



NOTICIAS

Actualización | domingo, 22 de enero de 2006, 06:08

Portada
En Portada
Opinión
Ciudad
Provincia
Deportes
Toros
Cultura
Espectáculos
Andalucía
Nacional
Internacional
Economía
Sociedad
Motor
Internet



[juan francisco garcía casanova. director del centro mediterráneo \(universidad de granada\)](#)

"La televisión no puede jugar con la salud mental y moral del ciudadano"

La [Universidad de Granada](#) publica 'El servicio público y la televisión', un libro que reúne las ponencias del curso homólogo organizado en el verano de 2004 por el Centro Mediterráneo. Su director, Juan Francisco García Casanova, es junto a Juan María Casado artífice de esta compilación, que invita a la reflexión sobre el panorama audiovisual contemporáneo y el futuro.



AGENDA

Cartelera
Misas y cultos
Tiempo
Programación



SERVICIOS

Amor y Amistad
Cursos
Masters
Suscripción
Hemeroteca
Contactar
Publicidad
Quiénes somos
Tienda
Canal motor



REBECA ROMERO

@ Envíe esta noticia a un amigo

GRANADA. La aplicación de mecanismos para aprender a desarrollar el sentido común se perfila como el primer paso hacia el consumo libre de los productos audiovisuales. Así lo considera Juan Francisco García Casanova, que reflexiona sobre el futuro del marco audiovisual desde la necesidad de salvaguardar los valores universales.

—¿Cuál es la actualidad del marco audiovisual español?

pepe torres
DIRECTOR. Juan Francisco García Casanova, responsable del Centro Mediterráneo de la Universidad.

—En el modelo de la televisión pública de hace quince años todo el mundo tenía claro el papel que jugaba. Era una televisión pública 'ilustrada' desde la que se impartían los grandes valores de la civilización occidental. De pronto el modelo consensuado se quiebra con la irrupción popular de las nuevas televisiones, internet... Es como un *tsunami* virtual que barre el modelo. Entonces se introduce en las televisiones el relativismo cultural: sobreinformación y valores contrapuestos que se anulan entre sí. Es un fenómeno apasionante y al mismo tiempo aterrador porque estamos produciendo un tipo de ciudadano desorientado, carente de criterios y herramientas adecuadas.

—¿Hay diferentes formas de entender el concepto de 'servicio público' en función de lo público y lo privado?

—No hay distinción, incluso la legislación lo entiende así. La televisión siempre es un servicio público. Una cadena privada no tiene patente de corso para decir mentiras y pervertir a la gente desde cualquier punto de vista. La mentira no está en el ámbito de lo público. Las televisiones no pueden jugar con salud mental y moral de los ciudadanos.

—El libro reflexiona sobre cómo los medios han cambiado su percepción del espectador para considerarlo un agente activo. ¿Cómo ha sido este cambio?

—Instrumentalmente es un asunto poco desarrollado. La legislación contempla el derecho del consumidor a exigir que el producto no nos engañe. Los sistemas de seguimiento de las televisiones se tienen que reinventar; hay que crear medidas para evitar abusos en los productos.

—Antes hablaba de que el consumidor carece de las herramientas necesarias para canalizar su consumo. Pero es evidente que hay un sector que sí las tiene.

—Obviamente. El mundo de la imagen es muy sofisticado desde el punto de vista de su influencia en los ciudadanos, y todos no tienen el mismo nivel de preparación a la hora de filtrar lo que les llega. Todos tenemos que estar en guardia, porque la experiencia nos enseña el peligro de ser manipulados. Ése es el gran riesgo, la tiranía de la imagen. Pero como dijo Descartes, todos los hombres participan del mayor bien posible, que es el sentido común.

—La clave esta entonces en aprender a utilizarlo.

–Es un instinto al margen del nivel de educación. Lo que hace falta es empezar a valorar socialmente a la gente con un sentido común desarrollado y a gratificar a quienes lo ejercen. Hay programas hediondos que sustituyen sentido común por engaño y chabacanería. No hablo desde el puritanismo, sino desde la necesidad de hacer programas que, al tiempo que sirven de ocio, no destruyan el sistema de valores de nuestra civilización.

–La continuidad de ese tipo de programación sólo puede responder a rentabilidad económica, y eso cuestiona la calidad de servicio público.

–Es un círculo, porque mientras sigamos favoreciéndolo, tanto emisores como consumidores, seguiremos confundiendo a la gente. Es el caso típico de manipulación social. La capacidad de corromper las visiones culturales, los gustos y los valores que tiene la televisión no la ha tenido ningún otro instrumento manipulador.

–¿Es conflictivo el binomio cultura-televisión?

–No hay conflicto. La televisión es cultura en sí misma. Lo que sí existe es un relativismo cultural que en principio no es malo, entendiéndolo como ofertas culturales distintas que nacen –debemos pensar– con una misma buena intención: transmitir conocimientos y ser a la vez instrumentos de ocio.

–Pero ¿cuál es esa oferta en la actualidad? Los programas culturales son la excepción que confirma la regla.

–Desgraciadamente podríamos pensar que todo lo que el ser humano hace es cultura...

–Habría que empezar por definir el término en el contexto audiovisual.

–Hay culturas asumibles y otras que no lo son por los elementos concretos con los que destruyen los valores, porque educan a la ciudadanía en el mal gusto en sus conductas y hábitos. Estoy a favor de propuestas que utilizan elementos clásicos de la literatura, como el humor, para divertir con buen gusto, arte y con sensibilidad. Así es como hay que educar a las audiencias europeas.

–¿Cómo afectará la implantación de la televisión digital terrestre a la concepción del medio como servicio público?.

–Es un problema grave porque aún no tenemos instrumentos para reclamar en tiempo forma. Será el sentido común de la mayoría y la sensatez lo que nos pueda salvar.

–¿Cree que la variedad de opciones facilitará la cobertura de las necesidades personales o la hará más difícil?

–Yo no tengo miedo a estar perdido, sino a sentirme feliz en ese horizonte y no saber orientarme, no tener criterios para salir. Considero que el criterio de orden práctico debe estar por encima de los principios porque éstos, fuera de su contexto, no sirven de nada. Todos queremos ser libres y felices, y para ello necesitamos saber qué queremos y qué no.

–¿Continuarán estos estudios en próximos cursos de verano?

–Tendremos que estar constantemente revisándolo y debatiendo. Hay que seguir divulgando las conclusiones que se extraen a los profesionales de los medios, que ocasiones son víctimas de las propias empresas y los primeros que sufren la manipulación; son mucho más conscientes de lo que tenemos entre manos.

| [Diario de Cádiz](#) | [Europa Sur](#) | [El Día de Córdoba](#) | [Diario de Jerez](#) | [Huelva Información](#) | [Diario de Sevilla](#) | [Granada Hoy](#) | [Málaga Hoy](#) |

Sitios recomendados por Granada Hoy

| [Oferta formativa](#) | [Formación a distancia](#) | [Cursos en Madrid](#) |

© Editorial Granadina de Publicaciones, S.L.
Avda. de la Constitución, 42.
Granada
Tlfno: 958 809500/ Fax: 958 809511

MILENUM
Powered by CROSS MEDIA