

● J. Ignacio Aguaded y Yolanda Macías  
Huelva

# Televisión universitaria y servicio público

University television and public service

Los medios de comunicación, cada vez más presentes en la sociedad, parecen estar perdiendo el sentido social y de formación de la ciudadanía de éstos, en beneficio de la lógica empresarial y el mercado. Cada vez se desdibuja más el servicio público de la televisión y urge potenciar canales de vocación ciudadana que recuperen el papel social y formativo de los medios. La televisión universitaria es una magnífica vía para el fomento de esta televisión. En esta comunicación se hace un análisis de la situación española y se realizan propuestas para una televisión universitaria de servicio público.

The mass media, increasingly more present in the society, seem to be losing their social sense and their function of citizenship formation, for the benefit of business logic and market. The public use of television is becoming blurred, so there is an urgent need to promote channels of civic vocation that recovers the social and formative role of media. The University television is a wonderful way for the promotion of this television. In this article an analysis of the Spanish situation is done and proposals for a University television of public utility are carried out.

TV universitaria, TV educativa, educación en medios, TV de servicio público.  
University TV, education TV, media education, public service TV.

La televisión en España desde su nacimiento tuvo entre sus objetivos una dimensión educativa y cultural, que se fue diluyendo especialmente con la irrupción y proliferación de los canales de televisión privados en los años noventa. Esta dimensión cultural se fue progresivamente mermando en pro de otro tipo de contenidos más espectaculares, de fácil captación de audiencias, esto es, en pro de una televisión orientada casi exclusivamente al beneficio económico y la lógica empresarial. Un estudio a fondo de la programación de las cadenas en los últimos años y las temáticas y franjas horarias de éstas nos da norte de esta evolución. Y así lo manifiestan los innumerables estudios que en los últimos años han estudiado la televisión y su componente educativo.

❖ José Ignacio Aguaded Gómez es profesor de la Universidad de Huelva y presidente del Grupo Comunicar (aguaded@uhu.es).  
Yolanda Macías Gómez es periodista en EMA-RTV (yolmago@yahoo.es).

Cierto es que no podemos ni debemos limitar el concepto de la televisión educativa en su uso como simple pantalla electrónica para impartir conferencias curriculares, a manera de teatro virtual o electrónico que emplea para su discurso un encerado y una tiza digitales sino que lleva implícita marcos culturales e informativos muy amplios, destinados a capas diferenciadas de la población, que buscan en la televisión mensajes más allá de las informaciones sensacionalistas, el entretenimiento chabacano y los estereotipos importados, muy lejanos de una visión de la cultura y el saber que no necesariamente ha de ser elitista y monopolio de la escuela formal. Sin embargo, el espectáculo televisivo ha ido evolucionando al margen del sistema educativo, centrado exclusivamente en el entretenimiento y lo espectacular, y raramente preocupado por colaborar en el desarrollo de valores cívicos y ciudadanos.

La universidad ha estado muy ajena, frente a la de otros contextos, muy alejada de la televisión. Las convulsiones permanentes en cambios legislativos, masivas cohortes de alumnos e incertidumbres casi estructurales, muchas aún por resolver, puede justificar sólo en parte su escasa implicación en el fomento de una televisión universitaria como servicio público a la sociedad. Estamos convencidos de que la institución universitaria puede jugar un importante papel a la hora de configurar una nueva televisión, más cercana a lo educativo y cultural, ya que, sin lugar a dudas, se trata de una de las instituciones con más posibilidades para reflexionar y ofrecer alternativas viables para ello. Es fundamental, pues, el vínculo que la universidad ha de mantener con la televisión, ya que es mucho lo que a su vez puede también aportar a la sociedad en su conjunto. Además, también desde la universidad se debe fomentar los ciudadanos y ciudadanas bien informados y usuarios conscientes y críticos de los medios de información, justamente en el contexto en el que se han de formar los cuadros y dirigentes de la sociedad futura.

La puesta en marcha de un canal de televisión universitario sería un cauce privilegiado de expresión de las inquietudes y proyectos de la comunidad educativa, un foro de debate de cuestiones que afectan a distintos colectivos, tanto a la universidad como a la sociedad, un punto de referencia de la propia institución universitaria y un elemento capaz de dinamizar su propia vida académica y social.

Cada vez es mayor el número de personas que acaban sus estudios universitarios y entran en un mercado laboral competitivo, que exige actualización casi permanente. Estas personas han de seguir adquiriendo conocimientos y reciclando los que ya tienen. La formación abierta para este tipo de públicos es muy importante y es precisamente la universidad la que puede y debe encargarse de ese cometido.

A través de un canal de televisión, la universidad puede potenciar hacia el exterior su dimensión docente, aportando, no sólo en la formación de quienes pasaron por sus aulas, sino también de aquéllos que nunca tuvieron la posibilidad de vivirla. Se trata de buscar fórmulas óptimas, ya que la universidad no tiene porqué estar asociada exclusivamente al puritanismo intelectual y se pueden realizar todo tipo de formatos. Además, ese carácter formativo tiene una doble vertiente, de manera que no sólo se proyecta hacia fuera, hacia la sociedad, sino que los que participan en él internamente, (caso de la mayoría de las televisiones universitarias), también están formándose de cara al mercado laboral.

Por otro lado, una iniciativa de este tipo, en la que todas las universidades entraran a formar parte, supondría un genuino enriquecimiento para la propia institución, ya que se pondrían en común infinidad de experiencias interesantes y se crecería a un ritmo vertiginoso. La universidad es la puerta abierta a la cultura, a la sabiduría, y es hacia donde deberíamos todos caminar; es por ello fundamental el papel del Estado, que ha de apoyar la creación de canales de televisión globales, en abierto y en Internet, en esta línea, pero no sólo esto, sino exigir que los ya existentes, públicos y privados, den más importancia a la universidad, que dejen, a través de sus emisiones, que se escuche su voz; en definitiva, priorizar la participación de la misma y aprovechar el potencial educativo de ésta.

## 1. Panorama internacional de la televisión universitaria

El contexto internacional, respecto a las televisiones educativas universitarias, nos permite obtener una visión de conjunto respecto a las interacciones entre la institución universitaria y la televisión, al tiempo que detectar fortalezas y debilidades que se han de tener presente a la hora de planificar una nueva televisión educativa en España en el contexto de la sociedad del conocimiento.

### 1.1. El contexto americano

#### 1.1.1. Latinoamérica

Latinoamérica, en general, es un continente múltiple y diverso con realidades contrapuestas y una alta variabilidad de sus experiencias y en el nivel de Calidad de las mismas. Muchos de los países latinoamericanos (México, Brasil, Chile, Argentina) cuentan con canales universitarios de servicio público, y están amparados y recogidos por

los distintos gobiernos y leyes de los respectivos países. Además, existen redes de televisiones universitarias, es decir, canales en los que la gran mayoría de las universidades del país participan con la producción de programas, como es el caso de México.

### 1.1.2. Norteamérica

En Estados Unidos son muy distintas y diversas las experiencias de televisiones universitarias consolidadas, de hecho, las principales universidades norteamericanas cuentan con canales de TV propios.

### 1.2. El contexto europeo

En esta fase de contextualización del panorama televisivo en el ámbito universitario, junto al referente americano, cercano por cultura y lengua, sin duda, hay que incluir nuestro contexto más próximo, el continental europeo. Puede afirmarse sin ambages que existe un panorama aceptable sobre el desarrollo de la televisión educativa universitaria en los países europeos, aunque no tan sólido como el americano. En cuanto a los segundos canales que nacieron con vocación cultural, han ido progresivamente haciéndose más generalistas, pero con notables diferencias entre los Estados.

## 2. El panorama nacional de la televisión educativa universitaria

Hablar de canales de televisión universitaria en España es, a diferencia del contexto americano y europeo, complicado, ya que, al contrario que en muchos otros países, apenas contamos con experiencias de este tipo. Es por ello que tenemos que abrir nuestro campo de estudio, de manera que tenemos en cuenta, por un lado, los escasos canales, o tentativas, de televisión universitaria española, por otro, los programas o espacios educativos-universitarios que encontramos en las distintas televisiones españolas (nacionales, autonómicas y locales), y, finalmente, otras experiencias relacionadas con la televisión educativa y la universidad.

### 2.1. Canales de televisión universitarios (TUV)

Al referirnos a canales de televisión universitarios, hemos de considerar que las televisiones universitarias (TUV) pueden ser consideradas aquéllas «que están inscritas, de un modo u otro, en la estructura orgánica de la Universidad y desarrollan su estrategia de programación atendiendo a criterios no comerciales, y manteniendo una línea editorial en la que la difusión de la ciencia y la cultura universitaria es eje fundamental (...); suelen permitir y estar abiertas, en mayor o menor medida, a la participación de estudiantes y de la comunidad universitaria en general, quienes, además, forman una parte fundamental de los públicos a quienes se dirige la programación» (López Cantos, 2005). Por tanto, y reiterándonos en lo dicho, son contadas las experiencias de lo que podemos denominar canales de TUV, pero es igualmente cierto que es actualmente cuando están empezando a emerger las primeras experiencias, ya realidades, ya proyectos de TUV, iniciados por distintos sectores de las universidades pero que no terminan de ver la luz por las dificultades varias que se encuentran. La Universidad Politécnica de Valencia cuenta con un canal de televisión propio, siendo ésta pionera en España, con la puesta en marcha de UPV-Televisión. Su objetivo es «la información y comunicación dirigida a los miembros de la comunidad universitaria; la difusión de las actividades a la sociedad en general, y la formación de los alumnos en técnicas de comunicación audiovisual». La Universidad Carlos III de Madrid también cuenta con televisión: UC3M-TV. Ésta no funciona como la de la UPV, no cuentan con una parrilla consolidada, pero es una firme apuesta que empieza a consolidarse; emite únicamente por Internet, al igual que UVIGO-TV, de la Universidad de Vigo. La universidad Complutense de Madrid también trabaja en la puesta en marcha de su propia televisión.

### 2.2. Programas educativos-universitarios en televisiones de España

En el panorama actual de las universidades españolas, no existe propiamente un movimiento consistente de televisión educativa universitaria con proyectos consolidados, sino más bien se puede hablar de experiencias dispersas con una alta variedad de pautas de actuación. La oferta, en este sentido, es mucho más pobre que la que se observa en Latinoamérica o Europa, porque en estos contextos se cuenta con canales educativos formativos propios, tanto en televisiones como en universidades. A diferencia del canal universitario propiamente dicho, sí que encontramos programas educativos de carácter universitario que aparecen en los canales de televisión convencionales. Así, por ejemplo, el segundo canal de la televisión nacional pública, TVE-2, ha realizado en los últimos años aproximaciones más o menos consistentes en cumplir este papel educativo-divulgativo en el ámbito universitario.

Son distintos los tipos de programas educativos que podemos encontrar en los diferentes canales de televisión, en función de su objetivo principal (programas de apoyo al sistema educativo, de educación a distancia y divulgativos).

Si tenemos en cuenta el enorme poder de influencia que ejerce la televisión, el arraigo social y la cantidad de horas de visionado medio de la población, «su uso debiera ser con una finalidad más utilitaria desde un punto de vista educativo y menos comercial, especialmente si hacemos referencia a la televisión pública» (Prendes, 1997: 5).

Como ya sabemos, la televisión es un medio de comunicación de masas que ejerce una gran influencia en la sociedad. Independientemente de los objetivos que se plantee la programación, podemos afirmar que la televisión educa, forma, influye en la cultura social de las audiencias, en las actitudes, en los valores, en los comportamientos, en el pensamiento, en la ideología..., no sólo a través de sus programas informativos, debates o entrevistas, sino a través de cualquier programa, incluso anuncios de pocos segundos contribuyen, de cualquier manera, a la educación de las personas. Todos sabemos que su impacto puede ser más efectivo que muchas horas de oratoria poco convincente. Es por ello que la aspiración hacia una televisión educativa amplia y heterogénea, dirigida a la comunidad universitaria como al público en general, se convierte en una prioridad, de la misma manera que es una realidad en los países de nuestro entorno y en el panorama internacional. No cabe duda de que se debería explotar el enorme potencial e influencia que este medio de comunicación posee, y hacerlo pues en beneficio del sistema educativo de las universidades, especialmente ahora que las huestes de estudiantes tradicionales descienden y hay que aspirar a nuevos contingentes de alumnos más mayores y profesionalizados. Dar a conocer la voz de la universidad socialmente, mostrar a toda la sociedad lo que en ella se lleva a cabo (estudios, investigaciones, actividades, cursos, etc.), acercar el mundo universitario y sus avances... sigue siendo ésta una valiosa aportación en la «culturización de la sociedad».

- Los programas de Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI): Durante estos últimos años, la Asociación Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI) ha ido consolidando la transmisión diaria de televisión educativa digital en el ámbito iberoamericano. Su señal se emite a través del satélite Hispasat desde Madrid (en ámbito restringido), y su huella cubre simultáneamente gran parte del continente americano y del continente europeo para una importante y compleja red de recepción y redifusión por medio de videocasetes, de circuitos cerrados y abiertos de televisión, sean por cable, por ondas hertzianas o por nueva transmisión satelital de cobertura local, regional y continental.

En la actualidad, la ATEI transmite cuatro horas diarias de lunes a viernes de 16:00 a 20:00 (hora de España). Las emisiones se estructuran en franjas diferenciadas de acuerdo con sus temáticas, horarios, audiencias y objetivos educativos, para ofrecer una parrilla de programación que contiene los distintos espacios, no de los cuales es específicamente universitario.

- Universidad: Espacio televisivo dedicado al intercambio informativo, estudio y a la reflexión de los grandes temas vinculados a las problemáticas específicas de la educación superior, del postgrado, de la investigación científica y del desarrollo tecnológico de alto nivel; en esta franja se da cabida tanto a los programas generales de carácter periodístico y de debate sobre la universidad, como a todos aquéllos dirigidos especialmente a determinadas comunidades de investigadores, profesores o PAS.

- Las experiencias autonómicas: En la década de los ochenta se desarrollaron ya las primeras experiencias de espacios educativo-culturales con una explícita finalidad educativa en varias cadenas autonómicas de televisión. Desde sus inicios, estas nuevas emisoras tuvieron como uno de sus objetivos de servicio público la promoción de las costumbres y tradiciones singulares de sus respectivas nacionalidades. Así, en algunos casos, se recurrió a la emisión de programas educativos de producción ajena, como los de la Open University y la BBC (British Broadcasting Corporation) en Telemadrid, ETB (canal vasco) y Canal Nou (canal valenciano); en otros casos, se recurrió a la programación propia, como «Aula Visual» en TV3 (canal catalán), «Preescola na casa» de TVG (canal gallego), o los programas de la Universidad a Distancia (UNED), emitidos por Telemadrid. Canal Sur Televisión emitió también en esta primera época la serie «Andalucía, paso a paso», en colaboración con la Consejería de Educación y dirigido a la educación de las personas adultas, área prioritaria de alfabetización en esta Comunidad en aquel período. En el ámbito de las Comunidades con lengua propia, se desarrollaron además espacios educativos tendentes a la normalización lingüística.

En la década de los noventa, las cadenas de televisión autonómicas se han ido implicando cada vez más, como señala el Informe Marco del Ministerio de Educación y Ciencia sobre la Televisión Educativa en España (García Matilla y otros, 1996), en el desarrollo de una programación educativa propia.

- Las experiencias en TV locales: Finalmente, hay que mencionar también el papel cada vez más importante que están desempeñando los canales locales de televisión que por su cercanía a la ciudadanía y a los telespectadores se prestan de forma especial a recoger la vida de las universidades de una forma más cercana y directa. Si bien este tipo de canales están siendo muy discutidos por la variabilidad de sus contenidos, los altibajos en calidad técnica y temática, no cabe duda que los programas dirigidos a la comunidad universitaria, que se llevan a cabo desde estas televisiones locales (de ciudades, comarcas o provincias) son de notable interés para la vida universitaria, incluso para la redifusión de programas elaborados con carácter general. Muchos de estos canales de televisión, además, han contado en su parrilla con la colaboración de universitarios. El panorama en este sentido es tan amplio como inabarcable.

### 2.3. Otras experiencias de interés

Incluimos en este epígrafe otro tipo de experiencias que no tienen cabida en los apartados anteriores porque no se trata tanto de canales universitarios sino de experiencias ligadas a Facultades de Comunicación, que, en muchas ocasiones, tienen como objetivo poner en práctica los conocimientos teóricos, para que éstos sean un puente para la profesionalización de los alumnos, una herramienta para hacer sus prácticas antes de salir al mercado laboral. En muchos casos, han funcionado a modo de productoras audiovisuales, incluso de manera institucionalizada; y, en otras ocasiones, su funcionamiento es más ocasional produciendo ellas mismas los programas aislados (con dispares objetivos, bien sea, formar a los alumnos y que les sirva de experiencia profesional, bien sea para divulgar información de su interés, o bien para ambas finalidades). La distribución, en muchos casos, realizada por las cadenas de televisión, aunque en todos los casos se autodenominan como «televisión». No consideramos que sea propiamente un canal de TV, ya que no tienen una parrilla propia, ni una emisión continuada diaria, sino que suelen ser programas aleatorios o con periodicidad semanal-quincenal. Además, son más comunes en universidades que poseen Facultad de Comunicación.

## 3. Síntesis de la situación actual en televisión educativa universitaria

Este breve análisis de la situación de la televisión universitaria en España nos puede servir para ratificar el vasto y diverso panorama generado en nuestro país, con múltiples cambios en los últimos años, generado no sólo por la vertiginosa evolución de la televisión, sino también por la irrupción de nuevas universidades y la descentralización administrativa.

Parece evidente que en España no existe, como puede observarse en Latinoamérica o en Europa, canales educativos temáticos, estables y consolidados, y aún menos en el nivel universitario. No obstante, la situación de partida es, como hemos podido observar, esperanzadora. Contamos ya con algunos canales de televisión universitarios, de reciente creación, con proyectos de funcionamiento sólidos; también podemos observar la existencia de algunos programas educativos/universitarios en televisiones autonómicas o locales, dirigidos al público universitario con temática específicas, con contenidos finamente estructurados. Sin embargo, y por desgracia, no estamos al nivel de otros países de nuestro contexto, o incluso de nuestro entorno cultural, en el que existen canales y redes de televisiones universitarias con parrillas de programación de 24 horas diarias, que emiten por ondas, cable, satélite e Internet, siendo patrones de referencia no sólo para las audiencias universitarias sino también para otros segmentos poblacionales. Estos canales permiten que las propias universidades mantengan en continuo contacto social, dando a conocer conocimientos e investigaciones, y convirtiéndose, cada día, en referentes culturales y sociales.

En el panorama actual, son tres los tipos de televisiones universitarias que encontramos, siempre atendiendo al tipo de producción y contenidos de las mismas. Por un lado, la televisión universitaria cuyos contenidos son íntegramente producidos por los propios estudiantes con la supervisión de profesores. En muchos de los casos, el objetivo no es otro que capacitar profesionalmente al alumno para que éste tenga un fácil acceso e integración en el mundo laboral.

Estas televisiones tienen un fin educativo pero, como hemos explicado, están más dirigidas a la formación y, normalmente, no son tan prioritarios los contenidos culturales, sino más bien que éstos estén técnicamente bien producidos. Éste es el caso de muchas televisión latinoamericanas, como la CNU (Canal Universitario de São Paulo) o en España el caso de la Universidad Cardenal Herrera-CEU, que aunque no tienen televisión constituida como tal, sí cuentan con una productora audiovisual, «Camera», que realiza programas en este sentido, y que después distribuyen y difunden mediante televisiones locales de toda la Comunidad Valenciana; y por otro lado, la productora de la Universidad de Navarra, Euroview Producciones, que funciona en la misma línea que «Camera».

También está el caso de la televisión de la Universidad Politécnica de Valencia, UPV-TV, que también tiene entre sus objetivos la formación de sus alumnos en licenciaturas de Comunicación y T+elecomunicaciones.

Otra visión de la televisión universitaria es la que considera que los contenidos y programación de la misma ha de dirigirse exclusivamente al alumnado o estudiantes, diseñada o producida, bien por los propios alumnos o bien por profesionales. En este modelo se pueden incluir emisoras universitarias como las norteamericanas CNT-College Televisión Network y CSTV-College Sports Televisión, las inglesas Nexos-TV y Campus-TV, además de sus similares francesas, escocesas, alemanas y suecas. En el caso de España no existe un canal de televisión específico como tal, aunque sí podemos referirnos a programas de televisión concretos, producidos y realizados por las grandes cadenas nacionales y autonómicas, donde el fin último es formar profesional y técnicamente al alumno (porque no lo hacen), dirigidos básicamente a la comunidad universitaria; éste podría ser el caso de algunos de los programas dirigidos a este público, con un carácter más didáctico y de apoyo al sistema educativo («El club de las ideas», «Tesis en la Internacional», «Campus de verano», etc.).

Finalmente, están las televisiones universitarias que consideran que, al estar éstas formadas por tres segmentos diferentes (alumnos, profesores y administrativos), es fundamental que en su configuración se tengan presente los tres sectores. Ello implica que los tres formen parte de los diversos procesos, tanto de la elaboración y producción de programas como de la información transmitida en los contenidos en sí mismos. Este tipo de televisión suelen cumplir una función estrictamente educativa y atender a contenidos formadores e informativos respecto a la propia comunidad educativa, eludiendo o aminorando drásticamente otros contenidos en el ámbito del entretenimiento.

En todo caso, la televisión universitaria debe ser un medio que cuente de forma decidida con la participación de los estudiantes, especialmente, pero también de una forma proporcional con los profesores y el personal de administración y servicios (PAS); debe contar con una programación ecléctica y diversificada, que no presente restricciones al entretenimiento, a excepción de las que exigen las pautas de calidad y la ética profesional. Hemos de defender a ultranza que un programa de entretenimiento no tiene por que dejar de ser educativo; siempre puede promover valores necesarios en la sociedad en la que vivimos.

Por ello, abogamos por una televisión volcada hacia el público que se interese por la cultura, la información y por la vida universitaria, en la cual se incluya prioritariamente el público académico. Sería de notable trascendencia que ante este panorama tan diverso y cambiante en España se tendiera hacia la creación de una red de televisiones universitarias, tal y como existe de forma consagrada en países latinoamericanos como Colombia, México o Brasil, o incluso, en el contexto europeo como en Alemania.

La televisión universitaria puede ser un eje clave en la dimensión cultural y de proyección social de la universidad, en la expresión audiovisual de la comunidad universitaria, de sus actividades, estudios y proyectos; una ventana abierta para todos, que forme, eduque, genere cultura, informe y entretenga. Por ello, hay que tender a la búsqueda de esta integración efectiva de estudiantes, profesores y personal en la producción de TV, y conseguir así una programación educativa pero atractiva, consistente y relevante a su vez, que sea capaz de difundir contenidos esenciales para el crecimiento del país y para el bienestar de la población. En este sentido, las televisiones educativas universitarias y su red nacional podría tener como un objetivo primordial aspirar a poner en práctica lo que hoy prácticamente ningún canal de televisión realiza, la educación mediática y audiovisual del espectador, es decir, enseñar a la comunidad y sociedad en general a ver televisión, desde una perspectiva ciudadana, esto es, activa, lúdica y crítica simultáneamente.

En España, como hemos podido observar, son pocos los canales de televisión educativa propiamente universitarios, pero estas escasas experiencias, o sus conatos de creación (que más que canales son más bien programas), vemos que en la mayoría de los casos dependen económicamente exclusivamente de la propia universidad, con las limitaciones presupuestarias que genera esta situación ante los altos costos que supone la producción televisiva. La televisión universitaria ha de contar con un alto grado de autonomía e independencia administrativa y financiera, aunque jurídicamente, como es lógico, pertenezca a la institución universitaria; ha de tener una vinculación indirecta con los órganos de dirección de las universidades, para que, por un lado, le siga de paraguas y protección, pero para que por otro se eviten controles directos que la conviertan en un simple órgano informativo del poder. Las fuentes de financiación han de ser también diversas y variadas. Los fondos públicos, especialmente de la propia universidad, son siempre imprescindibles, pero podrían abrirse a otras concurrencias competitivas como las Comunidades Autónomas (como pasa en Extremadura) o la propia administración del Estado, que le darían un mayor grado de autonomía y consolidación. A pesar de que la publicidad comercial presente problemas legales en este tipo de canales culturales, debe fomentarse el patrocinio y patronazgo, no tanto de la cadena como de los pro-

gramas. Ésta es otra posible fuente de financiación que, sin embargo, salvo alguna excepción (ejemplo: Metro de Valencia), no suele utilizarse y podría ser interesante. Por tanto, la televisión universitaria puede y debe recibir financiación externa. Sin embargo, los mecanismos de financiación pública, hasta ahora, como hemos dicho, no contemplan apoyos directos a la televisión universitaria.

Por otro lado, la programación de una emisora de televisión se debe realizar en función del público/audiencia. Por ello, es fundamental estudiar a ese público, sus preferencias, sus necesidades y realizar programas que satisfagan sus intereses. Pero, ¿a qué público se dirige la televisión universitaria?, ¿al público en general?, ¿a la comunidad académica?, ¿a ambos? Es este otro de los grandes debates, porque se percibe fácilmente que lo que se cuestiona es la propia entidad y definición de la televisión universitaria y de su misión. Hemos observado, por ende, en el panorama analizado que no existe una identificación precisa ni del público que se quiere alcanzar, ni de las estrategias de programación para que se logre alcanzarlo. Generalmente, se invierte el proceso y se crean los programas desde arriba, con la difusión de contenidos que deductivamente parezcan relevantes, lo que expresa la subjetividad de los productores. Se encuentran muchos programas sobre artes, media, cultura y humanidades y casi nada sobre matemáticas, ingeniería y astronomía, por ejemplo. También es sintomática la atención desmedida de algunos canales hacia el público universitario obviando esa función de proyección social que han de tener estos canales. Además, en estos casos, cuando el público está compuesto prioritariamente por la comunidad académica, se caen en falsos estereotipos. Así, los programas dirigidos a los estudiantes presentan un lenguaje «alegre, informal, bien humorado», como si los jóvenes solamente se comunicaran de esa manera. Así pasa también con los programas que se dirigen a los profesores y que se presentan serios y circunspectos, como si excelencia académica fuera sinónimo de formalidad.

Finalmente, puede detectarse en el panorama que hemos presentado un desequilibrio entre los diversos géneros de programación, en la que predominan entrevistas, conferencias, debates y en la que hay pocos documentales, reportajes y revistas periodísticas; géneros más volcados hacia las artes y a la expresión corporal, como la tele-dramaturgia, los musicales y el deporte son marginales en la parrilla de programación, incluso porque el costo de ese tipo de producción es alto.

#### 4. Conclusiones

La televisión educativa en España es, a fecha de hoy, esporádica y ocasional. Y si bien, la universidad ha tenido en nuestro país un vertiginoso desarrollo en estos últimos años, su evolución en el panorama de desarrollo de una televisión universitaria ha sido también marginal. A lo largo de este estudio, hemos podido analizar algunas de las experiencias desarrolladas, tanto en centros universitarios como en canales de televisión en torno a la televisión educativa universitaria, si bien el panorama no es todo lo halagüeño que sería deseable, ya que las experiencias desarrolladas hasta ahora son incipientes y en pocos casos están consolidadas, por la extrema variabilidad de sus propuestas con remarcados altibajos en contenidos y calidad estética; falta, en suma, una filosofía clara de cómo concebir un proyecto serio y consistente de televisión universitaria de calidad, debido en gran parte a la inexistencia de un referente estatal que aglutine, dentro de la diversidad y autonomía universitaria, todas estas experiencias y sea capaz de proyectarlas al exterior con un estilo propio y definidor.

El desarrollo de la sociedad de la información, con la convergencia de medios y contenidos y modalidades más flexibles y variables de formatos televisión, ofrece el panorama adecuado para el desarrollo de una propuesta integral de televisión educativa universitaria, encuadrada dentro de un amplio proyecto de servicio público de televisión educativa, que ofrezca pautas comunes para todo el Estado con todas la diversidad que el panorama español exige en estos momentos.

La digitalización de la señal, el amplio flujo de emisiones, la facilidad de la producción televisiva, la regulación de los canales digitales y las amplias posibilidades de emisiones satelitales, por cable, por Internet..., deben abrir puertas a una televisión de calidad, educativa y específicamente universitaria, que permita proyectar la institución superior al tejido social con voz propia.

Las universidades tienen un amplio potencial para el desarrollo de esta televisión de calidad por su facilidad de converger recursos variados. Su potencial humano, a través de la comunidad universitaria, es inmenso: alumnos que viven su período más vital, fácilmente entusiasmables en implicarse en proyectos creativos y originales como un canal de televisión propio, investigadores y docentes altamente cualificados, personal de administración y servicios. Pero además se cuenta con recursos materiales, instalaciones, proyectos de investigación..., y dotaciones presupuestarias (autónomas o canales de petición consolidados) que permiten asumir este tipo de proyectos.

Por ello, proponemos la creación de un canal universitario amplio y diverso que emplee diferentes formatos de emisión, pero que especialmente rentabilice la red para su emisión digital, en el que participe toda la comunidad universitaria (alumnos, profesores y PAS) y cuente con el apoyo administrativo y económico por parte del gobierno. Este canal universitario debe estar abierto a todas las universidades españolas por igual, sirviendo como puente de contacto entre todos los centros, divulgando investigaciones y todo tipo de contenidos educativos, así como programas formativos y de apoyo a los propios estudios universitarios. La difusión debe ser tanto por ondas (TDT) (en abierto y captable desde cualquier hogar), como por Internet (al ser ésta la tecnología más desarrollada en los hogares universitarios), pero también incluso vía satélite, de manera que llegue a toda la sociedad sin coste alguno para ésta. Este modelo se está implantando de forma semejante en Colombia o en México.

El canal universitario debe estar encuadrado dentro de un macro-canal de televisión educativa interactiva, en el que se ofrezcan alternativas y propuestas de los distintos niveles educativos, entre ellos el universitario. Una televisión educativa sobre nuevas bases, abierta a nuevos formatos y alejada de esa imagen seria, convencional y poco atractiva que algunas veces la ha acompañado. Para ello va a ser fundamental la confluencia de dos factores clave: la implicación de la administración educativa central y el fomento y la colaboración de las universidades, en la creación y puesta en marcha de medios de comunicación universitarios en todas las universidades; esto es, televisiones que promuevan la formación y divulguen contenidos de interés para la sociedad en su conjunto y que partan de las realidades de los centros universitarios: televisiones universitarias locales, televisiones de proximidad, basadas en su emisión por ondas (digitales), o bien a través de distribuidores de cable (recordamos que en Brasil se obliga a todos los operadores nacionales a facilitar los llamados «canales de utilización gratuita»). En todo caso, no hay que olvidar el canal telemático a través de Internet, fomentando de esta forma el uso de las tecnologías de la comunicación.

Fernández y Vilar (2000), en las conclusiones de Escenarios presentes y futuros de los medios audiovisuales en el ámbito local, proponen la creación y puesta en marcha de un órgano o departamento encargado de investigar, innovar, producir programas propiamente educativos-divulgativos, en este caso orientados a la propia universidad, y con contenidos que salgan de ésta y dirigidos a la sociedad en su conjunto (como el modelo del ILCE de México). A su vez, deberían de velar y controlar el cumplimiento de una programación educativa, analizando y haciendo un seguimiento de esa programación. Proponen además:

- Establecer cada año un presupuesto determinado de producción audiovisual educativa, y contribuir tanto en las televisiones públicas como privadas, nacionales, autonómicas o locales.
- Establecer el segundo canal de TVE, La 2, como un verdadero canal educativo-cultural, replanteándose completamente toda la parrilla de sus contenidos, y eliminando los contenidos que no pasen por el filtro del servicio público y lo educativo-cultural, evitando competir con canales privados, con una programación de calidad, sin obsesión por los índices de audiencia.
- Hacer una fuerte campaña de fomento de la televisión educativa, «obligando», en la manera de lo posible, a las televisiones privadas a la inclusión de este tipo de programación en sus parrillas. Un ejemplo a seguir en este sentido es el de México, que obliga por ley a todos los canales de radio y televisión a difundir temas educativos y culturales, al menos en 30 minutos de su programación diaria.
- Enseñar a ver la televisión. Investigadores, universidad, escuela, padres, alumnos, operadores, productoras, administración..., han de dialogar y debatir y consensuar los valores y contenidos éticos que deben orientar la programación.
- Formación de los profesionales y formadores. Los canales educativos han de tener en su plantilla profesionales en dos vertientes; es fundamental, primero, la formación pedagógica y didáctica de los licenciados en Ciencias de la Información, y por otro, la especialización en comunicación audiovisual se adivina también básica para los docentes o enseñantes.
- Se requiere, pues, con urgencia que en España se elabore la siempre retrasada Ley General del Audiovisual que sistematice todo el conjunto de normas dispersas, a veces incluso contradictorias, que actualmente están en vigor; además, se debería regular las propuestas citadas anteriormente. Esta ley es una cuestión de Estado, ya que sin un sector audiovisual estructurado y potente es difícil plantear un desarrollo equilibrado de la sociedad de la información en la que nos encontramos. Es evidente que las instituciones públicas han de implicarse en el proyecto, y ser conscientes de la importancia de este medio para la comunidad educativa y para la sociedad en su conjunto.

Concluyendo, consideramos que España puede y debe abanderar un proyecto de televisión educativa universitaria, con ejes comunes, que necesariamente ha de ser descentralizado y respetuoso con la autonomía universita-



ria, pero que tiene que generar un estilo de televisión de calidad y servicio público que proyecte la vida universitaria en el entorno social de donde emana; esto es, un espacio público audiovisual, que permita al sistema universitario público y privado, acceder al servicio público de televisión. El objetivo debe de ser la realización y transmisión de programas de televisión de interés público, de carácter educativo, científico, social y cultural; el desarrollo de procesos de formación de los ciudadanos; la promoción de las labores docentes y académicas, y los procesos de apropiación social de los hallazgos, resultados y aplicaciones de la ciencia y la tecnología; el desarrollo de la docencia, la investigación y la extensión social que realizan las instituciones de educación superior públicas y privadas del país, y la divulgación de las manifestaciones culturales del mismo.

### Referencias

- FERNÁNDEZ, F. y VILAR, F. (2000): «Escenarios presentes y futuros de los medios audiovisuales en el ámbito local», en Actas del Congreso ConLoc '02. Castellón, Universitat Jaume I.
- LÓPEZ CANTOS, F. (2005): La universidad como actor en el sistema mediático (inédito).
- LÓPEZ CANTOS, F. (2006): «Sistema televisivo y discurso universitario», en VII Congreso Internacional de Comunicación Lusofona (Lusocom 2006). Santiago de Compostela (España).
- NOGUEIRA, H. y PRIOLLI G. (2004): «La televisión universitaria en Brasil, el Canal Universitario de São Paulo y la experiencia de la TV Unifesp», en II Congreso Iberoamericano de Comunicación Universitaria. São Paulo (Brasil).
- PRENDES, M.P. (1997): «Televisión educativa y cultura de la diversidad», en Revista Electrónica de Tecnología Educativa, 5.