresivamente, este texto: a creación dunha canle adicada exclusivamente á programación infantil.

Así, a interrelación escola-televisión será completa. Cada profesor sabería con anticipación o calendario da programación televisiva e recomendaría ós seus alumnos, tal como, agora, suxire a lectura dun xornal ou a recollida de documentación nun

libro, e responsabilizaríalos do visionamento deste ou daquel programa diario, como actividade para casa (evito o termo "traballo para a casa"...), como acrecentamento ou adiantamento do tempo da escola.

A dosificación do informativo e do recreativo, nesta canle da infancia (¡por favor, non a confundan coa canle do mesmo nome, vía satélite!), sería "paxinado" en función dos destinatarios, facendo vale-la recomendación de que a compoñente recreativa nunca sería fútil nin a compoñente informativa, masacrante.

¿E os que, en casa, conectaran o televisor a outras canles? Prexudicaríanse, tal como se estivesen latando a clase... Pero tamén, neste caso, os profesores terán a oportunidade de avaliar, circunsatancialmente, a falta de visionamento e corrixir a tempo ó refractario.

Admitimos, no principio, en hipótese académica, a posibilidade de que a televisión tivese xurdido na escola, antes de ter chegado ós lares. Se tal tivese realmente acontecido, non estaríamos moi lonxe do proxecto aquí proposto ou ficcionado.

O ficcionable pode sempre tornarse realidade. Porque somos profesionais da televisión sabemos que é así. A cuestión está en saber se, realmente, queremos, isto é, se queremos transferir do imposible ó difícil, do difícil ó probable, do probable ó asequible, aquilo que, neste caso, non pasa dun simple exercicio quimérico.

A.T.

* Antónío Torrado, profesor licenciado en filosofía e promotor de correntes de innovación pedagóxica, é un dos máis prestixiosos escritores de literatura infantil de Portugal, premiado en 1988 co Premio da Fundación Calouste Gulbenkian polo conxunto da súa obra. Foi Xefe do Departamento de Programas Infantís da televisión portuguesa nos anos posteriores ó 25 de abril do 74. Posteriormente coordinou a primeira serie de coproducción *Sesame Street*, emitida en Portugal.

Mantéñase lonxe do alcance dos nenos

Esther Roehrich-Rubio

É DE TODOS coñecido o alcance, poder de convocatoria, a forza que o medio televisivo ten acadado. Pero o problema que tratamos non está no medio en si, senón na forma en que este se utiliza. ¿Que acontece cando non pasa de ser unha manipulación descarada e cruel? Ese é o caso, aí é onde nos doe.

O feito de que a televisión sexa un/ha niñoiro/a do máis barato, discreto/a e eficaz á hora de ter ós pequenos/as calados/as e boquiabertos/as é indubidable (aínda que algúns non queiramos un/ha niñoiro/a que nos faga parecer tan parviños/as).

Que a tele é o/a mellor vendedor/a, non só de xoguetes, tamén de bolos recheos, de monecas históricas e un longo etcétera, incluídos libros, quen o vai negar. A televisión é un poderoso factor de vendas de libros. Mágoa que, tantas veces, a calidade dos libros relacionados coas imaxes en movemento non sexa a máis desexable.

En fin... ¿Exerce a televisión o seu poder correctamente nunha liña afastada do máis puro mercantilismo?

Na súa última reunión, a Asociación Española de Pediatría e a Confederación

.....

Eu animaría a participar nunha especie de revolta pacífica consistente en premer a tan conflictiva técola off da televisión.

.....

Española de Pais de Alumnos, pedían unha eficaz protección da infancia no mundo televisivo. Salientaban que nas televisións españolas os espazos informativos e educativos dirixidos ós nenos son moi escasos, mentres que un neno ou adolescente pode chegar a observar ata 12.000 actos violentos nun ano. Denunciábase a crecente cultura da violencia e o erotismo como soportes dunha desmesurada actividade publicitaria.

Destacan os psiquiatras como efectos nocivos da programación televisiva actual: alteracións do sono, perda de atención, fatiga escolar, medos, fobias, e, en última instancia, a reprodución de actos violentos (non esquezámo-la gran capacidade de imitación dos pequenos).

E engado que, segundo un interesante estudo estatístico realizado en Suecia, o 40 % dos nenos comprendidos entre os seis

e os dez anos cren que o ser humano morre exclusivamente vítima de asasinato ou homicidio.

Tire cada cal as súas conclusións e, se o estima pertinente, manteña afastada a televisión do alcance dos nenos.

A marxe da responsabilidade que pais, titores e demais familia temos no control da educación dos nosos/as pequenos/as, compriría ESIXIR eficazmente ós programadores dos espazos televisivos coincidentes cunha posible audiencia infantil e xuvenil, unha maior dose de ética e toma de conciencia da seriedade do asunto, esixencia que se fai aínda maior no que respecta á televisión pública. Exa sei, xa sei que os catro que, desde dentro das propias televisións, pelexan por eses cambios, fan o que poden, e só dentro do pouco que lles deixan.

O/a neno/a recibe imaxes que van participar na confi-

guración da súa idea do mundo e das cousas e, desde logo, con estes planos actuais, non está recibindo o mellor. A min preocúpame, en todo caso, a carga violenta, sexista e consumista que invade as nosas televisións, deploro as súas referencias estéticas, e gustaríame que as cousas fosen doutro xeito. Aínda que, pensándoo ben, se así fose... ¡horror!, pasariámonos, os meus nenos e mais eu, a vida prendidos do televisor. Patético espectáculo.

En fin, eu animaría a uns cantos, se son moitos mellor, a participaren nunha especie de conspiración ou revolta pacífica consistente en premer ou xirar, segundo sexa o caso, a tan conflictiva trécola na súa dirección máis próxima ó **off**, e volver a ollar pola fiestra os currunchos, os biorbados, os nubarróns, os moscardóns, e a conta-las estrelas e ovellañas, e aprender a facer pastes, e pintar polas paredes... ¡Que lindo!

Aínda que, ¡quen sabe!, poida que coa realidade virtual que se nos vén enriba, chegue o día en que a televisión nos pareza do máis inocente.

* Esther Roehrich-Rubio é editora de literatura infantil na editorial Kókinos de Madrid.

O libro, a tele e o frautista.

Jorge Riobóo

A QUI VAI outro bonito e manido título para este artigo ou outro calquera: "Libro versus televisión, unha batalla perdida". Pero eu non acepto o envite proposto así. Paréceme pouco práctico presentar á "tele" como o inimigo público número un do libro e a lectura. Prefiro non entrar nesa falsa alternativa ou batalla e -aunque aceptando que ese electrodoméstico con pantalla posúe un irresistible poder de atracción para xoves e adultos- buscar a parte positiva que en relación co libro e a lectura poida ter a televisión.

as clases e os deberes. Eles e elas, os xoves de hoxe, engánchanse mellor coa imaxe en movemento que coa letra impresa. Son fieis á época que lles toca vivir, rodeados de "cachivaches" electrónicos, chips, totóns, técolas, chaves e mandos a distancia para todo. E a televisión ocupa un lugar de privilexio no comedor, na sala de estar ou, en moitos fogares a súa propia habitación. As enquisas e estudos recentes sobre como ocupan o seu tempo de ocio os cativos e xoves españois, deixan mal parados, e en abrumadora minoría, a quens lle adican a súa atención á lectura fronte os que se "col-

.....

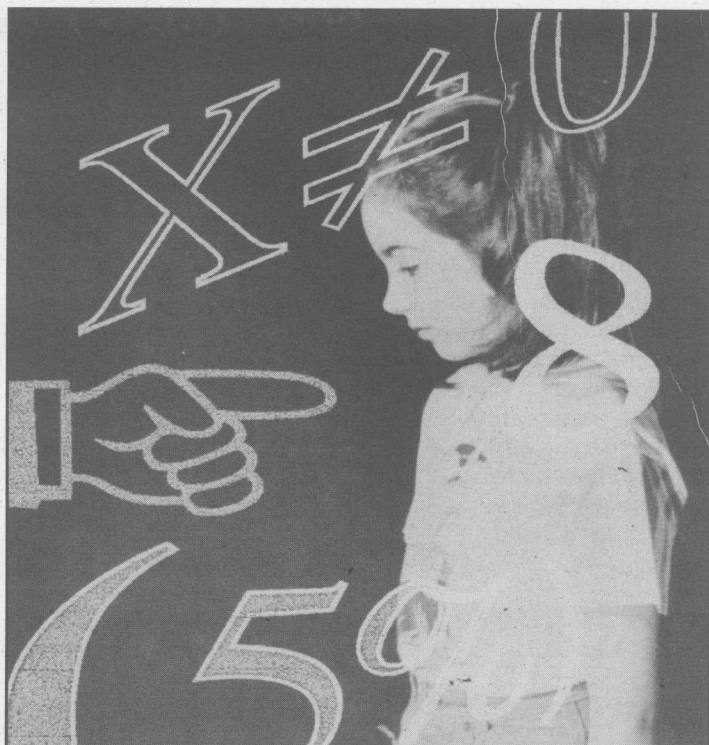
Paréceme pouco práctico presentar a "tele" como o inimigo público número un do libro e a lectura.

.....

Se di con "machaconería" que os nenos cada vez len menos porque pasan o día ante o televisor e o vídeo, ou enfrascados nas pantallinas dos videoxogos. Creo que son opcións distintas para ocupar o pouco tempo libre que lles deixan

gan" do vídeo, a tele ou as consolas de videoxogos.

Botando un ollo á programación infantil das distintas cadeas, o panorama é desalentador: debuxos animados por un tubo, a todas horas e con dubidosa calidade ou rebordando violencia e



insolidariedade na súa maior parte, co "made in Japan" como denominación de orixe case inevitable. Son produtos rebaixados de prezo case sempre e que véndense por lotes. Á parte dos debuxos e algunhas series xuvenís, o resto da oferta céntrase en concursos e xogos con premios a "os mellores", e conducidos por presentadores que forzan irremediabilmente a "participar" ós xoves, por medio dos berros, aplausos a "mogollón" e "coros" con frases feitas e cancións amolantes. Pero unha boa parte da audiencia infantil continúa preferindo -como sempre- a programación dirixida ós seus pais, que en moitas ocasións é, sinxelamente, "telelixo".

A LETRA CON TELE, ¿ENTRA?

Ante este panorama da oferta televisiva para os cativos, estaría ben dicirlle ó neno que traga os espazos

infantís: ¡¡Apaga e ímonos...!! Pero, ¿a onde? ¿Á lectura? ¡¡Ogalla fora sinxelo cun imaxinario Frautista de Hamelin os levara tras él, feitizandoos coa melodía da letra impresa e lle ganara a partida ó "monstro" televisivo e feróz. Mais, a pesares de crer firmemente en frautistas, princesas, fadas, bruxas, gnomos e outros seres admirables, non espero tal milagre. Conducir ós nenos ó libro é unha tarefa lenta e difícil para pais, educadores e "animadores" de variado pelaxe. E aquí chega a pregunta do millón ¿serve a tele para iso? ¿Axudan a buscar a lectura, a encontrarse con ela un espazo de televisión sobre libros, unha serie ou unha película con personaxes e historias sacadas da literatura? Sinceramente, non o sei. Inclínome a pensar que si, pero sempre dependerá da calidade, factura e imaxinación que presente ese produto que se ofrece ó neno espectador.

a T.V. pro e contra

Escoitei en repetidas ocasións, dentro do "circuíto" da animación á lectura, afirmacións rotundas como: "É mais cómodo e fácil ver un libro na tele que lelo". Ou "A televisión pode facer moi pouco porque os nenos leen, só lles estimula a seguir vendo televisión e lles alonxa do gusto pola lectura". Acepto sen discusión a afirmación primeira (que asinaría gostoso Perogrullo), pero paréceme excesivamente rotunda a segunda, pois os programas con libros en TVE mantiveron a súa audiencia fiel entre os cativos.

OLLANDO CARA ATRÁS CON... NOSTALXIA

Recordo espazos de TVE nos anos 80 —e outros anteriores e posteriores a esa década— nos que o libro e a literatura se asomaban con dignidade e imaxinación pola pantalla. Aurora Díaz-Plaja, Felicidad Orquín, Paco Climent, Blanca Álvarez, Juan Farias, José Ramón Sánchez, María Luisa Seco, Lolo Rico, Paco García Novell, Miquel Obiols, Pep

Durán e outros moitos nomes achegaban ó xove telespectador personaxes, autores e obras da literatura infantil. Eran programas sinxelos, feitos —coa calderiña da televisión pública e unha boa dose de imaxinación— por xentes que amaban os libros para os mais pequenos. Eran, dunha larga lista, programas como *La cometa blanca*, *Sábada-bada*, *El Kiosco*, *Nosotros*, *Robinson*, *Planeta Imagenario*, ou *Un cesto lleno de libros*. Historias, voces, soños, imaxes, música e palabras rescatadas dos libros, da pluma e o pincel de autores e ilustradores, que se reunían con eles e os seus personaxes para ser recreados no rectángulo do televisor. Mesturados, pero non revoltos, uníanse na pantalla *Las Brujas* de Dahl e Carme Solé; Elena Fortún e Babar; Os Premios Andersen e Robinson Crusoe; Alicia; Antoniorrobes e Asun Balzola; Michel Ende e Miguel Angel Pacheco; A Feria de Boloña e Culliver; Rodari e Consuelo Armijo. Ou Dickens, Salgari e Adela Turín. Ou Carmen Bravo

Villasante, Javier Villafañe e Lola Anglada. E María Gripe, Fenimore Cooper e Joan Manuel Gisbert. E tamén, inevitablemente, Guillermo Brown, Christine Nostingler e Sherlock Holmes...

Na programación actual das distintas cadeas de televisión aparecen, perdidas na "grella" algunhas series, películas e incluso debuxos animados, rescatados do esquecemento e que aínda "enganchan" ós nenos e a moitos pais. *El mundo de los sueños de Janosch*, *Pippi Calzaslargas*, *Pedro y el lobo*, *El viento entre los sauces*, ou *Astrid Lindgren para los niños*, foron algunhas das pequenas "xoiás" disfrutadas recentemente.

Afirmar que o libro na tele non engancha á lectura, non "vende" exemplares, non é atractivo, é unha verdade a medias. Depende de cómo sexa tratado, dos medios que se adiquen, da imaxinación, profesionalidade, empeño e amor ó libro infantil que quen poñan en marcha un programa, do horario axeitado e a súa continuidade, dunha promoción que

axude... Pero un bo programa de libros ha de ser, ante todo, un bo programa de televisión.

FINAL CUNHAS PINGAS DE FE

Xa que non se pode —nin se debe— loitar contra a tele, intentemos facela cómplice da lectura, pelexemos porque se fagan espazos dignos que informen sobre o mundo dos libros, que suxiran e inviten á lectura, o descubrimento ou a recuperación do placer de ler.

Modestamente, os que facemos en TVE, en "La 2", *La isla del Tesoro*, estamos niso. Só cinco minutos o día... e cando saímos. Pero estamos... Como vedes, eu aínda creo nas posibilidades do libro "dentro" da pantalla do electrodoméstico máis querido e odiado. Son incorrrible. E, desgraciadamente, non sei tocar a frauta.

J.B.

*Jorge Riobóo. Xornalista. Guionista de *La Isla del tesoro*. TVE-2. Colaborador en *Primeras noticias* sobre Literatura Infantil.

Rotas didácticas pola Serra do Barbanza

Unha completa proposta de itinerarios e recursos didácticos para contextualizar o Proxecto Curricular de Centro

Rotas didácticas pola
Serra do Barbanza.
Natureza, Arqueoloxía e
Sociedade.

Xulio Gutiérrez Roger
(Coordinador).

Colección Materiais. 220
pp. 1950 pesetas.



EDICIÓNS XERAIAS DE GALICIA

O imperio contrataca

Xan Leira

A TELEVISIÓN NACEU, como a maioría das cousas recen nadas, pura; e ó pouco tempo de andar os donos da criatura fixeron dela o vehículo de penetración e dominio ideolóxico máis poderoso que se coñeceu ata hoxe. Se se dera por certo a máxima dalgúns teóricos que afirman que o cine aínda está vivindo a súa prehistoria, teríase que dicir que a televisión xa transita, define e planifica, non soamente a súa propia historia senón, tamén, a de miles de millóns de televidentes.

A Televisión pasou de ser —en moi poucos anos— a *caixa parva* para converterse na *caixa negra* da cultura dominante. Na televisión (Emisor-Medio-Receptor) conviven, medran e se multiplican, a cada instante, un universo multiestelar de inagotables posibilidades que a converten nunha *forza* de incomparables dimensións. Falar do universo da Televisión e de tódolos medios auxiliares que medran baixo a súa protección, é falar dunhas das primeiras industrias do mundo que, xuntamente coa armamentista, o tráfico de drogas, e o contrabando e trasfega ilegal de persoas, coroan o cumio das actividades máis rendibles e emblemáticas da cultura hegemónica e dominante.

Por todo isto reducir o universo da televisión ó concepto de Medio de Comunicación de Masas, é por demais elegante, ambiguo e encubridor da súa

verdadeira dimensión. A *forza da TV* radica fundamentalmente en ser un novo modo de produción —de ideas— que tende á alienación, á mercantilización do tempo libre exclavizando “democrática e legalmente” o espectador á sociedade de consumo e ós seus valores.

A *forza* convértese en medio, ferramenta, aparello, arma, púlpito, escano, consultorio, ou calquera dos recursos que se queren utilizar para *dicta-las* normas de dependencia que o imperio require. Pero a *forza* necesita máis, e máis. E iso a fai saír do seu propio formato para resolver cuestións que os outrora cidadáns, hoxe teledependentes da incipiente *sociedade da información*, xa non están en condicións de resolver: Berlusconi ensaiando un novo fascismo *light*; no propio corazón do primeiro mundo; ou os *telepastores*, que en Latinoamérica fan cambalear o poder secular da Igrexa Católica, son un bo exemplo da saída cara a fóra da televisión. Nin falar das *autoestradas da información* que conducen vertixinosamente cara á futura *telépolis*.

¿QUE FACER?

Con este panorama é difícil, por non dicir imposible ou tal vez innecesario, querer mellorar —dun xeito multidisciplinar, democrático e convencional— a programación, moito menos pretender mello-

rar ou democratizar A Televisión; pois ela é o que é.

Pero ante esta cuestión hai tantas respostas como interpretacións se fagan sobre o medio.

Os que suxiren que a televisión (en calquera das súas maneiras de consumo) é unha inimiga da lectura, piden que a programación conteña espazos especializados de animación á lectura e que o medio cumpra un rol xerador de actividades novas e participativas. Os que defenden os dereitos dos telespectadores, solicitan que se poña fin ó abuso da publicidade (resolución europea de próxima implantación), que se califiquen —dalgún xeito— os contidos da programación e se diversifique a demanda, engadindo unha programación máis cultural. Os colectivos feministas loitan contra a utilización da muller coma un obxecto e contra os contidos que perpetúan o seu asoballamento. Outro tanto piden —con xustiza— calquera dos colectivos sociais que se consideran marxinalizados, discriminados, ou maltrados nos seus valores.

Xa están vellos os que pedían, dende os organismos internacionais, un Novo Orde de Comunicación Internacional, que regulase democráticamente o universo da comunicación.

A falta de recursos; o descoñecemento do medio e a súa tecnoloxía; a idealización de tempos e costumes perdidas como a lectura, o tempo libre, ou poder ollar libremente as estrelas; levou nestes anos á frustración e á demonización da Televisión por parte da maioría dos grupos de opinión, que non poideron coller as rendas no medio e cambiarlo, segundo os seus principios.

Pero a *demonización* conleva implicitamente o soño e a ilusión de que a Televisión aínda é posible de cambiar, e que coa aparición dun conxuro se botará fóra do medio ós malos e denostados direc-

tores, programadores, produtores e realizadores. Esta teoría da *demonización* brinda a posibilidade de que o medio se rexese así mesmo e —mercede á mercadotecnia— satisfaga puntualmente á carta, vía satélite ou por cable a moitos destes mesmos individuos ou colectivos, hoxe descontentos.

A *demonización* non fai máis que ocultar a verdadeira cara escura da *forza*. E polo tanto, impide ver a esencia real deste medio de produción de ideas: xenuino expoñente do imperio.

¿Acaso alguén se lle ocorre mellorar ou democratizar a industria armamentista, o tráfico de drogas, ou o contrabando de persoas?

No caso da televisión é imposible eliminala. Pero o que si é posible e apropiarse dos recursos tecnolóxicos e expresivos —que conforma o sistema televisivo—, e crear canles propias de comunicación, verdadeiramente alternativas e por fóra dos Medios Masivos de Comunicación, que á maneira de *Okupas do Éter* quebren a subxugación ideolóxica que significa hoxe A Televisión. Cada tribo nacional, étnica, cultural, racial ou social pode e debe ter a súa propia canle de comunicación.

Neste contexto instálase outra vez —e cando non— a necesidade de artellar as novas utopías que contraresten o poder omnímodo da *forza* e que permitan ós resistentes, dende dentro e dende fóra do imperio televisivo volver a comezar, dende as propias catacumbas, illas, ou nichos do pensamento crítico, a posibilidade da artella-la liberdade de elección, de pensar por se mesmos, e de soñar un mundo vivido por cidadáns tolerantes, reflexivos, e respectuosos da disparidade e a diversidade individual e colectiva.

Xan Leira é guionista e realizador de cine e vídeo.

José Palacios Aguilar
María Castillo Obeso
(Licenciados en
Educación Física)

O xoguete e a propaganda televisiva

O xogo cumpriu, dende sempre, un importantísimo papel na evolución humana (filoxénese) e no desenvolvemento individual das persoas (ontoxénese), de aí que as ciencias como a antropoloxía, a psicoloxía e as ciencias da educación lle presten unha atención especial e adiquen coidadosos estudos para a comprensión dos seus fenómenos. Entre estes atópase o xoguete, que aparece de forma natural ó mesmo tempo que o xogo, representando o seu elemento auxiliar por excelencia.

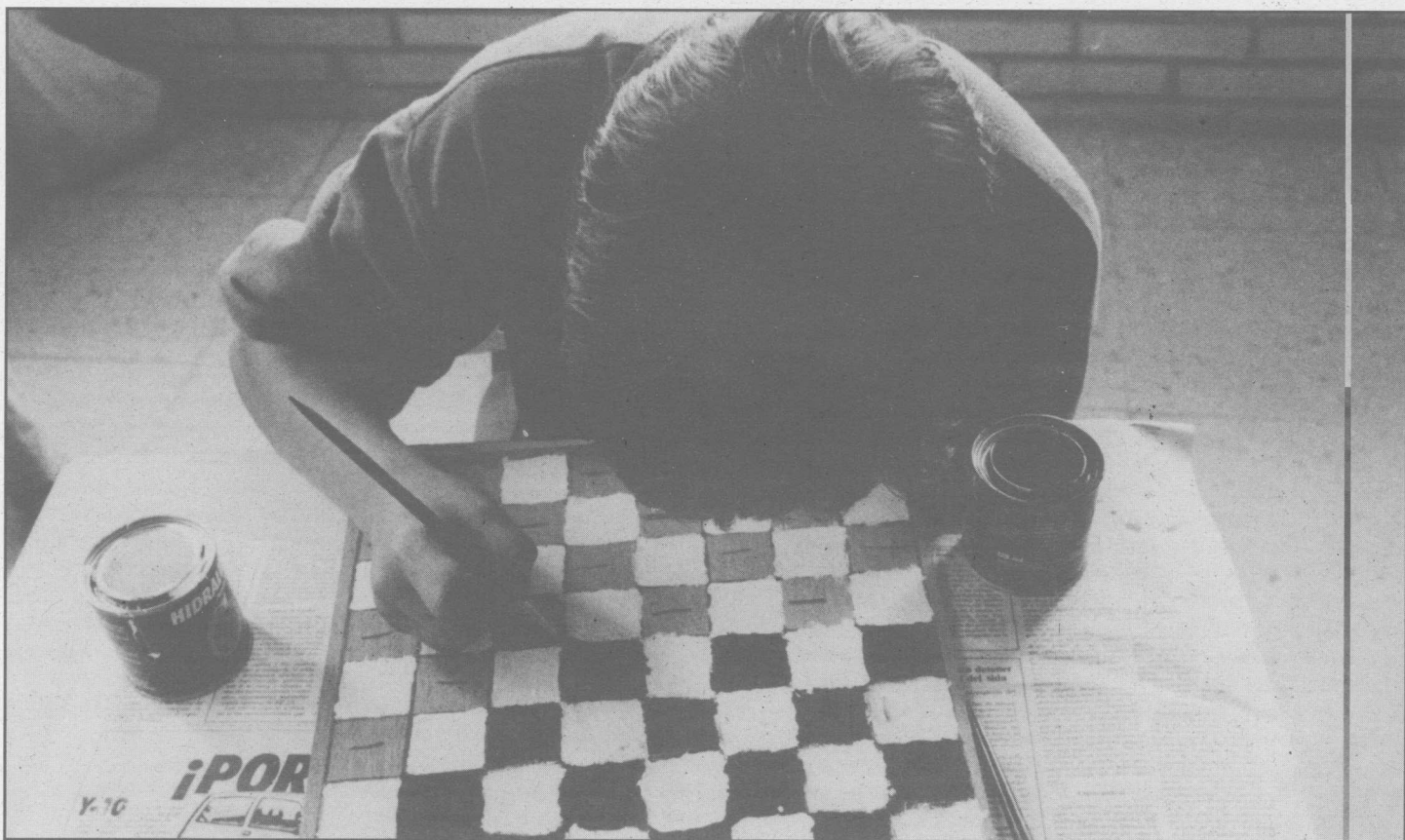
O estudo que presentamos a continuación trata de analizar un aspecto moi concreto e actual do xoguete: a súa propaganda a través dos anuncios da televisión.

OS NÓSOS desexos de levar a cabo este estudo, que xa decidíramos realizar hai xa ben de tempo, incrementábanse con cada campaña

publicitaria de xoguetes. Estas campañas prodúcense, infaliblemente, con motivo do remate do curso escolar (xuño) e, sobre todo, como consecuencia do costume de facer regalos de Nadal (decembro).

Durante a primeira quincena do mes de decembro de 1.989 producíronse algunhas denuncias, respaldadas por colectivos feministas e pacifistas, pero tamén por responsables da área da muller en organis-

mos públicos (como foi o caso da Directora Xeral da Muller da Comunidade de Madrid). Nestas denuncias, publicadas na prensa, criticábase abertamente o carácter sexista da propaganda en torno ós xoguetes, e,



experiencias

en especial, dunha empresa (Feber). Decidimos entón comprobar persoalmente, por medio dunha sinxela investigación, este tema e outros que puidesen xurdir no seu transcurso.

O resultado desta investigación preséntase a continuación, co propósito de axudar, se é posible, ó esclarecemento dun tema tan importante como é o do xoguete e a súa publicidade.

HIPÓTESE DE PARTIDA

A hipótese da que se partiu pódese expoñer claramente con poucas palabras:

“A maior parte dos xoguetes anunciados implican discriminación sexista, é dicir, predeterminan se deben ser nenos ou nenas os que os utilicen e fomentan a aparición de “roles” imitados dos adultos, que non son espontáneos nos nenos.”

METODOLOXÍA EMPREGADA

A toma de datos da investigación efectuouse mediante a gravación, en cintas de vídeo, de tódolos anuncios que foron aparecendo na televisión, na canle elixida e durante o día seleccionado. Polo tanto, os materiais que se utilizaron foron un televisor de formato normal (24 pulgadas), un vídeo VHS de uso doméstico e varias cintas para a gravación.

A canle de televisión seleccionada foi TVE-1, por un criterio lóxico, ser a de maior audiencia e a que máis programación infantil emite durante o día escollido.

O día seleccionado para a toma de datos foi o sábado, 23 de decembro de

*O xoguete non debe representar nin un premio (ó entregarse),
nin un castigo (ó retirarse), xa que é un instrumento
para que o neno acade a felicidade.*

1.989. Designouse este día por ser un dos máis propicios para a publicidade de xoguetes, xa que sendo sábado, o día da semana con máis programación infantil, os nenos pasan moito tempo vendo a televisión. Ademais, esta data coincidía coa inmediatamente anterior ó nadal, que polo seu carácter eminentemente familiar, inflúe aínda máis no tempo que os nenos ven este aparato. Desgraciadamente, o

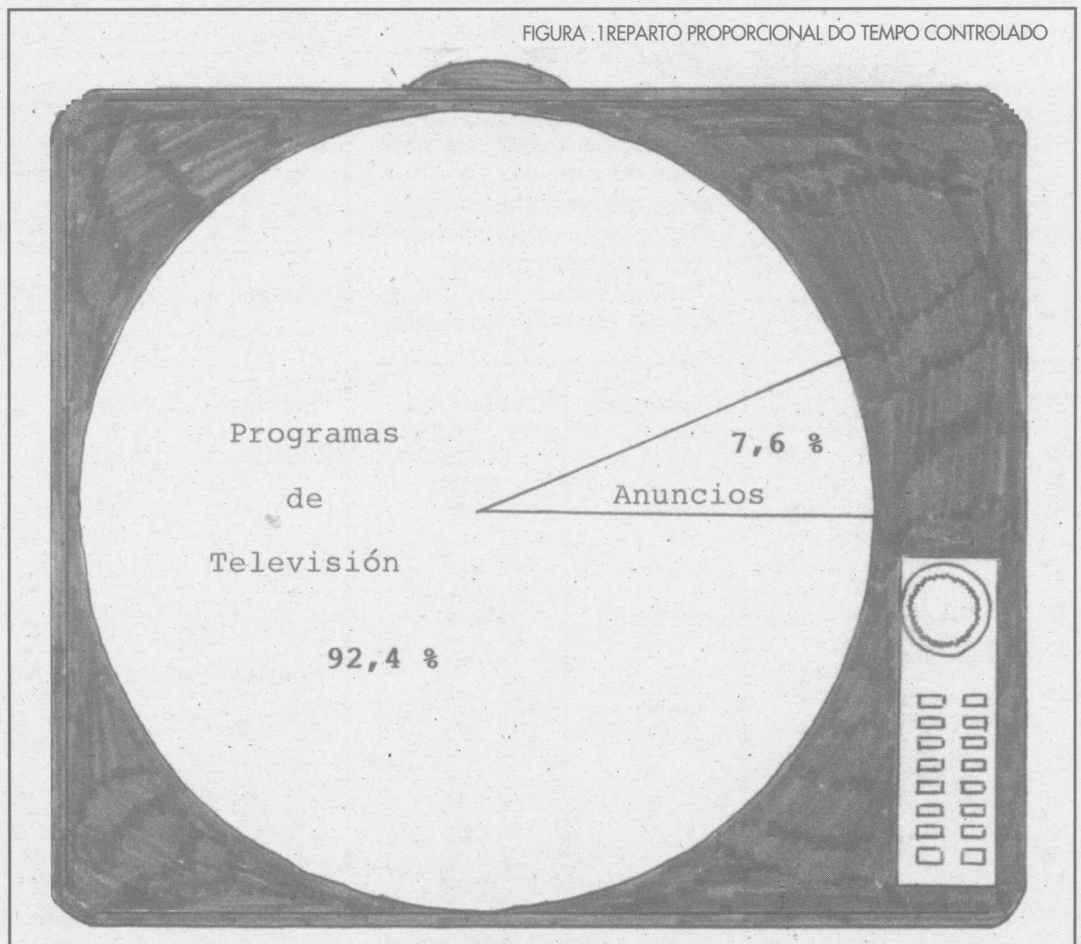
día que máis tempo libre teñen os nenos é o día que pasan máis tempo vendo a televisión.

O tempo total de gravación dos anuncios foi de 16 horas e 30 minutos, correspondentes ás comprendidas entre as 7,45 h. (do 23-12-89) e as 00,15 h. (do 24-12-89). Dado o elevado número de horas, a gravación non foi efectuada por unha única persoa, senón que contribuíron varios mem-

bros da familia, sen os que a recollida dos datos non tería sido posible.

Trala gravación dos anuncios, proba efectiva, fidedigna e evidente da publicidade que se ve en TVE-1 e que será a que permita realizar afirmacións e conclusións, a continuación procedeuse á análise dos anuncios, contabilizando tempos e clasificándooos en grupos. Esta análise deu lugar ós seguintes resultados:

FIGURA .1 REPARTO PROPORCIONAL DO TEMPO CONTROLADO



experiencias

**A maior parte dos
xoguetes anunciados
implican discriminación
sexista.**

EXPOSICIÓN DOS DATOS

A) Tempo total controlado:
16 horas e 30 minutos
(Equivalentes a 59.400 segundos)

B) Tempo total dos anuncios emitidos:

1 hora, 14 minutos, 5 segundos (Equivalentes a 4.490 segundos)

O tempo de anuncios representa un 7,59% do tempo total (Fig. 1)

Número total de anuncios emitidos: 194

Duración media de cada anuncio: 23" 14

(O anuncio máis frecuente ten unha duración de 20")

C) GRAFICA 1

Número dos anuncios de xoguetes: 90

O número de anuncios de xoguetes representa un 46,39% do número total de anuncios.

D) Reparto dos anuncios segundo o sexo:

1.- Anuncios de xoguetes "para" nenas: 35 - 38,89%

2.- Anuncios de xoguetes "para" nenos" 27 - 30,00%

3.- Anuncios de xoguetes mixtos ou sen definición do sexo: 28 - 31,11%

Os anuncios foron englobados nun ou noutro grupo atendendo a quen era o que manipulaba ou xogaba (neno ou nena) co xoguete anunciado, sempre e cando este tema fose observado con absoluta claridade, xa que en caso de dúbida ou de aparecer ambos sexos, o anuncio clasificábase no apartado de mixto ou sen definición de sexo.

Os datos anteriores representan un total de 62 anuncios, o 68,89% dos emitidos de xoguetes, nos que se manifesta unha discriminación sexista, confirmándose a tese de partida.

Clasificación dos anuncios de xoguetes agrupados

en artigos similares, segundo o seu número e sinalando a porcentaxe correspondente: (Fig. 4)

E) Marcas xoguiteiras anunciadas: 32

Unha destas marcas (Feber), precisamente na que se observou unha maior inclinación cara á discriminación sexista nos xoguetes, realiza 27 anuncios, que representan o 30% de tódolos anuncios de xoguetes. O resto das 31 marcas repár-

tense os 63 anuncios restantes, sen pasar ningunha dos 5 anuncios (un 5,5%). (Fig. 5)

OBSERVACIÓNS

1.- O feito de que o 7,6% do tempo que emite televisión na canle controlada, estea adicado ós anuncios de produtos de moi diversa índole, demostra o afán por inclinar ós televidentes (A maioría dos cidadáns do

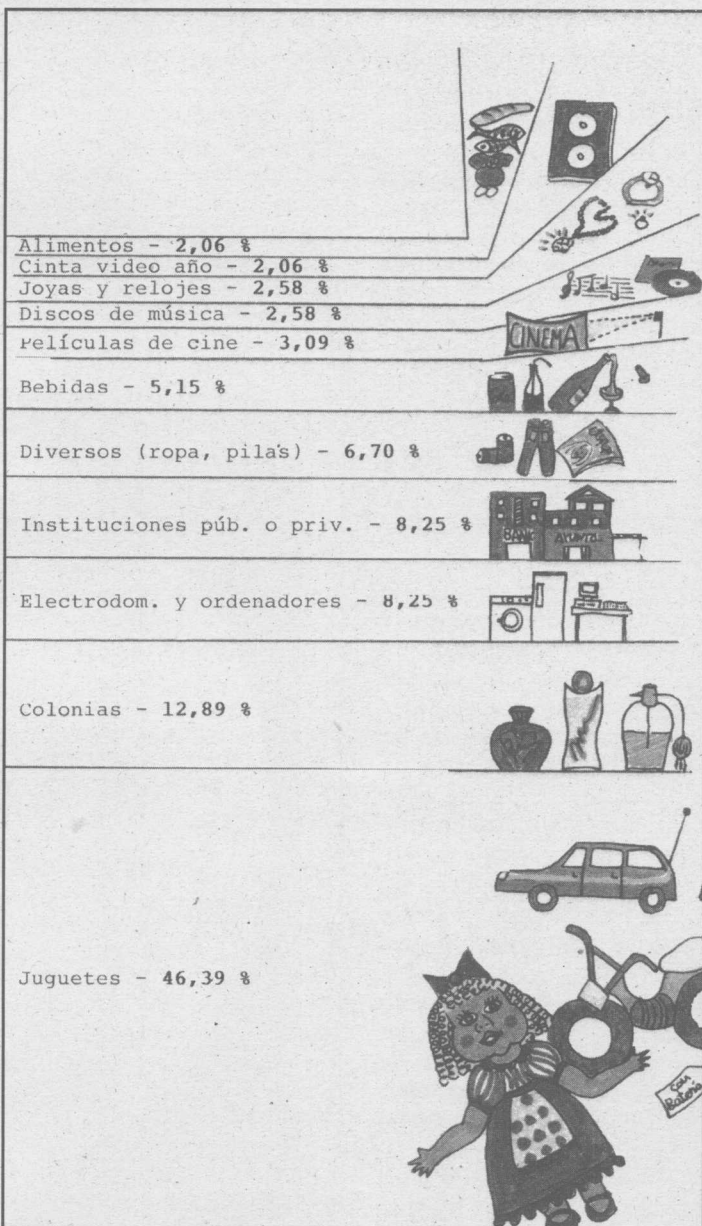


FIGURA 2: PORCENTAXES DOS ANUNCIOS AGRUPADOS EN PRODUCTOS SIMILARES.

Posto	Producto	Nº anuncios	Porcentaxe
1º	Xoguetes	90	46,39
2º	Colonias	25	12,89
3º	Electrodomésticos e ordenadores	16	8,25
4º	Institucións públicas e privadas	16	8,25
5º	Diversos (Pilas, roupa, revistas, cueiros)	13	6,70
6º	Bebidas (Con alcohol 4, sen alcohol 6)	10	5,15
7º	Películas de cine	6	3,09
8º	Alfaías e reloxo	5	2,58
8º	Discos de música	5	2,58
10º	Alimentos	4	2,06
11º	Documental en vídeo	4	2,06
	TOTAL	194	100%

experiencias

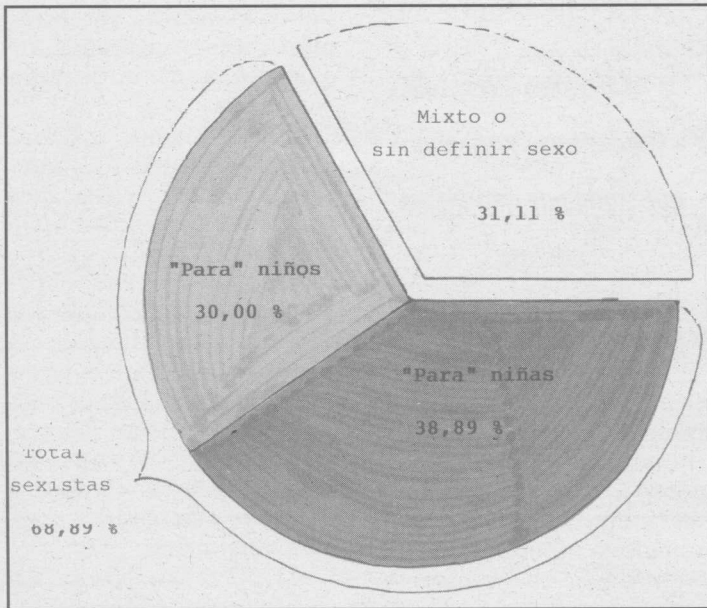


FIGURA 3 REPARTO DOS ANUNCIOS DE XOGUETES SEGUNDO O SEXO.

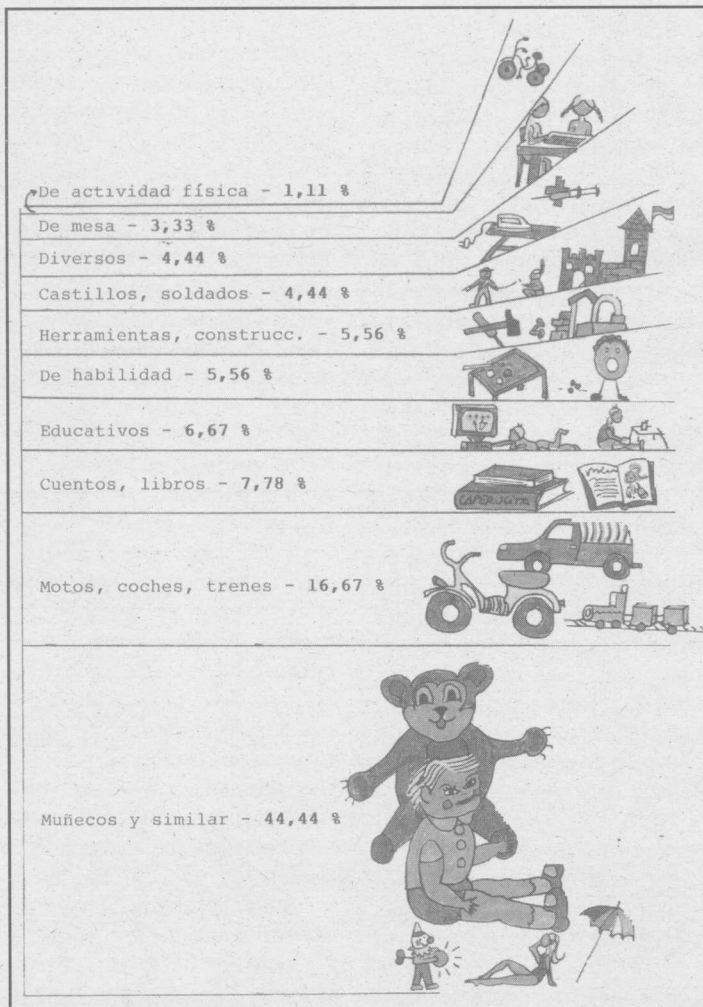


FIGURA 4 - PORCENTAXES DOS ANUNCIOS DE XOGUETES AGRUPADOS EN ARTICULOS SIMILARES.

país) ó maior consumismo posible. Vivimos nunha sociedade netamente consumista, na que, polo menos nas datas do nadal, sobre todo artigos como os xoguetes, seguido polas colonias, representan os produtos con máis proxección comercial e, consecuentemente, ante a hábil captación das empresas publicitarias, os produtos que máis se consumen.

2.- Anque sae do tema do xoguete, pero relacionado coa discriminación sexista,

lle as de tipo auxiliar ou secundario e, ¡como non!, as tarefas domésticas. É dicir, tamén nos anuncios que van destinados ós adultos, confirmase a hipótese da que se parte para o estudio dos anuncios destinados ós nenos.

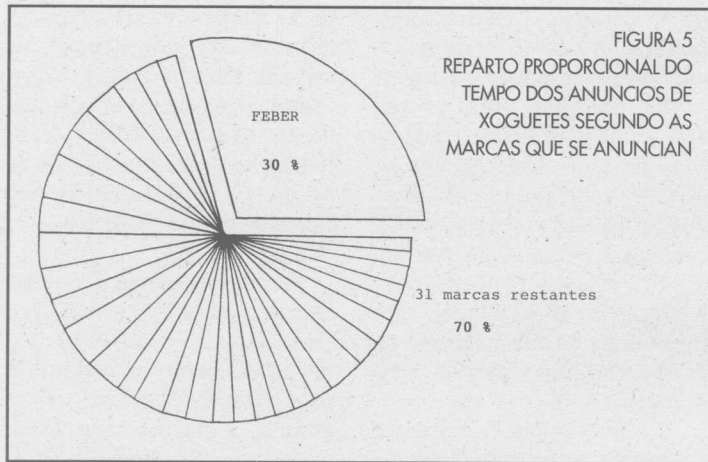
Como comentario anecdótico pódese engadir a abusiva utilización do corpo que na actualidade se considera prototipo de "beleza", como gancho para o consumo de produtos como colonias, xoias ou coches.

Posto	Artigo	Nº anuncios	%
1º	Monecos e similares	40	44,44
2º	Motos, coches, trens, circuítos	15	16,67
3º	Contos, libros e vídeos	7	7,78
4º	Educativos e xogos ordenador	6	6,67
5º	De habilidade (tragabólas...)	5	5,56
5º	Ferramentas e construción	5	5,56
7º	Castelos, soldados e fortes	4	4,44
7º	Diversos (Planchas, médicos...)	4	4,44
9º	De mesa (banca, etc.)	3	3,33
10º	De actividade física significativa	1	1,11
TOTAL		90	100%

na meirande parte dos anuncios de televisión sen ser xoguetes, obsérvase tamén con claridade e case de forma xeneralizada, principalmente en colonias, electrodomésticos, xoias e reloxos, un reparto sexista de roles, cunha preponderancia do home sobre da muller, comprobándose que a aquel se lle asignan os de maior relevancia e protagonismo, mentres que a esta quedán-

3.- Se nos fixamos no dato anteriormente sinalado no que se facía referencia a que o 68,89% dos anuncios de xoguetes emitidos posúen discriminación sexista, debemos pensar, en primeiro lugar, que as marcas de xoguetes persiguen a captación de clientes seguindo unhas directrices que lles aseguren grandes vendas. Segundo a nosa interpretación isto amosa que as

É significativo, pola súa escaseza,
a porcentaxe de anuncios que se adican
ós libros e ós contos.



empresas publicitarias, respaldadas normalmente por completos estudos, están representando aquilo que lles aportará mellores resultados; o que, ineludiblemente, nos levaría á conclusión de pertencer a unha sociedade de mercado carácter sexista.

4.- Aínda que poida pensarse que non existe excesiva diferenza entre o número de anuncios de xoguetes que se dirixen ás nenas e o que o fai ós nenos, é preciso deixar claro que ese case 9% de diferenza (8 anuncios), nunha interpretación consumista, pode significar dúas cousas:

a) Existe maior número de nenas que de nenos e as marcas xogueteiras prefiren adicar unha maior publicidade ó sector máis numeroso.

b) As nenas, como futuras mulleres, posúen un maior afán consumista, e as empresas xogueteiras intentan explotar ó máximo este factor.

5.- O tipo de xoguete máis anunciado, o dos bonecos ou similar (un 44,44% de tódolos anuncios de xoguetes), confírmase a hipótese de partida. É neste tipo de xoguetes onde con máis claridade se pode observar a asignación discriminativa de roles, sendo sempre unha nena (nunca

un neno) a que se encarga de coidar, mimar, lavar, querer ó boneco, predeterminándose as que han de se-las súas funcións de adulta.

6.- O seguinte tipo de xoguete máis anunciado: as motos, coches, trens, circuitos, confirman outravolta a hipótese, xa que son os nenos e nunca as nenas os que se encargan de sacar rendemento a estes xogue-

*Cada vez mércanse
menos xoguetes
de tipo activo.*

tes, predeterminándose os seus roles con maior responsabilidade laboral na sociedade (por suposto dunha sociedade discriminativa).

7.- As ideas expostas nos puntos anteriores, unha vez máis, confírmase noutros tipos de xoguetes, como os diversos (plancha, burger, zumes, botiquín), os de castelos, os soldadiños, as ferramentas e as construc-

*Os fabricantes interésalles
vender máis xoguetes
que podemos denominar
"pasivos".*

cións, chegándose ata o extremo de aparecer un anuncio no que actúan nenas e nenos xuntos manipulando un botiquín, pero co neno asumindo o papel principal de médico e coa nena relegada ó papel secundario de enfermeira. É dicir, admítase que as nenas poidan desempeñar postos laborais, pero de tipo secundario.

8.- É significativo, pola súa escaseza, a porcentaxe de anuncios que se adican ós libros e ós contos (un 7,78% dos xoguetes anunciados), cando o que o teña experimentado sabe que un bo libro ou un bo conto poden representa-lo xoguete máis maravilloso xamais inventado. Neste apartado tamén se debe mencionar que a lectura como pasatempo, como xogo, se ve prexudicada, baixo o noso punto de vista, ó engadirlle ós libros un vídeo no que se desenrola en imaxes a historia que se conta, xa que a meirande parte dos nenos, case con toda seguridade, elixirá a forma máis sinxela e cómoda de ve-lo libro ou conto, a forma máis pasiva: seguir vendo a televisión.

9.- Non se observou excesivo número de anuncios de xoguetes bélicos, quizais debido a que situación mundial de distensión que se vivía en decembro de 1.989 non era propicio para o éxito de vendas deste tipo de produtos. Aínda que

tamén pensamos que neste punto teñen incidencia as campañas de educación para a paz.

10.- En xeral, observamos que os xoguetes anunciados son tan sofisticados que sirven para o desenrolo dun único "xogo" (se é que se pode chamar así), impedindo claramente a participación da imaxinación do neno, atorando a súa capacidade creadora e aportando un modelo estándar de comportamento —ó que se chama desenrolo normal— e do que se elimina toda posible xenialidade.

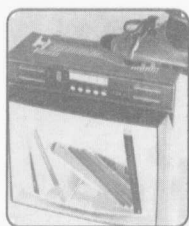
11.- Para nós, licenciados en Educación Física e relacionados co mundo do deporte, é de grande preocupación que só o 1,11%, é dicir, un anuncio, conleve un claro desenrolo da actividade física a través do manexo e utilización do xoguete. Isto significa, con toda seguridade, que cada vez mércanse menos xoguetes de tipo activo, nos que o neno se ve involucrado física e mentalmente; mentras que suben as compras de xoguetes de tipo pasivo, nos que o neno non actúa, senón que se limita a observar, a ser espectador e, como moito, a manipular, no mellor dos casos, aquilo que lle regaloron (fig. 6).

Dicir isto non é plantear as cousas á lixeira, xa que se sabe perfectamente que os xoguetes máis mercados son os que se anuncian na televisión. Esta afirmación é ben coñecida polas propias empresas anunciantes, pois os seus estudos de mercadotecnia confirman esa necesidade.

De calquera xeito, a nosa intención é completar esta investigación con outra na que se determine que tipo de xoguetes son os que se mercan para os nenos-nenas.

Cont. páx. 59

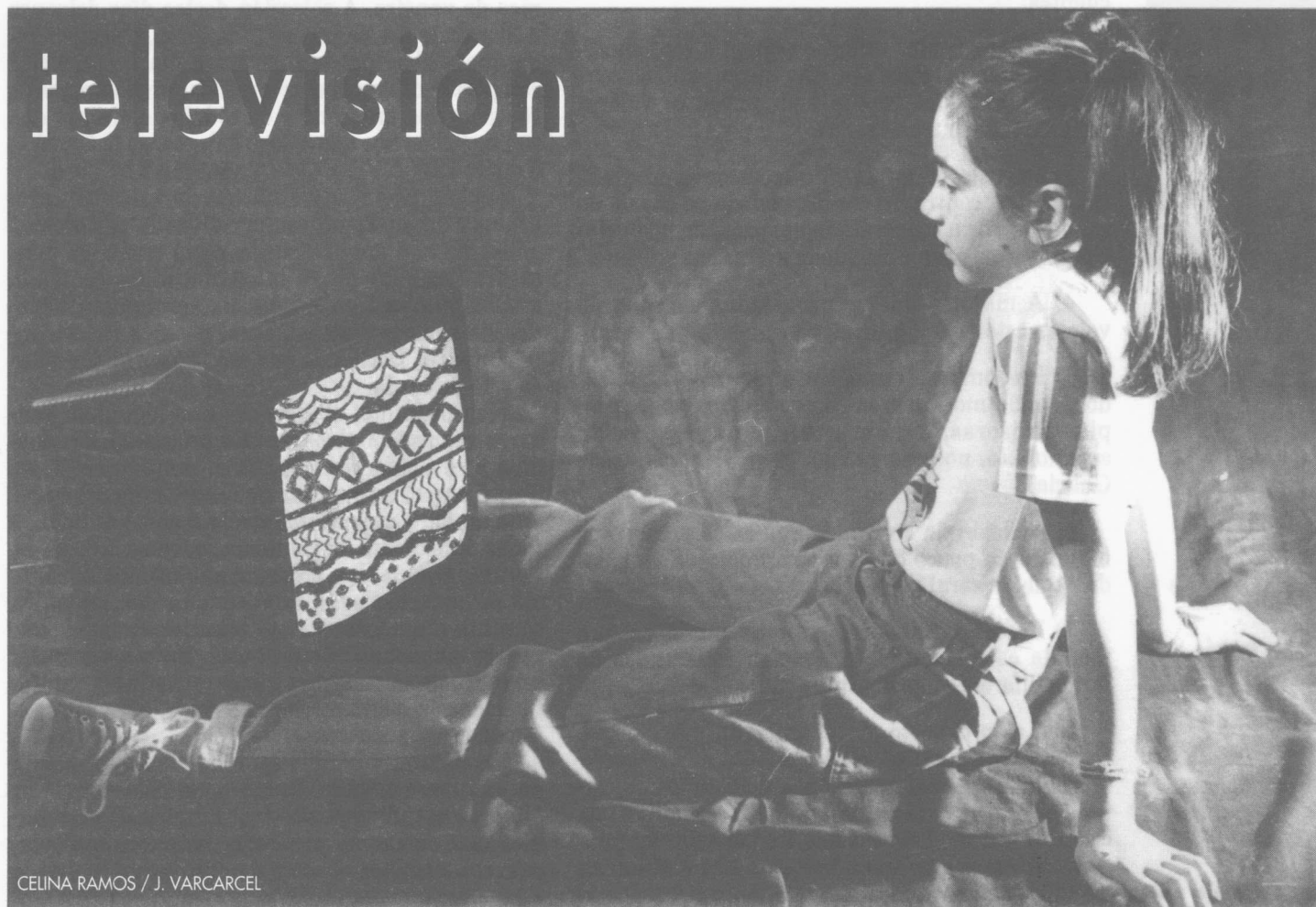
teledependentes



Os efectos da

Hai máis de dez anos, un grupo de traballo que por entón adoptou o nome de "Equipo Nueve y Medio", realizou unha das primeiras análises que se fixeron en España sobre a influencia da televisión sobre os nenos como axente educativo. Os primeiros resultados desa análise foron publicados, co título de "Los teleniños", na revista *Cuadernos de Pedagogía*. Co mesmo título, o mesmo equipo publicaría pouco despois un libro no que ampliaban algo máis os datos e as reflexións. Aquel equipo estaba formado por Manuel Alonso Erausquin, Luis Matilla e Miguel Vázquez Freire. Pensamos que podería ser de interese para os nosos/as lectores/as pedirilles unha revisión de aquel traballo, incorporando información sobre os novos programas e as modificacións introducidas pola aparición das cadeas privadas. Neste suplemento presentámo-la súa súa aportacións.

televisión



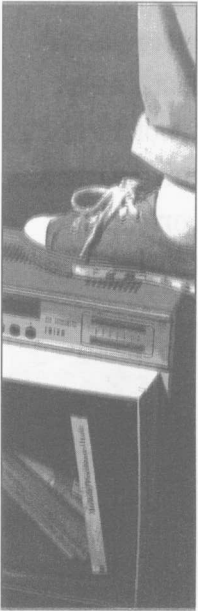
CELINA RAMOS / J. VARCARCEL

.....

*Cabe
reflexionar
sobre o feito de
que a única*

Análise de contidos dos programas infantís de televisión

Equipo MALAVISION (*)



O obxectivo deste traballo foi contrastar en que medida se cumprían determinadas hipóteses sobre os contidos dos programas de televisión dirixidos ó público infantil. As hipóteses máis relevantes que intentamos comprobar foron:

1) Durante as horas de emisión dos programas infantís, as esceas de violencia son altamente frecuentes.

2) Os programas infantís seguen a reproducir, na súa maioría, roles sexistas incompatibles coas concepcións educativas que promoven os valores de igualdade entre os sexos.

3) Os valores en xeral que estes programas transmiten contradín con frecuencia os ideais de solidariedade e cooperativismo, promovendo principalmente a competitividade e o individualismo.

4) A maioría destes programas carecen de valores estéticos significativos.

5) Predominan tamén os programas importados, sendo moi escasos os producidos polas propias emisoras, ou, en xeral, os de produción española (e, no caso galego, os producidos desde Galicia).

6) A visión da sociedade que estes programas inducen ten pouco que ver coa propia da sociedade á que en xeral pertencen os seus espectadores.

7) Pretendíamos determinar tamén en que medida estes factores aparecían reflectados de forma diferente nas distintas cadeas.

Con este obxecto, deseñamos un modelo que combinaba a análise estritamente cuantitativa (adeuada especialmente para detecta-los supostos 1, 2, 5 e 7) coa cualitativa (imprescindible nos casos 3, 4 e 6). Este modelo foi pensado de feito que poidese ser aplicado por alumnos e alumnas de educación secundaria, e que, en consecuencia,

poida servir como material de traballo na aula. Aínda que os resultados que aquí se presentan son produto da análise desenvolvida polos/as propios/as compoñentes do equipo Malavisión, cremos que efectivamente este tipo de análises pode ser doadamente levado adiante polo alumnado de secundaria.

A análise foi realizada ó longo de sete días do mes de xaneiro. A selección destes días deixouse á liberdade dos/as investigadores/as, presupoñendo que a elección dun ou outro día non debería comportar diferencias relevantes. Analisáronse os contidos dos programas de tódalas emisoras que son recibidas nas televisións galegas, agás Canal +, é dicir: TVG, TVE 1, TVE 2, Antena 3 e Tele 5.

Dado que a determinación de cales son programas infantís non sempre é doada (as propias emisoras non adoitan utilizar ese apelativo para califica-los seus programas), decidiuse centra-la análise nunha franxa horaria, xeralmente considerada como a máis habitual para os espectadores infantís. Decidiuse que esa franxa ía das cinco ás sete da tarde.

Non obstante, observouse que algunhas emisoras manteñen tamén unha programación dirixida a espectadores infantís durante a mañá (en Tele 5 empezan a emitir debuxos animados xa ás 7 da mañá, e excepcionalmente mesmo ás 6,30), e todas ó mediodía (xeralmente entre as 13 e as 14 horas). Algúns dos programas emitidos durante estes horarios eran reposicións dos emitidos durante o día anterior no horario principal, que indubidablemente é o da tarde. En consecuencia, engadiuse só nalgúns casos aillados algunha información sobre estes programas, pero sen pretensións exhaustivas.

En páxina adxunta reproducimo-lo esquema de análise utilizado. Como pode observarse, os factores estudados son moi amplos. Pretendíamos non deixar en principio nada fóra (en relación cos supostos obxecto do noso estudio) debido a hipóteses apresuradas.

*visión da morte
que se ofrece
á infancia,
sexa sempre
a través
de mortes
violentas.*

.....

teledependientes

A MORTE E A VIOLENCIA

Entrando xa na avaliación dos resultados en relación co tema da violencia, significativamente o único factor que non foi observado en ningún caso foi o de "mortes naturais". Cabe reflexionar sobre o feito de que a única visión da morte que se ofrece á infancia sexa sempre a través de mortes violentas.

Destas –mortes violentas– a maioría entran dentro das categorías de "asasinatos", "loitas individuais" e "guerras, batallas". Os "accidentes" redúcense a 6 en total, dos cales só 3 teñen resultado de mortes. Só atopamos unha morte que non entrara en ningunha das categorías previstas: un oso que ataca e mata a unha parella.

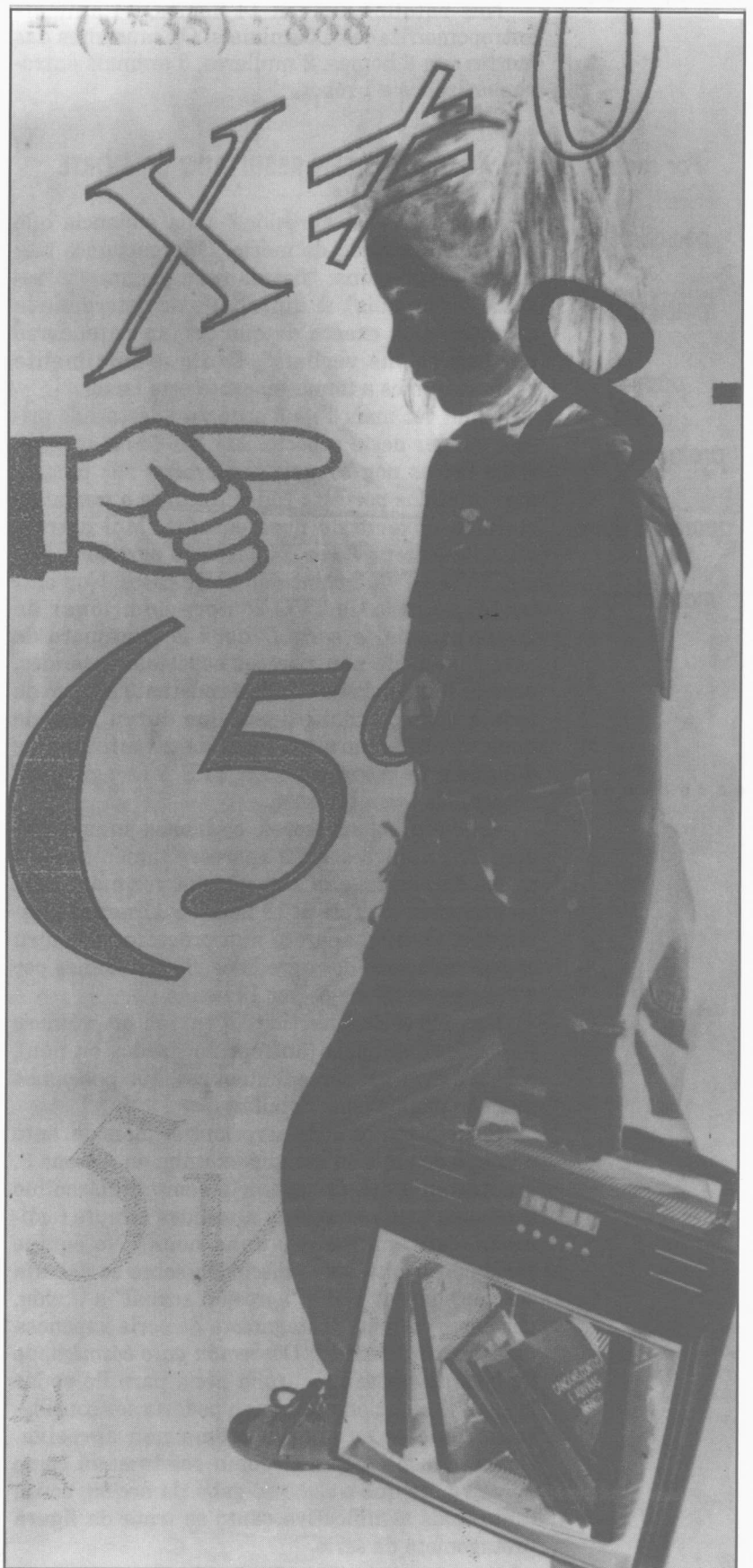
Diferenciamos "asasinatos" de "loitas individuais" e "guerras e batallas". Consideramos que no primeiro caso se trata dunha agresión con resultado de morte en que a vítima se atopa sen capacidade de defensa, capacidade da que si dispón no caso das chamadas "loitas individuais". En canto ás guerras, trátase de enfrontamentos colectivos, non entre simples grupos de individuos, senón exércitos ou grupos militares organizados.

O número total de asasinatos observados foi 46. Destes, a gran maioría foron identificados en Tele 5: 33. Séguelle Antena 3 con 9. Nas cadeas de propiedade pública a presenza de asasinatos é notoriamente menor: só en TVE 2 identificamos 4 mortes violentas, dentro dunha mesma serie de debuxos animados (*Piratas sobre aguas tenebrosas*, creada pola productora USA Hanna Barbera), dificilmente categorizables: trátase dun "ser" asasino pero non humano, unha especie de indeterminada ameaza de orixe escura. Nin en TVE 1 nin en TVG observamos ningunha escea de asasinato.

A maioría destes asasinatos prodúcense no contexto de longametraxes, nos que predomina a presenza de psicópatas ou asasinados en serie. Cabe preguntarse sobre a idoneidade de programar películas destas características nun horario no que é previsible a presenza de espectadores infantís.

En canto á natureza dos asasinados e as súas vítimas, significativamente os asasinados son maioritariamente homes (18, por só 3 mulleres, máis un ser inhumano), mentres as vítimas se igualan: 25 homes e 23 mulleres.

Tele 5 mantén a exclusiva tanto no caso de mortes por "loitas individuais", como no das "guerras e batallas": 18, no primeiro caso, e 12 no segundo. Nas restantes cadeas non detectamos ningún caso. En canto á natureza dos que matan e a das súas vítimas, respecto dos primeiros 9 son homes, 2 mulleres e 2 animais antropomorfizados. As vítimas son 11 homes, ningunha muller, 5 animais antropomorfizados e 2 robots.



Nas batallas morren 14 homes, 14 animais antropomorfizados e 5 animais. Os causantes das mortes son 8 homes, 2 mulleres, 3 animais antropomorfizados e 1 robot.

Por cada
personaxe
feminino en
papel
protagonista,
aparecen dous
masculinos.

AGRESIÓNS SEN RESULTADO DE MORTE

Consideramos "agresións" toda violencia que non tiña resultado de morte. Diferenciamos tres tipos de agresións: "físicas (non sexuais)", "sexuais" e "verbais". A dificultade de determina-la característica exacta de que debían entenderse por "agresións verbais", fixo que finalmente renunciásemos a tomar en conta este factor.

Unha vez máis Tele 5 ocupa un destacado primeiro lugar neste aspecto. Ata 165 foron as agresións físicas non sexuais observadas nos programas emitidos por esta cadea durante o tempo de emisión obxecto do noso estudio. Moi detrás, séguelle Antena 3 con 24 casos de agresións físicas. TVG e TVE 2 coinciden en 18 casos. Non obstante, no caso de TVG cómpre mencionar de forma especial a serie *Dragón Z*: o número de agresións pode non parecer especialmente alto, pero de feito a agresividade é constante ó longo de toda a emisión (hai pelexas que duran máis de dous minutos para un total de 20 minutos de duración do programa). En TVE 1 as agresións detectadas foron tan só 4.

En canto ós agresores, os homes suman 108 por só 21 mulleres. Aquí aparecen tamén nenos e nenas agresores, aínda que, unha vez máis, case en exclusiva en Tele 5: 13 nenos e 11 nenas (destas, tan só unha aparece nun programa de outra cadea). Respecto dos agredidos, 88 son homes por 47 mulleres, 22 nenos por 19 nenas.

Das agresións participan tamén en número importante animais (antropomorfizados ou non), robots e diversos seres fantásticos, que pensamos que non paga a pena detallar.

Só detectamos dúas agresións sexuais durante o tempo de emisión estudiado: unha en Antena 3, a outra en TVG. O agresor é sempre masculino (un home e un neno), e as agredidas sempre femininas (catro mulleres e unha nena). No equipo suscitouse unha breve discusión sobre se debería ser considerado como "agresión sexual" a acción, por parte do neno protagonista da serie xaponesa de debuxos animados *Doraemon gato cósmico*, de lle levanta-las saias a unha nena para lle ve-las bragas. A cuestión era se non podería ser considerada como unha simple broma non agresiva. Concordouse en que si debía ser tomada como agresiva, xa que o neno se gaba da acción, cousa tanto máis significativa canto se trata da figura protagonista da serie.

ROLES SEXISTAS

Neste eido tratamos de detectar, en primeiro lugar, en que medida homes e mulleres teñen igual ou semellante representación nos programas que se lles ofrecen ós espectadores infantís. O resultado é nidio: por cada personaxe feminino en papel protagonista, aparecen dous masculinos. En términos absolutos, identificamos 232 protagonistas masculinos, por 115 femininos. A relación é só algo menos acusada nos papeis secundarios: 418 masculinos por 261 femininos. Aquí non advertimos ningunha diferenza sensible entre as cadeas.

En canto ás profesións, recollémolas nas seguintes dúas columnas:

FEMININAS	MASCULINAS
Estudiantes46	Estudiantes.....26
Amas de casa..... 13	Cabaleiros21
Cantantes,	Policías..... 16
grupos musicais 9	Pilotos..... 11
Secretarias..... 5	Gángsters..... 10
Camareira..... 4	Heroes..... 7
Bruxas..... 3	Demos..... 7
Mandos militares. 3	Científicos..... 7
Princesas..... 3	Mandos militares7
Enfermeira..... 3	Soldados.....7
Prostituta..... 3	Mecánicos.....6
	Camareiro.....5
	Asasinos.....5
	Chófer auto.....4
	Rescatadores.....4
	Cazadores.....4
	Sicarios.....4
	Piratas.....3
	Príncipes.....3
	Enfermeiros.....3
	Reis.....3
	Presidente Cía.....3

Pode advertirse que, fóra da coincidencia da ocupación de estudantes –lóxica en programas dirixidos a un público infantil ou adolescente–, a diversidade profesional é moitísimo maior no caso dos personaxes masculinos. En canto ós femininos, ademais da persistencia da "ama de casa" como segunda ocupación máis destacada, é notorio que tódalas profesións son das consideradas como tipicamente "femininas" (incluída a lacra da prostitución), agás a de compoñentes de grupos musicais e a de mandos militares. Non obstante, cómpre sinalar que o lugar tan destacado da primeira profesión derivase case exclusivamente dunha serie –*Jem chica pop* (Tele 5)– que narra a competencia entre dous grupos de rock formados por mulleres.

teledependentes

En canto ás actividades que aparecían desempeñando os personaxes femininos e masculinos, aparecen reflectadas nas seguintes columnas. Tan só recolleamos aquelas que se dan en máis de tres casos:

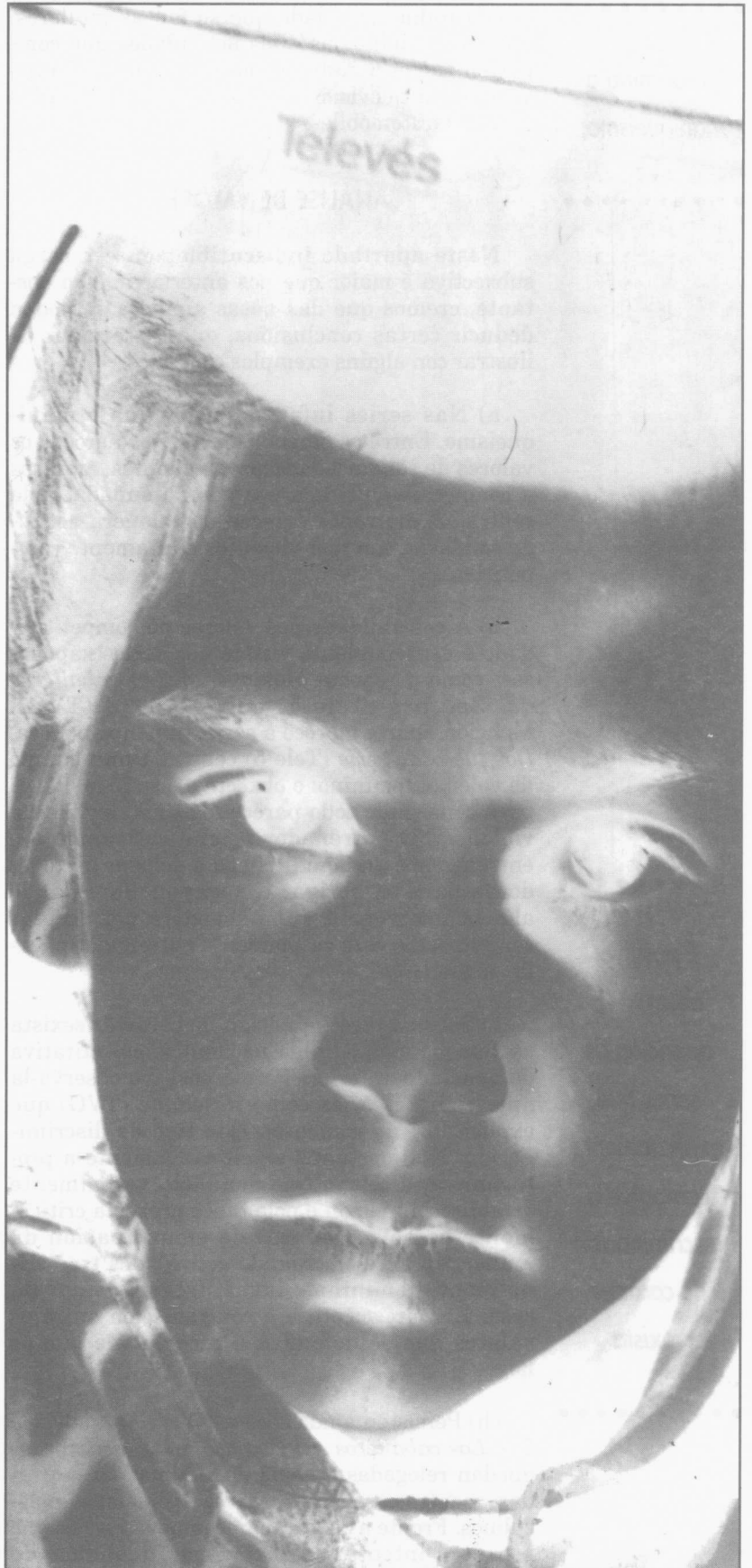
ACTIVIDADES DOS PERSONAXES FEMININOS

Coidar da casa
Estudiar
Participar en loitas
Cociñar
Poñe-la mesa
Maquillarse
Ir de compras
Emborracharse
Enamorarse
Conducir autos
Axudar á nai nos labores de casa

ACTIVIDADES DOS PERSONAXES MASCULINOS

Estudiar
Cazar
Participar en loitas
Perseguir ós delincuentes
Le-lo xornal
Reparar obxectos avariados
Beber
Xantar
Bañarse
Conducir autos
Pilotar avións
Ir de festa
Ve-la televisión
Compra de vivenda
Xogar ó billar
Facer unha declaración de amor
Asasinar

Unha vez máis resalta a persistencia de determinadas actividades como exclusivas das figuras femininas: “coidar da casa”, “cociñar”, “poñe-la mesa”, “ir de compras”, “axudar nos labores de casa”. A función doméstica segue a ser reservada para a muller, no universo electrónico, a pesar de tódalas reclamacións do movemento feminista. Salientamos a significativa diferenza entre dúas actividades en principio moi próximas, pero que sen embargo marcan roles plenamente diferenciados: o personaxe masculino “fai unha declaración de amor”, mentres o feminino “enamórase”. O personaxe masculino aparece bebendo con frecuencia; o feminino, cando aparece “bebendo”, emborráchase. Maquillarse é, naturalmente,



Predomina o maniqueísmo.

tamén unha actividade que só fan as mulleres. Fóra de estudar, as dúas actividades que comparten homes e mulleres nos programas infantís-xuvenís da televisión son "participar en loitas" e conducir automóviles.

ANÁLISE DE VALORES

Neste apartado indiscutiblemente a carga subxectiva é maior que nos anteriores. Non obstante, cremos que das nosas análises se poden deducir certas conclusións, que trataremos de ilustrar con algúns exemplos concretos:

a) Nas series infantís predomina o maniqueísmo. Entre os personaxes bos –os heroes– os valores de solidariedade son frecuentes, mentres a competitividade aparece máis atenuada. Pola contra, os malvados carecen de calquera actitude solidaria, son moi violentos e altamente competitivos.

b) A centralidade dos valores de competitividade é especialmente visible nas series xaponesas, como a reposta *Mazinger Z*, *Los caballeros del Zodiaco* (Tele 5) ou *Dragón Z* (TVG). Mención aparte merece a serie, tamén xaponesa, *Dos fuera de serie* (Tele 5) centrada nun equipo de voleibol feminino: o obxectivo é se-lo mellor, e para conseguilo todo parece lexítimo, incluída a violencia. O entrenador –significativamente o entrenador é un home– chega a golpear ás xogadoras para as obrigar a xogar mellor. Cando alguén interroga a unha xogadora por aceptar ser golpeada, esta responde: "o entrenador pégalle ás mellores".

c) Sobre a discriminación de carácter sexista xa temos sinalado algo na análise cuantitativa do apartado anterior. Pero é positivo observa-la aparición de series como *Roséanne* (TVG) que explicitamente combaten este tipo de discriminación. Non obstante, significativamente a protagonista, ó tempo que denuncia verbalmente esta discriminación e polo tanto proxecta criticamente os novos valores de emancipación da muller, aparece efectuando actividades tradicionalmente femininas: lavar, fregar, coidar da casa. É dicir, acéptase a contradición entre os valores que se defenden e a realidade que os nega.

ch) Persisten aínda series, como *Batman* (Tele 5) e *Los caballeros del Zodiaco* onde as mulleres quedan relegadas ó papel de vítimas ou malvadas, mentres os heroes activos son sempre masculinos. Fronte a estas, aparecen novas series que semellan intentar combater esta dualidade de

roles, como *He-man* (Tele 5), no que, aínda que o heroe central é masculino, as funcións das mulleres son practicamente equivalentes ás dos homes. Esta serie coída tamén a equivalencia de papeis entre as razas.

d) Un caso especial é a serie *A fuerza de cariño* (Tele 5) centrada na integración dun neno co síndrome de Down, e na que observamos un episodio adicado a combate-la discriminación racial. Sen embargo, a figura da nai ocupa o papel tradicional de ama de casa.

e) Respecto da agresividade pouco hai que engadir ó que quedou sinalado na análise cuantitativa das situacións de violencia. Quizais destacar xustamente aquelas series que proban que é posible capta-la atención dos rapaces e rapazas sen necesidade de se apoiar na violencia permanente, como por exemplo *Os diminutos* (TVG), *La llamada de los gnomos* (TVE 1) o *Érase una vez la vida* (TVE 2).

f) En xeral non observamos defensas explícitas de valores militaristas, coa excepción da serie xaponesa *Robotech*, emitida por Tele 5. Nesta, o mundo aparece dividido entre dous exércitos en constante enfrontamento. Un dos escasos personaxes que non está encadrado en ningún dos exércitos, afirma: "os exércitos son necesarios para defenderse".

g) As referencias relixiosas explícitas son practicamente inexistentes nas series estudadas.

h) A defensa da natureza e os valores ecolóxicos aparece claramente como un valor en alza, presente de forma central en moitas series novas: *Las montañas de Ana* (Tele 5), *He-man*, *Delfi y sus amigos* (TVE 1), *La llamada de los gnomos*.

i) A defensa da familia, entendida segundo o modelo estadounidense, é explícita especialmente nas comedias de situación de produción USA: *Los problemas crecen*, *La familia Hogan*, *Harry y los Henderson* (todas en TVE 2), *Cosas de casa* (Antena 3). Significativamente, *Compañeros de clase* (TVE 2), de produción canadiana, protagonizada por alumnos e alumnas dun centro de secundaria, dá unha imaxe menos idílica da familia, reflectando frecuentemente casos de divorcio.

l) Non son frecuentes as series con carácter explicitamente pedagóxico ou didáctico. Son excepción *Érase una vez la vida* y *O mundo Beakman* (TVG). O éxito destas dúas series proba que os contidos didácticos non son en absoluto contradictorios coa capacidade de interesar á audiencia infantil e xuvenil.

É positivo observa-la aparición de series que explicitamente combaten a discriminación de carácter sexista

teledependentes

ANÁLISE ESTÉTICA

A innovación estética non é, sen dúbida, unha das notas relevantes nas series dirixidas ó público infantil. Nos debuxos animados o predominio xaponés está a impór unha modalidade de animación mecánica apoiada en debuxos fortemente estereotipados. Nas comedias de situación o modelo estético predominante é estadounidense: os ámbitos onde transcorre a acción redúcense á casa familiar e a familia representada é xeralmente a de clase media acomodada ou alta.

Postos a sinalar aportacións significativas no ámbito estético, con todo o que de opinable teñen estas apreciacións, nós sinalaríamos fundamentalmente dous programas, un de produción USA, o outro de produción española. O primeiro, é *Beakman*: é unha serie de divulgación científica que parte dunha posta en escea enormemente imaxinativa, que ten na figura protagonista un dos seus apoios básicos, pero que non desdeña tampouco o uso de efectos sonoros e visuais, xogos coa cámara ou fragmentación da imaxe, nunha estética decote próxima á dos vídeo clips.

Esa mesma estética está presente tamén na parte de produción española de *Picnic* (TVE 1), que usa –e as veces quizais tamén abusa– dos efectos electrónicos. Dentro de *Picnic* emítese a serie de debuxos animados, producida por Steven Spielberg, *Tinny Tooms*. Trátase dunha recreación dos personaxes dos debuxos animados americanos clásicos, como o Pato Lucas ou Bugs Bunny, pero protagonizados polos seus fillos, o que dá oportunidade para efectuar unha imaxinativa actualización dos vellos episodios: entorno moi urbanizado, presenza da informática etc. A rapidez vertixinosa do ritmo narrativo e a tradicional agresividade dos *cartooms* garante ó espectador á vez diversión e... esgotamento.

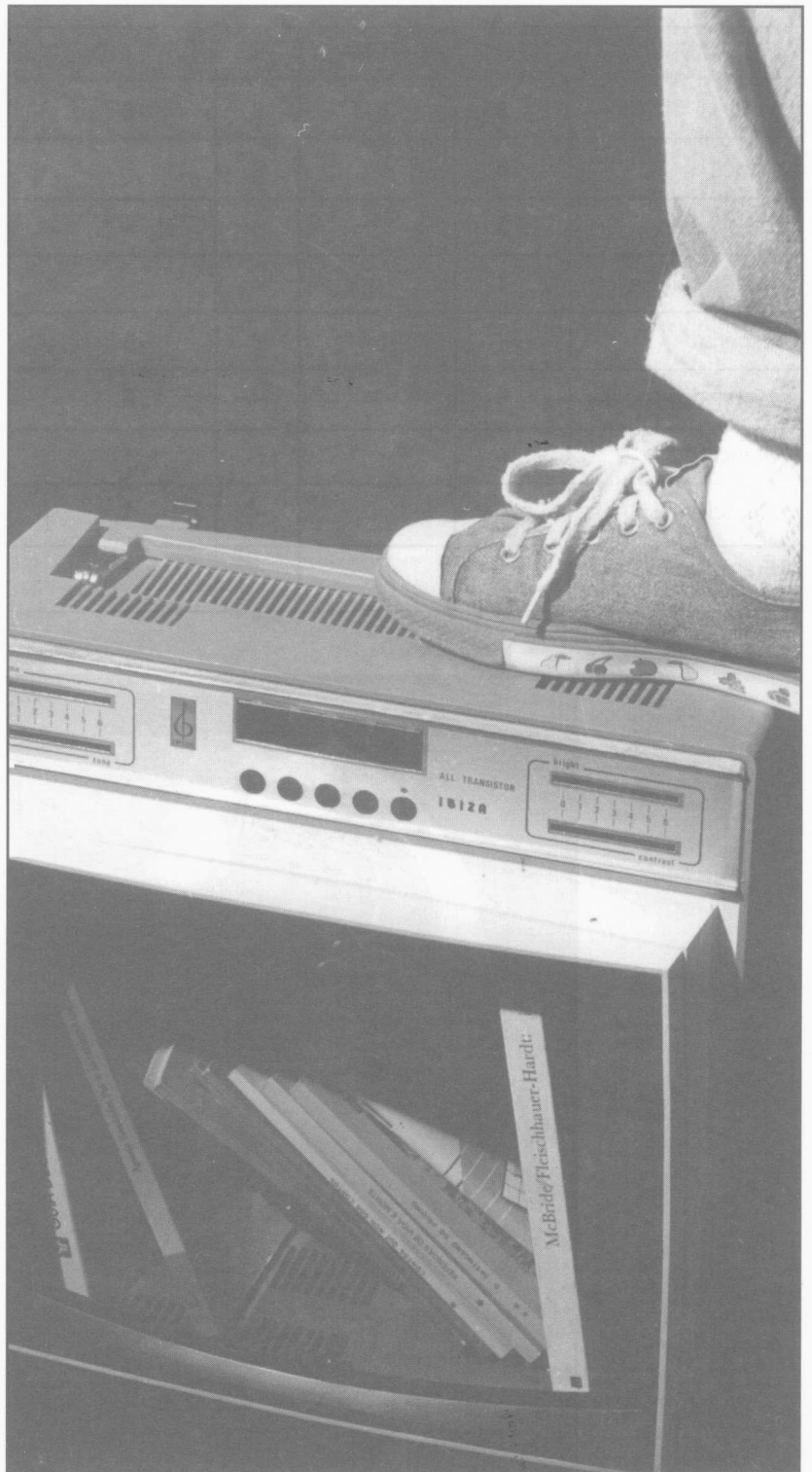
Nunha liña moi diferente, os debuxos de *Batman* son un raro exemplo de serie animada de produción USA fundada nun ritmo narrativo sosegado, que pretende emular ó cómic clásico, incluíndo o uso dos claro-escuros e as angulacións, nunha composición que parece pedir máis o branco e negro da serie negra cá cor.

Unha das últimas novidades, de dubidoso valor estético, son as series de debuxos animados que trasladan á pantalla do televisor videoxogos de éxito entre os rapaces (aquí non ten sentido aplica-la prevención da linguaxe non sexista, porque é sabido que ás rapazas non lles gustan os videoxogos). *La leyenda de Zelda*, *Super Mario Bros*, *Sonic* (todas en Tele 5) son algún dos casos de programas que reproducen a estética dos videoxogos, incluídos os mesmos ruídos, ou o efecto de que certos obxectos, cando son tocados por algún personaxe, se trocan en armas.

.....

O predominio xaponés está a impór unha modalidade de animación mecánica apoiada en debuxos fortemente estereotipados.

.....



teledependientes

NACIONALIDADES

As producións importadas dominan absolutamente na totalidade das series infantil-xuvenís (prescindimos de contabilizalas longamentras), e en tódalas cadeas, como queda manifesto no seguinte cadro:

ORIXE	TELE 5	ANTENA 3	TVG	TVE 1 e TVE 2
USA	8	3	6	6
Xapón	6	-	2	-
USA-Xapón	3	-	-	-
Italo-xaponesa	1	-	-	-
España	-	-	-	3
Hispano-xaponesa.	-	-	-	2
Francia	-	-	-	1
Canadiano-USA	-	-	-	1
Franco-canadiana	-	-	-	1

Observarase que só as cadeas estatais emiten programas de produción propia. Tamén, agás o caso dunha produción italo-xaponesa (trátase do popular *Gigio*), tódalas outras cadeas importan as series de USA e Xapón. E tamén son TVE 1 e 2 as únicas cadeas que programan series de importación non producidas nin por USA nin por Xapón.

A irrupción das cadeas privadas

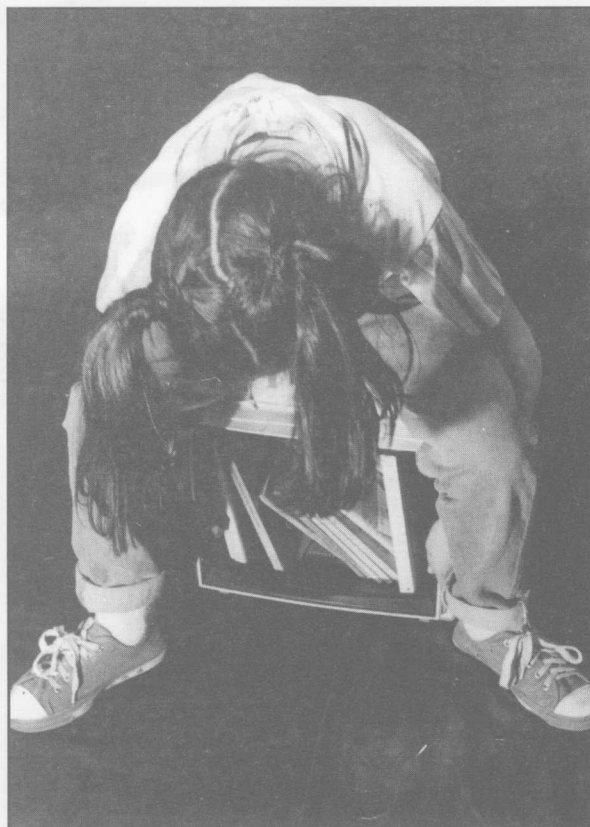
*non só non ten mellorado o panorama,
senón que nalgún caso empeorou.*

CONCLUSIÓN

As hipóteses iniciais das que partiamos, por desgracia, son na súa maioría confirmadas. Dicimos "por desgracia" porque, naturalmente, desexariamos que non fose así. Pero, a pesar de canto se ten criticado desde hai tanto tempo, a irrupción das cadeas privadas non só non ten mellorado o panorama, senón que nalgún caso empeorou. É nas privadas –e especialmente en Tele 5– onde predominan os programas con contidos máis violentos, e en case todas segue manténdose a división de roles de carácter sexista nos protagonistas das series. Aínda que certos valores como os da defensa da natureza parecen estar en alza, a competitividade e a agresividade seguen a ser valores moi frecuentes na maioría das series. A innovación estética non é a penas relevante dentro dos programas dirixidos ó público infantil-xuvenil. Finalmente, a dependencia das producións importadas é absoluta, agás no caso das dúas cadeas estatais, e esta dependencia concrétese, no caso das series de debuxos animados, nos produtos xaponeses e USA, e no caso das comedias de situación, nas series estadounidenses. Isto último determina que a visión social que os xoves espectadores do noso país reciben reproduza reflecte unha sociedade que en moitos casos está moi lonxe da súa propia.

E.M

*O EQUIPO MALAVISIÓN está formado por Alejandra Cabaleiro Carro, Marta González Vila, Antonia Rosendo Blanco e Miguel Vázquez Freire.





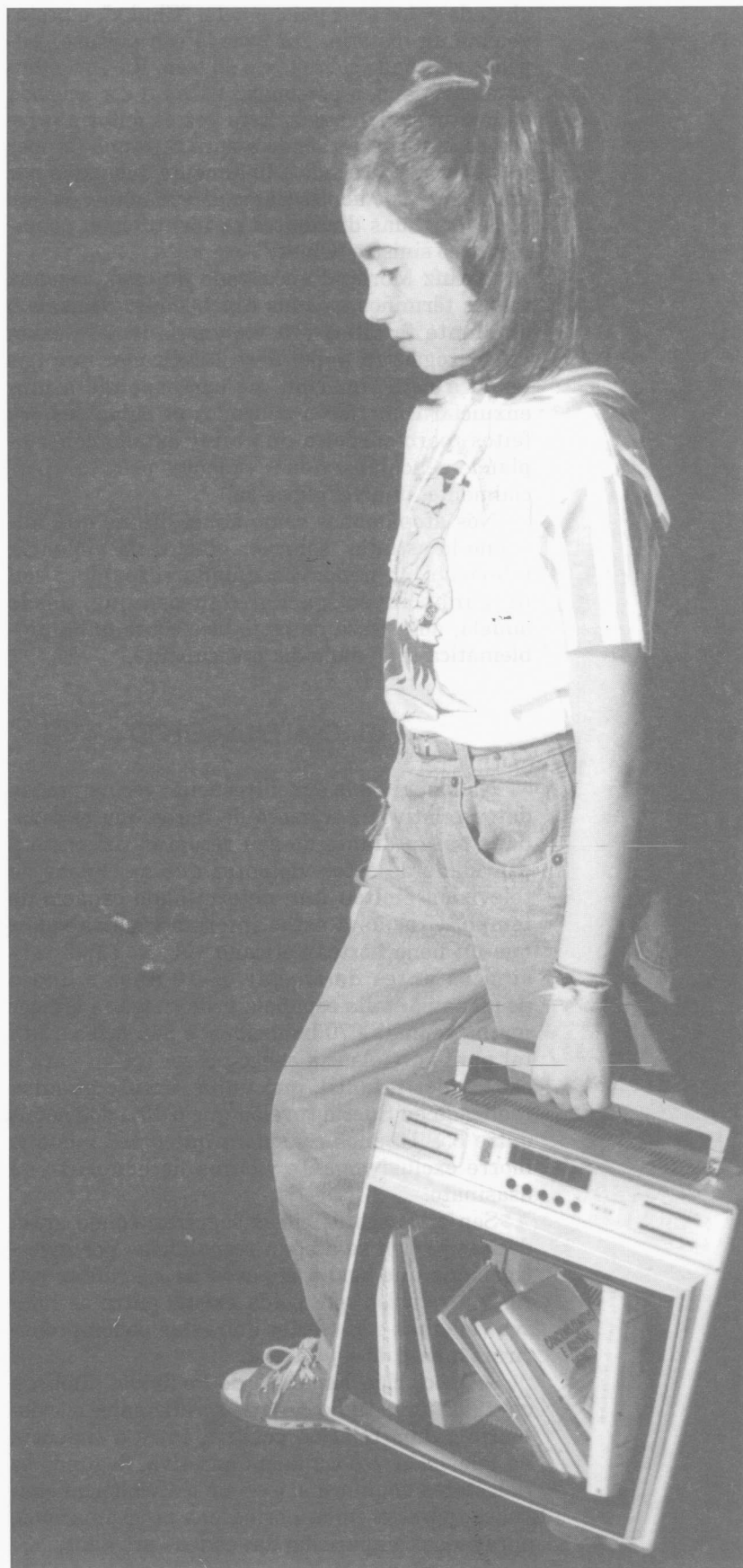
Nenos, televisión e violencia

Luis Matilla

Pasaron xa 13 anos desde que aparecera a primeira edición do libro *Los teleniños*, escrito en colaboración con Manuel Alonso e Miguel Vázquez. Nun dos seus capítulos referiamonos ó intento do avogado Ellis Rubin por sentar no banco dos acusados á televisión como directa responsable do homicidio cometido por un rapazolo de 15 anos de orixe hispana. Por primeira vez, en 1977 un xuízo criminal convertíase nun proceso contra a televisión e a súa influencia negativa a través dos telefilmes violentos. O argumento "intoxicación subliminal televisiva" esgrimido polas defensas, saltou á primeira páxina dos xornais de todo o mundo. Mentres que para o avogado defensor do xove Ronney Zamora, o feito non foi máis que o reflexo condicionado derivado de centos de horas de consumo de telefilmes, para un bo número de estudiosos, as causas atopábanse na propia sociedade e nos comportamentos agresivos xenerados por ela.

Hoxe, coa aparición das televisións privadas no noso país, a problemática segue latente. Para o profesor Angel Benito, catedrático de teoría da información da Universidade Complutense, a violencia na televisión multiplicouse por dez nos últimos anos. Segundo el, na conformación das actitudes e da mentalidade do público, a maior responsabilidade téñena os que fan que televisión sexa o que é.

Fagamos historia próxima. A influencia do *Boneco diabólico* púxose de manifesto en dous asasinatos perpetrados en 1993 por menores na Gran Bretaña. No primeiro caso Jon Venables e Robert Thomson de once anos, copiaron a fórmula da película *Xogo de nenos 3* para asasinar ó neno de 2 anos James Bulger. A cinta de vídeo fora



alugada polos seus pais e nela, "Chuky", o protagonista da historia, era rociado con pintura, golpeado e situado sobre a vía do tren. En novembro do mesmo ano, o personaxe volvía a ser acusado de actitudes perversas. Esta vez os feitos ocorreron en Manchester, onde a xove Suzanne Capper foi torturada, drogada e finalmente queimada por unha panda de adolescentes da súa idade, da que unha das súas dirixentes se identificaba plenamente co sinistro "Chuky".

O xuíz Morland encargado do caso, razoaba nestes términos as súas conclusións: "Quizais o ambiente familiar e a violencia da televisión puido xogar un papel desestabilizador que nos levou a esta fin. Non me corresponde a min enxuiciar como foron educados os culpables dos feitos, pero sospeito que o ter estado contemplando películas e vídeos violentos pode ser, parcialmente, unha explicación".

Nós atopámonos como aquel día no que iniciámo-lo estudio sobre os efectos da violencia televisiva no neno: coa dúbida razoable e sen ningunha investigación rigurosa que, desde aquela, nos ofrezca datos fiables sobre unha problemática cada día máis preocupante.

A RELACIÓN CAUSA-EFECTO

Na actualidade é moi frecuente ver na prensa datos relativos ó número de horas que os cidadáns pasan diante do seu receptor, así como á cantidade de actos violentos que as cadeas de televisión emiten nun determinado espazo de tempo. Gracias a estas informacións sabemos que un neno norteamericano visiona 8.000 asasinatos antes de chegar ós 16 anos e que a pequena pantalla española pode chegar a ofrecer nunha semana 670 homicidios e 848 peles. Ata tal punto a violencia chegou a ser cotián para o espectador infantil, que unha recente enquisa realizada en Suecia revelou que o 40% dos nenos entre 6 e 10 anos considera que o ser humano morre exclusivamente vítima de homicidio ou asasinato.

Sen embargo as cifras seguirán sendo anecdóticas se non se atopan respaldadas por investigacións que sexan capaces de respaldar con rigor a relación que poida existir entre as imaxes violentas e os efectos que estas poden producir na mente do espectador.

A Asociación Española de Pediatría publicou en 1992 un estudio no que se afirmaba a existencia dunha relación positiva entre a violencia na televisión e a conducta agresiva. Segundo os redactores do informe, o crime e a violencia simbólica, parecen unha norma nas programacións, agravada coa aparición das cadeas privadas.

A hipocresía social é un dos argumentos esgrimidos por aqueles que se resisten a converter a televisión no chivo expiatorio de tódolos males. O concepto de violencia pode chegar a evolucionar segundo o núcleo humano que a produce ou o bando que a pon en práctica. Para Halloran, cousas que se consideran violentas cando as realiza un grupo, califican como "uso lexítimo da forza" se as leva a cabo outro grupo distinto. A historia dinos que existe "boa e mala violencia". Así as imaxes percorreron o mundo nas que se amosaba ós soldados israelís rompendo con pedras os brazos dos prisioneiros palestinos, tal vez non causaran a mesma impresión na sociedade hebrea que nos teledependentes europeos. Sen embargo aquel documento tivo un impacto superior ós que tería causado o máis agresivo dos telefilmes de ficción, ó tratarse duns feitos que acababan de producirse no que coñecemos como mundo civilizado. ¿Era a televisión ou a propia sociedade a que estaba creando neses momentos a causa-efecto?

Expertos británicos en psicología e pediatría entre os que se atopan David Hull, Richard Lansdowne e Elizabeth Newson, enviaron unha carta ó Ministro do Interior, Michael Howard, na que solicitan que se exerza unha maior vixilancia sobre os vídeos violentos polo alto grao de risco que estas producións comportan ó ser incapaces os pais de prohibilas no ámbito doméstico. Os especialistas láianse de non ter comprendido a tempo esta realidade, nin a facilidade coa que os nenos poden acceder a estes materiais. Os máis de 20 expertos signatarios do documento, afirman que é un feito incuestionable que a visión reiterada de crueldades e horrores termina por insensibilizar á audiencia infantil.

Fronte á hipótese de Berkowitz que trata de verificar que frustración máis filme violento é igual a comportamento agresivo, atópase o suposto da catarse formulado por Acona e Croce, segundo o cal frustración máis filme violento, é igual a diminución da agresividade. Nunha posición enfrontada á destes autores atopárase a do filósofo Karl Popper que se pregunta sobre as causas e as consecuencias da actual situación. "A guerra despiadada entre as diversas canles de televisión por conseguir audiencias é a causa do empobrecemento da programación e do aumento da violencia". Os seus vaticinios para un futuro inmediato resultan contundentes e un tanto apocalípticos. "Se a situación se mantén dun modo tan irracional -afirma o pensador inglés- o prezo que haberá que pagar será a destrución da civilización, pero se o ser humano non ten ningún interese en mantela, entón o mellor será deixar todo como está.

teledependentes

ASASINOS DE XOGUETE

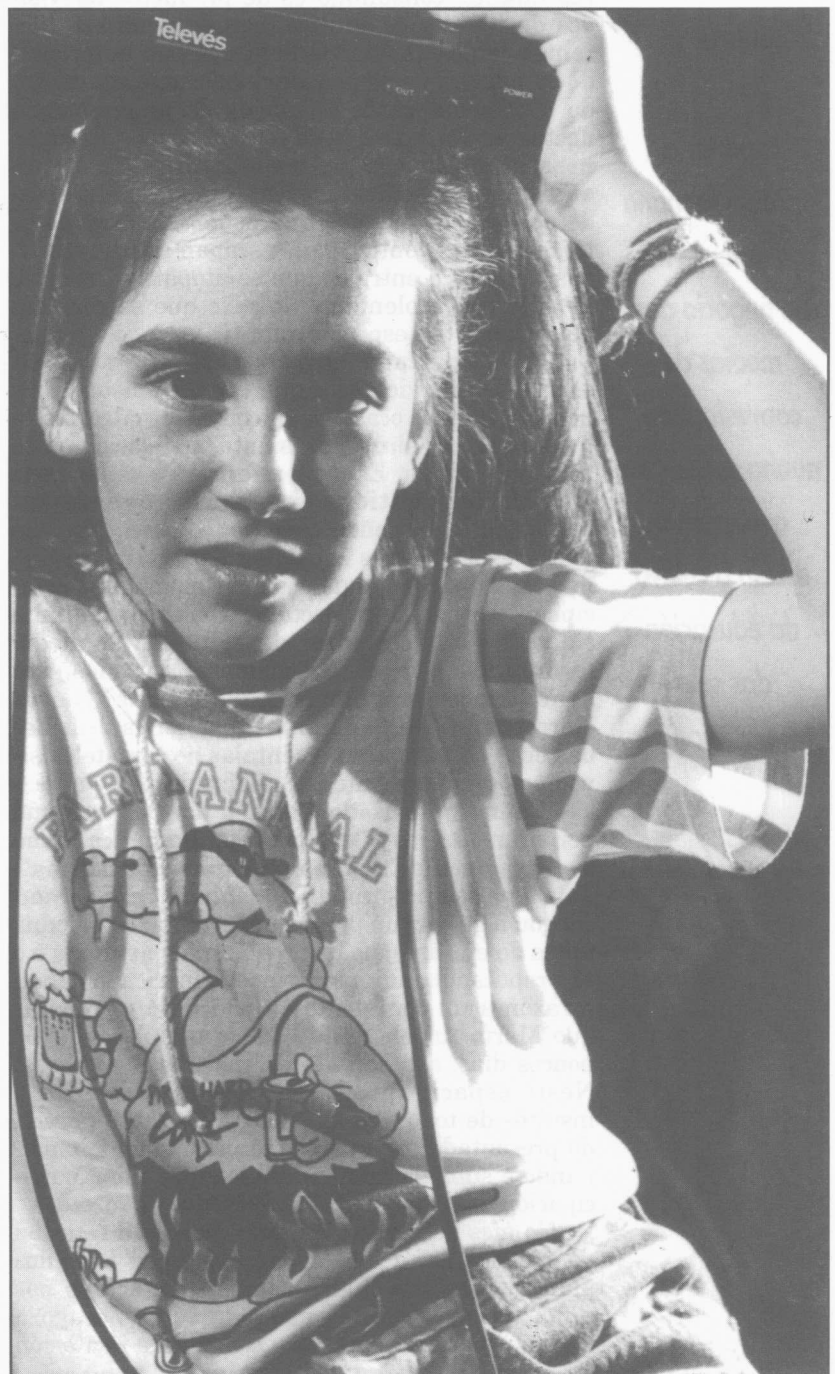
Mentres hai uns anos a xente que nos empexabamos a preocupar pola pedagogía da imaxe estabamos entretidos analizando a imaxe desde os seus aspectos técnicos, críticos, estéticos e creativos, outros profesionais preocupábanse de observar e analizar cada un dos nosos comportamentos susceptibles de xenerar pautas de consumo. O noso punto de mira era unicamente unha parte da realidade, faltábnos datos que agora resultan imprescindibles para valorar cada un dos produtos audiovisuais ós que nos enfrontamos. Segundo Len Masterman, o que hoxe se compra e se vende son as audiencias. Noutras palabras, somos o consumidor consumido por un sistema de mercadotecnia que inspira e mediatiza todo o proceso de creación.

As multinacionais do xoguete deseñan produtos que publicitan mediante series que logo ofrecen en condicións moi ventaxosas ás cadeas nacionais, co cal estas se converten en grandes trinques comerciais, previos á aparición das súas creacións. A baixa calidade das producións, non pretenden ofrecer ó público infantil obras de arte, senón catálogo de "novidades", moitas delas agresivas, que máis tarde os nenos nos van esixir de forma perentoria para non sentirse discriminados fronte ós seus compañeiros de colexio, dos que os pais renunciaron a exercer calquera filtro crítico sobre a penetración ideolóxica exercida pola televisión. Os encantadores asasinos das series *Heman*, *Transformers*, *Gijoe*, *Gladiadores americanos* e os descerebrados personaxes de *As bólas do dragón* e *Chicho Terremoto*, non só requirirán a nosa atención desde a pantalla, senón que invadirán os fogares para que os nosos fillos reproduzan, en vivo, as violentas esceas que contemplaron no televisor.

O éxito das Tartarugas Ninja é un fenómeno ben coñecido en España. Soamente en 1989 os ingresos derivados da serie produciron uns beneficios de 250 millóns de dólares nos EE.UU. Playmate, compañía xogueteira americana financiou os cinco primeiros episodios da serie cun coste de dous millóns de dólares. Ante tal éxito económico, as multinacionais dificilmente abandonarán a súa política de mercadotecnia tendente a lograr unha masa de compradores captados a través da televisión. A masaxe repetitiva das series está conseguindo normalizar a mensaxe violenta non só nos consumidores infantís, senón tamén nos seus propios pais que, por comodidade, néganse a recoñecer os efectos inquietantes da súa comfortable e económica aia electrónica.

Segundo o informe da Agrupación de telespectadores e Radioíntes, o 80% dos debuxos animados que emiten as distintas cadeas de televi-

A guerra despiadada entre as diversas canles de televisión por conseguir audiencias é a causa do empobrecemento da programación e do aumento da violencia.



sión son violentos e carecen de valores educativos. As únicas actitudes que ensinan os debuxos animados son a violencia como pedra de toque do éxito. O heroe machaca ó contrario para sobrevivir e o ben unicamente se impón coa brutalidade. Outros valores que se ensalzan son o disfrute a calquera coste e o erotismo solapado.

A OUTRA VIOLENCIA

Cada día aumenta o número de telespectadores infantís consumidores de produtos televisivos destinados ós adultos, ben ó invadilas diferentes canles as bandas horarias, ben autorizando os pais a que os pequenos permanezan diante do televisor durante a emisión da programación nocturna. Xa non é posible, por tanto, centrar a nosa atención nos programas dirixidos a esta audiencia específica. Necesariamente, habemos de observar os efectos que poden xenerar neles todos aqueles contidos que escapan á observación das familias e entre os que se atopan os avances de películas violentas e de sexo que se coan na publicidade dos espazos infantís.

- Neste apartado, quixera chama-la atención sobre esoutra violencia que tamén consomen os nenos e que en ocasións se converte nalgo moito máis sutil ca o simple asinato, a violación ou os actos de tortura. Estou a referirme a unha serie de espazos emitidos en horarios de máxima audiencia e que teñen como único obxectivo o de gañar espectadores a calquera prezo aínda que na batalla se conculquen os máis elementais principios éticos ou de respecto á sensibilidade dunha cidadanía á que o poder de seducción do medio termina por vencer. Na memoria de todos está aquel famoso programa no que a "dóce" Nieves Herrero utilizou ás familias das nenas asasinas en Alcásser para presentalas no circo televisivo que organizou Antena 3. Baixo dos focos ofrecíase, nun improvisado teatro, a dor dos pais que perderan ás súas fillas de forma dramática, como un espectáculo "tan real como a vida mesma". Tele 5 no seu programa *La máquina de la verdad* chegou a gravar un programa, prohibido polo xuíz antes de emitirse, no que o ecuánime artiluxio e o seu reputado manipulador norteamericano daban a razón a un confidente da policía, ó corroborar que María Angels Feliú estaba morta, cando, ós poucos días, a desaparecida chegaba á súa casa. Neste espazo prodúcense enfrontamentos e insultos de todo tipo ante a complaciente mirada do presentador que parece mostrarse feliz imaxinando a suba da audiencia a medida que a participación dos seus invitados aumenta en sordidez.

No mes de xaneiro de 1994 Antena 3 retiraba da súa programación *La canción de los hijos* dos pallasos Fofito e Rodri ó terse denunciado por unha Asociación de Consumidores de Zaragoza que consideraba a súa letra como unha incitación ó suicidio.

Explotar a traxedia humana converteuse nun bo negocio dos medios de comunicación nunha sociedade que esixe á escola o cultivo da educación e o bo gusto dos seus alumnos. Mentres o labor educativo se deposita nos profesores, os pais permiten que as súas fillas participen en concursos onde as nenas son invitadas a imitar de forma procaz as contorsións das vulgares "Mama chicos" entre a compracencia alegre do equipo de Tele 5 que aplaude a habilidade das pequenas para converterse en futura carne de canón da canle. Valerio Lazarov, director xeral da cadea, explicaba en *El País* a súa filosofía comercial: "A nosa cadea tivo que cometer excesos, moitas veces deliberados, para provocar e chama-la atención". Desa batalla da xungla non se libraron nin os nenos, un eslabón máis da engrenaxe pola conquista brutal da audiencia.

APOCALÍPTICOS E INTEGRADOS

Nin me inclino polos que consideran que coa actual televisión se atopa en perigo a civilización occidental, xa que a crise da nosa sociedade chegou por outras moitas causas, nin podo compartir as razóns dos que utilizan a tolerancia do sistema democrático para rebaixar sistematicamente os niveis estéticos da cidadanía que abre a porta a un consumo televisual desaforado e acrítico. Fronte ó inmovilismo ou á complicidade coa actual situación, caben diferentes niveis de actuación. Uns relaciónanse coas normativas legais e outros, tal vez máis efectivos, coa nosa resistencia persoal á penetración indiscriminada das leis do liberalismo impostas pola socialdemocracia europea.

Desafortunadamente, cada día son máis abundantes as protestas na prensa referidas ós abusos que se veñen cometendo na programación das diferentes cadeas. A pesar diso, tódolos intentos por lograr unha mínima regulación foron fracasando estrepitosamente. Nin o código ético asinado polas diferentes canles de televisión co Ministerio de Educación se cumpre, nin chegan as sancións anunciadas polo Fiscal Xeral do Estado e a Ministra de Asuntos Sociais.

Á hora de redactar este artigo, cae nas miñas mans unha nota de prensa na que trescentas entidades cívicas de Cataluña esixen unha maior protección para os menores na televisión. Os asinantes do escrito propoñen que non se emitan entre as seis da mañá e as dez da noite espazos susceptibles de prexudica-lo desenvolvemento físico, mental e moral dos nenos e, en especial calquera película ou serie que, despois de ser clasificada obrigatoriamente, resulte non recomendable para menores de dezaoitto anos ou clasificada X. A proposta paréceme ilusoria na actual situación e moito me temo que vai chocar cos intereses de libre mercado imperantes na nosa sociedade.

A longa experiencia móvenos a moitos dos que levamos anos na tarefa de introduci-lo ensino dos

.....

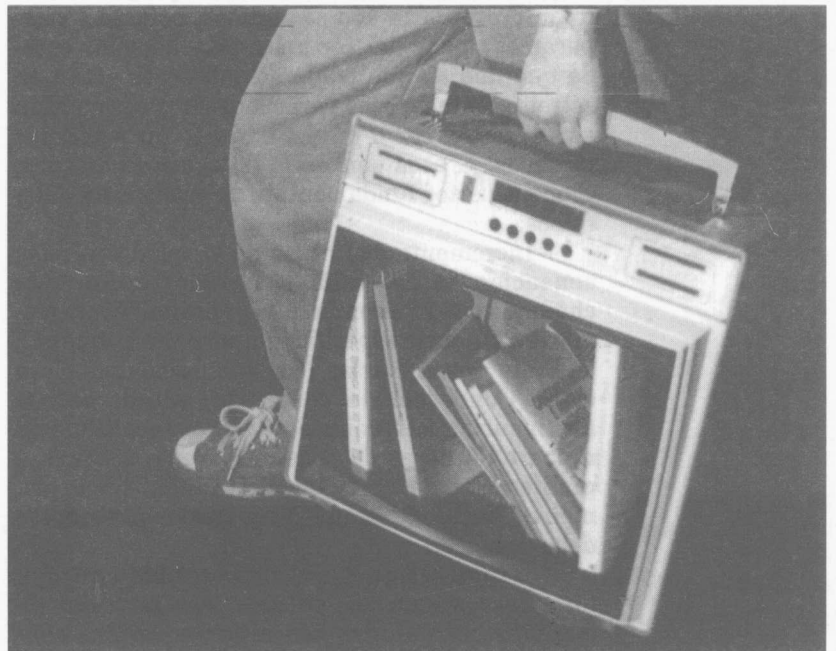
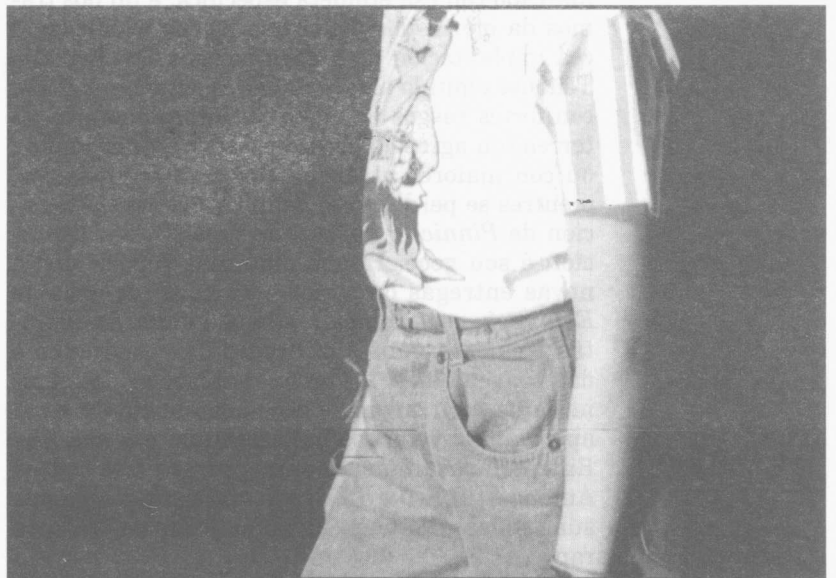
Explotar a traxedia humana converteuse nun bo negocio dos medios de comunicación nunha sociedade que esixe á escola o cultivo da educación dos seus alumnos.

.....

teledependentes

medios de comunicación no noso país, a arbitrar fórmulas alternativas á desexada, pero difícil, autorregulación das empresas produtoras e distribuidoras. Temos que buscar fórmulas imaxinativas que permitan ó cidadán coñecer os mecanismos e os intereses que interveñan na produción das mensaxes, exercer filtracións críticas con respecto a eles e aprender a ofrecer respostas creativas que o liberen da pasividade á que se ve sometido. Para realizar este labor deberemos servirnos de tódalas canles alternativas que se atopen ó noso alcance, especialmente aqueles nos que poidamos coincidir coas familias, elemento fundamental á hora de seleccionar de forma consciente, crítica e madura a programación que penetra nas nosas casas.

Os contidos que emite a televisión deben considerarse nas escolas e os institutos como un elemento de análise e coñecemento da sociedade. É preciso que os nosos nenos e xoves se sitúen diante da pantalla cunha actitude diferente á que soen adoptar nos seus fogares. Temos que axudarlles a mitiga-la fascinación que o medio exerce



.....

Os contidos que emite a televisión deben considerarse nas escolas como un elemento de análise e coñecemento da sociedade.

.....

sobre eles, potenciando un contraste entre o mundo representado na televisión e o que está latente na súa realidade cotiá. O noso labor debe consistir en potenciar co diálogo esa autonomía crítica que lles permita da-lo salto ó outro lado do espello, alí onde se atopa a vida e non a imaxe que dela producen os medios de comunicación a través dos seus intermediarios oficiais.

Quixera rematar estas liñas cunha homenaxe a todos aqueles educadores que dunha maneira ou doutra comprenderon a importancia que a pedagogía dos medios de comunicación ten nos momentos actuais. Voume permitir tomar unhas palabras prestadas de Len Masterman, profesor da Universidade de Nottingham. "Fronte á consciente privatización da información, o profesor de medios pode desempeñar un papel primordial ó modelar unha conciencia pública capaz de articular un interese do cidadán que permita reclama-lo control popular da información e daquelas institucións que a producen".

L.M.



Unha voz máis

M. Alonso Erauskin

A programación infantil como tal, no conxunto marcado con esa etiqueta específica, é un dos tramos da oferta televisual que menos evolucionou coa implantación de cadeas privadas en España. Téñense emitido algunhas series xaponesas máis, con fortes rasgos de violencia interplanetaria ou terrea (un agresivo heroe boxeador, por exemplo), ou con maiores atrevementos erótico-groiseiros, mentres se perdeu case definitivamente (a excepción de *Pinnic*) o disfrute co creativo e a incitación ó seu goce. Houbo algunhas reposicións e novas entregas de series coñecidas (deleznable *Equipo A*, por exemplo) e houbo entre as distintas emisoras máis similitudes das esperadas e das convenientes. A “proba do algodón” (lembre-mos que “non engaña”) dese adocenamento xeral aportouna o veterano pallaso Miliki e a súa filla Rita, que pasaron sucesivamente por tres cadeas Antena 3, Tele 5 e TVE) sen variar un chisco nas súas ideas, linguaxe, ademáns nin no trato ós rapaces.

As diferencias cualitativas na programación infantil específica non son moitas, pois, se a comparamos coa de hai dez anos. Pero ademais sucede que que as que poidamos observar están en estreito contacto coas variacións da programación xeral, da oferta ó público adulto ou a tódolos públicos. E esas son máis notorias e potentes. Como aspectos fundamentais da evolución sinalaremos:

– Incremento das horas de emisión con falsa sensación de diversidade e maior número de chamadas para asomarse á pantalla. A programación infantil específica supera, en conxunto, as vinte horas diarias (con solapamentos, claro está). Consecuencia: maior dificultade para a abstinencia electrónica e aumento xeralizado do número de horas de consumo. Neste sentido, a proliferación de oferta televisiva infantil nas primeiras horas da mañá é un factor que non se debe esquecer.

– Banalización xeral de contidos cun moi forte incremento dos sucesos, das tertulias de opinións enfrontadas sen argumentacións sólidas

baseadas en datos concretos (con xuízos paralelos incluídos), da explotación do sentimentalismo a costa de perdas, buscas, achádegos, espectaculares declaracións de amor ou confidencias de “secretos” de alcoba, ou de intromisión zafia na intimidade de certos “famosos” (ou que queren selo).

– Entronización dos concursos, nos que nada queda fóra do sometible a comercio ou subhasta a través do risco, o esforzo ou o ridículo.

– Menosprecio dos demais, sexan lonxanos ou cercanos. As súas desgracias e reveses son un deleite, cando non unha invitación a provocalos e rexistralos para obter con iso un premio ou notoriedade (*Videos de primera, Humor amarillo* ou *Las cosas de Arús*).

– Crecente uso da muller como azafata ou maniquí en función de obxecto decorativo ou axudante subalterna, para facerlle cumprir na posta en escea de programas idénticos papeis de “gancho” cos que carga en moitos anuncios publicitarios.

– Reclusión de contidos especificamente “educativos” a contados espazos concretos que non ofrecen innovacións de relevo.

Son estes os novos factores que pasaron a estar presentes nas relacións que establecen os núcleos familiares españois coa televisión. E a súa presenza é máis novidosa (e en ocasións equivocante) para o público infantil que o que poidan selo as variacións habidas nos programas a el destinados de xeito específico. Co engadido de que algunhas modalidades de programas para adultos tiveron a súa versión para xoves (*Hablando se entiende la basca*, como traxunto de *Hablando se entiende la gente*, por exemplo).

NECESIDADE DE INTEGRACIÓN

O xove telespectador que recibe este trátego de mensaxes unidos ás recomendacións de atendelos ou non atendelos, á observación de como se relacionan con eles aquelas persoas que lle fan as recomendacións e á paralela observación dos comportamentos dos demais en situacións similares ás presentadas polos programas, vese na inevitable necesidade de integralo todo nun esquema máis ou menos coherente. Un traballo de integración de discursos e comportamentos alleos entre os que a televisión é unha voz máis, con importancia variable e relativa. Non resulta estraño que, ante as contradicións e diverxencias inexplicadas deses discursos, fracase no intento de cadralas contas, e que desemboque na desconfianza ou no expticismo de forma máis ou menos consciente.

teledependentes

Esa integración real e inevitable esixe que desterremos toda simplificación no manexo de actitudes e valores fronte ó neno coa televisión polo medio. A vara de medir debe ser equivalente para o universo electrónico e para o universo real, e tamén para os comportamentos dos nenos e dos que formamos o seu entorno máis próximo. Toda desviación desa coherencia será interpretada (e tal vez aproveitada) polo neno como hipocresía ou como engano.

Exemplo: non é de recibo criticar ante o pequeno a agresividade ou a competitividade dos personaxes da televisión, e practicalas ou eloxialas, noutro momento e tamén diante del, a propósito de relacións cos veciños ou cos que circulan a carón nosa nunha caravana automobilista de fin de semana.

A televisión e o que vomita son un elemento máis das relacións multifacéticas que se producen nos entornos habituais de cada individuo. E todo o que no universo electrónica se nos presenta, brinda unha oportunidade (e un reto) para axudar á súa integración comprensiva no acervo de actitudes e valores do neno e o xove en formación. É no noso propio acervo actitudinal, que tamén resulta cambiante en maior grao do que parece e do que moitas veces admitimos.

A maior variación constatable estes últimos anos nas relacións de traballo do educador e da televisión, en España, é a que constata a imposibilidade de que os remedios (ou a atenuación dos problemas) nos cheguen desde fóra, desde o comportamento das canles emisoras no deseño coidadoso dunha certa programación ideal (por moitos pactos rimbombantes que se asinen no MEC). A batalla xógase definitivamente no noso terreo. Pero hai que xogala. ¿É unha obrigaón e un reto? Unha posibilidade de ter tódalas controversias ó alcance da análise.

ESTRATEGIA GLOBAL

A educación nos valores debe partir da práctica familiar e escolar, debe construírse con solidez no territorio dos vínculos cotiáns palpables. E toda crítica ós modos de interacción mostrados no universo televisual debe facerse desde posicións de autoridade baseadas nun comportamento práctico e real que coincida cos esquemas que se defenden e que contradiga os esquemas que se critican e rexeitan. Iso atinxe, claro está, ó feito de ve-la televisión, ós motivos polos que se autoriza ou non ós menores a vela, ó xeito en que se ven os programas na familia ou na escola, ó enxuciamiento común da formación recibida, das historias contempladas e da publicidade que nos presiona, e, sobre todo, á resposta consistente, e non contradictoria, do enxuciado ante o enxuciado.



teledependentes

Dentro desas coordenadas xerais de interrelación a consideración da televisión como un axente formativo en concorrencia coa familia, a escola e o trato social, debe ter en conta unha serie de puntos de partida sobre os que resultará de interese reflexionar e debater, dentro do quefacer educativo. Son os seguintes:

– O feito de ve-la televisión e relaciona-las súas mensaxes coas nosas actitudes e accións non é un fenómeno independente ou aillado, que sexa alleo ó noso comportamento xeral. O entretemento e a aportación formativa que obtemos a través da televisión non deben ser considerados, en ningunha circunstancia, á marxe do resto das actividades de entretemento e aprendizaxe, sobre todo nos momentos máis intensos e críticos da formación da persoa.



– Esa interacción de actividades moldeadoras do modo de ser e actuar virá xerarquizada polo menor en función da consistencia que presente e do seu encaixe coa utilidade efectiva que lle aporte. O problema é que a utilidade está sometida a valoración contextual.

– As actitudes e valores que a familia e a escola transmiten nos procesos de interacción ordinaria (por coherencia entre o propuganado e o practicado en relación co educando) marcarán as pautas fundamentais de aceptación ou rexeitamento dos valores e actitudes que nenos e nenos adquiran e reforcen a través da educación regrada e por influencia da televisión e dos restantes medios de comunicación masiva.

– A interacción familiar e escolar deben ser exemplificantes no uso da televisión e na posta en cuestión de mensaxes, relacionando criticamente os valores que imperan no mundo electrónico cos que imperan no mundo real e cos que se utilizan na relación de grupo, e facendo da coherencia destes o norte xerárquico para o equipamento actitudinal dos menores.

– Se a atracción que a televisión exerce sobre o público infantil é utilizada para facer da súa contemplación un premio que o neno ten que gañar ou é aproveitada para diminuí-las nosas obrigacións de atención afectiva (e formadora) para con el (tanto na familia como na escola), estarase reforzando unha ligazón pracer/aprendizaxe que non se reforza coa mesma intensidade noutros procesos educativos.

– Os obxectivos educativos da familia e da escola deben integrar unha educación sobre a televisión e o seu uso, e a práctica educativa debe apoiarse no coñecemento das dinámicas comunicativas xerais, así como nos contidos dos programas televisuais, relacionándoos coa interacción social directa.

– Á esixencia de mellores programas televisuais e ó estudo dos modos de comunicación audiovisual debe unirse unha educación da creatividade e na comunicación activa que faga dos menores emisores de mensaxes e non unicamente receptores dos elaborados por outros, de tal xeito que contraponan os seus modos de aplicar valores sobre hipóteses de comportamento cos modos alleos de facelo.

– O proteccionismo, a censura ou a ocultación son estériles, se non contraproducentes, e resultan sempre peores que o autocontrol e o desenvolvemento da capacidade para ser receptores responsables de calquera mensaxe. Sen embargo, cando a presión dos medios é manifestamente abusiva e manipuladora das capacidades reais do público (certas prácticas publicitarias, por exemplo) é imprescindible reclamar unha política de control que garanta o respecto á autonomía dos telespectadores.

M.A.E.

CONCLUSIÓN

I. Os anuncios de xoguetes intentan, polo seu carácter repetitivo e continuado, dirixir abertamente os desexos do sector infantil, pero tamén os do sector adulto (pais e avós principalmente). A cantidade de anuncios, a todas horas, incluídas aquelas nas que os nenos non ven a televisión (ou non debese vela) demostran a especial preocupación dos anunciantes –fabricantes de xoguetes– por convencer ós nenos, ós pais e ós avós de que merquen os xoguetes que eles anuncian. E isto demostra un increíble comercio e economía do xoguete que vai moito máis alá do meramente anecdótico.

II. Cos anuncios da televisión incrementábase ou favorécese a discriminación entre os sexos, fíxanse aínda máis os papeis que van asumir nenos e nenas:

– Por unha banda, o papel do home-macho-fortemente valente, adicado a buscar aventuras, o traballo e o

substento da familia, orientado ó neno.

– Por outra, o papel da muller-femia-nai-dóce-obediante-acougada cos seus traballos da casa e adicada ós seus fillos, orientado á neña.

“Cada un ós seus xoguetes, que son os que marcan as diferencias”. Deste xeito,

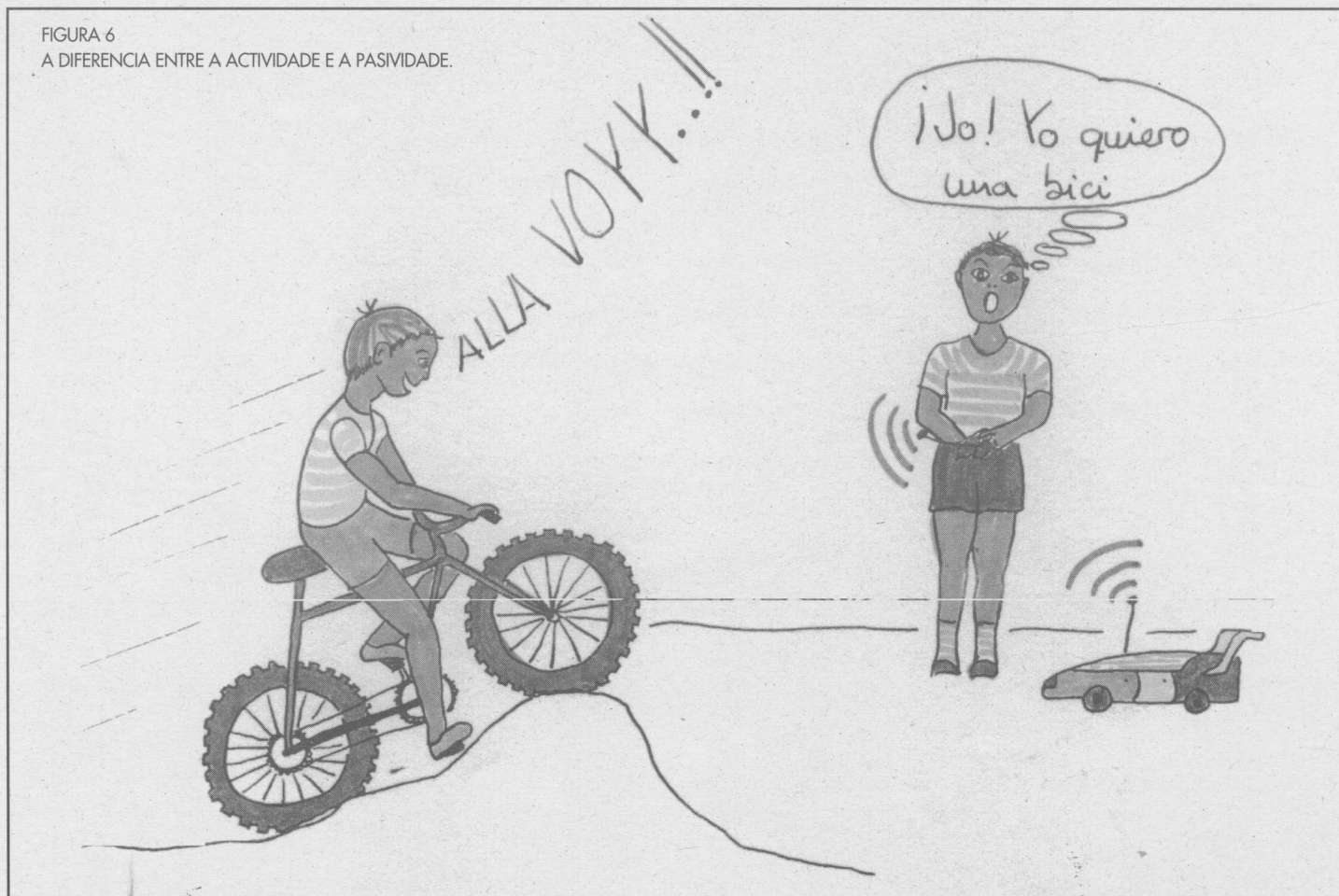
incrementábase a separación nos xogos, e por iso raramente se ve ós nenos e nenas xogar xuntos –aínda que moitos deles o fan a pesar de todo e ¡ogallá fose máis frecuente! (fig. 7)

III. Ó non anunciarse xoguetes que coa súa utilización implican actividade física, podemos pensar nos seguintes motivos:

– Actualmente préfirese mirar e contemplar a actuar dinamicamente –como sucede no deporte, no que a maior parte da xente é espectador pasivo–.

– Ós fabricantes interesábase vender máis xoguetes que podemos denominar “pasivos” porque o neno, ó non actuar case sobre eles, aborrece antes e pedirá

FIGURA 6
A DIFERENCIA ENTRE A ACTIVIDADE E A PASIVIDADE.



outros novos. Consíguese así unha cadea consumista de grande interese para os negocios.

– Os xoguetes que implican actividade física vén-dense sos, non é necesario anunciarlos. Gustaríanos que esta interpretación dos

motivos fose a real, xa que polo menos quedaríanos a sensación de que os nenos e os pais-avós aínda saben o que fan e non se deixan levar pola publicidade e as aparencias.

J.P.A. / M.C.O.



FIGURA 7 CALQUERA XOGUETE PODE UTILIZARSE POR AMBOS SEXOS. E, POR RIBA, É MÁIS DIVERTIDO.

*O xoguete ideal, se existe,
é aquel co que o neno é feliz
e que lle facilita un desenvolvemento
psíquico e físico adecuado.*

A N E C D O T A R I O

Collido textualmente nos anuncios.

- "Moda" para a túa boneca.
- "Moto" con batería recargable. (O neno conduce e a nena vai de "paquete").
- + de 10.000 pesetas. (Os "precios" orientativos pónese en letra pequena e poden converterse nas 50.000 pesetas reais dalgúns xoguetes).
- Reconstrúe o conto de "Cincenta" coa túa boneca. (A nena non pode imaxinar situacións).
- "O teu Feber". (Implicación afectiva para capta-lo desexo do neno).
- "Billar". (De dimensións tan reducidas que a penas implican movemento).
- "Sospiros", "Collida de dediños", "Voz suave e melindrosa". (Implicación afectiva esaxerada).
- "Formar e xogar". (Frase que acompaña o anuncio dun garaxe no que un neno aparca, lava e arranxa coches).
- "Burger con caixa rexistradora" (Implicación consumista e materialista).
- "O xogo de aprender". (Frase que acompaña o anuncio dun elefante).
- "O vindeiro episodio na túa casa". (Frase que acompaña ó anuncio dun avión coa que se pretende atrae-lo desexo do neno).
- "Para aprender a pasalo súper", "para que deixes voa-la imaxinación". (Frase que acompaña ó anuncio de libros, sendo, tal vez, a única certa).
- "Hai ocasións nas que un home dá todo o mellor que ten por unha muller... Bueno, case todo". (Frase que, aínda que pareza mentira, acompaña a un anuncio dirixido a nenos).
- "Descubri-la ciencia xogando". (Efectivamente, o neno descobre a ciencia xogando, pero non precisamente cos xoguetes que se anuncian na televisión).

A publicidade e as mulleres. Como utilizar a publicidade para coeducar.

Gloria Soneira Veiga.
Profesora de Matemáticas. I.B. de Cambre.
Carmen García-Rodeja Arribi.
Profesora de Historia. I.B. Neira Vilas. Oleiros.

OS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

OS MEDIOS de comunicación de masas constitúen unha fonte importante para a adquisición e interiorización das percepcións que as persoas temos sobre os homes e as mulleres. A importancia que noutras épocas tiveron os libros ou a transmisión oral (contos, lendas, cancións, refráns) téñenna hoxe os medios de comunicación escritos ou audio-visuais. *O grande desenvolvemento dos mesmos e as novas tecnoloxías, facilitan a comunicación, o intercambio de información e a transmisión de mensaxes traspasando mesmo barreiras impensabeis fai uns anos. (satélites, fax, etc..).* Pero os medios de comunicación ademais de informar, teñen a capacidade de sancionar valores, modelar opinións, uniformizar criterios e actuar sobre as condutas das persoas. Por isto o seu papel no funcionamento da sociedade é tan transcendente. Somen-

As autoras propoñen un programa de actividades para traballar cos anuncios publicitarios desde unha perspectiva coeducadora.

tes o seu coñecemento e a capacidade de detectar tanto as mensaxes directas como as indirectas, permitirán ás persoas elaborar criterios propios e criticar aqueles cos que non estean conformes.

Diversos estudos permitiron elaborar unha serie de conclusións que resumimos nos puntos seguintes:

1) *Os medios de comunicación dan unha visión dos roles de homes e mulleres na sociedade fortemente tradicionais,* máis ríxidos que a realidade en canto ao reparto de funcións e posibilidades de actuación na sociedade.

Os homes traballan, fan política, manexan diñeiro, relaciónanse coa industria e alta tecnoloxía, mercan arti-

gos de luxo grandes autos, xoiás, investigan, teñen aventuras, son heroes, conquistan ás mulleres, son independentes.

As mulleres coidan do seu corpo, para que os homes as desexen, coidan da casa e da familia, das persoas enfermas e anciás e cando aparecen relacionadas coa esfera pública, no mundo exterior ao fogar, é desempeñando funcións que son continuación do seu papel de nais e esposas, necesitadas de protección ou como vítimas, en xeral, da violencia masculina.

2) As mensaxes dos medios de comunicación teñen grande influencia sobre toda a poboación. É maior sobre nenas e nenos, que perciben a través deles

pautas para o seu comportamento.

3) Os medios de comunicación tamén son responsabeis de cambios nas relacións interpersoais e inflúen na autoimaxe das persoas.

Se analizamos os diversos medios podemos detectar onde se concretan as conclusións anteriores. Nas revistas dirixidas á xente miúda e adolescentes vemos que as diferencias se establecen desde o momento en que hai publicacións de tipo diferente para nenas e nenos. *As revistas dirixidas á poboación feminina enfatizan, mesmo nos contos infantís, sobre o aspecto persoal das rapazas, mentras que as dirixidas aos rapaces resaltan as habilidades mecánicas ou físicas.*

Esta separación de intereses continúa ata a idade adulta. Efectivamente, edítanse revistas específicas para homes e para mulleres. As revistas femininas propoñenlles ás mulleres que se preocupen continuamente do seu aspecto físico e dos problemas das relacións persoais. As revistas masculinas propoñenlles

aos homes a aventura, o deporte, convencellos de que son fortes e tamén de que deben ver as mulleres como obxecto sexual.

O panorama anterior é extensíbel a outros medios de comunicación como son os comics, programas de radio e de televisión (series, os vídeos musicais, películas e telenovelas).

positivo, creativo, son colegas de traballo, de negocios, centrados en sí mesmos para medrar, facendo proxectos de futuro son compañeiros de diversión. Ás veces aparecen algunhas mulleres, fermosas sempre, facendo de fondo decorativo. Eles son perfectos e por isto necesitan poucos arranxos. As fantasías masculinas abranguen todos os campos, a aventura, o éxito profesional, nelas son intrépidos, campións, conquistadores.

cura na roupa, criticando ás outras, e poucas veces fan algo importante, parece que non fan nada en ningún lugar. Non teñen criterio propio e son os varóns (a voz en off case sempre é masculina) os que lles teñen que explicar como conseguir mellores efectos dos produtos que mercan. Son imperfectas sempre teñen algo que reparar no seu corpo, na súa cara, (os cosméticos, os aparatos de ximnasia farán milagros). As fantasías das mulleres nos anuncios pasan polas xoias, o príncipe azul ou ser ela a máis fermosa para el.

As mulleres cando aparecen con outras mulleres é relacionándose mediante as súas funcións de amas de casa, a maior parte das veces envexosas, rivalizando en conseguir máis bran-

Algunhas veces que se presenta a mulleres ou homes non tradicionais faise dun xeito irreal e fantástico, que non permite ao público identificarse con elas e eles.

Os roles estereotipados son aínda máis rixidos nos anuncios dirixidos, á poboación infantil.

Os roles estereotipados son aínda máis rixidos nos anuncios dirixidos á poboación infantil, cando anuncian xogos, xoguetses, galletas, xelados, etc... Os nenos aparecen ademais de xogando ás aventuras, sós ou con outros nenos, admirando e imitando aos homes. Os nenos aparecen reproducindo o papel estereotipado dos adultos varóns. As nenas, case sempre con voces de

A PUBLICIDADE

A publicidade é un dos temas máis estudados e un dos medios máis eficaces para influenciar ás persoas, conformar ás súas crenzas e orientar os seus desexos. A publicidade en xeral, e con honrosas excepcións, dá unha imaxe da sociedade fortemente ancorada en valores sexistas tradicionais.

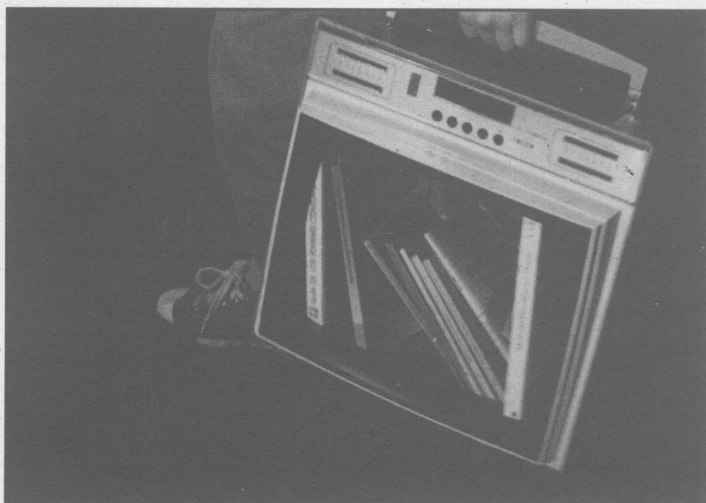
Diversos estudos afirman que nos países desenvolvidos as mulleres superan máis do 33% da poboación activa, é dicir traballan tamén fóra das súas casas. Na publicidade tan só aparecen representando a un 12% das persoas que realizan traballo no mundo público. Non aparecen mulleres con cargos importantes nas empresas, na industria, na política, na ciencia, nin nos servizos do estado, pero aparecen de azafatas, oficinistas, de actrices e modelos de traballadoras de cadeas de montaxe, de mestras e profesoras. A maior parte das veces están preparando alimentos, probando produtos de beleza, como nais, amas de casa obsesionadas coas manchas e o pó. *Tamén aparecen mulleres moi novas, moi guapas que ensinan o seu corpo espido para anunciar as cousas máis variopintas. As mozas rin, divírtense cos seus amigos, son felices pero non fan nada.*

Os homes aparecen nos anuncios relacionándose con outros homes de xeito

A publicidade dá unha imaxe da sociedade ancorada en valores sexistas tradicionais.

As editoriais insisten na separación entre os intereses masculinos e femininos, e alegan que non lles corresponde a elas a función transformadora da sociedade, o seu obxectivo e vender, canto máis mellor.

As novas tendencias dentro das revistas fan que aparezan, as veces, mulleres exercendo traballos non tradicionais. Pero dalgún xeito déixase ver que teñen tamén a obriga de ter unha familia e compaxinar o traballo no mundo público co coidado da casa e da familia. Poucas veces aparecen mulleres compartindo o traballo doméstico cos homes, fillos e fillas e de todos os xeitos a responsabilidade última sobre este traballo é exclusivamente das mulleres. *Esas novas tendencias aínda non mostran homes que fagan traballos non tradicionais para eles, os chamados traballos femininos.* Non presentan tampouco homes que traballan ás ordes de mulleres e sen embargo sempre presentan o caso contrario.



falsete, cantando cancionciñas cursis, aparecen coidando ás bonecas, lavando roupa ou imitando ás mulleres dos anuncios maqueándose e acicalándose, en xeral con fondos e decorados ridículos en cores rosas e pasteis.

A visión que a publicidade mostra da sociedade é tan tónica que non permite detectar á grande variedade de funcións que desempeñan as mulleres, a publicidade achanta ás mulleres no papel tradicional. Non propón unha ruptura coa división do traballo en función do sexo, tan só propón unha incorporación da

bio do consumo dun determinado produto. Na mensaxe o obxecto real que se anuncia é substituído por outros como son estatus social, beleza, amor, outros estilos de vida, liberdade, tranquilidade, éxito.

Ademáis presenta información científica falseada ou deformada, tratando de convencer a xente a través de demostracións absurdas, carentes de lóxica e de rigor. Falsea, nalgúns anuncios, o aspecto, consistencia e color de determinados produtos. Reviste de información científica explicacións falsas como son a



lidade. Estas persoas non serán manipuladas pola publicidade.

A PUBLICIDADE NA AULA

O estudio na aula da publicidade parece imprescindible se o noso obxectivo na educación é o desenvolvemento integral das persoas. A análise e o desentrañamento das claves do sexismo na publicidade é un bo medio para inculcar valores e actitudes de rexeitamento a comportamentos discriminatorios. As propostas que facemos a continuación teñen un carácter moi xeral e deberán adaptarse ao nivel escolar onde se queiran aplicar. Nós realizámolas en aulas de Secundaria e en grupos de Educación Permanente de Persoas Adultas, os resultados foron moi positivos tanto na calidade dos traballos realizados como na concienciación ante o sexismo da publicidade. *As persoas participantes (alumnado e mulleres adultas) desenvolveron dun xeito importante as habilidades para a análise e detección de prexuízos na publicidade, e na elaboración de alternativas a anuncios sexistas.*

A proposta para as aulas debe contemplar o tema dun xeito interdisciplinar e pódense fixar os **obxectivos xerais** seguintes:

- Desenvolver o espírito crítico e a capacidade de análise.
- Coñecer os argumentos da crítica aos roles,



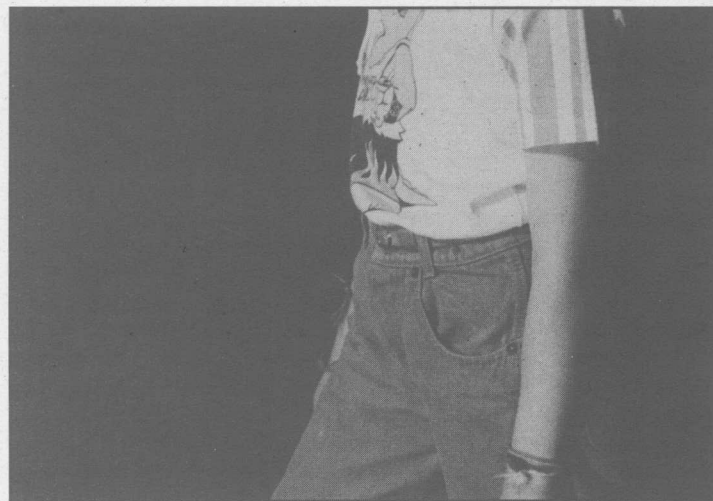
*O estudio na aula da
publicidade é un bo medio
para inculcar valores.*



modelos estereotipados e dobre moral que propón a publicidade para homes e mulleres, persoas vellas, nenos e nenos, e diferentes razas.

- Comprender á crítica á división do traballo en función do sexo, a inxusta asignación do traballo doméstico ás mulleres, etc.

- Desenvolver valores de igualdade, respecto aos dereitos das persoas, tolerancia e solidariedade.



muller ao mundo e aos valores masculinos, a cambio dunha "axuda" nalgúns tarefas domésticas (preparar unha tostada de paté ou abrir un bote de maionesa, dar de comer a criaturas pequenas, ou cargar o lava-vaixelas, pero nunca limpando un baño, pranchando ou tendendo a roupa.)

Outro aspecto importante da publicidade é que crea necesidades que moitas persoas non tiñan. Fai desexar produtos que non se teñen, presenta un mundo inaccesible que será substituído polos produtos asociados a el, ofrece a felicidade a cam-

actuación dalgúns cremas de beleza sobre a pel, dos quitamanchas sobre os tecidos, do magnetismo sobre a auga, ou da orixe "natural" de determinadas sustancias.

É imprescindible ser capaz de analizar a estrutura dun anuncio, de descifrar os códigos das mensaxes publicitarias, tanto os evidentes como os ocultos, porque somentes aquelas persoas que teñan desenvolvido un grande espírito crítico e teñan independencia de criterio, será capaces de ver a diferenza entre o que se nos quere vender e a rea-

.....

O alumnado debe coñecer as leis que existen para controlar a publicidade.

.....

Uns **obxectivos específicos** concretámoslos en:

- Comprender os fins da publicidade.
- Recoñecer as propostas falsas ou enganosas que se verquen nalgúns anuncios.
- Utilizar o debate en grupo como medio de comunicación e defensa de ideas.

- Contrastar a información recibida a través da publicidade coa realidade do alumnado.

- Detectar a falsidade ou veracidade das explicacións "científicas" que dá a publicidade.

- Coñecer as leis que existen para controlar a pu-

blicidade, e pasos a dar para realizar unha denuncia dun anuncio que se considere sexista, racista, discriminatorio de calquera tipo ou que incorra no incumprimento dalgún aspecto contemplado na lei.

G.S.V. / C.G. R.A.

BIBLIOGRAFÍA

ALTABLE CHARO. (1992). "El Erotismo y los sentimientos. Usos y distorsiones en Publicidad". Ponencia en *Jornadas sobre Mujer Publicidad y Consumo*. Valencia. Ed. Institut Valencià de la Dona. Generalitat Valenciana.

CATALÁ, AGUAS VIVAS E GARCIA PASCUAL ENRIQUETA. (1982). *Una mirada otra*. Valencia. Ed. Conselleria de Cultura e Educació Departament de la Dona. Generalitat Valenciana.

FURONES MIGUEL A. (1980) *El mundo de la Publicidad*. Barcelona. Aula abierta Salvat. Ed. Salvat.

GARCIA MATILLA EDUARDO. *Subliminal: Escrito en nuestro cerebro*. Madrid. Editorial Bitácora.

PEARSON, JUDY, TURNER LYNN H., TODD-MANCILLAS, W. (1993) *Comunicación y género*. Barcelona. Ed. Paidós.

PEÑA MARIN CRISTINA. (1986). "La bella y la Publicidad". *En Desde el feminismo*. Madrid. Atlanta Ed.

PEÑA MARIN, C. Y FABRETTI C. (1990). *La mujer y la Publicidad*. Madrid. Instituto de la Mujer.

VÍDEOS DE INTERESE

A Muller na Publicidade (I) e (II). Realizados por encargo do Instituto da Muller, estes dous vídeos fan unhas interesantes montaxes cos anuncios da Televisión resaltando os contidos sexistas dos mesmos.

ALGUNHAS ACTIVIDADES DE OBSERVACION

Durante uns días recolléanse anuncios de prensa escrita e grávanse en vídeo anuncios da Televisión. Segundo o guión que figura a continuación, clasificamos e tabulamos a información.

a) Recollida de datos cuantitativos: Cantas veces aparecen os homes e as mulleres. Cantas veces en papeis principais ou secundarios. As veces en off, son de homes ou de mulleres. Cantas veces se nomea aos homes ou ás mulleres. Nesta recollida de datos podemos traballar a realización de índices, proporcións, porcentaxes, clasificacións e tabulacións, co obxectivo de poder realizar comparacións.

b) Recollida de datos cualitativos: **Que ofrecen** as persoas que aparecen nos anuncios segundo o sexo directa ou indirectamente: o corpo, a seducción, a pasividade, forza a eficacia, o valor. **En que papeis** ou roles aparecen: domésticos, de coidado, como persoa experta, en qué, en posto executivo. **Como se lles califica:** que adxectivos se utilizan, relacionados con que aspectos ou cousas. **Onde se lles presenta.** Nun ambiente familiar, deportivo, político, de negocios, de diversión. **Con que obxectos se lles relaciona:** motos, coches, flores, cosméticos, maquinaria, alimentos, con artigos de decoración, de limpeza.

ACTIVIDADES DE ANÁLISE

Características asociadas aos homes e características asociadas ás mulleres. Recóllense en dúas listas e analízase se coinciden nalgunha. **Connotacións sexuais da linguaxe nos anuncios:** Analizar se a linguaxe utilizada nos anuncios ten connotacións positivas ou negativas cando é referida aos homes ou ás mulleres. **Análise do contido afectivo dos anuncios.** Analizar se hai diferenza nos senti-

mentos que se transmiten, cales son estas entre o mundo afectivo dos homes e das mulleres. **Agrupamento de productos segundo a mensaxe:** e ver se todos coinciden coa mesma imaxe de persoa asociada e eses productos. **O público ao que se dirixen os productos:** clasificar os anuncios segundo o tipo de produto, e facer un retrato robot da persoa consumidora á quen se dirixe esa publicidade e comprobar se coincide coas persoas que realmente van consumir o produto.

DEBATE E POSTA EN COMÚN

* En pequenos grupos partindo das propostas de análise da actividade anterior realízase o estudo dun anuncio en particular. O obxectivo é adquirir habilidade para facer unha análise rápida, e tratar logo de detectar algún aspecto non tan evidente e que non se destacase anteriormente.

* Cada grupo expón a análise feita, explicando as características atopadas no anuncio e a análise feita, explicando en que aspectos resulta sexista, e que cousas deberían evitarse nese anuncio concreto.

* Se ocorriese o caso de traballar cun anuncio que se considere atentatorio contra a dignidade das persoas, realizar a denuncia (pódese facer a través dunha organización de defensa das persoas consumidoras, ou ben utilizando a prensa local, redactando unha carta de protesta ou un artigo denunciando o feito).

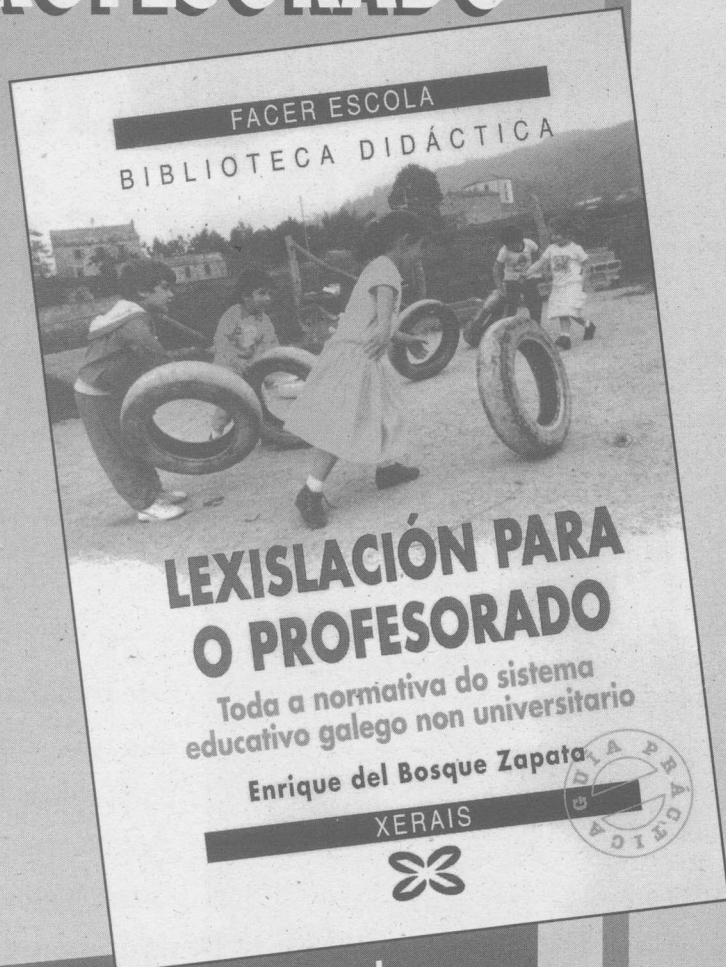
ACTIVIDADE FINAL

Como final das actividades realízase unha mostra de anuncios non sexistas, e neles propoñeráse explicitamente un cambio na división do traballo en función do sexo, un reparto das tarefas domésticas e unha crítica á utilización da muller como obxecto sexual de consumo.

FACER ESCOLA

BIBLIOTECA DIDÁCTICA

LEXISLACIÓN PARA O PROFESORADO



Lexislación para o profesorado

Enrique del Bosque Zapata

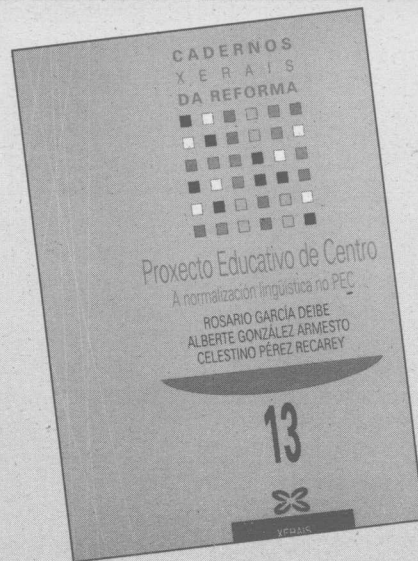
P.V.P: 1.500 Pts.

A primeira guía práctica con toda a lexislación educativa galega.

XERAIS



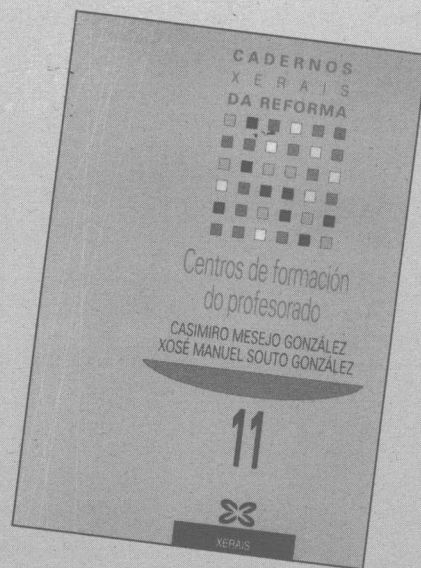
CADERNOS XERAIS DA REFORMA



Proxecto Educativo de Centro
A normalización lingüística no PEC

Rosario García Deibe
Alberte González Armesto
Celestino Pérez Recarey

P.V.P: 460 Pts.



Centros de formación do profesorado

Casimiro Mesejo González
Xosé Manuel Souto González

P.V.P: 600 Pts.

▼ **Pídeo na túa librería habitual ou a:**

✉ EDICIÓN XERAIS DE GALICIA
Doutor Maraño, 12 36211 VIGO

Nome : Enderezo :
Poboación : C.P. : Provincia :

Desexo recibir a reembolso Exemplos de LEXISLACIÓN PARA O PROFESORADO
 Exemplos de PROXECTO EDUCATIVO DE CENTRO
 Exemplos de CENTROS DE FORMACIÓN DO PROFESORADO



Norma e estandarización. A televisión galega

M^{ra} Camino Noia Campos
Universidade de Vigo

Este traballo forma parte dun máis amplo que nos propoñemos levar a cabo sobre as actitudes dos falantes respecto ás diferentes variedades lingüísticas que se usan no galego. Entre estas variedades incluírase a lingua dos medios de comunicación oral.

RECEPCIÓN DO GALEGO DA TVG

PARA ESTA comunicación partimos da hipótese de que a variedade lingüística da televisión non é suficientemente comunicativa para a maioría dos galegos falantes. Coa expresión "non é suficientemente comunicativa" queremos afirmar, antes de analiza-los compoñentes deste fenómeno, que para a comunidade lingüís-

tica galega a lingua usada neste medio de comunicación resulta en xeral allea: retarda a decodificación, pois o telespectador ten que acudir con frecuencia ó seu propio código lingüístico saíndo do cómodo nivel da decodificación mecánica ou inconsciente; e, no campo afectivo, as desviacións, non só da norma senón tamén do sistema, tan patentes na lingua usada na televisión galega dificultan o achegamento necesario entre emisor e receptor. Esta práctica lingüística da televisión en

galego distrae a atención tanto a comprensión da mensaxe como para a aceptación afectiva dunha lingua que dificilmente se recoñece como propia.

Fixemos dúas calas en dous grupos de asiduos clientes a dúas tabernas de zona rural. Panxón no concello de Nigrán (Pontevedra) e Vilariño no de Gondomar (Pontevedra). A concurrencia asistente a estes lugares, especialmente á hora en que fixémo-lo sondeo (entre oito e dez da noite), é exclusivamente

masculina, de idades comprendidas entre os trinta e setenta anos.

Os resultados foron semellantes nos dous grupos. Dician que na televisión (as preguntas foron soamente sobre o galego da televisión e o dos políticos) falaban moi ben o galego ("para iso son periodistas-¿non?, e teñen estudos") mentres que eles utilizaban unha lingua moi mala ("pero para nós serve, nós entendémonos"). A pregunta de se comprendían ben a lingua das películas, un individuo

CELINA RAMOS

moi ofendido dixo: “¡e logo!, a ver se cre que somos parvos. Eu botei varios anos en Suiza e miraba na televisión unha chea de películas e entendía todo”. En xeral indicaron que non miraban moito cine na televisión galega, que preferían os programas deportivos e musicais e que eran asiduos dos telexornais e dos concursos. Sobre o galego das presentadoras insistían en que fa-

unha variedade diferente e máis valorada cá variedade coloquial, que eles utilizan.

2. Que, a pesar de ser valorada máis positivamente, non parecen receptivos a aprender este modelo de lingua que lles ofrece a televisión.

3. Que sendo galego falantes prefiren as películas en lingua castelá que na versión galega da televisión autonómica.

ducir, en moitas ocasións, os matices propios da oralidade tan ausentes na comunicación escrita, e 3) os programas en directo (concursos, variedades e musicais) onde toda a responsabilidade lingüística recae sobre os presentadores e a competencia lingüística do entrevistado.

En xeral, a lingua galega nos tres tipos de programas citados adoce de pouca flexibilidade na utilización dos recursos do código de oralidade, xa que algúns locutores e dobradores están demasiado sometidos ó texto escrito. Na fala coloquial as unidades lineares (fonemos e palabras) están fusionadas, emitíndose en unidades complexas que veñen determinadas polo ritmo e pola entoación, mentres que na escrita estas unidades aparecen illadas, ó ser un proceso máis analítico que esixe máis elaboración e reflexión cá produción da comunicación oral. Ó utiliza-los principios

da escrita na fala, pérdese comunicación e, por veces información. Na lingua emitida nas dezoito horas de programación rexistramos varios elementos que distancian este tipo de fala dos elementos caracterizadores do código oral do galego.

Non se respecta o **timbre** das vocais de grao medio (e, o), pertinente no sistema fonolóxico galego para diferencia-lo significado dalgunhas palabras, segundo o timbre sexa aberto ou pechado. Pero mesmo nos casos en que o timbre non sexa pertinente, este serve como caracterizador da lingua galega.

Omítense as **asimilacións** de consoantes e a **contracción** de vocais, característica da fala galega. Das gravacións recollimos algunhas frases que nos exemplifican o que queremos dicir. É moi frecuente oír nos diálogos dos films /*sín-to-o/*, /*lé-vo-o/*, /*le-va-ra-a/*, /*dí-xo-o/*, /*lá-mo-o/*, marcando a pronuncia de

A lingua galega na TVG

adoce de pouca flexibilidade na utilización dos recursos do código da oralidade.

ANÁLISE DA LINGUA DA TVG

Partindo das conclusións anteriores, gravamos dezoito horas de programación da televisión galega durante seis días da semana para, posteriormente, analiza-la lingua que se empregaba nos diferentes espacios televisivos.

Polo que respecto ó uso da lingua na Televisión de Galicia podemos distinguir tres tipos de programas: 1) os telexornais e programas culturais gravados previamente á súa emisión, que están sometidos a un certo control normativo por parte dun equipo de licenciados en filoloxía galega, preocupados polo respecto á norma oficial; 2) as películas dobradas, onde, cada vez máis, actúan correctores lingüísticos sobre os guións escritos, que os dobradores se limitan a ler, sen repro-

laban moi ben, mellor ca eles. Comprendían que os políticos non tiñan un gran coñecemento do galego porque eles falaban castelán, pero recoñecían que algúns xa aprenderan moito desde que estaban na política. Cando se lles pedía que dixesen o nome dalgún político que falara ben a lingua, respondían “moitos”, pero negábanse a dar nomes. A pregunta: “¿Que lles parece o galego do Sr. Presidente da Xunta de Galicia?”. “Ben, ben”, dixeron, e un comentou “nós diso non entendemos”. (O mal galego do Presidente daquela do Goberno, Sr. González Laxe era xa proverbial e con frecuencia era tema do humor na prensa diaria).

Destas conversas informais con galegos falantes sacamos en conclusión que:

1. Estes falantes senten o galego da televisión como



Rexistramos varios elementos
que distancian este tipo de fala dos elementos
caracterizadores do código oral do galego.

cada un dos morfemas ó ter conciencia de que é unha palabra composta de verbo e pronome. En cambio, na lingua coloquial o fonema que representa ó pronome queda fundido co verbo /*sínto, lévo. levára, díxo. ámo*/. Noutro tipo de frases máis complexas emitidas polos locutores da televisión ou nos guiños das películas tampouco se soen face-las contraccións propias da fala: *Despois o Papa, sairá para o aeroporto con rumbo a Asturias*, pronunciado con cada un dos fonemas, produce estranxeza nun galego-falante que diría: /*despoilo papa sairá proaeroporto rumbasturias*/.

O **ene velar**, que se produce ó queda-lo en posición implosiva diante dalgúns fonemas aparece en poucas ocasións, soamente nos casos en que os locutores son galego falantes; e frases como /*tivun antollo ou erún home bo*/ son pronunciadas na TVG con ene alveolar /*tivo unantollo, era unome bo*/.

Con todo, é na lingua dos locutores dos telexornais e nos programas culturais onde máis se percibe a vontade de corrección e maiores esforzos por respectala entoación e o timbre propios do galego.

Na dobraxe das películas salientámo-lo excesivo apeamento ós textos escritos,

aspecto que é o responsable da distancia comunicativa que producen certas películas. As desviacións máis características son as seguintes:

Utilízase, polo sometimento á tradución literal, o **pronome persoal suxeito** diante do verbo, innecesario e inusual en galego, causando estranxeza no oínte: *Ela chámase Hellen*. A pregunta *¿Como está a túa nai?*, respóndese, *Ela está ben*.

No compoñente **léxico** hai polo menos dúas fontes de estranxeza. A primeira é o abuso dun certo número de palabras que, sendo infrecuentes na fala, aparecen reiterativamente nas películas e con total exclusividade fronte ós seus sinónimos que si pertencen ó acervo popular, *Achar, ficar, escomenzar, lembrar e semellar* foron as únicas formas que recollimos repetidamente na lingua das películas ó tempo que non se puideron rexistrar "atopar e encontrar", "quedar e permanecer", "empezar e comezar", "recordar" ou "parecer". Así mesmo *trocar* aparece con máis frecuencia que "cambiar" e *trócase* todo, mesmo os vestidos cando se substitúe ou muda un por outro na propia vestimenta.

A outra fonte de enrarecemento lingüístico nas películas dobradas ó galego é a dependencia do guiño

orixinal ou as esixencias técnicas da mesma dobraxe. Por esta razón, con frecuencia, resólvese con monosílabos ou con oracións unimembres o que no galego coloquial debería ir matizado. Parece que non hai "espacio fílmico" para a cortesía ou para o dativo ético tan característico da lingua galega. Así a rotundidade e dureza nas respostas coas expresións *síntoo* ou *levarao*... que comentabamos antes non se fai na lingua coloquial galega, acompañando sempre estas expresións con adverbios ou frases lexicalizadas do tipo *sínto ben* ou *síntocho ben; levarao, non te preocupes*.

Nun capítulo dun serial hispanoamericano de media hora de duración recollimos quince frases que comezaban pola forma *ben*, que facía simplemente de introductor expletivo da frase:

Ben, parece que se lle complicaron as cousas /.../

Ben, é que el tampouco pode vir connosco /.../

Ben, xoves, agora si que

sexa miña esposa, pero está todo ben preparado /.../

Ben, felicítoo de veras /.../

Ben, axudáronme moitísimo /.../

Ben, Chonchón, vamos alá /.../

Ben, senta e falamos.

Ben, o que eu quería era...

Ben, xà sabes que se poidese o faría...

Ben, entón teño que marchar /.../

Ben, vaíamos a outra parte.

Na lingua espontánea dos presentadores dos programas en directo atopamos algunhas destas características indicadas, pero ademais, ó seren en xeral, castelan falantes habituais e non ter unha intensa aprendizaxe do galego, moitos dos presentadores destes programas están sometidos a dúas forzas opostas: ás estruturas e léxico do castelán e á analoxía de certas formas galegas.

Recollimos moitos casos de frases co **pronome átono** colocado erroneamente,

Moitos dos presentadores
están sometidos ás estruturas e léxico castelán
e á analoxía de certas formas galegas.

vos chegou a hora de divertirvos /.../

Ben, ¿e que para con Tito e Lucho? /.../

Ben, esperemos que o poida facer /.../

Ben, enchúfame aí /.../

Ben, non é porque ela

con dous usos diferentes:

a) A colocación dos pronomes seguindo a regra do castelán. Un programa musical de verán comeza coa frase *A Televisión de Galicia lles presenta A.V.*; e *¿Te miran moito? Eu vos pre-*

guntaba antes... *Se se vai practicando o trial, ¿se sente?*, son preguntas que facían os presentadores e presentadoras dun programa de variedades que se emitiu todo o verán. Deste apartado podíamos ofrecer centos de exemplos recollidos nas gravacións pero coidamos que abonda se dicimos que este erro é algo habitual na fala da maioría dos presentadores.

b) A colocación posposta ó verbo dos pronomes átonos, en frases en que debería ir anteposto, por ultracorrección:

E que pensan que hamos de correr a paus. Cando o globo de Betanzos elévese no ceo... ¿Cantas chicas dixéronte que non?

mas castelás e galegas: *Non so perdan ¿eh!*

Por hipercorreccións de tipo analóxico aparecen as formas: *radicai, tódolo/tódala, nivei, convinte, veron, zoa* en lugar de "radical, todo o/a, nivel, conveniente, viron, zona". Recollimos tamén a frase *onde se explica-lo xeito de investir en Galicia*, asimilación analóxica das formas rematadas en -r ou -s diante dos artigos. E o uso erróneo da perífrase galega "vir de + infinito": *A semana pasada veñen de inaugurar un centro.*

É demasiado reiterativo o uso de **comodíns** ou palabras expletivas, baleiras de significado, que indican a carencia de espontaneidade lingüística. Nun mesmo

.....

**É demasiado reiterativo
o uso de comodíns ou palabras
expletivas baleiras de contido.**

.....

Con frecuencia omiten o **artigo** diante dos posesivos en frases do tipo *meu nome é Rosa*.

Castelanismos léxicos e morfolóxicos: *rato* usado para indicar un pequeno espacio de tempo. *Eres* por "es". *Naturaleza, fijo, fechas, persona...* Uso frecuente de formas de futuro e futuro de pretérito do castelán: *podrán, mantendría, cabría, poderías...* así como o uso reiterado da negación castelá *no* e a conxunción copulativa *y*. Formas compostas como: *haber tomado*. Formación de falsas construcións mesturando for-

programa recollimos varias veces a expresión *¡Imos ver!*, *¡Bueno!* Bótase man da expresión coloquial *¿Que lle iba dicir?*

Finalmente, a **entoación** que aparece nos programas en directo, aínda que varía considerablemente duns presentadores a outros, segundo sexa a súa orixe rural ou urbana, segue en xeral o modelo de entoación castelá, e tal como indicamos para os programas gravados fanse pausas nas unidades lineares, desnaturalizando a entoación propia do galego: *¡El é un xove mozo de A Coruña!*



.....

Por te-lo medio televisivo gran prestixio social, a lingua usada no seu ámbito considérase como a variedade lingüística dunha clase socialmente prestixada.

.....



En resumo, este son algúns dos rasgos que caracterizan a lingua da televisión como un subcódigo artificial da variedade normativa. E, por te-lo medio televisivo gran prestixio social, a lingua usada no seu ámbito participa deste valor, e chega a considerar-

se como a variedade lingüística dunha clase socialmente prestixada. Por iso existe o perigo de que este subcódigo usado na televisión chegue a ser considerado na conciencia lingüística dunha poboación non escolarizada a variedade máis correcta da lingua galega.

A consideración de rasgos correctos ou incorrectos na lingua está en relación directa coa valoración da clase social que use eses rasgos. Son avaliacións baseadas en xuízos sociais sobre o estatus dos falantes máis que en xuízos lingüísticos obxectivos acerca da corrección das formas respecto ó sistema da lingua, tal como recollimos nas conversas con galego falantes e como indica Trudgill (1983: 205):

“Grammatical forms which are most typical of working-class dialects have low status, because of their association with groups who have low prestige in our society. This low status leads to the belief that these forms are “bad” and they are therefore judged to be “wrong”. Evaluations of this type are therefore clearly social judgments about the status of speakers who use particular forms, rather than objective linguistic judgements about the correctness of the forms themselves”.

VALORACIÓN SOCIOLINGÜÍSTICA

Galicia vive un proceso de normalización lingüística. Se tomamos a terminoloxía de Ferguson (1968) coas tres categorías *graphization*, *standardization* e *modernization* non é difícil reconecer que a planificación lingüística do galego xa ten conseguido a *graphization* e vai camiño de acadalas outras dúas fases do proceso. Hai xa unha norma lingüística, ortográfica e morfolóxica, que se está implantando a través do ensino fundamentalmente e polos medios de comunicación oral (ademais da norma morfolóxica os bos

locutores difunden a asimilación e as contraccións do artigo, a diferenza do ene velar e o ene alveolar e outros rasgos propios da lingua galega). Nunha situación normal, non conflictiva, estes medios serían o instrumento máis eficaz da normalización lingüística do galego en Galicia. Pero dada a produción lingüística anómala da televisión galega antes descrita, estes medios convértense máis ben nun elemento retardador da normalización. E isto afecta fundamentalmente á comunidade lingüística galega.

Os galego-falantes sen estudos normativizadores non aceptan como propia —aínda sen discuti-la súa calidade— a lingua rixida e artificial dalgúns programas televisivos, e prodúcese un importante afastamento afectivo entre emisor e receptor.

Como moitos procesos de normativización ou de reforma ortográfica, produciuse tamén en Galicia un brote de elementos contrarios á propia norma, escravos uns dun pseudo purismo etimolóxico e outros nostáxicos da situación anterior. Todos eles aproveitan estas deficiencias lingüísticas dos medios orais de comunicación para facer extensiva a súa crítica a todo o proceso de normalización, sobre todo, ó sistema ortográfico oficial e a súa obrigatoriedade nos programas de ensino.

Os protagonistas da política autonómica, presentes con frecuencia nos medios televisivos, non coidan con rigor a lingua do seu discurso público, amparados posiblemente na constante mediocridade lingüística presente no medio.

Tomamos de Calvet (1986 e 1987) os conceptos de *función simbólica* e *fun-*

ción práctica da planificación lingüística. Dase a primeira cando non existe vontade ou posibilidades de levar á práctica a proposta planificadora; pero cando ademais da planificación lingüística hai vontade de levala adiante e non fallan os medios necesarios, estase falando da función práctica.

O abandono da política lingüística lexislada no Título IV da Lei 3/1983 de 15 de xuño de Normalización lingüística, que fai referencia ó “uso do galego nos medios de comunicación” na Comunidade Autónoma de Galicia, reduce a función desta planificación lingüística a mero simbolismo.

Críticas menos esixentes poden grabalo labor que a Televisión de Galicia está prestando á normalización lingüística do galego. Tamén nós recoñecemos tódolos valores positivos do medio e para que estes sexan ben proveitosos temos que denuncia-las eivas que empecen a vitalidade normalizadora deste medio de comunicación. É o mesmo Calvet (1987) quen nos brinda dous conceptos novos para segui-la análise. O conxunto de formas sobre as que a política lingüística tenta de intervir repártese ó longo dun continuo delimitado por dous polos opostos: a función *véhiculaire* dun lado e a función *gregaire* doutro. Pola primeira per-

mítese a comunicación entre individuos ou grupos sociais que non teñen a mesma primeira lingua en común. Pola segunda poténciase a comunicación dentro do pequeno grupo, da minoría étnica, da comunidade lingüística en vías de normalización. Certamente a lingua galega da televisión cumpre máis ou menos coa súa función vehicular —porque entender, enténdese—, pero a penas realiza a función gregaria ou congregadora que tanto precisa a comunidade lingüística galega. E toda política lingüística deberá enfrentarse a estas funcións e ós conflitos que xurdan eventualmente (Calvert 1986:21).

Na política lingüística do Goberno Galego descoñecemos se se pretendeu conseguirlas dúas funcións indicadas por Calvert, pero o certo é que a lingua galega non constitúe un símbolo de identidade nacional máis que para unha peque-

na porción da poboación, concienzada co problema nacional. A maioría da xente dase conta de que a implantación da lingua non é un asunto primordial para o Goberno do País (nin deste nin dos anteriores). Nin para os propios gobernantes a lingua serve de referente de unidade e prestixio nacional, pola contra son os primeiros en incumplir as leis aprobadas polo Parlamento. E, como consecuencia disto, a función práctica estase levando a cabo con pouco entusiasmo por parte das institucións, mentres a lingua española continua

exercendo de lingua A, e a xente segue observando como a promoción individual pasa aínda polo español (a maioría dos postos do funcionariado da Xunta están ocupados por castelán falantes).

O coñecemento do galego soamente se contempla como un factor de promoción nas leis e decretos, pero en poucas ocasións se leva á práctica. O poder político non soubo ou non pretendeu convencer á poboación do beneficio que sería para a constitución dun país con identidade de tal o cumprimento das leis sobre o uso da lingua.

.....

*A lingua da TVG cumpre a súa función vehicular
pero a penas realiza a congregadora.*

.....

.....

*Tamén nós recoñecemos
tódolos valores positivos
do medio.*

.....



PROCESO DE NORMALIZACION

Para unha recta planificación lingüística dos medios de comunicación oral en Galicia hoxe hai que ter presentes, polo menos, catro variedades lingüísticas:

1. A norma estándar escrita utilizada pola administración e gran parte do ensino e da literatura.

2. O subestándar televisivo, fundamentalmente baseado na norma escrita.

3. Un estándar familiar, falado polas clases cultivadas, con elementos da norma escrita e da variedade popular.

4. As variedades rurais faladas pola poboación non escolarizada que ten o galego como lingua materna, con rasgos dialectais diferentes dun a outro lugar.

As variedades 1, 2 e 3 están en íntima relación e con posibilidades de unificarse nun período non moi longo de tempo, se se aplica unha política lingüística correcta. Pero entre estas falas, valoradas pola comunidade galega, e o dialecto rural existe unha enorme distancia, motivada por causas lingüísticas pero tamén sociais, pois é a variedade menos apreciada socialmente.

Como a maioría dos galegos falantes aprenderon a lingua espontaneamente, señ pasar por un proceso de escolarización, que ata hai poucos anos se facía exclusivamente en español, cumpría estandarizar a través dos medios de comunicación un modelo de lingua flexible e asimilable polos propios falantes. O estandarizar un modelo de lingua sistemático e coherente cunha marcada estabilidade e respecto á etimoloxía, pero distante do uso común dos falantes, conseguiremos unha variedade

tecnicamente perfecta pero carente de capacidade comunicativa.

É importante distinguir, tamén, entre os códigos de oralidade fronte ó código da escrita. Unha política lingüística adecuada debería insistir nesta diferenza cun gran respecto ás variedades orais, tendo presente que unha norma de uso non supón que tódolos usos da lingua sexan conformes a ela, senón que esta funciona como referente interpretativo respecto ó cal avalía-las variacións, innovacións, interferencias e dialectalismos. Para achega-lo estándar ós falantes é preciso establecer

admitir, botando man dun ou doutro segundo o rexistro que se utilice. Que sexan os propios falantes os que vaian seleccionando as formas, unha vez que teñan capacidade de coñecer-la variedade normativa.

Por outra parte, a política lingüística do Goberno Galego debería ter como un dos fins prioritarios, coidar que os presentadores dos medios de comunicación oral (radio e televisión) fosen exemplo de uso e dicción da lingua galega para que servise de referente lingüístico á Comunidade Galega, levando a cabo a función **vehicular**, para que os castelán

visivo non é socioloxicamente admitido como auténtico, e se este vai seguir distanciando da variedade usual, correrase o perigo de fabricar dous estándares paralelos da lingua galega (Fasold 1984:260).

C.N.L.

BIBLIOGRAFÍA

CALVET, Jean-Louis (1986), "Typologie des politiques linguistiques", en *Etats de langue*, coordinado por Max-Peter Gruenais, Ed. Fayard, Paris 1986, pp. 15-47

CALVET, Jean-Louis (1987), *La guerre des langues*, Ed. Payot, Paris.

FASOLD, Ralph (1984), "Language development", in Fishman, J.A. et al. (eds.), *Language Problems of Developing Nations*, Wiley, New York, pp. 27-35.

HAARMANN, Harold (1986), *Language in ethnicity, A View of Basic Ecological Relations*, Mouton de Gruyter, Berlin.

HAUGEN, Einar (1966) "Lingüística y planificación idiomática", en *Antología de estudios de etnolingüística y sociolingüística*, Garvin e Lastra de Suárez (eds.), Universidad Nacional Autónoma de México, 1974. Publicado orixinariamente co título "Linguistics and Planning" en *Sociolinguistics*, Briht, W. (editor), Mouton, A Haya 1966.

JOSEPH, John Earl (1987), *Eloquence and Power, The Rise of Language Standards and Standard Languages*, Frances Pinter, London.

TRUDGILL, Peter (1983), *On dialect, Social and Geographical Perspectives*, New York University Press, 2ª edición 1984.

.....

A política lingüística debería ter como un dos fins prioritarios, coidar que os presentadores dos medios de comunicación fosen exemplo de uso e dicción da lingua galega.

.....

como válidas certas variacións para poder dispoñer de diferentes rexistros da norma, dos que botar man nos ámbitos sociais nos que se empregue a lingua. Na estrutura lingüística non tódolos elementos teñen o mesmo valor funcional nin o mesmo impacto no feito lingüístico, algúns niveis admiten máis variacións ca outros. Os límites da variación están circunscritos polo rendemento funcional do elemento en cuestión, e as variantes deberían ser utilizadas mentres non dificulten a eficacia da comunicación. Deberase compensa-la norma con elementos da fala: localismos e mesmo vulgarismos xerados polos propios galegos falantes; no léxico deberán aparecer sinónimos e dobretes castelán-galegos, que será preciso

falantes aprendesen o galego como segunda lingua, e a función **congregadora** ó actuar de modelo lingüístico na lingua dos galegos falantes. A política lingüística da Xunta de Galicia non pode deixar en mans das iniciativas do momento un instrumento tan importante para a normalización lingüística como son os medios de comunicación oral.

A planificación lingüística non pode ser feita dunha vez por todas; necesita permanecer nun proceso continuo de revisión, observación e cambio durante un longo período de tempo, para ir resolvendo os problemas técnicos e sociolingüísticos concretos que xurdan na aplicación da política lingüística (Calvet 1986:19). En xeral, o galego do subestándar tele-

Notas Históricas

Do Alfabeto á Imaxe

Antonio Viñao Fraga

DA PICTOGRAFÍA AO ALFABETO OU AS ORIXES DO DELETREO

NO SEU xa clásico traballo sobre as orixes da alfabetización en occidente, Avelock (1976) sinalaba a presenza necesaria de catro condicións para facer posible o paso, co tempo, do desciframento dos textos escritos á súa lectura, así como da alfabetización gremial, controlada polos sacerdotes e escribas, á restrinxida, aberta a unha parte da poboación en xeral. As tres primeiras de índole lingüística, acadáronse coa invención en Grecia, cara ao 700 a.c. do alfabeto. A simple asignación dunha letra a cada unha das cinco vocais fixo posible a cobertura escrita exhaustiva de tódolos fonemas, a ausencia de ambigüedades en tal cobertura e a redución do número de formas gráficas a un número limitado, entre 20 e 30, o que facilitará a súa aprendizaxe e recoñecemento. A cuarta condición apareceu pouco despois, durante o período da Grecia clásica: un sistema de instrucción para instalar no cerebro, durante a infancia e a adolescencia, o recoñecemento inconsciente das letras e as súas combinacións, así como da súa relación cuns sons determinados.

Nas presentes “notas” inténtase mostralos momentos e aspectos clave dunha historia, a da ensinanza da lectura e escritura, que ten xa tras si máis de 5.000 anos. Unha ensinanza e aprendizaxe hoxe inmersos nun deses períodos de cambio con consecuencias que van ser, están sendo, quizais tan importantes como no seu día o foron a invención do alfabeto ou a imprenta.



A invención do alfabeto supuxo profundas modificacións no ensino da lectura e da escritura. Na sociedade sumeria esta última constituía o eixo da actividade escolar. Era unha escola de escribas que baseaba a aprendizaxe na elaboración de listas de palabras segundo unha orde determinada polo obxectivo da lista, a natureza do reseñado ou o trazo ou fonema básico ou inicial da palabra en cuestión. Este tipo de actividade desenvolveu a conciencia do carácter viso-espacial da escritura, así como das súas potencialidades para ubicar a realidade percibida nun espacio bidimensional creando, á vez, outra realidade que, pola súa permanencia, desprazaba a anterior. Ademais, as listas lexicais, nun proceso de duración non inferior aos 2.000 anos, foron a orixe das escrituras silábicas a partir das que

.....

*A invención do alfabeto
supuxo profundas
modificacións no ensino
da lectura e da escritura.*

.....

nacerá o alfabeto (Goody, 1977). A pregunta que xurde, de inmediato, é o porqué dun lapso de tempo tan dilatado. Pero esa mesma cuestión obsérvase ao constatar que o sistema ideado para aprender a ler esa nova escritura alfabética, o deletreo, non foi posto en cuestión ata finais do século XVIII, outros 2.000 anos despois, e que aínda hoxe se mantén en moitas escolas, só ou combinado con outros, na súa estricta versión inicial (eme - a, ma) ou na fonética (em - a, ma) introducida nas "petites écoles" de Port Royal no século XVII.

Así como a escola dos escribas era unha escola centrada na escritura, a do "gran matistes", en Grecia, era unha escola ceñtral no recoñecemento da lectura das letras. O neno aprendía o alfabeto pronunciando o nome da cada letra (alfa, beta, gamma,...). Na súa orde normal, ao revés, e a pares, que formaba tomando unha letra do principio e outra do final. Pasaba despois ás sílabas, e así sucesivamente ás palabras, desde as monosílabas ás de pronunciación máis difícil, e a textos breves; uns textos escritos, como foi habitual ata ben avanzada a Idade Media, dun modo continuo, sen espazos baldeiros. Eis que tanto as sílabas como as palabras e os textos eran deletreados antes de ser lidos (Marrou, 1976). Este foi o sistema prescrito, con lixeiras variantes, desde a Antiga Roma, ata fins do século XVIII. As coñecidas "cartillas" impresas nas que se aprendía a ler nas escolas da Europa do Antigo Réxime ordenábanse en función deste método.

Para explicar tal persistencia recorreuse a dous tipos de razóns: a inercia

das prácticas escolares e os intereses gremiais en manter un sistema lento e tedioso. Ata ben entrado o século XIX, as aprendizaxes da lectura e da escritura estiveron disociadas no tempo. Primeiro, durante dous ou tres anos, os nenos aprendían a ler coa axuda de outros alumnos maiores e repasando o aprendido, dun modo individual, co mestres. Despois viña a aprendizaxe independente da escritura durante dous ou tres anos. Unha aprendizaxe suxeita a

saber reservado aos escribanos e calígrafos ou a quen se adicaban a aquelas ocupacións que esixían un uso non ocasional da mesma. Pero hai outras razóns non menos importantes. O deletreo constituía unha disciplina da mente, e por tanto do corpo. Era un proceso en si mesmo carente de sentido. Pero si o tiña. Cando menos para o mestre. Con él sucábase unha boa dicción. Un aspecto este fundamental no mundo no que a lectura era polo xeral en voz

mada. Esta exclusión do sentido, no deletreo, reforzábbase, ao impedirse fronte aos sistemas pictográficos e ideográficos, calquera tentación ou tendencia a xogar coas letras. A pensar nelas como formas cunha certa analogía gráfico ou fonética cos obxectos ou animais, ou ben antropomofizándoas (Hébrard, 1983). As letras eran sons, non imaxe; un signo ou convención sen sentido. A suxeición a esta orde arbitraria, a súa codificación e decodificación estrictas, aseguraban posteriores lecturas disciplinadas e, en canto ao sentido, sometidas.

.....

O deletreo foi o sistema para aprender a ler que, con lixeiras variantes, se empregou desde a Antiga Roma ata fins do século XVIII.

.....

A CREBA DO MODELO DE ALFABETIZACIÓN DO ANTIGO REXIME

Nos anos finais do século XVIII e primeiros do XIX ámbalas dúas aprendizaxes experimentan unha triple creba. En primeiro lugar, introdúcese con lentitude a ensinanza simultánea da lectura e a escritura. Non se trataba, nun principio, de aprender a ler escribindo, ou viceversa. As dúas ensinanzas seguíanse configurando de modo independente, pero non será xa necesario dominar a lectura para iniciar a aprendizaxe da escritura. Por outra parte, as prácticas tradicionais son postas en entredito. En resposta ás demandas familiares, a rapidez e o agrado na aprendizaxe serán dous dos obxectivos pretendidos. En canto á lectura, é no ámbito das clases acomodadas onde primeiro se xeneralizan os xogos, artiluxios e abecedarios ilustrados que xa na segunda metade do século XIX e primeiras décadas do XX empezan a introducirse nas escolas. A súa volta o



uns honorarios máis elevados e co instrumental tamén máis custoso. A maioría, como dicía Anduaga en 1781, na súa *Arte de escribir por regras y sin muestras* saían da escola, sabendo só ler, "titubeando" con "fonillo" e xeralmente sen dar sentido ao mesmo que len. A escritura por estas datas seguían sendo un

alta, a sí mesmo ou a outros. Mesmo cando na segunda metade do século XIX e primeiros do XX proliferan en España as teorías ou artes da lectura, todas elas se escriben pensando nesta modalidade da "lectura expresiva ou fermosa lectura". Acompañada da comprensión do lido, por suposto, pero recitada ou decla-

.....

***A aprendizaxe da escritura
estaba suxeita a uns
honorarios máis elevados
e a empregar
un instrumental
máis custoso.***

.....

deletreo substituíse ou combinábase co silabeo.

Anúncianse métodos que prometen marabillas nun curto espazo de tempo. Mesmo nalgún caso (método

CELINA RAMOS / J. VARCARCEL

Vallejo) a aprendizaxe iniciábase a partir dunhas palabras determinadas. Publícanse, asimesmo, novos libros de lectura en substitución das "cartillas", e cartóns tradicionais. Emerxe en definitiva, un concepto máis amplo da aprendizaxe. Reducido, deantes, a adquisición do mecanismo para recoñecer as letras e as sílabas, exténdese agora ata abarcalos libros de lectura avanzada (Viñao, 1988 e 1992; Hernández Díaz, 1992).

Outro tanto sucede coa escritura. Fronte aos escribanos e calígrafos defensores dunha práctica do escrito próxima ao debuxo e da ensinanza con mostras, pouco a

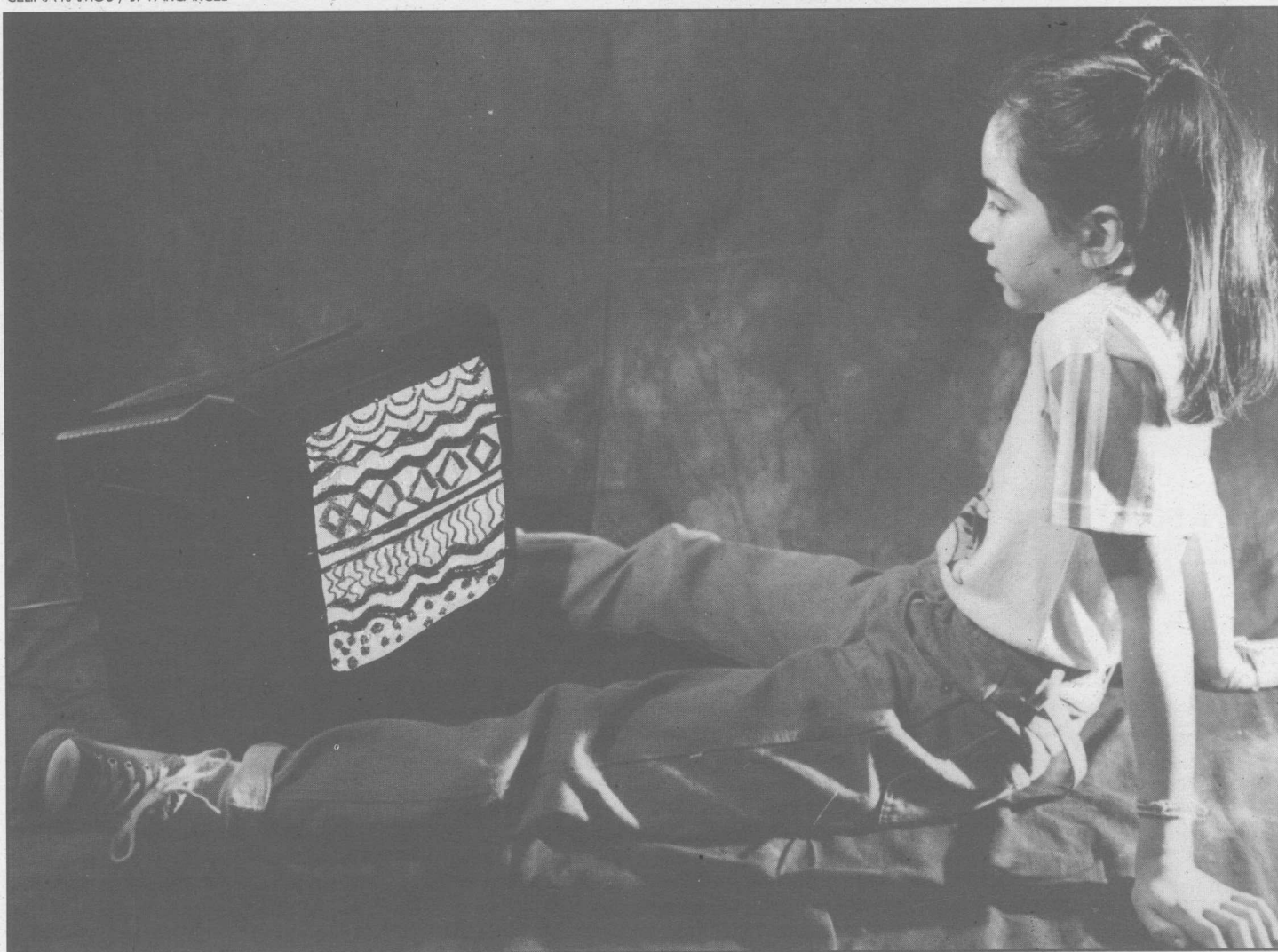
pouco se impuxo, no ámbito escolar, unha escritura simplificada, o trazo persoal e unha aprendizaxe máis breve e sinxela dunha lingua previamente sometida a un proceso de normalización e fonetización ortográfica (Viñao, 1992). En terceiro lugar, nace un novo tipo de lector. O aprendiz de lector da "cartilla", ou, outro libro similar, lía textos coñecidos ou mesmo memorizados, de índole relixiosa ou popular. Aprendía a ler, facíase lector, deletreando e lendo en voz alta textos con contido que lle eran familiares. Poucas veces se aventuraba por si so nun libro descoñecido. Cousa que quedaba re-

.....

***A principios do XIX
introdúcese con lentitude a
ensinanza simultánea da
lectura e da escritura.***

.....

servada aos "letrados". O lector decimonónico, sen embargo, tiña a súa disposición novelas por entregas, libros a prezos populares e sobor de todo revistas e prensa.

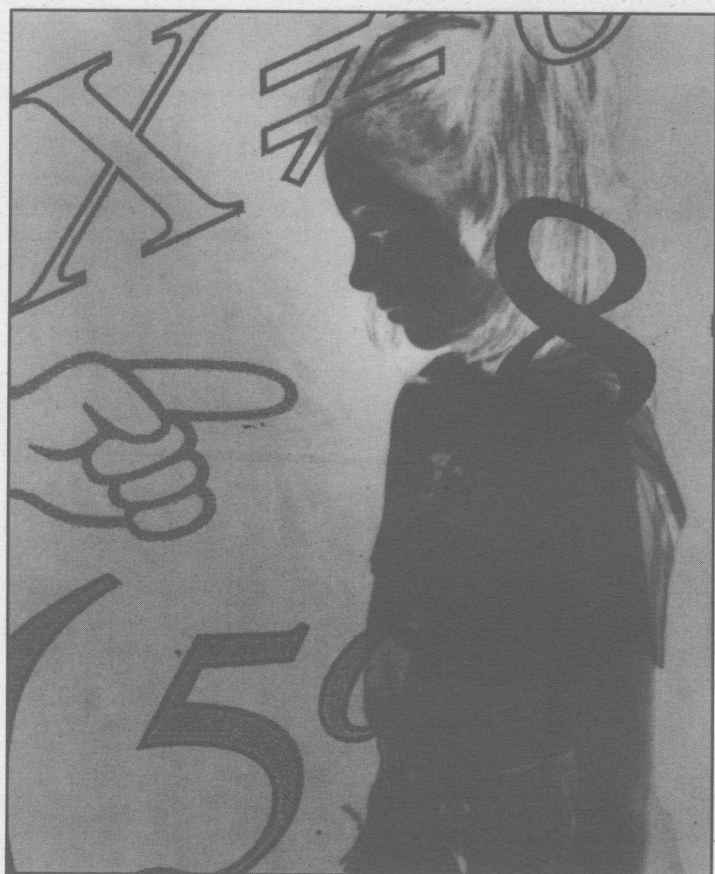


Precisamente por iso, para suxeitar a este novo lector non circunscrito a un corto repertorio de lecturas controladas, é polo que a escolaridade se estende e polo que aparecen as bibliotecas escolares e populares (Viñao, 1989; Bartolomé, 1992).

consolidando unha nova escola previa á elemental. A súa configuración abriu de seguido o debate sobre a súa natureza, en relación con esta última, así como o de a quen correspondían as primeiras aprendizaxes da lectura e a escritura. Planteou, ademais sobre novas bases,

caba os que vían estas escolas como graos inferiores das elementais, así como aos pais e autoridades que só consideraban aos mestres a aqueles con alumnos capaces de recitar de memoria moitas páxinas, de ler de corrido e berrando, e que escribían pronto. Tal crítica

maría seguiu considerando a escritura como disciplina e límite. A súa tarefa semella, neste sentido, a antítese da de Preescolar. O seu obxectivo é a imposición dun canon léxico, ortográfico e sintáctico: establecén os usos correctos e incorrectos da escritura e circunscribir a posibilidade e o xogo, no ámbito da escritura, á área da ensinanza artística. Con iso retómase o primeiro obxectivo da escola grega: evitar a volta á polisemia picto e ideográfica, a concepción da escritura como trazo que garda algunha relación con aquilo que significa. Se na educación preescolar o permite é so, ao parecer, para asentar sobre bases máis firmes esa función de normalización e prescripción que a aprendizaxe da escritura comporta.



UNHA NOVA RUPTURA: A APARICIÓN DAS ESCOLAS DE PARVULOS

Mentres isto acontecía, mentres a escola ampliaba a noción de aprendizaxe ata incluír nela non xa á lectura expresiva e a copia, senón a comprensiva, con explicacións e preguntas, e á silenciosa, así como o dictado e imposición das normas ortográficas, a correspondencia epistolar e mesmo a redacción ou o breve texto libre, ao longo do século XIX foise

a xa discutida cuestión de que a que idade había que escomenzar o seu ensino.

A recomendación de cada vez máis extendida de observar eses primeiros pasos para iniciar o máis rápido posible a lectura de corrido e a expresiva, produciu xunto coa presión familiar, o seu traslado á educación preescolar. No *Arte de Educar* aplicado ás escolas de párvulos, de López Catalán (1864), este director da escola-modelo de párvulos de Barcelona criti-

.....

A Educación Primaria seguiu considerando a escritura como disciplina e límite.

.....

non era infundada. Respondía a unha presión social que, desde as súas orixes acompañou sempre ás escolas de párvulos.

O conflito planteado salientaba o claro contraste entre as diferentes concepcións que os niveis de Preescolar e Primario ían configurando en relación coa natureza da aprendizaxe dos saberes elementais. Así, mentres a Educación Preescolar se convertía, nalgúns países, no laboratorio onde nacerían moitas das innovacións posteriores, mentres nela predominaba unha concepción da escritura como posibilidade e xogo, aberta a calquera polisemia e figuración, mentres nas últimas décadas, se introduciron os termos de prelectura e preescritura, e se tende a poñer o acento nos coñecementos previos a impregnación polo escrito e a conformación de aquelas estruturas mentais sobre as que basear a aprendizaxe posterior, a Educación Pri-

UNHA ESCOLA CENTRADA NA LECTURA

“Na Escola Primaria española e na Escola Primaria universal foi e seguirá sendo a lectura a base fundamental do ensino”. Con esta frase iniciaba María Sánchez Arbós a súa aportación *Libro guía del maestro* en relación coa ensinanza da lectura e da escritura (1936). Facer da lectura o eixo da escola non significaba xa o mesmo que na escola tradicional. mestres prestixiosos do primeiro tercio do século XX –María S. Arbós, Angel Llorca, F. Martí Alperá, entre outros– defendían radicalmente a simultaneidade da ensinanza da lectura e a escritura, facendo súas as palabras de Pedro Alcántara y García na súa *Teoría y práctica de la educación y la enseñanza* (1886): a escritura pola lectura e a lectura

.....

**A lectura é o eixo
das demais asignaturas
da primaria.**

.....

pola escritura. Mesmo propoñían iniciar tal aprendizaxe pola escritura mediante o trazo e a descomposición de palabras familiares na nova escola graduada que estaba aboiano, o dominio sobre todo da escritura, tanto co da escritura e o da aritmética, era o elemento clave, máis que os tests ou a idade, para determinar a adscripción dos alumnos a un ou outro grao (Viñao, 1990). Como dicía María S. Arbós no seu *Diario* "ata que os nenos lean comprendendo e escriban con certa corrección non hai nada que facer na escola" (1961:18). Por iso recomendaba en 1934 aos mestres do grupo escolar "Giner de los Rios" de Madrid, do que era directora, que intensificasen a lectura "facéndoa eixo das demais asignaturas da escola" (1961:71).

Eis tódolos obxectivos a acadar: non so a lectura de corrido e expresiva, senón tamén a comprensiva, a comentada e a literaria. En canto á escritura, non só unha letra fluída e lexible, senón tamén a corrección ortográfica e a redacción. Endemais, algo de gramática e o manexo do dicionario. Obxectivos todos eles que eran completados con tres recomendacións nadas da mesma práctica: respectar o ritmo individual de cada neno, liberdade de acción do mestre para adop-

tar os procedementos ás circunstancias e alumnos, e, sobre todo, despertar o gusto e afección pola lectura, o desexo e a necesidade de ler. Un obxectivo, este último, que tiña as súas raíces nunha interpretación algo idealista das páxinas que Rousseau adica no *Emilio* e *A Nova Eloísa* á aprendizaxe da lectura, e que desde a segunda metade do século XIX viñera engadirse, con carácter axial, aos xa citados.

**UNHA NOVA SITUACIÓN:
A CRISE DA ALFABETIZACIÓN,
AS NOVAS LINGUAXES E A
MENTALIDADE LETRADA**

Novas ampliacións da noción da aprendizaxe tiveron lugar nas últimas décadas. Unhas teñen a súa orixe na fusión dos cursos de Ensino Primario cos inferiores do Secundario e a extensión da escolaridade obrigatoria. Como ten sinalado Hébrard (1991), a nova escola común recorre a procedementos antes circunscritos á Educación Secundaria. Nunca, indica, na Escola Primaria un neno se enfrentaba el só a un texto como punto de partida para outro exercicio –o estudio dunha lección dun manual, por exemplo– sen axuda das explicacións do mestre. Tampouco debía construír a comprensión dun texto cruzando as súas referencias con outros textos ou tomar apuntes. Estas tarefas son agora requeridas a alumnos con idades que corresponden aos últimos cursos do antiga Ensino Primario.

Á vez, a extensión da obrigatoriedade escolar, e, con ela, dos contidos e métodos do ciclo superior da secundaria a tódolos xoves de un ou outro sexo, supuxo

o incremento das repeticións e abandonos, e a xeralización, nas reunións de avaliación entre profesores de secundaria ou Universidade, de frases sobre o baixo dominio polos alumnos da lectura ou a pobreza da súa expresión escrita. Este feito vén coincidir no tempo con outros dous. Un é a constatación do neoanalfabetismo dunha boa parte da poboación xove ou adulta, un neoanalfabetismo definido de moi diferentes xeitos, pero do que tamén se responsabiliza cando menos en parte, á escola. O outro, a irrupción de novas linguaxes: audiovisuais, informáticas –e, con elas, a videoescritura– ou xerados por unha serie de medios ou soportes –cómico, publicidade–, que teñen como principal característi-

.....

**As novas linguaxes
teñen unha escritura feita
máis para ser vista
que ser lida.**

.....

ca a ausencia dun canon gráfico e, en último caso, unha escritura feita máis para ser vista que ser lida, de máxima visualización e comprensibilidade mínima (Petrucci, 1987).

O ensino da lectura e a escritura atópase, ante esta situación, nun novo momento crítico. Pídeselle que integre esas outras linguaxes, que teña en conta a diversidade gráfica existente, que recupere modos de ler –in-

tensivos, expresivos, compartidos– hoxe devaluados ou perdidos, que desenvolva a aptitude para crear linguaxe para seu escrita ou lida e que o faga incorporando os coñecementos xerados pola simple inmersión no medio urbano e a cultura escrita.

A noción de aprendizaxe cobre deste modo, sen interrupcións, desde a Escola Infantil ata non se sabe ben cando. Máis, no fondo, o que se persegue é o mesmo que xa perseguía aquela primeira escola nada coa escrita: modelar a mento de acordo cos supostos de dita cultura.

O noso problema, é que tal mentalidade e cultura están sendo socavadas por outras linguaxes que requiren outras estruturas e disposicións mentais. O caderno escolar –outra invención decimonónica– foi o espazo gráfico no que durante moito tempo os mestres e as mestras sumerxeron aos nenos e nenas na lóxica específica da cultura escrita: a lóxica das listas, os cadros, a cartografía, a relación entre ilustración e texto, a ordenación xerárquizada do espazo e a linealidade espacio-temporal (Hébrard, 1991). ¿De que supostos partimos e con que instrumentos contamos para facer fronte á nova situación?

A.V.F.

Antonio Viñao é profesor da Facultade de Pedagogía da Universidade de Murcia. Artigo cedido por *Cuadernos de Pedagogía* e polo propio autor para a súa tradución e edición na *Revista Galega de Educación*.



¿Pero en que realidade vives?

Xosé María Aguilera Carrasco

TE-LO MANDO a distancia da tele e ves como nun instante a cámara te pon en fronte da imaxe, noutro detrás, enriba, ou

arredor dela. Ademais estás na rúa, e é mañá ou onte. De súpeto un anuncio aparece na pantalla con bailarinas, música e debuxos animados. Unha parella pasea por un outeiro a uns douscentos metros, pero podes oír-lo que falan como se estivesen ó teu lado. As palabras aparecen e desaparecen na pantalla. Agora ves dúas imaxes simultáneas ou tres. Estás mirando un rostro, logo as súas mans, e estás fóra. Longos períodos de historia son condensados e acelerados en pouco tempo. Móveste da terra ó ceo, vendo ós humanos nunha sucesión vertixinosa. Uns xoves corren cara ti. Corte. Agora están na praia. Fundido. Agora soa a música. Cortiniña. Un presentador fala e non o vemos. Resulta que estás en Europa e de seguido en Asia.

Todas estas alteracións da imaxe non suceden na vida ordinaria. Son alteracións técnicas da linguaxe audiovisual que só son posibles no mundo da imaxe en movemento: películas, vídeo e televisión. Por iso ten razón Umberto Eco (*El País*, 8-11-93) cando afirma que a televisión reflecta minima-

mente a realidade. E é que se analizas estes elementos técnicos como che teño descrito antes, decatáste de que por exemplo durante a publicidade as imaxes cambian a unha velocidade de 10 a 15 veces por trinta segundos de anuncio, mentres que durante a transmisión dun programa normal esta velocidade se reduce de 7 a 10 veces por minuto. De maneira que cando un apaga a tele e volve á realidade real do salón, nada se move. A habitación non se despraza polo universo. A xente non aparece e desaparece de súpeto. Non se convirte no onte cun pecha-los ollos. De feito, non acontece case nada. É a mesma habitación de sempre, as mesmas paredes, os mesmos mobles, as mesmas fiestras. Xente corrente, sentimentos normais, pensamentos ordinarios. En comparación coa tele todo acontece moi de vagar. Demasiado lento. A ansiedade instálase.

Non é de estrañar que tendo vivido no sorprendentemente rápido mundo das imaxes televisivas, a vida diaria sexa aburrida e moito máis lenta. Se nos poñemos a considerar como afecta este feito ás nosas formas de estarmos ó natural, no contacto coa natureza, observaremos que o mundo natural é moi lento. Poñámonos por caso o abaneo das pólas dunha árbore ou

Memoria dun fillo da televisión

Vermello, Amarelo e Verde

Alex Mene

os ocasionais movementos animais: case nunca pasa nada. Para senti-la natureza cómpre unha percepción humana que se basea na paciente espera. A vida moderna non estimula isto senón todo o contrario. Coches, avións, videoxogos, faxes, ordenadores, teles, walkmans, traballos e viaxes en horarios dictados polas empresas e as compañías de viaxes. Como di Jerry Mander (1993), en Occidente témonos adaptado a ritmos que están fóra da natureza. Temos sido adestrados para procurar satisfacción nos corsés que a tecnoloxía nos proporciona. Vivimos nun mundo en constante cambio e axitación. Por iso no mundo real, na natureza, sentímonos ansiosos e incómodos. Desexamos volver portas adentro e pó-la tele, para conseguí-la velocidade, o ritmo axeitado. E é que decote non aturámo-lo insuperable espectáculo da realidade real, único e auténtico "reality show".

X.M.A. C.

*Xosé María Aguilera Carrasco é responsable da área de Medios Audiovisuais no CEFOCOP da Coruña e membro da Comisión Organizadora do III Congreso Internacional de Pedagogía da Imaxe "Pé de Imaxe".

SE INTENTO rescatar da memoria as miñas primeiras imaxes televisivas, estas aparecen en branco e negro. Non só porque o televisor que había na casa era en branco e negro senón porque aínda que fose en cor, este, non tería sobrevivido ó paso do tempo e as miñas primeiras imaxes, as imaxes máis antigas, sempre serán en branco e negro.

A televisión asistía ó meu crecemento e participaba, ignorante, na miña educación con aqueles disfraces que tan sutilmente confeccionaba para min. E ó igual que Barrio Sésamo eu ía pasando, diante do televisor eu ía pasando, diante do televisor, por distintas etapas. Non había, en toda a programación, mellor reporteiro lingüístico que a rá Gustavo, nin mellor parella que Epi e Blas, nin ninguén tan gracioso como Coco, nin monstro tan monstrosamente sorprendente como Triki, pois a súa monstrosidade consistía en comer galletas sen parar. Aínda hoxe non podo comer unha galleta sen me acordar de Triki.

Un monigote corría pola pantalla ata pegarse á cámara e berraba: ¡Preto!, despois corría ata afartarse totalmente de min e berraba: ¡Lonxo!, e eu oía aquela

voz distorsionada pola distancia, chegada a min coma un eco e, entón, comprendía o verdadeiro significado das palabras. Arriba. Abaixo.

Nunca poderei dicirlle a M^a Luisa Seco o marabilloso que era o seu clube de fans nin contarlle tódolos bos ratos que me fixo pasar ante a súa imaxe, aínda que as veces lle falaba dubidando de se realmente me vía ou facíase simplemente a tola.

Había unha vez un circo de alegría e ilusión pero o máis sorprendente de aqueles anos de televisión era a total confusión que na miña mente existía entre realidade e ficción. Na miña cabeza tódolos personaxes que coñecía a través do televisor eran tan reais como os meus pais ou os meus amigos do colexio. Cría que tódolos animais falaban e estaba seguro de que calquera día me atoparía a Los Picapiedra pola rúa ou que nalgún sitio poderían darme o teléfono de Superman, para chamalo por se me pasaba algo e necesitaba a súa axuda.

Unha determinada etapa da miña infancia estivo marcada pola irrupción de todo un plantel de superheroes. Foron uns anos de total identificación en eses personaxes e, por así dicilo, Spiderman tíname atrapado na súa rede. Cada vez

que vía unha araña, saco de radiactividade supervivente de Hoshima, achegaba a man para que me picase nun van intento de me converter en superheroe e deixar a un lado a monotonía da vida infantil. Quería ser como a Masa e converterme noutra persoa. E é que de pequeno confundía os sentidos, quería ter raios X nos ollos, quería voar ata outro planeta, quería te-los brazos elásticos, quería ser invisible e non entendía por que eu era eu e non outro.

Sentado no salón da miña casa contaba un globo, dous globos, tres globos e dixérnme que a terra tamén é un globo que se me escapou.

Viaxeí con Marco, buscando desesperadamente a súa nai. Chorei cando el choraba e entre capítulo e capítulo cría que Marco seguía viaxando e que estaría perdido nalgún remoto lugar entre os Apeninos e os Andes. Non comprendía porqué Heidi debía deixar ó avó e marchar á cidade. ¡Co ricamente que ela estaba no campo!. Eu, cando ía ó campo, rompía tódalas teas de araña para que Tecla nunca puidera atrapar a Maya.

Despois de tanto melodrama infantil chegou á pequena pantalla unha nova forma de vida, a serie entre as series: Mazingher

sociedade comunicacional

Z. Dende a miña butaca vía *cómo* Afrodita, desdeñosa, lanzaba os seus peitos a destro e sinistro ou *cómo* Mazinger estaba a piques de sucumbir ante un feroz inimigo cando, de súpeto, no último momento, usaba a súa enerxía z. E eu preguntábame onde podería mercar un bote de enerxía z.

O que máis me gustaba da televisión eran as películas que ofrecía *Sesión de Noche*, sobre todo se nelas

lista de preferencias, sobre todo no Nadal, pois aparecían como divino espellismo de tódolos xoguetes que podería ter nas miñas mans.

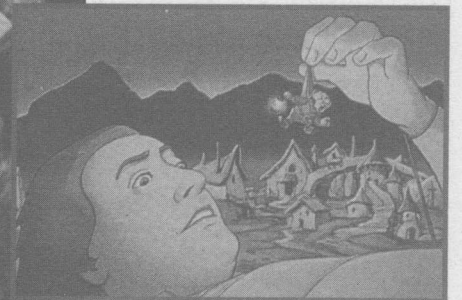
A todo este plantel de personaxes estranxeiros a televisión engadiu algúns produtos castizos. Así chegaron ata min D. Quijote de la Mancha e Rui, el pequeno Cid. Fallido intento pois, aínda en singular combate, eu seguía preferindo as chaladuras de Bugs Bunny e o

con ela, levián de equipaxe, convertínme en viaxeiro perpetuo.

Pero foi Félix Rodríguez de la Fuente, a súa inconfundible voz, quen me abriu os ollos ó mundo que me rodeaba. Gracias a estes programas descubrín que non tódolos ratos eran como Pixie e Dixie, nin como Mickey, nin que tódolos gatos eran como Tom e que había moitos máis animais dos que eu podía imaxinar.

senón dos que cazan cobras e serpes, deses que estudian a vida do quebrantaosos e seguen as pegadas do oso panda ata o seu último refuxio. E é probable que hoxe, se o amigo Félix non se tivera ido ó ceo, eu sería un intrépido veterinario rastreador dunha evolución que parece xa perdida para sempre.

Cando repoñen algunha daquelas series que marcaron a miña infancia corro cara ó televisor. Descubro de novo a Pipi Calzaslargas, pero xa non me parece nin tan simpática nin tan guapa, xa non entendo por qué vive cun cabalo e cun mono e non me creo que o seu pai sexa rei dalgunha illa perdida nos mares do sur.



aparecía algún rombo indicando contidos dos que nada sabía pero que intuía interesantísimos. Coa boca aberta, os ollos coma pratos, non podía entender que sería iso tan prohibido para os nenos da casa. Os anuncios tamén estaban moi altos na miña

Pato Lucas. Aínda que non por isto deixaba de marcar iogures. Por catro un sobre de estampillas.

A viaxe máis alucinante ofreceuma *Érase una vez el hombre*, auténtica máquina do tempo e o espacio. Con ela descubrín a historia e

Asomeime ó formigueiro e, como o inspector Gadget, quixen saber cal de entre todas aquelas formigas era a raíña. E foi vendo estes programas cando eu decidín o que quería ser de maior: animalista, pero non deses que andan con cans e gatos

Comprendo, entón, que pouco a pouco as miñas mans fóronse abrindo ata que se escapou o papaventos branco e que dende a primeira Pipi ata a que hoxe teño ante min ensinaronme tantas regras que a miña imaxinación quedou paralizada. Vermello, amarelo e verde.

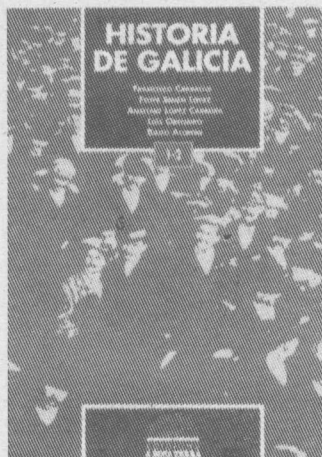
A.M.

No manual "Historia de Galicia" (número doble 1-2) queremos subliñar os núcleos

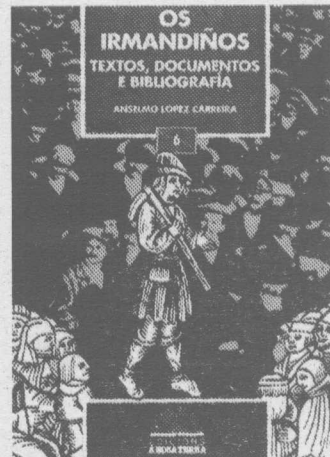
que nos parecen máis significativos no pasado do pobo galego. Contou co entusiasmo de todos nós porque nel tratamos de rescatar a "memoria histórica" da nosa nación; imprescindíbel tanto para calquer proxecto colectivo como para unha convivencia en liberdade. E quixemos comunicar este entusiasmo aos lectores por que só así poderemos librarnos das manipulacións que ocultaron a verdadeira situación de Galicia e os acontecementos máis significativos do noso fluír histórico. Precisamos liberarnos dunha historia imposta e coñecer a propia.

Os 19 volumes seguintes aténhense a unha maior aportación de datos sobre períodos e temas concretos. Cun número de autores numeroso e plural, agardamos que o produto final combine unidade e pluralidade de interpretación.

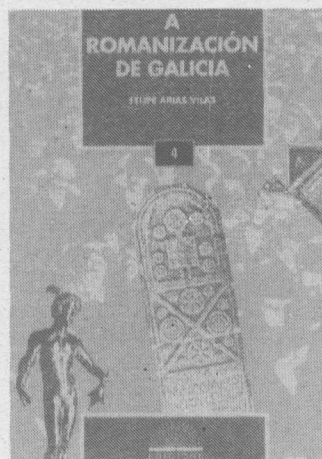
Historia de Galicia.



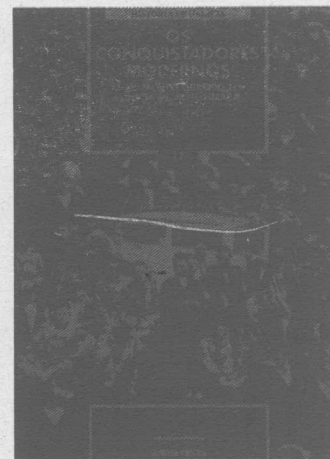
3ª edición / 10.000 exemplares.



2ª edición / 5.000 exemplares.



2ª edición / 6.000 exemplares.



Novedade / 4.000 exemplares.

- DESCONTO
- ESPECIAL
- A MEIO DESTA
- BOLETIN
- DO 15%

EN PREPARACIÓN:

- 3.- A cultura castrexa, de Francisco Calo. 5.- O Reino de Galicia, de X. Armas Castro. 7.- A Igrexa galega, de Francisco Carballo. 8.- A burguesía galega, de X. R. Barreiro. 9.- A desamortización, de Ramón Villares. 10.- Historia económica contemporánea, de Xoán Carmona. 12.- Lingua e Historia, de Santiago Esteban. 13.- Prensa e outros medios de comunicación, de G. Luca de Tena. 16.- O Agrarismo, de Henrique Hervés. 18.- O nacionalismo, de Xusto Beramendi. 19.- Guerra civil e Resistencia antifranquista, de Bernardo Máz. 20.- Transición e autonomía, de X. R. Quintana / A. Romasanta / M. Valcarcel.

Remitir a **A NOSA TERRA** unha vez cuberto en maiúsculas: APARTADO DE CORREOS 1.371 - 36200 VIGO. Máis información no teléfono (986) 43 38 30

Nome Apellidos
 Enderezo C.P.
 Teléfono Poboación Provincia

PAGO DOMICILIADO. COBRIR OS DADOS DO BOLETIN ADXUNTO.

BANCO/CAIXA DE AFORROS CONTA/LIBRETA NÚMERO
 TITULAR DA CONTA OU LIBRETA
 Nº SUCURSAL POBOACIÓN PROVINCIA

Sérvanse tomar nota de atender até novo aviso, e con cargo á miña conta, os recibos que ao meu nome lle sexan apresentados por Promocións Culturais Galegas S.A. (A Nosa Terra).

ATENTAMENTE (SIGNATURA)

DATA

¿Houbo unha vez un mundo sen televisión?



ou rir. El, en fin, é todo o noso mundo.

Pero, ¿é certo que houbo unha vez mundo sen televisión?

Non sei acertar a dicir cantos anos tiña eu o día que por vez

Un meu amigo gusta de dicir que nós formamos parte da derradeira xeración que naceu antes da televisión. Nós: os e as que hoxe temos entre corenta e corenta e cinco anos. O meu amigo di que deberíamos describir como era o mundo antes da televisión, porque dentro de moi poucos anos xa ninguén se lembrará: todos e todas están (estamos) comezando a pensar que o mundo e a vida son realmente inexplicables sexan a presenza imprescindible do aparato de televisión. A televisión dínos qué ocorre realmente no mundo, quen son os homes e mulleres que son realmente algo no mundo, que cousas debemos admirar e que cousas debemos temer que debemos querer mercar e como debemos aspirar a ser, que tempo haberá mañá e con que e por que temos que chorar

primeira chegou a televisión á vila onde eu vivía. Se cadra, tiña oito anos, se cadra xa tiña nove. Lembro que a nova se espallou rapidamente entre todos os rapaces e todas as rapazas. E aquí o diferencialismo é absolutamente pertinente porque as canles de información entre nosoutas e eles eran de todo diferentes. Para eles podía ser relevante a chegada á ría dos barcos de guerra que acompañaban ó "Generalísimo", os álbumes de cromos dos futbolistas de Primeira División, unha revista con fotos de mulleres espidas que alguén trouxo do estranxeiro e corría de man e man, ou a estrea dunha película do oeste. Para nós, a recollida do millo cando sentabamos coas avoas a debullalas espigas, as novas coleccións de vestidos recortables para as "mariquitas",

os tebeos da colección Azucena e as películas de Joselito e Marisol. Eles xogaban ó fútbol e ós "tres mariñeiros van no mar". Nosoutas á tella, a salta-la corda e ás casiñas.

Había tamén os motivos de encontro e interese compartido. A recollida de xestas nos camiños para facela lumeirada de san Xoán, a recollida de musgo no inverno para face-lo nacemento do Nadal, as comparsas dos entroidos (aínda que logo, na festa do Casino, eles vestían de piratas ou indios e vaqueiros, e nós de princesas e flamencas) e os bailes nas romerías do verán.



Non sei cantos anos tería con certeza, nin quen foi quen primeiro me comunicou a nova. na tenda do cabo da vila, onde vendían estufas "catalíticas" e cociñas de gas butano, e

moi cedo haberían de ter lavadoras automáticas (¿ou chegou todo ó mesmo tempo?), tiñan un televisor alcendido no escaparate.

Nenos e nenas, e mesmo maiores, amoreá-bamonos diante do cristal para ve-las imaxes en branco e negro do televisor. É unha lembranza confusa. ¿Que vimos, que vin, aquela tarde que non se me aparece na memoria como un intre particularmente máxico? En realidade, paréceme que a primeira impresión foi máis ben de decepción. Tiñamos xa os ollos afeitos á maravilla do cine e á perfección da fotografía, de xeito que aquelas imaxes imprecisas e

pestanexantes nos pareceron pobres e aburridas. Só lembro con certa seguridade algo que a tódolos nenos e nenas nos chamou a atención: os anuncios. Sobre todo, gardo a memo-

ria precisa dun que moi pronto todos aprenderíamos a repetir: aquel dos cafés "La Estrella", co gran tocado con sombreiro andaluz, que chamaba polos outros ó berro de "¡vamos chicus al tostadero!".



Na miña casa tardaron aínda algúns anos en mercar un televisor. Na vila só o tiñan o americano e o vista de aduanas. O crego mercouño para ve-la coroa-ción como Papa de Xoán XXIII, e despois á rapazada podíamos ir ve-los programas infantís á súa casa. Pero a min non me gustaba ir á casa do crego porque o alento lle cheiraba a tinto ou a coñá, segundo as horas ou os días, é a súa irmá, que vivía con el, tiña un gran no nariz que se me asemellaba á bruxa da película de Brancaneves. Coido que non era só polo gran a semellanza.

Eu comecei a ve-la televisión con algunha regularidade cando mercaron unha no Casino e outra no bar da praza. Na do Casino xunta-



bámonos algunhas rapaza e ve-las marionetas de Herta Franklin coa cadeliña Marilín, e as cancións de Franz Johan. A min o que máis me chistaba era o do acento, aquela maneira tan

divertida de pronuncia-lo castelán que me encantaba imitar. Tiñan moito éxito a miñas imitacións.

Pero desde logo, o que preferíamos eran os debuxos animados. Os debuxos animados americanos, claro: non había outros. Bugs Bunny, o coello da sorte, Porky, Tom e Jerry, as producións animadas da Hanna e Barbera. Paréceme que non tardaron moito en chegar os Pica-pedra, pero non estou seguro. Digo que non había outros debuxos animados cós usamericanos, pero logo chegaría o Topo Gigio. ¿Cando? Non sei. É unha das cousas que ten a tele: desfai o tempo, esfarela a memoria, con ese levar a trae-las imaxes dun tempo para outro. Xa non estou moi segura se o Bugs Bunny que eu disfrutei

foi o que vin hai tantos anos ou o que vexo agora mentres evoco, ou creo evocar, os anos inventados da miña infancia.

No bar algunhas veces arrimábame ó meu

avó, que gustaba de quedar moitas horas xogando ó tute e parolando co Xeluchó e o Moisés de artes mariñeiras, do tempo e de como ía a vida, que nada era como antes e todo marchaba a peor. Era curioso, ¿non si?, pero nin o meu avó nin os seus vellos amigos lle facían caso ningunas ás imaxes nin ás voces do televisor. As veces penso que simplemente nunca aprenderon a velo nin a sentilo. Para eles o mundo do televisor nunca chegou a existir. Eu aproveitaba aquel tempo para ve-lo comezo do Fuxitivo –"te fugitive", dicían os siareiros do bar que lían a carátula en inglés do programa– e dos Intocables. Ata que chegaba a miña nai, que lle botaba un berro ó meu avó por terme no bar ata esas horas e, sobre todo, por me deixar ve-los programas con dous rombos.

O que máis me queda é que naqueles días a televisión era aínda

algo que había que querer mirar. E nosoutras –eu e as miñas amigas– queríamola mirar cando non tiñamos cousa mellor que facer. Pero normalmente a televisión non nos quitaba de agabear polas paredes da horta do Muraliño para lle rouba-los fatóns –niso as rapazas competiamos cos rapaces, e eu, se se me permite a vaidade, gañáballe a case todos–, ou xogar ás agachadas no

pinar da fonte, ou andar a reina-los tombos na praia cando no verán sopraba o nordés.

Todo cambiou cando o meu pai trouxo o primeiro televisor á casa. Encargoullo a un camioneiro que viaxaba a Alemaña. Era un televisor grandísimo que tiña pola parte de abaixo unha radio. Daquela todo cambiou. Eu estaba tan fachendosa co meu televisor estranxeiro que convidaba a tódalas miñas amigas e a algúns amigos a vir mirala na miña casa. A miña nai colocaba un colchón diante e pasabámonos as horas mirando canto pasaba pola pantalla. Alí quedabamos encerrados na habitacións coas luces pechas ata que o meu pai ou a miña nai abría as fiestras con vio-



lencia e nos botaba fóra. Doíanos os ollos e a cabeza, pero ó día seguinte recuncabamos de novo no vicio escuro da pantalla tremulecente. Foi daquela cando comezou todo. Foi o principio da fin. O mundo comezaba a desaparecer e nós estábamos xa presos do engado do seu espello deformante. E xa non foi posible regresar ó outro lado do espello.

Para seguir lendo...

Título: *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del "show business"*.

Autor: POSTMAN, Neil.
Editorial: Ediciones de la Tempestad. Barcelona 1991.

Neil Postman parte da coñecida tese de Marshall McLuhan: os cambios tecnolóxicos nos medios de comunicación determinan cambios sociais. Pero as consecuencias que tira desta tese van moito máis lonxe do que fora o teórico canadiano. Para Postman, a cultura social creada pola televisión impón unha epistemoloxía non só inferior á epistemoloxía fundada na cultura do libro impreso, senón literalmente "absurda". As características da información televisiva –discontinuidade e fragmentación, predominio da persuasión emocional sobre a argumentación racional e sometemento de calquera contido á lóxica do espectáculo e do entretemento– ameazan con facer imposible o que tiña caracterizado á parte máis nobre e esencial da "Galaxia Gutenberg": a elección entre discursos contrapostos mediante o recurso á "verdade". A política, o saber, a relixión, todo queda sometido ó efecto de banalización da lóxica do espectáculo que a televisión impón, e por ese camiño "a morte da cultura é unha posibilidade real". A televisión non trae esta morte pola vía da coacción, como temía Orwell, senón pola vía moito máis perigosa da diversión ó modo do **Mundo feliz** huxleiano. Máis perigosa porque, como nos di Postman, "(o)

mundo de Orwell é máis doado de recoñecer e de se opór a el, que o de Huxley". Pero, ¿como combater este perigo? Neste punto Postman amósase particularmente pesimista, porque para el, dado que a deficiencia epistemolóxica da televisión é unha consecuencia inseparable desa opción tecnolóxica, non é posible melloral a mediante a introducción de programas de máis valor cultural: ó contrario, a televisión é tanto máis dañina canto máis afecta a contidos "serios" transformándoos en diversións intrascendentes, e menos en tanto se limita a programar espectáculos de simple diversión. Finalmente, a única solución que Postman albisca pasa pola educación, pero non na dirección que na súa opinión está máis xeralizada, a de procurar usar a televisión para controlar a educación, senón xustamente na dirección contraria: buscar como utilizar a educación para controlar a televisión.

M.V.F.

Título: *La televisión. Los efectos del bien y del mal.*

Autor: VILCHES, Lorenzo.

Editorial: Paidós Comunicación. Barcelona 1993.

O obxectivo deste libro é proporcionar un panorama, que se pretende exhaustivo, das investigacións que sobre os efectos da televisión se teñen levado a cabo case desde a mesma creación da propia televisión. Son as mesmas emisoras de televisión e as axencias

publicitarias as que promoven desde o comezo investigacións dirixidas a potencia-la eficacia sobre o mercado. Isto orixina unha escisión entre estas investigacións, ben financiadas, capaces de recoller inxente cantidade de datos, pero que se manteñen no terreo do máis limitado empirismo, ó servizo estricto de dar resposta ás preguntas que se lle formulan desde os intereses comerciais; e as investigacións académicas, promovidas desde as universidades, economicamente moito menos dotadas, o que non lles permite reunir suficientes datos para corroborar as súas hipóteses, a miúdo críticas, sobre os efectos da televisión. Vilches pasa revista ás principais escolas ou modelos analíticos que caracterizaron á investigación sobre a televisión: desde o empirismo e o funcionalismo predominantes nos inicios, ata os sofisticados estudos de audiencia actuais, pasando pola crítica ideolóxica da industria cultural, da Escola de Frankfurt, ou os modelos semióticos de análise de contidos. Desde o punto de vista do binomio televisión-educación é especialmente importante o capítulo 3, onde se recollen os datos das investigacións, desenvolvidas a partir dos anos 80, sobre a influencia dos formatos e técnicas específicas da información televisiva no desenvolvemento das capacidades cognitivas dos nenos e nenas. Os resultados, segundo a apreciación de Vilches, son escasamente aclaratorios. En xeral, a lectura do estudo de Vilches transmite a idea de que as investigacións sobre os efectos da televisión nin confirman

nin desmenten os aspectos máis controvertidos atribuídos ó medio, pero ofrecerían certas evidencias, segundo puntualiza o propio autor, para refutar tanto as visións máis inxenuamente optimistas como as máis catastrofistas. No capítulo final, Vilches apunta, a partir das investigacións máis recentes, o futuro da programación das televisións en diversos países. A confrontación entre o modelo "europeo" –unha televisión de financiación pública con presenza importante de contidos culturais e educativos– e o modelo "americano" –"un negocio cuio obxectivo principal é conseguirlo máximo beneficio"– apunta a un triunfo do segundo, a pesar de que, contra canto aseguraban os defensores do suposto pluralismo implícito na privatización das televisións, as investigacións comparadas proban que "as redes públicas proporcionan unha oferta de programas máis ampla cás privadas", ofrecen un mellor equilibrio entre programas culturais e educativos e programas de ficción e entretemento, e presentan unha menor dependencia dos programas de produción estadounidense.

M.V.F.

Título: *La televisión didáctica.*

Autora: ALBERO ANDRES, Magda.

Editorial: Mitre. Barcelona 1984.

A bibliografía específica sobre televisión educativa –que aquí, con criterio plausible, a autora prefire denominar "televisión di-

dáctica" – é moi escasa. Por "televisión educativa" ou "didáctica" debe entenderse o uso deste medio tecnolóxico cunha finalidade explicitamente orientada cara á aprendizaxe, por iso cómpre diferenciala dos efectos educativos xenéricos –e indubidables– que calquera programa televisivo de feito induce. O libro adopta a forma dun manual –foi escrito pensando no seu uso polos estudantes de Ciencias da Información– dividido en dúas partes. Na primeira; analízase a orixe e as características específicas desta modalidade do medio televisivo, con atención para o proceso de creación, tipos de formatos e modo de construción de guiños, audiencias e sistemas de difusión dos programas. Na segunda, pásase revista á historia da televisión didáctica, coa descrición particular de certos casos seleccionados: México, países pouco industrializados (Samoa, Costa de Marfil, Níxer), Estados Unidos e Europa (Gran Bretaña, Italia, España). Na conclusión, a autora reconece que, nos vinte anos transcorridos desde que se puxeron en marcha experiencias sistemáticas de televisión didáctica, as esperanzas que se tiñan posto nela non se teñen cumprido. Na súa opinión, este fracaso débese á ausencia dun adecuado estudio previo á utilización do medio. Este estudio, sempre na súa opinión, tería permitido ter en conta a importancia de seis factores imprescindibles para garanti-lo éxito do uso didáctico do medio televisivo: a) o coñecemento da audiencia á que vai dirixirse o programa; b) a creación dunha metodoloxía

especialmente adaptada ó novo medio; c) a formación específica do profesorado que haberá de usa-lo medio; d) a avaliación dos programas producidos; e) a validez efectiva dos títulos expedidos polos programas didácticos; f) a competencia coas outras tecnoloxías aplicables ó ensino.

M.V.F.

Título: *La enseñanza de los medios de comunicación.*

Autor: MASTERMAN, Len.

Editorial: Ediciones de la Torre. Madrid, 1993.

Esta obra constitúe á vez unha defensa fundamentada da necesidade de introduci-lo ensino dos medios no curriculum escolar, e unha exposición documentada, ilustrada cón moitos exemplos e casos prácticos, de como levalo adiante. Len Masterman é para moitos un dos máis innovadores e rigorosos teóricos da alfabetización visual e o ensino dos medios, a partir dunha dilatada práctica desenvolvida por el mesmo en varios niveis educativos do sistema escolar británico. Na obra que aquí comentamos comeza dando resposta á pregunta do por qué da necesidade do ensino dos medios. Partindo de que os medios de comunicación de masas son "Empresas de Concienciación", que non só proporcionan información sobre o mundo, senón modos selectivos de ver e entendelo, Masterman afirma que a educación audiovisual é indispensable para garanti-lo exercicio dos de-

reitos democráticos nunha sociedade permanentemente ameazada pola manipulación dos medios baixo finalidades políticas ou comerciais. Pero esa educación require opcións pedagóxicas específicas orientadas cara a unha comprensión conceptual que implique "tanto a **recepción crítica** (dos medios) como a súa mesma **producción activa**". A pedagogía dos medios defendida por Masterman implica optar por unha ensinanza non xerárquica fundada nun proceso de diálogo–reflexión– acción. Isto exclúe non só a "trampa do técnico" (redución do ensino audiovisual á aprendizaxe dos recursos técnicos) senón tamén toda modalidade que non teña en conta o contexto socioideolóxico no cal as mensaxes (Masterman prefire usa-lo termo "documentos") dos medios se producen. En consecuencia, o modelo proposto por Masterman esixe ter en conta como factores determinantes para o estudo dos medios nas aulas escolares, non só os elementos habitualmente considerados, propios dunha "retórica" específica da linguaxe audiovisual, senón tamén os elementos socioeconómicos (como os propietarios dos medios ou a lexislación que os rexe) e os elementos ideolóxicos (e neste sentido Masterman pensa que a educación audiovisual debe exercer un papel democrático dirixido a "impedir que a difusión das ideoloxías dominantes se produza facilmente"). Finalmente, de cara ó futuro, Len Masterman defende unha integración do ensino dos medios no curriculum escolar cun carácter transversal e holístico. Ilustra a transver-

salidade con exemplos de aplicación do ensino dos medios nas áreas de Xeografía, Ciencias, Lingua e Historia. En canto ós enfoques holísticos, propón liñas enormemente suxestivas de interacción entre o profesorado dos medios e os pais, e o devandito profesorado e os propios profesionais dos medios. Remata, dentro dese mesmo marco "holístico", proponendo intervencións na formación do profesorado e nos centros de recursos.

M.V.F.

Título: *Televisión y educación.*

Autor: FERRÉS, Joan.

Editorial: Paidós. Barcelona, 1994.

O autor parte dunha evidencia : unha escola que non ensina a ve-la televisión é unha escola que non educa para o mundo actual, un mundo no que "ve-la televisión se ten convertido na terceira actividade á que máis tempo adican os cidadáns adultos, despois do traballo e do sono, e na segunda á que máis tempo adican os estudantes, despois do sono". O libro pretende ofrecer un achegamento ó medio especialmente pensado para educadores e educadoras, desde un punto de vista afastado tanto dos extremismos "apocalípticos" (que para Ferrés seguramente son os predominantes entre os ensinantes) como dos "integrados". Estructurado en tres grandes bloques, no primeiro –"claves para comprende-lo medio"– analiza as caracterís-

ticas estruturais e os efectos da televisión sen eludidos seus aspectos máis problemáticos, como o do seu antagonismo coa lectura ou a dependencia do consumo. No segundo –“criterios para educar no medio”– propón unha metodoloxía que persiga o desenvolvemento dunha actitude reflexiva e crítica diante do medio “partindo dun coñecemento técnico e expresivo do mesmo”, evitando os enfoques meramente humanísticos ou éticos. Finalmente, no terceiro –“propostas metodolóxicas para a análise de programas”– ofrece pautas específicas para traballar na aula con materiais tomados da televisión, clasificados segundo tres categorías: publicidade, series e filmes, e informativos.

M.V.F.

Título: *Nuevas tendencias en la Educación de los Medios de Comunicación no Mundo (New Directions Media Education Worldwide).*
Autores: BAZALGETTE, C., BEVORT, E. e SAVINO, J.
Editorial: BFI, CLEMI, UNESCO. Londres/París. 1992.

Esta publicación recolle as aportacións máis interesantes do cumio mundial celebrada en Toulouse (Francia) do 2 ó 6 de xullo de 1990 baixo o lema: “Novas Tendencias na Educación dos Medios de Comunicación”.

O libro está estruturado en seis partes que reflecten o contido desta conferencia organizada

pola UNESCO, o Consello de Europa, o Instituto Británico de Cinematografía (BFI) e o Centro para o Ensino dos Medios de Información (CLEMI), no que participaron 200 educadores de 45 países distintos.

Na primeira parte, a máis extensa, cóntanse as experiencias que desde a práctica no ensino dos medios tiveron 12 profesores europeos e sudamericanos. A segunda dedícase á formación do profesorado en Inglaterra, Austria, Chile e Italia. A terceira narra os campos de investigación que se están levando a cabo en Colombia, Austria e Inglaterra. Na cuarta ofrécese un informe global de como está o ensino dos medios en Chile, India, Xordania, Rusia, Xapón, Estados Unidos e Dinamarca. Na quinta dedícanse tres apartados ás novas tendencias en Australia, Canadá, Perú e Francia. E na sexta, e derradeira, resúmense as recomendacións que, a partir duns informes previos, estableceron tres grupos de traballo dedicados a estudar a implicación dos medios de comunicación no ensino dos mesmos, as estratexias empregadas no ensino dos medios de comunicación e a situación do seu ensino nos países en vías de desenvolvemento.

É un texto moi recomendable para todo aquel profesor ou profesora que estea interesado no tema, xa que é un bo compendio de como está o mundo do ensino dos medios de comunicación e cales son as últimas tendencias nesta materia. Mágoa que, non obstante, aínda só exista versión dispoñible en inglés e francés.

J.M.A.C.

Título: *TV fábrica de mentiras. La manipulación de nuestras hijas.*

Autora: Lolo Rico.

Editorial: Espasa. Madrid 1992.

Atopámonos diante dun libro de lectura amena que invita á polémica e ó debate pola radical toma de postura da autora.

Lolo Rico pretende, desde a súa experiencia como directora que foi de Producción de Programas Infantís e Xuvenís de TVE, responder con coñecemento de causa a unha serie de interrogantes que están aparecendo constantemente na opinión pública sobre a influencia negativa da televisión. A saber: *¿Se está manipulando ós nosos fillos? ¿Substituíu a televisión a función materna? ¿Determinadas programacións están infantilizando ós adultos? ¿Degrada á muller a imaxe que dela ofrecen as canles televisivas tanto a sectores adultos como a infantís e xuvenís? ¿En que medida incide a violencia televisiva na nosa sociedade? ¿Como será a sociedade do futuro se os nosos fillos imprégnanse de violencia? ¿Como inflúe a publicidade? ¿De que xeito a televisión, en xeral, contribúe a configura-la realidade na que vivimos?*

Hai en todo o texto un exceso de negativismo cara ó medio e certa acritude, quizá froito do malestar de Lolo Rico cando TVE rexeitou as súas propostas de programación. Moitas das súas afirmacións están baseadas no que a autora entende por *telexo*, caendo con facilidade na crenza, tan extendida hoxe, que

pretende achacar tódolos males da nosa sociedade á *pantalla amiga*.

O libro está estruturado en tres partes. A primeira está dedicada a explicar a influencia do uso e abuso televisivo en nenos e adolescentes. Na segunda selecciona certos contidos da programación infantil e xuvenil para apoiar as súas afirmacións. E remata con outros tantos exemplos de programas que tiveron éxito pola súa afinidade cos gustos dos nenos e adolescentes, que lle sirven á autora para contesta-las súas preguntas iniciais. Nesta última parte destaca, ó meu xuízo, o apartado terceiro “Vivir é unha sensación trivial”, na que se comenta con moita gracia e atinadamente a serie *Sensación de vivir*, que tanto éxito tivo, e sigue tendo a súa segunda parte, entre os mozos e adolescentes.

A idea central do libro incide na acusación que se fai á tele de terse convertido nunha endiaña caldeira de suxestión subliminal que a todos hipnotiza cun tedioso sopor, e de xeito especial ós nosos rapaces e rapazas. É un argumento máis que discutible ¿verdade? Creo que, afortunadamente, a televisión non dirixe ó cen por cen o noso comportamento, é só un entretemento, con grandes posibilidades formativas e de información, ó que accedemos voluntariamente. Algo que dista moito da visión catastrofista do medio que ten Lolo Rico.

J.M.A.C.

E para ler máis ...

(Selección e comentarios de Chema Aguilera e Miguel Vázquez Freire)

ALONSO, M., MATILLA, L. e VÁZQUEZ, M. (1981): *Los teleniños*. Laia, Barcelona.

BETHENCOURT MACHADO, T. (1991): *¿Qué es la televisión?* Ediciones Granada, Madrid.

CAMPUZANO, A. (1992): *Tecnologías audiovisuales y educación*. Akal, Madrid.

FUENZALIDA, V. (1991): *Televisión, pobreza y desarrollo*. CPU, Santiago de Chile.

FUENZALIDA, V. e HERMOSILLA, M^a. E. (1989): *Visiones y ambiciones del televidente*. CENECA, Santiago de Chile.

FUENZALIDA, V. e HERMOSILLA, M^a. E. (1991): *El televidente activo*. CPU, Santiago de Chile.

FUENZALIDA, V. e EDWARDS, P. (1992): *Educación para la televisión*. CENECA, Santiago de Chile.

GRUPO PEDAGÓGICO PRENSA EDUCACIÓN DE ANDALUCÍA (1992): *Enseñar y aprender con prensa, Radio y TV*. Colección Prensa Educación, Huelva.

IGLESIAS, F. (1990): *La televisión dominada*. Rialp, Madrid.

HALLORAN, J. (1974): *Los efectos de la televisión*. Editora Nacional, Madrid.

LÓPEZ BLASCO, A., ed. (1991): *¿Qué miras?* Textos, Generalitat Valenciana, Valencia.

MANDER, J. (1981): *Cuatro buenas razones para eliminar la televisión*. Gedisa, Barcelona.

MASTERMAN, L. (1987): *Teaching about television*. Macmillan Education, London.

McMAHON, B. e QUIN, R. (1986): *Real Images, Film and Television*. Macmillan, Melbourne.

MICHEL, G. (1990): *Para leer los medios, prensa, radio, cine y televisión*, Trillas, México.

OROZCO, G., coord. (1994): *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Universidad Iberoamericana, México.

PIEMME, J. M. (1980): *La televisión: un medio en cuestión*. Fontanella, Barcelona.

RICO, L. (1992): *TV fábrica de mentiras*. Espasa, Madrid.

RICO, L. (1994): *El buen telespectador*. Espasa, Madrid.

SOLER, LL. (1991): *La televisión una metodología para su aprendizaje*. Gustavo Gili, Barcelona.

NORMAS
PARA A
REDACCIÓN E
PRESENTACIÓN
DE COLABORACIÓN
NA REVISTA GALEGA
DE EDUCACIÓN

- 1) As colaboracións teran unha extensión máxima de seis folios mecanografados (30 liñas de 60 espazos cada unha). Os traballos deberán presentarse mecanografados e, a ser posible, en copia informática (entornos Pc ou Apple), acompañados da súa copia en papel. Prégase que nas copias en soporte informático non se introduzcan tabulacións de ningún tipo.
- 2) Na cabeceira do artigo figurará o título e nome do autor/a ou autores/as. E ó final, o enderezo postal e o teléfono de contacto.
- 3) Nas referencias e citas bibliográficas de libros procedérase polo seguinte modelo: apelidos; nome ou inicial, con punto, do autor; paréntese para o ano de publicación; punto; título do libro subliñado, páxinas de referencias se as hai, entre parénteses; punto; cidade; dous puntos; editorial; punto.
Fernández Paz, A. (1992). *Os cómics nas aulas*. Vigo: Edición Xerais de Galicia.
- 4) Nas referencias e citas bibliográficas de artigos de revistas procedérase polo seguinte modelo: tralo autor e ano, título do artigo; punto; nome da revista subliñado; número entre paréntese; coma; páxinas con guión intermedio; punto.
Rozas Caeiro, A. (1992). A Educación Ambiental e outros programas educativos. *Revista Galega de Educación* (13), 6-9.
- 5) As notas, numeradas correlativamente, deben incluírse ó remate do traballo. A continuación das notas pode facerse unha lista bibliográfica ordenada alfabeticamente, seguindo os criterios anteriores, coa excepción de que se houbese varios traballos publicados por un autor ou autora no mesmo ano, despois do ano porase coma e logo a, b, etc.
Fernández Paz, A. (1992). *Os cómics nas aulas*. Vigo: Edición Xerais de Galicia.
Rozas Caeiro, A. (1992). A Educación Ambiental e outros programas educativos. *Revista Galega de Educación* (13), 6-9.
Vazquez Freire, M (1992, a). *¿Que é a Reforma?* Vigo: Edición Xerais de Galicia.
Vazquez Freire, M (1992, b). *O currículo*. Vigo: Edición Xerais de Galicia.
- 6) Se no texto quérese facer unha referencia xenérica a ditos libros, sen concretar páxina, pódese citar do seguinte xeito: paréntese, apelidos, coma e ano de edición, paréntese.
(Fernández Paz, 1992)
No caso de que se quera facer unha referencia ó número de páxina, pódese citar do seguinte xeito: paréntese, apelidos, coma e ano de edición, páxina, paréntese.
(Fernández Paz, 1992, p. 32)
- 7) Poderanse acompañar ilustracións (gráficos, fotos, figuras e cadros) en follas independentes, sinalándose claramente no texto o lugar onde deben reproducirse. No caso de que se inclúan pés de fotos, deberán presentarse en folia aparte.
- 8) Os traballos deberán estar escritos en lingua galega, atendendo ós criterios ortográficos vixentes.
- 9) Por cada colaboración o autor/a recibirá un exemplar gratuito do número da Revista onde aparece o seu traballo.
- 10) A Revista comunicará a cada un dos autores ou autoras a recepción do seu traballo, e no seu momento a súa aceptación para a publicación.
- 11) Para poñerse en contacto coa redacción da Revista poderase chamar ós teléfonos: (986) 296116/296232, ou ó Fax: (986) 201366.
- 12) Os traballos enviaráanse a:

REVISTA GALEGA DE EDUCACIÓN – Edicións Xerais de Galicia / Dr. Maraño 10 baixo / 36211 Vigo

Conclusións

do III

Congreso

Internacional

de Pedagogía

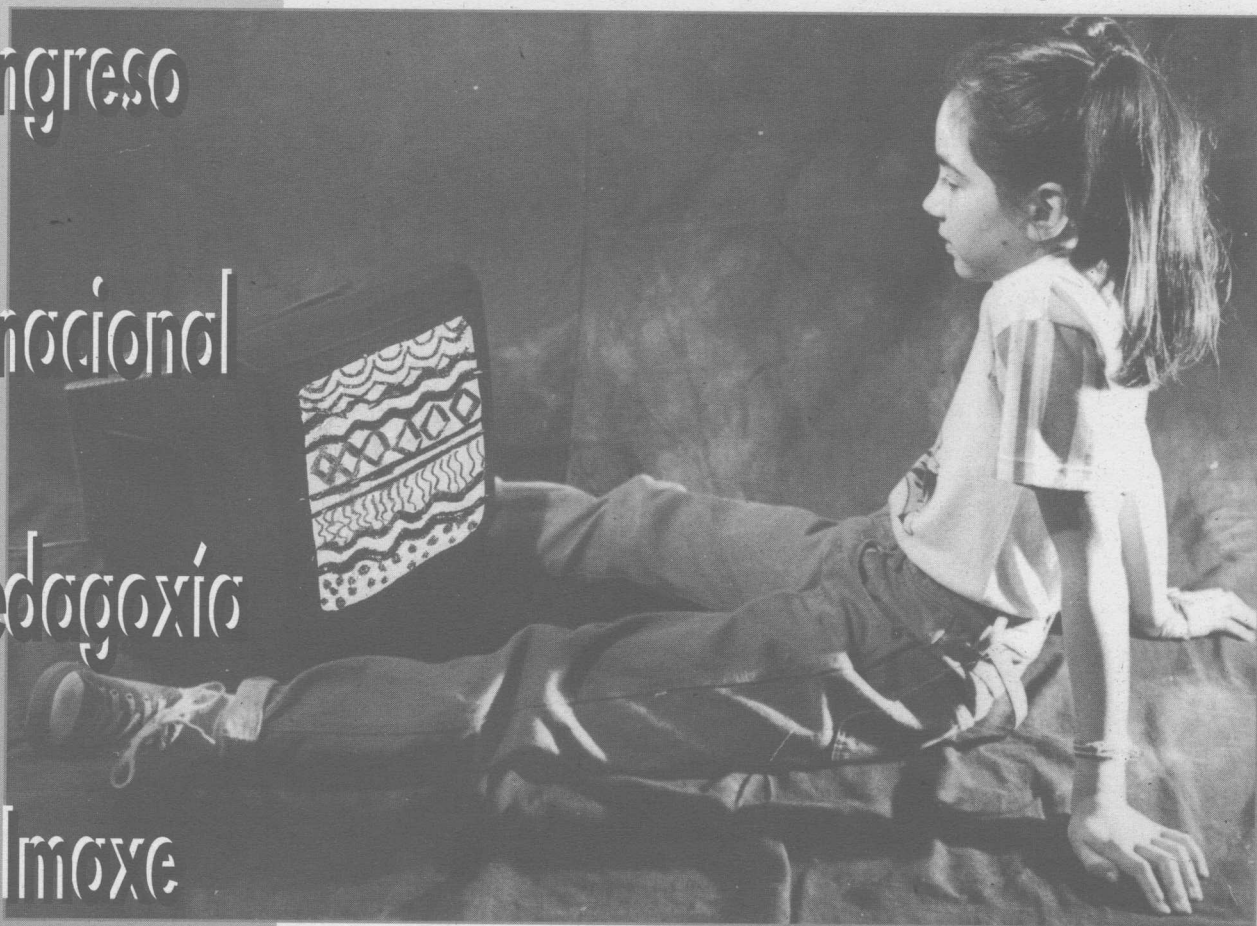
da Imaxe

"Pé de Imaxe"

Do 4 ó 8 de xullo celebrouse en A Coruña o III Congreso Internacional de Pedagogía da Imaxe "Pé de Imaxe", organizado por Nova Escola Galega e a Escola de Imaxe e Son. As conclusións ás que chegaron os seus participantes foron as seguintes.

1. O perigo das imaxes emitidas polos medios de comunicación de masas está en que se presentan como simple reprodución da realidade. A primeira e principal función do ensino dos medios consiste en mostra-lo seu carácter de construcións: os medios non reproducen a realidade, constrúena.

dominante, móvese exclusivamente por razóns de mercado e tende a adoptar simplemente a modalidade que consigue unha maior eficacia entre a audiencia; é esta tendencia que introduce na televisión programas informativos ou documentais que manexan os códigos enormemente



2. Unha das características das mensaxes producidas nestes últimos anos polos medios é a continua mestura entre xéneros e entre realidade e ficción. Desde o punto de vista dos emisores (e do pensamento crítico sobre os medios) isto está xerando menos tres opcións:

a) A primeira, e seguramente

eficaces dos xéneros de ficción (reality shows). Estes códigos diríxense a conmove-la audiencia, producindo discursos cunha gran carga emocional que dificultan, se non impiden, a posibilidade de argumentar racionalmente sobre a natureza dos conflitos ou situacións que a pantalla mostra.

pé de imaxe

b) A segunda, considera que o vocabulario estético e mesmo ideolóxico de formas da narración realistas, nos diversos medios, está, por unha parte, definitivamente esgotado e, por outra, responde a unha inaceptable inxenuidade desde o punto de vista ideolóxico. En conclusión, propoñen tamén o abandono de toda pretensión de construción dun discurso realista desde os medios. Fronte a iso, defenden que os produtores das mensaxes dos medios asuman abertamente a súa condición de autores desvelando, desde a modalidade mesma das súas creacións, a súa natureza de construcións.

c) Unha terceira opción, mantén aínda a defensa da capacidade para producir imaxes que, sen nega-la súa inevitable parcialidade en canto produto dunha intervención suxeitiva, non obstante resisten a proba da obxectividade e poden converterse en instrumentos de coñecemento e transformación da realidade.

3. Desde o punto de vista dos ensinantes dos medios, esta problemática implica a necesidade de introducir novas metodoloxías para o traballo na aula que teñan presente os cambios vertixinosos que se están a producir nos medios e as modalidades plurais de construción de imaxes que neles se manexan. En xeral, afirmamos que o ensino dos medios precisa fundamentarse nuns principios xerais moi diferentes dos que caracterizan ás outras disciplinas escolares.

4. O desenvolvemento da capacidade de analizar criticamente as imaxes e producir mensaxes icónicas de xeito creativo e autónomo, debe ser considerado como un obxectivo curricular de carácter transversal, que ten que estar presente en áreas de coñecemento como a Lingua e Literatura, as Ciencias Sociais e a Educación Plástica e Visual.

5. Entendemos que é tamén conveniente potencia-la instauración de asignaturas específicas de carácter optativo que se ocupen dos diversos aspectos do ensino da linguaxe e a técnica da comunicación por medio das imaxes, e da análise contextualizada das mensaxes dos medios de comunicación de masas.

6. A introducción no curriculum escolar dos contidos relacionados coa ensinanza audiovisual e o ensino dos medios require por parte da Administración educativa implementar medidas concretas de formación inicial e reciclaxe do profesorado, dotación de material e adaptación das instalacións ás esixencias da utilización de medios audiovisuais nas aulas como un recurso que debe ser considerado xa non como excepcional, senón como habitual e imprescindible.

7. A consideración do ensinante como un investigador na aula é especialmente relevante no caso dunha modalidade educativa, como é o ensino audiovisual e o ensino dos medios, que ten un carácter altamente innovador. Neste sentido, consideramos que é importante rachar coa ruptura entre o labor de investigación e teorización, xeralmente reservado á Universidade e moitas veces realizado de costas ó traballo real dos profesores nas aulas, e o traballo do profesorado á quen se lle nega a condición de investigador e se lle considera un simple transmisor de modelos pedagóxicos recibidos.

8. Cómpre ter en conta que os documentos audiovisuais, para o seu mellor aproveitamento no traballo na aula, non poden ser usados situando ó alumnado na mesma condicións de espectadores que adoptan cando observan imaxes no seu entorno habitual (televisión, cine...). Precísase un traballo previo de preparación e adaptación ós obxectivos didácticos. Por outra parte, isto suscita o debate sobre quen deben se-los produtores máis idóneos de vídeos didácticos, así como a diferenza entre o uso de materiais tomados directamente dos medios e materiais producidos especialmente para a escola, un debate que consideramos aínda aberto.

9. En calquera caso, pensamos que é necesario establecer pontes entre os profesores e as profesoras comprometidos co ensino dos medios e os profesionais dos medios, de maneira que haxa unha constante interrelación que permita tanto o intercambio de puntos de vista como de materiais.



10. Os ensinantes, en tanto que cidadáns, teñen tamén o compromiso de advertir que o predominio da natureza puramente emocional e persuasiva das mensaxes dos medios en xeral, e moi en particular das mensaxes televisivas, constitúe un obstáculo para o desenvolvemento dunha cultura e uns valores democráticos.



11. Isto agrávase na medida en que os contidos dos medios se fan depender en exclusiva dos intereses dos anunciantes, e na medida en que se están a producir fenómenos de concentración da propiedade dos medios en mans duns determinados empresarios, entre os cales o caso de Berlusconi en Italia resulta paradigmático.



12. Nestas circunstancias, tendo en conta as características dos procesos de comunicación propios da nosa sociedade, a alfabetización audiovisual é un elemento imprescindible de alfabetización democrática.

A Coruña, 7 de xullo de 1994

Atrapados polas imaxes

Violencia, debuxos e concursos
constitúen o menú televisivo
máis habitual dos nenos
na fin de semana

“ATRAPADOS NA TELEVISIÓN. Xusto castigo a miña teleadicción”, dicía cantando Emilio Aragón no programa *El juego de la oca* (Antena 3 TV, venres, 22.05). Pedro Pablo, de 10 anos, alumno de quinto curso de EXB, forofo seguidor do concurso, logrou sobrevivir a unha fin de semana máis (do 26 ó 28) na que as películas e debuxos animados con escenas violentas, os concursos e algo de erotismo constituíron, como xa é costume, o menú televisivo.

A fin de semana foi chuvienta, e Pedro, a súa irmá, Isabel, e os seus amigos, Xurxo, Bruno, Alex, Ana e Federico consumiron aproximadamente unhas seis horas de televisión cada un durante tres días. Non se levaron o premio de ver moita televisión. Tampouco mereceron o galardón de se-los menos contaminados. Os nenos españois son, xunto cos británicos, os que máis televisión ven cada día. Dedicán á *caixa tonta* entre tres horas e media e catro horas diarias. Contrasta este dato co consello da Sociedade Europea de Biosocioloxía, que considera que o neno non debe estar exposto ante o televisor máis de 50 minutos ó día.

¿Pero a ti córrreseche facer despois o que viches na televisión? “Que va”, di Xurxo. “No colexio falamos do que vimos, pero non facémo-las mesmas



probas. A veces inventamos outras e xogamos a policías e ladróns”. O que si resulta habitual é ver cada vez máis ós nenos practicando xogos nos que combinan pretendidos golpes de karate.

¡Por fin é verne! Saíron do colexio e a fin de semana comezaba para eles a partir das cinco da tarde con debuxos animados, e en especial *Batman* (Tele 5), que é un dos favoritos, segundo Xesús, de 11 anos. Ás once da noite quedaron dormidos coas amables azafatas do concurso *Un, dos, tres* (TVE-1). Os que permaneceron ata as doce puideron ver unha sesión engadida de pretendido erotismo. No debate *Tal cual*, de TVE-2, Mariví Dominguín, Almudena Grandes, Alberto Cortez e Moncho Alpuente reflexionaron sobre as vantaxes de ter un amante. *En Contacto con tacto*, de Tele 5, Bertín Osborne enguedellouse con frases de dobre sentido, como a seguinte: “A min, se non me traballan ben, non me abro”.

670 crimes por semana

Non se puido comprobar cientificamente ata hoxe se os nenos imitan a violencia que ven na televisión. Segundo a Asociación de Espectadores e Radioescoitas os nenos españois poden chegar a ver nunha semana calquera 878 pelexas, 670 homicidios, 420 tiroteos, 30 escenas de secuestros, 30 torturas, 13 intentos de homicidio, oito suicidios e algunhas violacións.

Son as oito da mañá do sábado e os nenos erguéronse á mesma hora que tódolos días de cole. Queren saborealo pracer de non ir a clase e comezan a ver debuxos animados en tódalas cadeas. Pero entre programa e programa inclúese publicidade sobre heroes en acción, loitadores, monstros. Unha voz cavernosa di: “Só parte o cerebro da besta” e un robot lanzamísiles de *Micromachine* sinala: “Dálle duro”.

Os sábados e os domingos, as salas de estar convértese en grande medida en canguros dos nenos. “É unha barbaridade que as nais e os pais empreguen o televisor para aparca-los nenos”, dixo recentemente Chicho Ibáñez Serrador, realizador de *Un, dos, tres*. Estamos na sobremesa do sábado, ¿Quen pode matar a uns pais por un anaquiño de pizza? En Tele 5 mostran unha película de acción, *Respirando fuego*, na que iso é posible. Durante a noite do sábado os nenos pásano mal en *El juego de la oca* cando unha concursante ten que atopar, mergullada nunha piscina e sen bombona de osíxeno, unha saída rachando un cubo de xelo. “Gosto deste programa porque é de acción e de risa, pero as probas son moi perigosas”, di Isabel. Peor foi o dos nenos que se asomaron a *Los inmortales II. El desafío* (Tele 5), entre o terror e a ciencia ficción, ou a *El señorito y las seductoras*, película española dos anos do destape. O domingo repítense parecidos ritos. Debuxos animados pola mañá e novamente violencia pola tarde, nada menos que con Chuck Norris en *El templo del oro* (Tele 5). (Publicado por José F. Beaumont en *El País*, 1.12.1993)



As televisións emiten vinte horas diarias de debuxos animados

A programación infantil atópase no ollo do furacán.

Desde distintos colectivos sociais realízanse críticas polos contidos “contraproducentes” de certos debuxos animados nos que prevalece o sexo e a violencia. Un millón de nenos españois teñen como primeira actividade ve-la televisión. As cadeas proporcionanlles cerca de vinte horas diarias de series animadas. Este xénero convértese na única oferta infantil. Os menores non teñen outras alternativas.

OS DEBUXOS ANIMADOS son na actualidade o prato forte da programación infantil en tódalas cadeas de televisión públicas e privadas, que repiten esquemas e fórmulas no que se refire á programación para nenos. Entre todas suman unha oferta *animada* de vinte horas. A 2 ten a carteleira máis ampla, con tres horas e media. Segundo Lolo Rico, guionista e realizadora de espazos infantís de TVE durante varios anos, “pouco se pode dicir da programación infantil cando practicamente a única oferta son os debuxos animados e non hai outras posibilidades. Os programas para nenos desapareceron, e non pode ser malo ou daniño o que non existe”. O código ético que se asinou o pasado ano, continúa Rico, “só serviu para calar a unha opinión pública indignada cos espazos dedicados ós pequenos”.

O código, asinado polo Ministerio de Educación e tódalas cadeas de televisión en abril de 1993, recollía, entre outras cousas, a vontade de evita-la difusión de mensaxes ou imaxes susceptibles de vulnerar de forma grave os valores de protección á infancia e a mocidade, sobre todo no referido á violencia gratuita, discriminación por calquera motivo, contido sexual ou linguaxe indecente.

“A indignación está plenamente xustificada polo contido dalgúns programas e series de debuxos”, indica a voceira da Agrupación de Telespectadores e Radioescritas (ATR). “Sorprende que se emitan debuxos como *Chicho Terremoto* ou *Ranma* (Antena 3), series xaponesas cheas de violencia e sexo”. Nun episodio recente de *Chicho Terremoto*, personaxe que saca un vigor inusitado de ve-las bragas ás nenas, podían escoitarse frases deste tipo: “As mulleres son mulleres e teñen as súas limitacións”, ou “¿Non te

dá vergonza dicir que tes medo?”. Para a voceira da ATR, o código asinado o ano pasado serviu para mellorar algo a oferta ós pequenos: “TVE é hoxe a cadea máis respectuosa coa infancia, a pesar de ofrecer series como *Los Simpson* en horario infantil; Tele 5 tamén mellorou. Pero Antena 3 continúa emitindo series moi agresivas”.



SEXO E VIOLENCIA

Sen embargo, series como *Chicho Terremoto* ou *Guerrero Luna*, algunhas das máis criticadas, ocupan os primeiros lugares nas preferencias infantís, xunto a outras como *David el gnomo*, *El Pájaro Loco* o *Los tres*

mosqueteros. Segundo Lolo Rico, a explicación é clara: “A violencia, a sexualidade, están latentes nos nenos, e se se lles ofrece programas que exacerbén esas pulsións, iso lles gusta, aínda que a longo prazo lles prexudique se é o único que ven. Por ver unha escena violenta ou sexual non pasa nada se o neno é capaz de discernir entre o que é real e a realidade televisiva, algo que, mágoa, cada vez lles é máis difícil, porque viven inmersos na televisión”.

Manuel Corral, voceiro de TVE, indica que a presenza masiva de debuxos animados na programación de TVE é resultado dunha tendencia maioritaria en tódalas cadeas. “TVE non inventou nada: o que máis éxito ten son os debuxos e por iso son maioritarios”. Lolo Rico ve clara a razón da pouca oferta alternativa para nenos: “Pola tarde, un horario tradicionalmente infantil, hai unha audiencia potencial da que os nenos son unha minoría, e ás televisións pouco lles importan as minorías”. (Publicado por Lola Martínez en *El País*, 2.5.1994)

Os nenos dedican o 90% do tempo de lecer ós videoxogos e a ve-la televisión

OS NENOS ESPAÑOIS xogan pouco, pero dedican máis do 90% do seu tempo de lecer ós videoxogos e 200 minutos diarios a ve-la televisión, o que se traduce nun "progresivo illamento" segundo o estudio "El juego de los niños en un mundo de adultos", da Asociación Española de fabricantes de Xoguetes. Sen embargo, sinala o informe que os nenos "expresan un vivo desexo de xogar", ata o punto de que o 69,6% dos pequenos entre 6 e 12 anos prefire xogar cos amigos.

Que os nenos xoguen pouco, precisa o estudio, obedece a varios factores, entre os que destacan, o pouco espacio que queda para xogar nas grandes cidades, a ruptura das pautas de crianza tradicionais, cos pais traballando fóra da casa, e a ausencia de irmáns, pola diminución da natalidade.

Por semanas, as actividades máis significativas dos nenos españois son, por este orde, ve-la televisión (79,2%), ler por entretemento (36,5%) e escoitala radio (35,5%).

Un dos fenómenos sociolóxicos recentes, que influíu no cambio dos

hábitos infantís, é a aparición dos videoxogos, o xoguete preferido polos nenos españois de tódalas idades cunha porcentaxe do 61,7%.

O aspecto máis significativo da práctica do videoxogo é "o efecto que produce nos seus usuarios". Neste senso, o estudio revela que o 55% dos nenos ponse "nervioso" en maior ou menor grao con estes xogos. Segundo o informe, pedagogos e psicólogos opinan que a temática violenta e frecuentemente sexista dos videoxogos ten unha clara influencia nociva e trae consigo efectos nada alentadores nos seus usuarios.

En canto á televisión, o informe afirma que os nenos españois "son os máis teleadictos de Europa", circunstancia que levou a dicir ó escritor José Jiménez Lozano que "a televisión roubou ós nenos a súa imaxinación e o gusto polo xogo". (Publicado en *Escuela española*, 6.1.1994)



España é o país que menos cre na Televisión

A televisión mantén a primacía como fonte de noticias para o público

Sociedades aparentemente tan distintas como as de España, Reino Unido, Francia, Alemaña, Italia, Canadá, Estados Unidos e México comparten críticas parecidas cara os medios de comunicación. A xente quíxase de que son sensacionalistas e negativistas, pero aprecia o seu papel como freo á deshonestidade dos políticos. Así o pon de relevo unha investigación coordinada pola Fundación Times Mirror, na que interviron expertos de varios destes países.

A OPINION PÚBLICA de Norteamérica e de Europa occidental valora moi positivamente o impacto dos medios de comunicación nos seus respectivos países. Amplas maiorías sos-

teñen en cada país que a prensa contribúe á democracia e exerce unha boa influencia sobre a sociedade, polo xeral mellor ca outras institucións, incluídas as igrexas e, en moitos casos, as cámaras parlamentarias ou o principal dos líderes políticos de cada país.

A televisión obtivo o índice global de credibilidade máis alto. Nos oito países rexístranse totais positivos como mínimo no orde dos dous tercios. España e Italia marcan o nivel máis baixo, cun 64% e 67% respectivamente, mentres en Alemaña chega ó 90% e no Reino Unido establécese en torno ó 85%.

A credibilidade dos xornais aparece en termos moi semellantes á televisión en sete dos oito países. De novo Alemaña marca o máximo, por exemplo, pero a nivel do 84%, e o mínimo, tamén en España, se fixa no 60%. A excepción a marca o Reino Unido, onde a credibilidade dos xornais desce ó 53%.

A televisión domina o panorama como fonte de noticias nacionais e internacionais. Desde un 79% dos italianos ata un 59% dos españois, en tódolos países identifícase como o medio empregado polo público para obter a maior parte da súa información. Os xornais ocupan un distante segundo lugar: son a fonte primeira de información para o 23% en España ou o 11% en Francia.

A gran maioría dos entrevistados en tódolos países, agás no Canadá, pensan que hai material americano de abondo (películas e series) nas súas respectivas canles televisivas. Os que manifestan maior rexeitamento son os franceses (70%), seguidos a moi curta distancia polos españois (64%).

A causa de maior disconformidade con ese material é o exceso de violencia (o 51% dos españois entrevistados cítano, o que supón máis do 70% dos que contestan á pregunta). A seguinte obxección refírese ó sexo, aínda que só é importante no propio Estados Unidos (41%) e México (46%) non chegando ó 20% en ningún outro país. Franceses, alemáns e italianos critican o exceso de series de pouca calidade, e alemáns e franceses refírense ós obstáculos ás industrias europeas do cine e da televisión. (Publicado en *El País*, 17.3.1994)

Dan Rather fai un chamamento a frea-la caída cara o telelixo

“Vale máis honra sen ratings ca ratings sen honra”. Dan Rather, un dos mellores xornalistas norteamericanos do momento, parafraseou a Felipe II para apoiar a súa cruzada a prol duns informativos de televisión de calidade. Na súa opinión, a cobiza dos propietarios das cadeas e os medos dos xornalistas están provocando “a caída no sensacionalismo, na superficialidade, o lixo”. Ante isto, Rather fixo “un chamamento a todos para deter esa caída”.

Nunha conversa con tres xornalistas, Rather centrou así a situación: “Sabemos que a televisión pode ser un bo vehículo de entretemento e se dedicaron moitos cartos a este eido. Pero a televisión tamén pode educar, aclarar conceptos, informar. A reflexión importante sitúase en como se atopa un maior equilibrio no uso deste fantástico e máxico medio”.

O dilema e, na súa opinión, ético: “Se a televisión se emprega para explotar de xeito sensacionalista as guerras e os conflitos, se a información se aborda de xeito superficial para atraer a atención cara a miseria e a desgracia; ou ben se se pode empregar para extender a comprensión e evita-la incompreensión”. El, obviamente, avoga pola segunda utilización do medio e presenta a súa aposta como un reto de futuro.

O BO É RENDIBLE

A súa reflexión, dirixida ós propietarios das emisoras, é a seguinte: “Manter un bo nivel dos servicios informativos non é só un bo xornalismo, é unha boa política empresarial”. Rather mostrouse optimista: “Eu teño fe no público. A miña experiencia indícame que cando se intenta ser obxectivo e transmisor honrado de información a xente escoita.

Pero cando se lle di á xente o que debe pensar, a credibilidade esfúmase. Pódete enganar e crer que é posible dirixir á xente subliminalmente, pero iso non funciona”.

A forza que empuxa os programas informativos de televisión cara “á superficialidade, o sensacionalismo e o lixo” é, na opinión de Rather, “a cobiza, o desexo de aumentar los beneficios a calquera prezo”, pero iso non é todo. O xornalista fixo tamén autocrítica ó sinalar que outro grande problema “é o temor que teñen ás redaccións, das que eu non me exclúo”. É un temor múltiple: a non ser popular, a desagradar a un determinado político, a situarse fóra da moda. “Temos que ser valentes. Debemos lograr que a covardía nos ate menos”, concluíu.

Para Rather, a presión dos políticos é algo permanente e universal. “Dedican moito tempo a manipular los medios de información”, dixo. “O que debemos facer é dedicar menos tempo a agrandar ós políticos e máis a proporcionar información de calidade ós cidadáns”. El citou a un compañeiro seu norteamericano: “A única forma en que un xornalista debe mirar a un político é de arriba a abaixo. Recoñezo —matizou— que estamos lonxe disto”. (Publicado por Sebastián Serrano en *El País*, 17.1.1994)

Victoria Camps: "é un deber esixir unha televisión pública máis digna"

A senadora do grupo socialista Victoria Camps asegurou que "é un deber esixir unha televisión pública máis digna", no pleno da Cámara Alta que debatía a creación dunha Comisión Especial que estudie a ética dos contidos da programación na televisión.

Camps falou de "deterioro" na programación e afirmou que as televisións privadas rebaixaron en categoría e gusto á pública "non se distinguen unha e outras, só loitan pola audiencia nun mercado sometido pola publicidade".

Engadiu que se a nosa sociedade quere unha educación ten que contar coa televisión e dixo que "non se entende que o estado non utilice máis e mellor un medio como a televisión pública, que é por definición para todos e debería sumir unha programación máis escollida e de calidade, non só para elites, xa que o gusto tamén educa".

Criticou a senadora as programacións, a súa escasa calidade e a falta de escrúpulos ó exhibir situacións extremas de violencia e miseria, que "non reflecten a nosa realidade, chega a vulnera-lo dereito á intimidade e desatende o dereito dos nenos", afirmou.

IMPULSA-LOS VALORES ÉTICOS

Para a senadora Camps hai que impulsar los valores éticos e todo aquilo que os potencia, e dixo que non é lícito pensar que só vale o que ten unha grande demanda, nin atribuírlo público o que ten outra explicación.

Pedro Agramunt, senador do grupo

popular que propuxo a creación da Comisión Especial, destacou a conveniencia de creala e asegurou que a televisión constitúe unha nova preocupación da sociedade española pola "influencia negativa nos nenos e xoves" dunha programación extremadamente violenta e erótica. Un neno pode ver ata 12.000 violentos ó ano e 14.000 de contido sexual, engadiu o senador popular.

Referiuse, Agramunt, á elevada incidencia que ten a televisión na escala de valores e o comportamento dos nenos, case 4 horas ó día se ve a televisión no 96% dos fogares, e dixo que os principios básicos -tanto da televisión pública como das privadas- están recollidos nas súas respectivas leis de creación e esixen protección á infancia, á mocidade e respecto á vida privada das persoas. (Publicado en *Faro de Vigo*, 18.11.1993)

Que vén a censura

Censura: unha comisión do Senado "analiza" os "contidos" da televisión. Presídea Victoria Camps: unha persoa intelixente, con familia intelixente; pero non é neutral e expuso nas súas declaracións como lle repugnan moitos programas: debería ser un problema persoal. Non é insubstituíble, nin o seu partido: horroriza o que pode supoñer esta comisión noutras mans (¿recordan a McCarthy?). Xa nas súas... A campaña contra a televisión vai por aí este ano: combáteselle desde a oposición pola súa suposta entrega política ó poder (González considerouna sempre hostil, como calquera forma de expresión pública non servil: son todos insaciabes) e, agora, pola vía do termo *lixo*, contra programas que esta presidenta de comisión ve "desde o punto de vista da ética, a educación e os valores defendidos pola Constitución": de medo. A campaña procede a) de *Abc*, que non ten televisión; perdeuna e desde entón lanza as súas campañas contra a inmoralidade e

lixo, os monopolios dos demais e contra o conde de Godó, que lle fixo perder a súa influencia; b) da Igrexa, que non ten tampouco televisión e ten o seu propio concepto de moral pública: vai ser consultada por esta comisión; c) do Partido Popular, dentro da súa campaña contra as televisións públicas e contra as que denuncia pola consabida concentración e ás que chama "gubernamentais"; d) polas asociacións supostamente independentes de país, ou de espectadores, e outras, que parten e son fomentadas por partido, Igrexa, xornal; e) pola colusión desas forzas; f) polo deputado popular (Agramunt) que conseguiu a comisión pola "influencia negativa que exercen a violencia e o erotismo sobre os nenos e os xoves".

Adeus, librepensadores; adeus, libertarios. Adeus, liberdade de expresión. E tódolos intentos de que sexan os códigos ordinarios os que entendan de posibles delitos de prensa, pensamento, liberdade, dereito a elixir a propia idea de moral e de ética. Outra vez, o partido socialista, cabalo de Troia para o conservadurismo: que lle come o terreo ata pola dereita. (Publicado por Eduardo Haro Tecglen en *El País*, 20.11.1993)

Protección ó neno

A raíz de meu artigo "Esos niños monstruos" o que deu lugar a libro de Lolo Rico: *TV fábrica de mentiras. La manipulación de nuestros hijos*, as reaccións non se fixeron agardar. Foron moitos os pais e educadores que se dirixiron a min, asustados por esas cifras de asasinatos, violacións, secuestros, pelexas, tiroteos, etc.. que ven os nosos nenos pola televisión semanalmente. As consecuencias son evidentes e podemos observalos neles. A televisión, mal utilizada, é destructiva socialmente. Os responsables de tódalas cadeas de televisión, incluídas as públicas, non asumen o papel de bos formadores desa

sociedade á que serven e van ó puro negocio mercantil sen importarlles o produto que vende. Hai atisbos que boa parte da sociedade, aletargada e pasota pola mesma televisión, está reaccionando.

O problema é mundial e a CE está dando directivas ós seus países membros para que dalgún xeito os gobernos corten esta situación televisiva, escola de delincuencias, santuario do consumismo, exaltación da violencia, incultura total, carencia de valores. etc. Outros colectivos o están pedindo a berros.

En Galicia o sinal de alarma deuno o catedrático de Pediatría da Universidade de Santiago, Rafael Tojo. O profesor realizou un informe no que pide que se desenvolvan leis que limiten programas de televisión contrarios á saúde mental dos nenos. Pide tamén que tódalas televisións fagan unha reflexión responsable sobre a influencia social dalgúns programas e anuncios. A Asociación de Pediatría e asociacións de pais de alumnos pediron protección para o neno. Aportan eles máis datos.

Os nenos ven de media ó ano 12.000 actos violentos, 14.000 referencias ó sexo e 2.000 anuncios de alcol. A asociación de pais vai máis lonxe e pide incluso un código ético e deontolóxico para as televisións. O que está bastante claro é que se as propias televisións non se autocontrolan, terán que impoñerllo, preferindo o primeiro ó segundo. Televisión Española xa anuncia que estudia a incidencia da televisión nos nenos en colaboración co Ministerio de Educación e que un equipo de persoas visiona antes aquilo que se vai emitir.

Esta sensibilización debería de abarcar a toda a sociedade para obrigar a tódalas televisións a ese control. Pais, educadores, colectivos e ata os políticos, que só ven na TV. unha máquina de promoción, deberían subirse ó carro. E todo para non crear eses nenos monstros dos que falabamos hai algunhas semanas.

A situación, de verdade, é crítica.

Volva a cabeza na súa casa e pode comprobalo.

(Publicado por Manuel López Prado en *Faro de Vigo*, 2.2.1994)

Hai que limpa-lo telelixo

O consenso é amplo: boa parte da programación das televisións en España é puro "lixo". A gamma de posibilidades do vertedeiro televisivo é inagotable. Hai *reality shows* chabacanos e os hai sanguinolentos; é tal a cantidade de mortes e actos truculentos exhibidos nas películas e telefilmes -chegáronse a contabilizar nunha soa semana 670 homicidios, 420 tiroteos e 848 pelexas- que a violencia transformouse xa nunha trivialidade fogareña; o regusto morboso polos temas nos que a forza bruta e/ou o sexo ocupan o primeiro plano -da imaxe, a poder ser- vanse apoderando dos informativos; proliferan os programas con cámara oculta e os concursos nos que a gracia estriba en humillar e facer mofa dos que aparecen na pantalla; a publicidade, directa e indirecta, o inunda todo e corta en toradas... A televisión -as televisións- cébanse moi particularmente nos nenos e, xa, por haber, hai ata programas de debuxos animados de inspiración netamente fascista.

Encendéronse tódolos pilotos de alarma e as xentes sensatas preguntánselle como conseguir que as augas se reconduzan cara canles menos intolerables. A ministra de Asuntos Sociais, Cristina Alberdi, compareceu ante a Comisión especial do Senado, acompañada do fiscal xeral do Estado, Elixio Hernández. A ministra foi certa e incisiva nas súas críticas e prometeu

que a nova lei de dereitos da Infancia abordará unha parte destes problemas. Por tanto a ministra como o fiscal xeral deron mostras de notable desconcerto no relativo ós medios para atalla-lo problema de raíz. Cristina Alberdi reconece que é moi pouco probable que as multas amilanen ós que se xogan moitísimos millóns na captación de máis e máis audiencia polos métodos que sexa.

Un planteamento correcto do problema debe empezar pola avaliación realista do conxunto de factores en presenza. Permittiuse que tódalas cadeas de televisión se lancen a unha carreira peseteira desenfreada. Non só se lles permitiu: se lles incitou a isto, cobrándolles cantidades exorbitantes -3.500 millóns anuais- polo uso dos repetidores de Retevisión e facéndolles unha competencia totalmente desleal desde a televisión pública. Esta debería competir coas privadas, pero polo extremo oposto: ofrecendo dignidade, calidade e cultura. E en canto ás privadas, só existe un medio de obrigalas a entrar seriamente en razón: recordándolles que se lles concedeu a licenza de emisión en virtude do seu carácter legal de "servicio público". Ou o demostran ou haberá que reformula-lo dereito a ter esa licenza.

Tampouco estaría mal que o público recordase que os aparatos de televisión teñen un botón que leva esta suxestiva inscrición: ON/OFF. (Publicado en *El Mundo*, 17.2.1994)



Nova directiva comunitaria sobre televisión

Coto ás privadas para non abusar da publicidade

A revista *MOPT*, que edita o Ministerio de Obras Públicas, Transporte e Medio Ambiente, e a coñecida publicación *Ciudadano*, ambas de periodicidade semanal, coinciden en tratar o tema da nova directiva comunitaria que terán que aplicar as televisións a partir deste ano. Na directiva se abordan cuestións como a publicidade, en tódalas súas vertentes, a produción e difusión de obras europeas ou a protección dos menores e o dereito de réplica de calquera persoa física ou xurídica que vexa lesionados os seus dereitos nun programa televisivo.



Na regulación do tempo dos espazos publicitarios, incluída a telecompra, é establese un máximo do 20 por cento do total do tempo e emisión. Unha medida que, como ben explica María López en *Ciudadano*, provocan iradas protestas de Antena 3 e Tele 5, xa que fixa un tope de 12 minutos de publicidade por hora de televisión. Ambas cadeas non levan moita razón, pois de feito a aínda vixente Lei da Televisión Privada di no seu artigo 15 que "A publicidade emitida polos titulares das concesións non poderá ser superior ó 10 por cento do total de horas da programación anual. En nin-

gún caso o tempo de emisión destinado á publicidade poderá ser superior a dez minutos dentro de cada hora de programación". Por outra banda a Lei Xeral da Publicidade, de 11 de novembro de 1988, especificaba que "se prohibe a publicidade de tabacos e de bebidas con gradación alcohólica superior a 20 graos centesimais por medio da televisión".

A COMPETENCIA DESLEAL DAS PRIVADAS

"Está claro", sinala María López "que as empresas que no seu día optaron pola xestión das canles de televisión privada xa sabían que tanto a programación como as emisións de publicidade e seus contidos tiñan cotas e, aínda así, tanto os responsables de Antena 3 como os de Tele 5 optaron pola concesión. E non só iso, senón que como xa se denunciou en reiteradas ocasións, non cumpren estes requisitos: emítense anuncios de alcohol e non se respectan as cotas de publicidade".

O caso é que ver algúns programas ou películas en Antena 3 e Tele 5 é un padecemento polos continuos cortes para emitir publicidade. E o mesmo sucede coas retransmisións deportivas que fan estas dúas cadeas. A máis disto, ambas empresas están facendo competencia desleal a outros medios de comunicación, caso da prensa, ó ofertar polo mesmo prezo o dobre de tempo publicitario.

Coa nova directiva comunitaria as cousas poderían cambiar en favor dos telespectadores, pois como recorda Elvira F. Martín en *MOPT*, "na transmisión de longametraxes, xa sexan

cinematográficas ou obras especialmente concibidas para televisión, só poderá interromperse unha vez cada 45 minutos". Os informativos, documentais, programas infantís e relixiosos de menos trinta minutos de duración non poderán ter interrupcións. A máis quedan prohibidos expresamente todas aquelas mensaxes publicitarias que atenten contra a dignidade humana, sexan discriminatorias, prexudiciais para a saúde o intenten manipular dalgún xeito ós menores.

NENOS PROTEXIDOS

No caso dos nenos, a directiva comunitaria fai fincapé en que deben estar protexidos dos programas que inclúan "violencia gratuíta ou pornográfica, ou aqueles que inciten o odio e a discriminación por motivos de raza, sexo, relixión ou nacionalidade". Así mesmo, tamén se intenta protexelos daquelas mensaxes publicitarias que "exploten a súa credulidade e os leven, ben ó consumo directo de produtos e servizos ou a persuadir ós seus pais para que compren os produtos en cuestión".

Doutro lado, a oferta televisiva española verase incrementada nos próximos meses con sete novas canles que utilizarán o sistema Hispasat para difusión directa de televisión. Cinco das canles serán para o servizo español ou comunitario, e os outros dous para o servizo iberoamericano que serán xestionados polo Ente Público RTVE. E queda aínda por completa-la oferta da televisión local por sistema de cable. (Publicado por Luis Pousa en *O Correo Galego* 7/1/94).

Eles, os nenos, os asasinos

Eduardo Rolland

Andan os nenos moi asasinos, últimamente. Van por alí acoitelando ás amigas da avoa que lles dan bicos e arrumacos cando os ven pola rúa. As amigas da avoa co bigote que pica e a saliva e as máns frías e todo iso, xa saben. Tamén se dan palizas nas portas dos colexios e outras cousas así, polo estilo. Os señores sesudos din que é polo *Dragon Ball*, que é unha serie na que sae un chaval que voa e dá castañazos e lle mira as bragas ás rapazas. En cambio, non din nada de que, antes do *Dragon Ball*, saía un bicho destripando cabalos e un señor que lle

clava pinchos e espadas e lle corta as orellas e a xente aplaude e lle tiran botas de viño de Jumilla. Claro que non se pode comparar, porque a tauromaquia é cultura e, en horario infantil, esperta a sensibilidade artífica do neno. O outro, señores sesudos, é unha immoralidade.

A Igrexa está tamén moi escandalizada co das braguiñas e os cuiños. Sen embargo a min, de pequeno, me daba máis medo o martirio dos irmáns Zebedeos, que me obrigaban a ler nos Maristas, que *Mazinger Z*, por exemplo. Toda a miña infancia tiven pesa-

delos con nenos ensartados en paos e fritos nunha tixola xigante, mentres que non tiven nin un mal soño nin co episodio no que "Genocider F-9" ataca o Centro de Investigacións Científicas de Tokio, que foi terrible.

Tamén hai moito señor sesudo que se lía a guantazos coa prole cando ve a cartiña do colexio. Son xentes con autoridade moral para dicir "Aquí mando eu, e basta", "Cála, que ti non entendes" e "Vaite á habitación ou te cruzo a cara". As cifras de maltratos físicos e psíquicos están aí. Saen no telediario, despois dos debuxos de marras.

Desatouse a moda dos nenos asasinos, como antes houbo a das nenas raptadas, a dos asasinos en masa ou a da guerra de Bosnia, que xa non abre os telexornais. Airéanas os medios con grande alarma cidadá e se lles buscan razóns de moita actualidade e bombo e pratiño, como se fosen cousas que naceron onte mesmo. Non son un produto desta sociedade. Todo é culpa de *Dragón Ball*.

(Publicado en *Faro de Vigo*)

BOLETÍN DE SUBSCRICIÓN

Desexo unha subscrición anual (catro números, por importe de **3.500** pesetas) á **REVISTA GALEGA DE EDUCACIÓN**, a partir do número.....

- Enviolle-lo importe (xiro, cheque).
 Desexo domicilia-los pagos no Banco (cumprimento boletín)



EDICIÓNS XERAIS DE GALICIA

Don/Dona	
Enderezo	
Código Postal	Poboación

BANCO OU CAIXA DE AFORROS	Nº.....
.....Sucursal.....	
Enderezo da sucursal.....	
Poboación.....	
Titular da conta.....	

Prégolles a Vds., que tomen nota de que, ata novo aviso, deberán adeudar na miña conta con esta entidade os recibos que ó meu nome lle sexan presentados para o seu cobro por **EDICIÓN XERAIS DE GALICIA-REVISTA GALEGA DE EDUCACIÓN**.

Saúdaos atentamente.

(Sinatura)

Don/Dona.....
 Enderezo.....Poboación.....

Os xaponeses exportan a todo o mundo os debuxos animados que prohíben ver os seus nenos

Os nenos xaponeses non ven debuxos lixo. Os reis das historietas animadas, que fornecen a tódalas televisións do mundo, coidan ó detalle o produto que consomen en caso. Ó público infantil xaponés só lle chegan os debuxos que pasaron a creba dun severo comité formado por psicólogos, pedagogos e produtores, que non admite outros valores que a ecoloxía, os valores sociais e a educación para a paz.

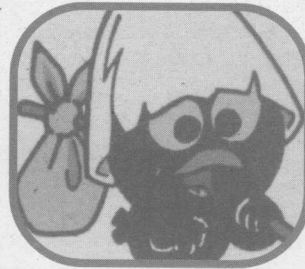
“A DIRECTORA DA CADEA xaponesa NHK contoume que *A bóla de Dragón*, só se transmite de madrugada, porque se considera unha serie para adultos, xa que inclúe destrución e vellos verdes que miran ás nenas polo ola da pechadura. Pero estas producións vén-dense moi doadamente en Europa e outros continentes. As cadeas estranxeiras mércanas ó quilo en Xapón para poder satisfacer as esixencias do seu mercado”, afirma Esther del Moral, pedagoga que investigou na súa tese de doutoramento os efectos da televisión nos nenos.

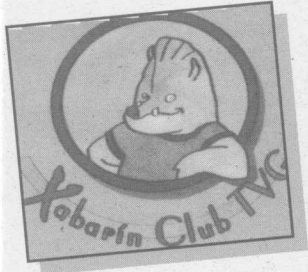
“As series xaponesas van cargadas de mensaxes de destrución. Un tema recorrente é salva-la terra de ataques extraterrestres.

Nas series deportivas os personaxes loitan polo éxito, aínda a costa de sacrificios persoais importantes, e se establecen dicotomías entre os roles masculinos e femininos. Cando o rapaz e a rapaza deben realizar unha mesma actividade física, el sempre é o primeiro en realizala”.

Nos contidos da serie norteamericana *Los Simpson* hai unha crítica ácida da sociedade, pero non ofrece alternativas a unha situación caótica, na que a rebeldía dos fillos desbancou a autoridade de pai. *Os Picapedra* subliñan o valor da amizade sobre calquera outro e poñen de manifesto a sociedade machista, algo que se mantén en *Los Simpson*, onde aínda a muller non saíu da cocíña.

(Publicado en *El País*, 6.8.1994)





Cupidos tolos, calimeros e demais bichos

A Televisión de Galicia non fai unha oferta excesivamente brillante para os rapaces.

É a hora de comer. Sábado. Polo tanto, a presenza da animación nas canles de televisión está no seu mellor momento. Concretamente na TVG temos series animadas xusto agora.

Fagamos un repasiño polo que os nenos poden ver neste día canle autonómica.

O primeiro que nos emiten é un corto baseado en personaxes da mitoloxía grega. Leva por título *Cupido sempre dá na diana*, cun argumento bastante sinxelo de adiviñar. Estes debuxos entran no problema dos estereotipos sociais. Dáse unha visión da muller e do home con papeis xa prefixados de antemán e cun obxectivo que sempre debe ser o matrimonio cun bo lote de fillos a posteriori. Estamos diante da creación dunha mentalidade que quedará remanente nos rapaces.

O segundo punto de encontro é a serie *A alegre panda*, na que podemos salientar como positivo a idea de amizade, de traballo en grupo e incluso de xustiza. Na outra banda atopamos sempre a presenza dun líder e dun tonto do grupo, e, como non, presenza a cotío de estereotipos.

Na sesión de tarde da TVG atopamos as series de *Os cazapantasma*, unha produción baseada na película que leva ese nome e que non ten maior pretensión que a de facer pasa-lo rato,

coisa que se ben non é negativa, tampouco se pode considerar como marabillosamente perfecta.

Noutros días da semana temos series que van desde *Calimero*, un pequeno pito que sempre loita contra a inxustiza, ata *O Capitán América*, que tamén é moi xusto, pero ó besta. Dende longo, esta animación en ton superheroe é, canto menos, salvaxe en canto a violencia, metendo lapadas futuristas por un tubo.

O balance non é precisamente positivo en canto a contidos e calidade das series. Quédanos por comentar o *Xabarín Club*, un espacio da televisión galega que tenta ser un punto de referencia para os nenos. Na etapa que comeza en setembro, o programa pensa incluír dous concursos que fomentarán o deporte e o traballo en equipo. E posiblemente sexa o mellor co que conte a TVG en canto a programación infantil.

(Publicado por Darío Janeiro en *O Correo Galego* 7.8. 1994)

1. Ser competidores da televisión, pasando máis tempo onda os fillos, falando e xogando con eles, favorecendo o desenvolvemento de relacións profundas e maduras na familia.

2. Describir e crear novos ambientes e intereses, tanto na casa como fóra dela, favorecendo o xogo, a diversión instructiva, a actividade deportiva, a lectura e a actividade artística dos fillos.

3. Explicarlles ós fillos con claridade e razoadamente o equilibrio necesario entre os horarios dedicados á televisión e as obrigas escolares e extraescolares.

4. Realizar ou axudar ós fillos a seleccionalos mellores programas diarios, para ver durante un tempo que, polo xeral, non debe pasar de dúas horas, para así poder realizar sen apuros os deberes cotiáns e dispor aínda de tempo libre para actividades de ocio.

5. Aterse á programación seleccionada, participando, sempre que sexa posible, cos seus fillos na visión da TV, comentando e discutindo con eles

Dieta televisiva equilibrada

Decálogo de recomendacións dos pediatras a pais e profesores para o uso saudable da TV polos seus fillos

os aspectos máis polémicos e salientables.

6. Ter información dos riscos biopsicosociais que a visión prolongada e indiscriminada da TV pode producir nos nenos, para, deste xeito, poder aconsellar ós seus fillos sobre os aspectos negativos da televisión para a saúde.

7. Axudar a crear no neno unha mentalidade crítica, que o protexa no

seu desenvolvemento psicoemocional e educacional das múltiples e permanentes mensaxes publicitarias e mais dos programas que incitan a hábitos de vida non saudables e antisociais.

8. Defender fronte ás cadeas de televisión que os programas e maila publicidade poden afectar negativamente a conducta e hábitos do neno, teñan contrasinal e sexan relegados a horas non habituais de audiencia infantil.

9. Influír nas cadeas de televisión para que esta sexa un instrumento útil para o ocio, a educación e maila saúde do neno no proceso da súa progresiva maduración, que o converte nun adulto libre, democrático e solidario.

10. Influír sobre os poderes públicos para que lexislen, acorden ou concerten cos entes televisivos para que a programación e publicidade responda ás esixencias reais do neno e que o protexa nos seus dereitos.

(Publicado en *Revista Galega do Ensino* nº 2).

!! TANTO FALAR
DE NORMALIZA-
ÇÃO DA LINGUA NA
ESCOLA... !!

¿CASO NON
SE SABE
QUE
É UN
DOS
LUGA-
RES...



...ONDE MÁIS
MANDAN
CALAR...?

ANDRADE ...

LUÍS SEOANE

CONGRESO
28 SETEMBRO
Ó 1 OUTUBRO 1994



Deseño: Xosé Díaz/ReVisión

Auditorio de Galicia • Santiago de Compostela



CONSELLERÍA DE EDUCACIÓN E
ORDENACIÓN UNIVERSITARIA

CONSELLERÍA DE CULTURA

María Fdez. de Seoane

Xesús Alonso Montero

Xosé Luís Axeitos

J. M. Bonet Planes

Lino Braxe

Romualdo Brughetti

Antón Castro

Isaac Díaz Pardo

Xosé Díaz

F. Fernández del Riego

Xosé Filgueira Valverde

Salvador García-Bodaño

Julieta Gómez Paz

Bernardino Graña

Carlos Gurméndez

Laxeiro

Manuel María

Xosé L. Méndez Ferrín

Xosé Neira Vilas

Uxío Novoneyra

Concepción Otero

Ricardo Palmás

María Antonia Pérez

Luz Pozo Garza

Claudio Rodríguez Fer

Euloxio R. Ruibal

Xabier Seoane

María Luísa Sobrino

Francine Sucarrat

Anxo Tarrío

A dixitalización destes documentos foi posible grazas á axuda concedida a Nova escola Galega da Secretaría Xeral de Modernización e Innovación Tecnolóxica (Consellería de Industria - Xunta de Galicia), do Ministerio de Industria, Turismo e Comercio, así como do Plan Avanza e do Fondo Europeo de Desenvolvemento Rexional (FEDER), ao abeiro da *Orde do 31 de decembro de 2008 pola que se establecen as bases reguladoras para a concesión, en réxime de concorrencia competitiva, das subvencións destinadas a entidades de dereito público e privado, sen ánimo de lucro, para impulsar a realización de actuacións de difusión e formación relacionadas especificamente co desenvolvemento e implantación da sociedade da información na Comunidade Autónoma de Galicia, no marco do Plan Estratégico Galego da Sociedade da Información e o Plan Avanza, e se procede á súa convocatoria para 2009 (código procedemento IN521C)*

As publicacións están dispoñibles baixo unha licenza Recoñecemento-Non comercial-Compartir baixo a mesma licenza 3.0 España de Creative Commons que reza:

Vostede é libre de:

- Copiar, distribuír, exhibir e executar a obra.
- Facer obras derivadas.

Baixo as seguintes condicións:

- Vostede debe atribuír a obra na forma especificada polo autor ou o licenciante. Isto quere dicir que tanto os textos como as imaxes da Web poden ser utilizados por calquera, sempre que se cite a súa orixe, sempre que non se obteña un beneficio económico directo ou indirecto dese uso, e sempre que se inclúa no produto resultante a mesma licenza CC-NEG.

