

EL DOCENTE DEL SIGLO XXI ANTE LA TDT

M^a Dolores Moreno Rodríguez

mlolacasa@terra.es

UNED Dénia-Benidorm

Licenciada en Ciencias de la Información y Doctora en Didáctica

Resumen

Pese a la inclusión, en el sistema educativo español, de la llamada competencia medial y la actual revisión de leyes como la LOE o la Ley General Audiovisual, en ciernes, que aparentemente han de mejorar la protección y el desarrollo de nuestros jóvenes en la sociedad de la información y la imagen, ese nuevo marco se nos antoja todavía insuficiente.

Más, si cabe, en un momento en el que el último Estudio General de Medios, correspondiente a diciembre de 2009, evidencia que se mantiene una tendencia creciente en el tiempo que los menores dedican al consumo diario de televisión, pese a lo cual el sector educativo se sigue mostrando reacio a asumir su cuota de responsabilidad en la educación medial. Lo que supone, a su vez, desechar las posibilidades educativas de los nuevos recursos técnicos a nuestro alcance, entre los que se encuentra la TDT tal y como analizamos en este estudio.

Palabras clave: Televisión, digital, educación, profesores, integración

Abstract

Despite the inclusion in the Spanish Educational System of medial competences and the current revision of laws such as the LOE and the Audiovisual General Law being envisaged it is apparent the government must improve the protection and development of our young people in the society of information and image but this new framework still seems insufficient. It is even if the last general media study took place in December 2009, it showed still remains a growing trend in the time children spend watching TV in despite which the education sector continues to show reluctance in assuming its share of responsibility for medial education. Which, in turn, discard the educational possibilities of the new technical resources at our disposal, among DTT as we discussed in this study.

Keywords: Television, digital, education, teacher, integrate

1. Introducción: Marco contextual

1.1. Se reactiva el debate por la Ley Audiovisual

El año 2010 arranca como fecha referente y periodo de cambio en el ámbito de la televisión española al coincidir, en este proceso, hitos tales como: el encendido digital de la televisión terrestre (TDT), la tramitación final de la Ley General Audiovisual, el Real Decreto que permite la fusión de cadenas sin límite de participación, e incluso la presentación de una propuesta para un pacto social y político por la educación que contempla pequeñas medidas favorecedoras de la alfabetización digital. Un marco generador de grandes expectativas que, cuando menos, nos obliga a reflexionar sobre el futuro de nuestro modelo televisivo y la posibilidad de aprovechar esta oportunidad de

cambio para repensar en la televisión que consumen nuestros hijos y la formación medial que reciben.

Hasta la fecha, España es uno de los pocos países de Europa que todavía carece de una ley nacional audiovisual, cuyas funciones parcialmente asumen los consejos autonómicos de Navarra, Andalucía y Cataluña. Aunque a este respecto parece que el año 2010 resultará decisivo en tanto en cuanto el Proyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual comenzó en febrero su andadura en la Comisión Constitucional del Senado. El objeto de la ley en trámite es adaptar la industria audiovisual a los nuevos tiempos. La llegada de la tecnología digital rompe el actual modelo de la radio, y la televisión aumenta la oferta y fragmenta las audiencias. Además irrumpe Internet como competidora de contenidos y esta es una nueva situación que se ha de regular al amparo de las normativas europeas. Pero, principalmente, el Gobierno justifica la necesidad de ordenar el mercado porque hoy España dispone de una legislación audiovisual dispersa, incompleta, a veces obsoleta y desfasada, con grandes carencias para adaptarse a los tiempos actuales. En materia de protección de menores, esta nueva ley prohíbe la emisión en abierto de contenidos pornográficos o violencia gratuita. Dichos contenidos solo podrían emitirse codificados con control parental y en horarios comprendidos entre las 22.00h y las 06:00h. En esa misma franja, otros contenidos que puedan considerarse lesivos para el desarrollo de los menores sólo podrán emitirse precedidos de señales acústicas y visuales. En materia publicitaria, el proyecto introduce que la comunicación comercial no deberá producir perjuicio físico o moral a los menores y prohíbe cuanto puede explotar su admiración hacia terceros. Además, los anunciantes no podrán vender sus productos dentro de series o programas infantiles, lo que se conoce como “product placement”.

Precisamente como medida provisional, a la espera de la Ley General Audiovisual, el Pleno del Congreso ha aprobado el Proyecto de Ley del Real Decreto de Medidas Urgentes que permitirá a las televisiones españolas fusionarse sin límite de participación. Medida que se adelanta a fin de favorecer a un sector audiovisual que afronta una grave crisis con una caída publicitaria de más del 15%. Siendo así que en diciembre de 2010 esta medida ya se pone en práctica, y Telecinco y Cuatro acuerdan la primera gran fusión de televisiones en España. Y al poco anuncian que seguirán su estela Antena3 y la Sexta. Siendo así como se unen las dos primeras cadenas generalistas que llegan al amparo de la TDT.

Asimismo, con la entrada del nuevo año se hace efectiva la desaparición de la publicidad externa en las emisiones del ente público de RTVE y nos encontramos con la conversión de la nuestra en una televisión pública sin anuncios comerciales.

1.2. Crece el consumo televisivo infantil sobretodo en los canales temáticos digitales

En cuanto a las características de los principales consumidores de televisión digital, cabe destacar el temprano acercamiento y fidelización que ha mostrado, en primer lugar y de forma destacada, el público infantil (4-12 años) que de este modo se consolida como el grupo más afín a la TDT. De ahí que

los estudios audiométricos sigan evidenciando que el consumo de este medio es creciente también entre los más pequeños. Según el estudio anual de Sofres, durante el año 2009 los niños españoles de edades comprendidas entre los 4 y los 12 años han consumido 180 minutos de televisión al día lo que supone un incremento de 7 minutos diarios respecto al año anterior. Una tendencia creciente que parece mantenerse al amparo, principalmente de los nuevos canales de temática infantil. Por ello, no podemos dejar de preocuparnos por aquello que ven los niños en la TV y el modo en que se desarrolla su visionado.

Prueba de ese influyente consumo infantil es que entre las emisiones más vistas en TDT, *Los Simpson* de Antena.3 (el canal infantil de Antena3) se mantiene a la cabeza de las preferencias de los usuarios de los canales temáticos con un máximo consumo en junio que supera el medio millón de espectadores. Y lo hace, junto con otras series de animación de este mismo canal como *Padre made in USA*. En cambio, el canal con más contribuciones al ranking temático es Disney Channel con sus series juveniles, películas y dibujos animados como: *Hanna Montana*, *Phineas y Ferb*, *La Banda del patio*, *Cambio de clase* o *Amigos para siempre*. Lo que confirma el fuerte impulso que el público más joven le está dando a la TDT a través de los canales de temática infantil. Una tendencia que se viene observando especialmente desde 2007, dos años después de que el gobierno español relanzara el proyecto de la televisión digital. Por ello, la investigación que a continuación tomaremos como referencia se desarrolló en el segundo semestre de 2007 por ser el momento en el que aparecen en España los primeros canales de temática infantil de emisión en abierto, públicos y por tanto gratuitos.

La diversificación de frecuencias y el reparto de nuevos canales convierten a la TDT en tierra fértil en la que implantar los primeros canales temáticos de la televisión pública española. Por ello los programadores emprenden, desde 2005, un proceso de prospección dirigido a uno de los públicos más olvidados y menos presente en la parrilla de programación, el *target* infantil. Un segmento poblacional tremendamente descuidado desde los años noventa, en el que la TDT descubre un nuevo yacimiento de mercado tras confirmar que los canales temáticos de pago son, durante la última década de televisión analógica, la segunda opción mayoritaria en el consumo de los más jóvenes pese a tratarse de una oferta que limita el acceso a aquellas familias que han contratado algún servidor de pago. Así se explica que prácticamente todos los canales generalistas nacionales pasen a dedicar alguna de sus nuevas frecuencias al público infantil. La iniciativa pionera la asume en 2005 TVE con la creación de Clan TV y, a continuación, Antena3 presenta Antena.3 como canal de carácter infantil y juvenil. A ellos les seguirá, a partir de 2008, Disney Channel que inmediatamente asciende puestos en la escala de preferencia del público menudo y se convierte en el canal infantil de referencia ya en 2009. Un canal de gran trayectoria en servicios privados de televisión vía satélite y cable, que ahora utiliza la TDT para “democratizar” su oferta y diversificarla asegurando su presencia en todos los soportes existentes. De este modo reconoce que la plataforma digital pasará a ser de uso preferente tras el próximo encendido y la convierte en lanzadera publicitaria para el resto de sus canales infantiles que, de momento, seguirán siendo de acceso exclusivo previo pago.

Con el aporte novedoso de estos tres canales de temática infantil la oferta existente se multiplica exponencialmente. Una mejora cuantitativa, que no necesariamente cualitativa, a la que además cabe añadir la recuperación de amplios tramos horarios de programación infantil en aquellos otros canales generalistas que han optado por otras fórmulas. Franjas infantiles matinales y fin de semana que desde su origen, como nuevos canales de TDT, ya incluyeron Cuatro o la Sexta (en menor medida). Incluso TV5, que hasta 2009 carecía de este tipo de oferta entre semana, pasará a llenar ese vacío con la puesta en pantalla de Telecinco2 (ahora La 7) donde cada mañana el público menudo dispone de entre 4 y 5 horas de contenidos infantiles. Y entre éstas últimas y de emisión exclusivamente digital, cabe destacar también el caso de Veo TV que en sus inicios (2005-2008) dedicó un espacio inusualmente extenso a los niños, especialmente al público de preescolar. Aunque la diversificación de la oferta no implica variaciones sobre dichos contenidos pues los formatos (grandes contenedores) y géneros predominantes (dibujos animados, y series) se mantienen, y lo hacen también los dos grandes mercados internacionales del audiovisual infantil que seguirán copando nuestras pantallas (EEUU y Japón).

1.3. El cambio de un sistema educativo que margina medios y TIC's

En estos momentos también estamos asistiendo a un cuestionamiento y replanteamiento de las áreas de conocimiento, de las disciplinas, y de las formas de organizar y abordar ese conocimiento desde el sistema educativo. La fragmentación de la realidad pedagógica en parcelas disciplinares distintas está dificultando y entorpeciendo la elaboración de respuestas abiertas ante los nuevos problemas educativos generados en el seno de las sociedades de la información, y la educación escolar es la primera afectada. Parece que la cultura que ofrece la escuela y el modo de presentarla poco tiene que ver con la cultura que rodea a los alumnos y las tecnologías que cotidianamente utilizan. En definitiva, se está cuestionando la educación escolar porque tal como la conocemos es fruto de una concepción de escolaridad propia de las sociedades industriales del siglo XX, pero no la necesaria y pertinente para una sociedad de la información, como es la de este nuevo siglo.

En definitiva, el problema planteado tiene que ver con la tecnología educativa, pero afecta sustancialmente a los procesos de mejora e innovación curricular, por lo que requiere, entre otras medidas, soluciones como éstas. En primer lugar, incrementar la formación específica del profesorado. En este sentido, la incorporación a la preparación de los futuros formadores de asignaturas como "Nuevas Tecnologías aplicadas a la Educación" puede ayudar a paliar estas deficiencias. Pero la formación inicial es insuficiente si el ejercicio posterior de la profesión no va acompañado de formación continua o permanente del profesorado sobre estas tecnologías que además están en constante evolución. Aunque pese a su lenta inserción ya se dan por aceptadas las principales funciones asignadas a las Nuevas Tecnologías y los Medios que pasarían por: extender el marco experimental de los alumnos, ser agentes de motivación, ser fuente de aprendizajes creativos e innovadores, facilitar el acceso a un mayor caudal de información, promover la solidaridad, y facilitar el trabajo colaboracionista y en equipo. Educar en los medios ha de suponer

pues, facilitar primero al profesorado y después al alumnado la adquisición de una competencia medial.

Pero el pasado todavía es muy reciente y la institución escolar se resiste a incorporar nuevas tecnologías. El profesor Manuel Area (2007) considera que ello se debe principalmente a la inexistencia de estímulos para el uso o integración pedagógica de estos medios. De modo que resulta difícil propiciar un cambio de actitudes, y hacer imbuir a los profesionales una nueva cultura tecnológica. De hecho, la revolución más inmediata nos sirve como referente. Y comprobamos cómo el uso e impacto pedagógico de los medios audiovisuales en los procesos educativos, hasta la fecha, han sido menores de lo que cabría esperar. Los costes económicos de estos medios, y la dificultad de producir y elaborar materiales audiovisuales no han facilitado su presencia habitual en las aulas. Por su parte Cabero y Salinas (1996) en un trabajo donde analizan el cambio de rol en el profesorado universitario, como consecuencia de la era digital, nos apuntan algunas de las habilidades y destrezas que habrán de poseer los profesores. Guiar a los alumnos en el uso de la bases de información y conocimiento, así como proporcionar acceso a los mismos para usar sus propios recursos. Y potenciar que los alumnos se vuelvan activos en el proceso de aprendizaje autodirigido y abierto, explotando las posibilidades comunicativas de las redes como sistemas de acceso a recursos de aprendizaje. El profesor se convertirá en consultor-facilitador de información, diseñador de medios, moderador y tutor virtual, evaluador continuo, asesor y orientador. El profesor no deja de ser una figura fundamental sino que pasa a desarrollar otras funciones. Por su parte, el profesor de la Universidad de León, Jesús María Castañeda (2006), ha explorado el uso didáctico que de las TIC hace el profesorado de este centro, al objeto de descubrir su sensibilización hacia el tema y conocer sus necesidades en infraestructura y formación. Este estudio le ha permitido determinar que la mayoría del profesorado encuentra un entronque de las materias de su especialidad con las TIC, aunque habitualmente sólo las utiliza un 37%. La insuficiente infraestructura de los centros y la escasa formación del profesorado son los principales obstáculos que todavía hay que sortear.

2. Diseño de la investigación con docentes

Vistos los escasos puntos de convergencia que comparten actualmente el sistema educativo y la industria televisiva, hemos querido analizar la implicación que al respecto adopta el colectivo de docentes de primaria. Para ello, partimos como hipótesis principal de la idea de que el sector educativo se sigue mostrando reacio a asumir su cuota de responsabilidad en la educación medial de los jóvenes. Lo que supone, a su vez, desechar las posibilidades educativas de los nuevos recursos técnicos a nuestro alcance, entre los que se encuentra la TDT, tal y como analizamos en este artículo.

La muestra poblacional seleccionada como objeto de estudio parte de un grupo inicial de 224 profesores que son los asignados al ciclo de educación primaria en los centros escolares dianenses, en el momento de nuestro trabajo de campo, curso 2007-2008. La respuesta obtenida ha sido del 76% de los profesores de modo que finalmente las unidades aceptantes y productoras de datos conforman una muestra con 170 profesores. Todos ellos profesionales en

ejercicio en la ciudad de Dénia (Alicante) donde se ha desarrollado nuestra investigación. Una muestra seleccionada de forma no probabilística sino intencionada y directamente condicionada por nuestra finalidad investigadora.

Como instrumento para la obtención de información, nos hemos decantado por la encuesta en tanto que técnica de investigación que permite la obtención de datos estructurados a través de una muestra poblacional representativa, mediante el uso de procedimientos estandarizados de interrogación. Las encuestas por cuestionario, que son las que nosotros hemos utilizado para indagar sobre las actitudes de los profesores, nos aportan una dimensión cuantitativa sin perder la perspectiva cualitativa. En esta etapa de la investigación, mediante la encuesta lo que pretendemos es conocer cómo intervienen los profesores de primaria en la alfabetización medial del niño, en este caso a través de la TV. Cuáles son sus conocimientos sobre la programación infantil, la dieta televisiva de sus alumnos y sus hábitos de consumo, así como el grado en que el colectivo docente se haya familiarizado con la nueva oferta de la TDT y conoce sus nuevas prestaciones técnicas (desde el control parental a los servicios interactivos pasando por la guía de programación), qué expectativas le genera esta nueva tecnología y qué posibilidades de inserción curricular descubre en ella. El trabajo de campo desarrollado a través de la encuesta ha requerido, asimismo, la superación de distintas etapas como son: un pre-test inicial para perfeccionar los cuestionarios, su elaboración definitiva con claro predominio de preguntas cerradas, la presentación de la investigación ante la comunidad escolar, el reparto y recogida de los cuestionarios cumplimentados, el recuento y codificación de la información obtenida, el tratamiento informático de la información para su transformación en datos, y el análisis e interpretación de dichos datos tras su validación mediante la comparación de las conclusiones con investigaciones análogas. El análisis estadístico aplicado sobre la información recabada ha pasado por elaborar un plan de codificación y aplicar un tratamiento informático (Excel, SPSS) al inicial recuento manual de la información. Asimismo, calculamos la fiabilidad relativa del cuestionario utilizado mediante la prueba del Alfa de Crombach lo que determina una consistencia interna del 0'997. Y utilizamos el cálculo del Chi Cuadrado como test de significatividad estadística que confirma la idoneidad de las seleccionadas como hipótesis de partida.

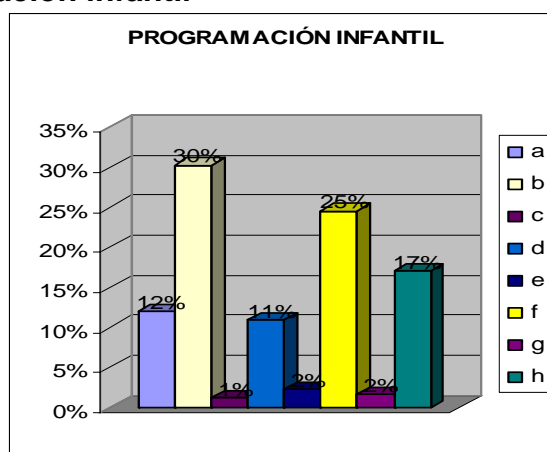
3. Resultados de la encuesta formulada a los profesores de primaria

3.1. Consumo televisivo infantil

Gráfico 1. Opinión sobre la programación infantil

OPCIONES de RESPUESTA

- a) Es escasa cuantitativamente
- b) Es cualitativamente inadecuada
- c) Es acertada
- d) No contempla el currículum



- escolar
- e)** No es divulgativa
- f)** No transmite valores
- g)** Otras carencias
- h)** No conozco la programación infantil

Destacar inicialmente que sólo el 1% de los encuestados consideró acertada la actual programación infantil. Un reducto testimonial situado frente al resto del profesorado que matizó del siguiente modo su posición contraria.

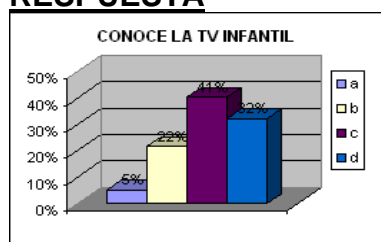
En primer lugar, el 30% de los profesores señala que la actual programación infantil resulta cualitativamente inadecuada. En segundo lugar, el 25% de los profesores echa en falta que la televisión se dedique, en mayor medida, a la transmisión de valores. Mientras que, en tercer lugar, la que se apunta es la escasez de contenidos infantiles ofertados en la TV, 12%.

Un segundo grupo de opciones (ya minoritarias) pone en evidencia que para los profesores no es necesario o importante que la TV se ocupe de reforzar el currículum escolar aunque un 11% de los profesores sí acusó esta carencia. En cambio, es un porcentaje muy inferior (2%) el que demanda una televisión infantil más divulgativa. Esta última cifra se ha mantenido muy por debajo de lo que esperábamos pues creímos que serían más los profesores que apreciarían la necesidad de ofrecer contenidos didácticos.

3.2. Conocimiento sobre la parrilla de programación infantil

Gráfico 2. Es conocedor de la TV infantil

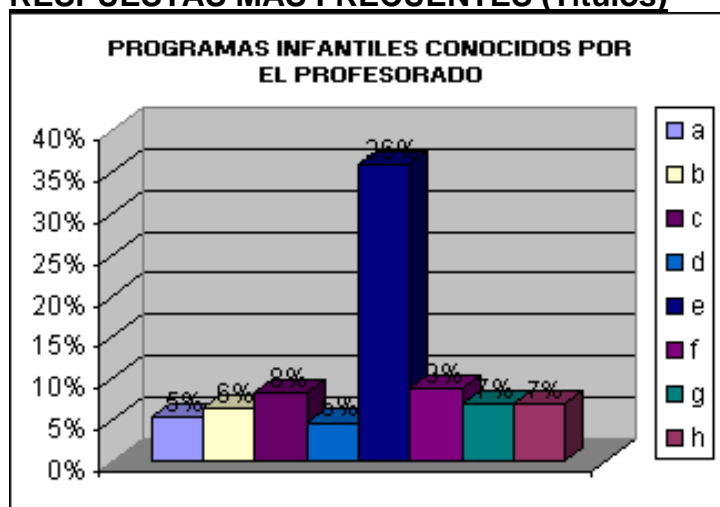
OPCIONES de RESPUESTA



- a)** SI
- b)** NO
- c)** Conozco alguno
- d)** NS/NC

El profesorado, por norma general, tiende a definir como escasos sus conocimientos sobre programación televisiva infantil, prueba de ello es que el 41% de los encuestados asegura conocer únicamente alguno de estos programas. Mientras que solo un 5% afirma con rotundidad que conoce la programación infantil, y un 20% asegura desconocerla totalmente.

Gráfico 3. Programas infantiles que conoce
RESPUESTAS MÁS FRECUENTES (Títulos)



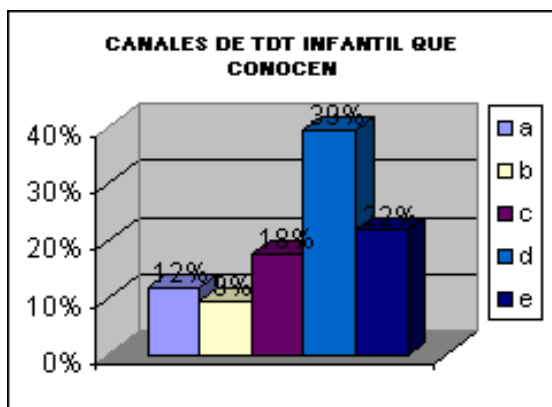
- a) A la Babalà (Contenedor)
- b) Club Megatrix (Contenedor)
- c) Los Lunnis (Contenedor)
- d) Doraemon (Dibujos)
- e) Los Simpson (Dibujos am.)
- f) Shin Chan (Dibujos jap.)
- g) Oliver & Benji (Dibujos jap.)
- h) Hanna Montana (Serie am.)

El profesor conoce la predilección de los niños hacia un programa y es entonces cuando se interesa por él. Así nos lleva a pensar el hecho de que el 36% de los encuestados cite, como uno de los programas infantiles que conoce los dibujos animados *Los Simpson*, es decir, aquellos que han sido señalados por los niños como sus preferidos. Mientras que el resto de títulos más nombrados cuentan con porcentajes muy bajos, lo que nos hace pensar que los conocen pocos profesores. Los *Lunnis* (8%) y *Shin Chan* (9%) son los programas más nombrados. Les siguen, con porcentajes situados entre el 7% y el 5%, *Hanna Montana*, *Oliver y Benji* y contenedores como *El Club Megatrix* o *A la Babalà*.

Más allá de los conocimientos generales que muestran los profesores sobre contenidos televisivos infantiles, nos interesa conocer también su experiencia específica sobre la nueva oferta de la TDT que muestra mayor interés hacia el público infantil. De ahí que les preguntemos, directamente, si conocen Clan TV, VEO TV, Antena.Neox, o ninguno de ellos.

Gráfico 3. Canales TDT que conoce
OPCIONES DE RESPUESTA
(Canales)

- a) Clan TV
- b) VEO TV
- c) Antena.Neox
- d) No conozco ninguno
- e) NS/NC



De forma muy evidente, la mayoría de los profesores (39%) desconoce la existencia y contenidos de los nuevos canales TDT aquí referidos. Porcentaje ya de por sí significativo al que además se suma un 22% de profesores, que en consonancia con la tónica de toda la encuesta, se decanta por la opción NS/NC. De modo que el que nos queda es un grupo minoritario que reparte su experiencia entre Antena.Neox (18%), Clan TV (12%), y VEO TV (9%).

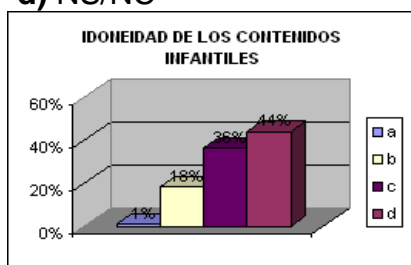
3.3. Opinión sobre contenidos

Aunque ya conocemos la opinión que la programación infantil actual merece a los profesores, pese a sus escasos conocimientos sobre la misma, seguimos interesados en descubrir cómo este colectivo esboza su pretendida programación infantil ideal. Por eso, en este bloque, nos preocupamos por los objetivos que el profesor adjudica a la televisión infantil, los requisitos que le confiere como indispensables, los formatos y procedencia geopolítica por los que se decanta, así como su visión de futuro sobre el tipo de canales en los que cree que debe permanecer la televisión creada para los niños.

Gráfico 4. Idoneidad de los contenidos infantiles

OPCIONES DE RESPUESTA

- a) SI
- b) NO
- c) Algunos
- d) NS/NC



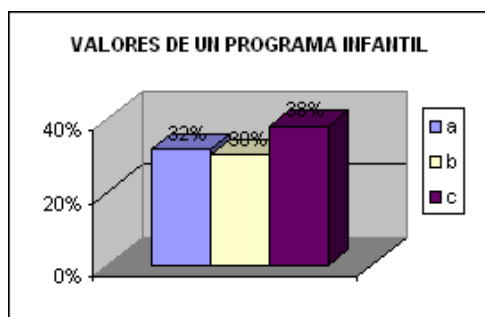
Ante el implacable predominio del profesorado que mantiene una postura de indefinición (44%), la opción prioritaria pasa a defender que sólo algunos programas infantiles se ajustan a la capacidad cognitiva y a las necesidades de desarrollo de los niños (36%). Lo que significa que, según los docentes encuestados, sí existen programas elaborados con acierto. Aunque únicamente el 1% de los encuestados cree que, de manera generalizada, se puede dar por

adecuada la actual programación infantil. En cambio, el 18% mantiene una negativa firme y considera que buena parte de los productos televisivos destinados al público infantil no acierta en sus estrategias o recursos.

Gráfico 5. Objetivos de un programa infantil

OPCIONES DE RESPUESTA

- a) Que divierta
- b) Que instruya
- c) Que transmita valores



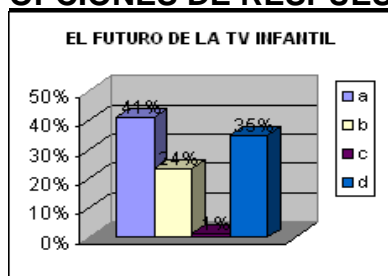
El profesorado deja claramente en evidencia que la principal carencia que detecta en los actuales programas infantiles o el elemento que considera imprescindible en los mismos pasa por la transmisión de valores.

Atendiendo a sus propios gustos y preferencias, creemos que el profesor dispone de una experiencia propia suficiente como para aventurar el tipo de canal que, en un futuro próximo, cree que puede adaptarse mejor a las necesidades y preferencias de los niños. Una experiencia que, como comprobaremos ahora, tiende a apostar por cierto conservadurismo.

Gráfico 6. Tipo de canales que concentrarán la futura

TV infantil

OPCIONES DE RESPUESTA



- a) Permanecer en los canales generalistas
- b) Los canales temáticos
- c) Vídeo por demanda
- d) NS/NC

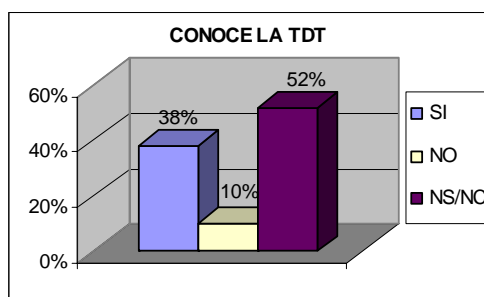
El profesorado ha dejado claro que son dos las principales opciones en las que más confía. En primer lugar, la permanencia de la programación infantil en los canales generalistas (44%), aunque en preguntas anteriores mostrara su disconformidad con el tratamiento que recibe la programación infantil en estos canales que son todavía los predominantes. Probablemente por ello, porque

son los menos conocidos y porque la mayoría de los canales temáticos infantiles a los que tienen acceso los niños españoles son canales de pago, es solo el 24% del profesorado el que se decanta por esta opción que pasa así a convertirse en secundaria.

3.4. TDT, programación y servicios

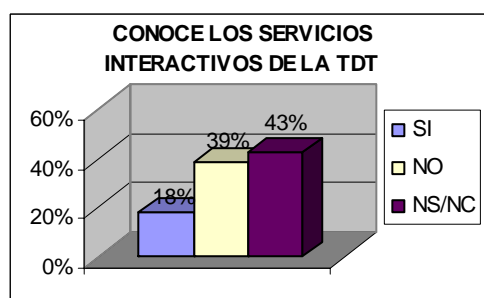
El único modo de sentir simpatía hacia un medio y, como educadores, trasladarla a sus alumnos es conocer ese medio. Por ello, la dimensión TDT nos ha de permitir saber en qué grado los profesores se han familiarizado con este sistema de recepción televisiva, sus posibilidades técnicas y su nueva oferta infantil.

Gráfico 7. Conoce la TDT



Si ante una pregunta tan simple la mayoría de los profesores opta por la alternativa de respuesta NS/NC pensamos que se debe a su escaso conocimiento real (que no superfluo) sobre el objeto de nuestra pregunta, siendo éste el caso del 52% de nuestra muestra. A continuación, el 38% de la misma se manifiesta conocedor de este nuevo sistema de recepción televisiva, frente a un 10% que no siente reparo en confesar que desconoce en qué consiste la TDT.

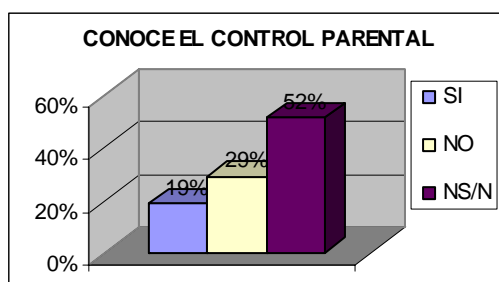
Gráfico 8. Conoce los servicios interactivos de la TDT



Más allá de los indecisos, ahora sí se muestra con evidencia que la mayoría de los profesores encuestados, 39%, desconoce cuáles son los servicios interactivos que pone a nuestro alcance la Televisión Digital Terrestre. En cambio, solo un 18% de docentes dice estar familiarizado con unos servicios que pueden utilizar o no pero que al menos conoce. Un porcentaje que, por otra parte, nos parece muy bajo pues suponíamos al profesorado una mayor destreza en lo que a la tecnología de uso doméstico se refiere. En cualquier caso este indicativo solo nos confirma que los maestros, generalmente, son un

colectivo poco interesado por la televisión y las novedades tecnológicas que ésta nos ofrece.

Gráfico 9. Conoce los sistemas de control parental



Cuando hablamos de innovaciones tecnológicas sí resulta lógico que una parte de la población evite manifestarse sobre las mismas debido a su desconocimiento. Aunque en el caso que nos ocupa nos parece mucho que el 52% de los profesores encuestados no se pronuncie sobre el control parental. Más cuando, a continuación, el 29% directamente asegura desconocerlo. De manera que solo el 19% restante se siente informado y conocedor de estos sistemas de control sobre los contenidos televisivos que ven los niños

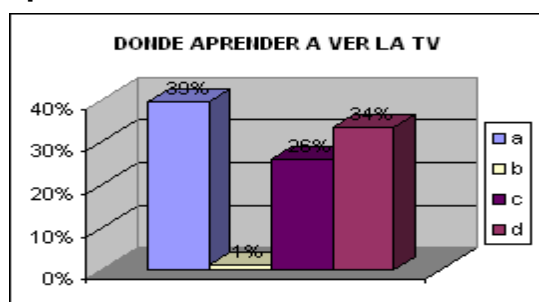
3.5. La TV en el aula

Éste es uno de los apartados donde creemos que la figura del profesor resulta decisiva y, por tanto, más tiene que decir. En cuanto a la educación en medios únicamente le preguntamos sobre el lugar en el que corresponde su desarrollo. Y en cuanto a la educación con medios, en este caso con la TV y otros audiovisuales, es interesante conocer su postura, las prácticas del centro en el que ejerce la docencia y las suyas propias.

Gráfico 10. Lugar donde aprender a ver la TV

OPCIONES DE RESPUESTA

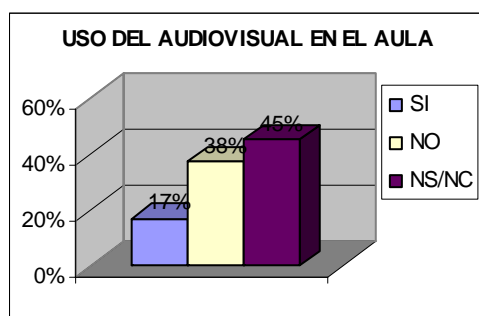
- a) En casa
- b) En el colegio
- c) En ambos sitios
- d) NS/NC



Decididamente, la mayoría de los profesores considera que no les corresponde la obligación de enseñar a los niños a ver la televisión sino que ésta es una responsabilidad propia de las familias. Por ello, el 39% de nuestros encuestados apunta la casa como el lugar idóneo donde orientar el consumo televisivo de los chavales, mientras que un reducto del 4% de profesores entiende que ésta sí debería ser una labor más, de formación, a desempeñar en el colegio. Mientras que el reparto de competencias entre ambos agentes

socializadores y educadores es la opción conciliadora por la que apuesta el 26% del profesorado.

Gráfico 11. Defiende el uso de audiovisuales en clase

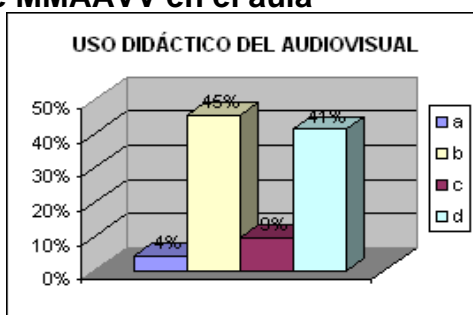


El 38% de los profesores asegura que en su colegio no se educa al alumnado en el uso de la televisión o en la selección de contenidos. Y un último grupo del 17% mantiene que en su centro sí existen actividades directas o transversales a través de las cuales se abordan temas relacionados con la televisión, su proceso de producción y consumo.

Gráfico 12. Frecuencia de uso de MMAAVV en el aula

OPCIONES DE RESPUESTA

- a) Nunca
- b) Esporádicamente
- c) Habitualmente
- e) NS/NC

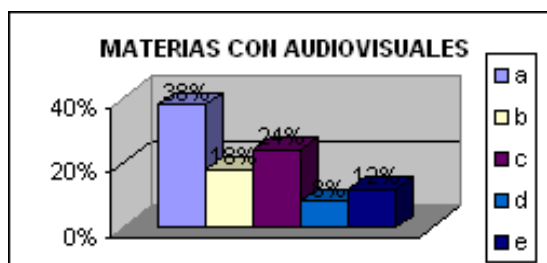


Al margen de la simpatía personal que despierta entre el profesorado la TV o cualquier otro soporte audiovisual, comprobamos ahora que este colectivo reconoce el valor didáctico de este tipo de recursos y esporádicamente la mayoría de profesores recurren a ellos. Así lo asegura el 45% de nuestra muestra, aunque solo un 9% mantiene hacer uso de audiovisuales habitualmente. Mientras que apenas el 4% descarta por completo el uso de este tipo de materiales, en el desarrollo de sus clases.

Gráfico 13. Materias en las que recurren a audiovisuales

OPCIONES de RESPUESTA

- a) Conocimiento del medio
- b) Lenguas
- c) Religión
- d) Ciencias
- e) Educación física



El orden por el que los profesores situaron las asignaturas donde recurren más asiduamente al uso de audiovisuales ha sido: Conocimiento del Medio (38%), Religión (24%), Lenguas (18%), Educación Física (12%) y Ciencias (6%).

4. La TDT como oportunidad de cambio

Pero nuestra reflexión no puede detenerse en el retrato de una realidad ya intuida, y es que la falta de recursos, formación y experiencia personal dificultan la inserción de las NNTT en el currículum escolar. Y puesto que pretendemos contribuir al viraje de esa tendencia, presentamos a continuación algunas posibles aplicaciones educativas de la TDT. Pues más allá de las ventajas estrictamente técnicas que pueda reportar la digitalización de la señal televisiva, en tanto que se optimiza el espacio disponible y mejora la calidad de la imagen y el sonido, los nuevos recursos técnicos que conforman la TDT se convierten en una gran oportunidad de cambio para diversificar el modelo televisivo, y fomentar una actitud activa y creativa frente a este medio.

Inicialmente, la multiplicación de frecuencias se presenta como factor facilitador de un proceso diversificador de canales y ello ha de proporcionar al espectador la posibilidad de ser más crítico y selectivo. Pues al ampliarse la oferta (más allá de la diversificación, especialización o tematización de contenidos) el espectador tendrá un mayor espectro donde elegir y sobre el que aplicar nuevos criterios selectivos, lo que facilitará la transformación del actual en un espectador activo. Pero ello nos obliga a conocer los nuevos recursos que pone a nuestro alcance la TDT, en este caso una guía electrónica de programación (EPG) que nos ha de facilitar la planificación previa de la televisión que queremos ver.

En segundo lugar, la TDT ha de hacer posible una televisión en movilidad y por tanto una nueva forma de ver la televisión puesto que este tipo de contenidos pasan de ocupar exclusivamente la tradicional pantalla del televisor para trasladarse a nuevos soportes como el ordenador, el teléfono móvil o incluso un autobús. Y ello favorece la individualización y la privacidad del consumo, al tiempo que puede contribuir a un incremento exponencial del tiempo dedicado al consumo televisivo. Por ello se hace necesario el incidir sobre el mejor aprovechamiento de dichos contenidos.

Pero el principal valor añadido del que dispone esta tecnología, o lo hará en un futuro, reside en sus servicios interactivos. Aquellos que han de permitir al espectador adquirir un rol mucho más participativo y creativo en tanto que productor de contenidos televisivos. Aunque lo cierto es que todavía no disponemos de un medio efectivo para intervenir en la programación; únicamente podemos adoptar decisiones meramente reactivas como encender, apagar o cambiar de canal. Siendo muy elemental el grado de interactividad que hemos desarrollado hasta el momento, un primer grado de interactividad llamado local que permite al telespectador interactuar con la información que está almacenada en el receptor y que se renueva con cierta periodicidad. Mientras que la pretendida es una interactividad plena, que llamaríamos remota, y que nos permite no solo ver contenidos adicionales a la programación y navegar por ellos, sino también enviar respuestas por parte de los usuarios. Esa interactividad será plena cuando los contenidos

multiplataforma puedan ser utilizados desde distintos soportes. De modo que a través del mando a distancia podamos acceder a la página web de un programa de televisión desde el propio programa, en el momento de su visionado. La interactividad se nos presenta así como una oportunidad para ser selectivos, críticos y participar en la construcción del conocimiento desnaturalizado del medio. Y si ese aprendizaje no modela lo suficientemente el consumo infantil, la TDT también ha de poner al alcance de los padres un sistema de catalogación de contenidos por edades permitiendo la activación del control parental, o sistema para el bloqueo de canales mediante la introducción de un código que solo conoce el adulto.

Asimismo, si planteamos las ventajas de la interactividad en la integración de telespectadores diversos, no podemos olvidar al colectivo de discapacitados. A este respecto, nos encontramos con propuestas sumamente interesantes como aquella que pasaría por la inclusión de avatares intérpretes del lenguaje de signos en la televisión digital. O el caso de RTVE que desde el pasado mes de enero emite la primera aplicación destinada a espectadores con déficit visual. Las mejoras se han incorporado al programa *Emplea-T* y están dirigidas a personas con restos de visión y distintos grados de ceguera cromática. Contemplan el aumento de tamaño de la fuente de los menús de las ofertas, la conversión a mayúscula de algunos de los textos así como cambios de color para conseguir mayor contraste. Dada la profusión de medios, fuentes y formatos, el gran reto pasa a ser la gestión de ese enorme flujo informativo. De modo que los cambios técnicos implican cambios comunicativos y estructurales que obligan a establecer nuevas formas de relación con la información. Según los profesores León y García Avilés (2000) el modelo de comunicación de la TVi (Televisión Interactiva) es bidireccional, personalizado, y permite satisfacer nuevas necesidades de comunicación y transacción de información.

5. Conclusiones

Pese a las favorables expectativas que parecen generar la revisión del modelo educativo o la futura ley audiovisual, en ciernes, ampliando tanto el marco de protección de los jóvenes telespectadores como la implicación del sistema educativo en la competencia digital, la convergencia de la televisión y la escuela sigue siendo lejana. Nuestro trabajo de campo ha demostrado, de hecho, la escasa implicación del profesorado de primaria y su rechazo hacia nuevos recursos técnicos como los que pone a nuestro alcance la TDT. En cuanto a su participación en la adquisición de una competencia medial, por parte de los escolares, el 4% de los docentes cree que el colegio es el lugar donde los niños deben aprender a ver la televisión. Aunque, pese a ello, el 45% del profesorado asegura hacer un uso esporádico de los materiales audiovisuales.

A pesar de lo cual y por lo cual, hemos querido evidenciar que a medida que la oferta técnica se diversifica crece la necesidad de implicar a la comunidad educativa en la formación medial de los más jóvenes. Mientras que también crecen las oportunidades de encontrar en esas nuevas tecnologías, como en este caso la TDT, nuevos recursos trasladables al aula que faciliten la labor docente acercando ésta a la realidad social (tecnológica) del alumnado.

Referencias bibliográficas

- AGUADED GÓMEZ, J. I. (2006) "Educación en televisión" En: Master de Comunicación y Educación. [En línea] <http://www.comunicacionyeducacion.com/uab> Barcelona. Universidad Autónoma de Barcelona.
- APARICI, R. (2002) "Mitos de la educación a distancia y de las nuevas tecnologías" En RIED, Revista iberoamericana de educación a distancia. Vol.5, N1. [En línea] <http://www.utpl.edu.ec/ried>
- AREA, M. (2007) "Lo que pensamos sobre desigualdades en educación y nuevas tecnologías" Departamento de didáctica UAM [En línea] <http://www.uam.es>
- BOE (2009) Proyecto de Ley del Real Decreto de Medidas Urgentes en Materia de Telecomunicaciones (procedente del Real Decreto-Ley 1/2009, de 23 de febrero) [En línea] <http://www.iustel.com>
- BOE (2009) Proyecto de Ley General de la Comunicación Audiovisual (23 de octubre de 2009) [En línea] <http://www.congreso.es>
- CABERO ALMENARA J., MARTÍNEZ SÁNCHEZ, y SALINAS J. (2000) Medios audiovisuales y nuevas tecnologías para la formación en el siglo XXI. Murcia. Edutec.
- CABERO ALMENARA, J. y SALINAS J. (1996) Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación. Madrid. Síntesis de Educación.
- CASTAÑEDA, J. (2006) "Evaluación del uso didáctico de las TIC en la Universidad de León" Universidad de León [En línea] <http://web.udg.edu/tiec/orals/c42.pdf>
- LEÓN, B. y GARCÍA AVILÉS, J.A. (2000) "Los retos de la implantación de la televisión interactiva a la luz de la propia historia". ZER. Revista de estudios de comunicación. [En línea] <http://www.ehu.es/zer/>
- LOE (2006) Ley orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Ministerio de Educación y Ciencia. España.
- MEC (2010) Propuesta para un pacto social y político para la educación. [En línea] <http://www.waece.com>
- RIBES ALEGRÍA, M. (2007) Tesis doctoral: Nuevos servicios prestados a través del televisor. Quiero Televisión el precedente de esta historia. Castellón. Universitat Jaume I. Departamento de Filosofía, sociología y comunicación audiovisual, y publicidad.
- TNS (Diciembre, 2009) Boletín Mensual de TNS Audiencia de Medios [En línea] <http://www.sofresam.com>
- VILCHES, L. (2001) La migración interactiva. En: La migración digital. Barcelona. Gedisa.