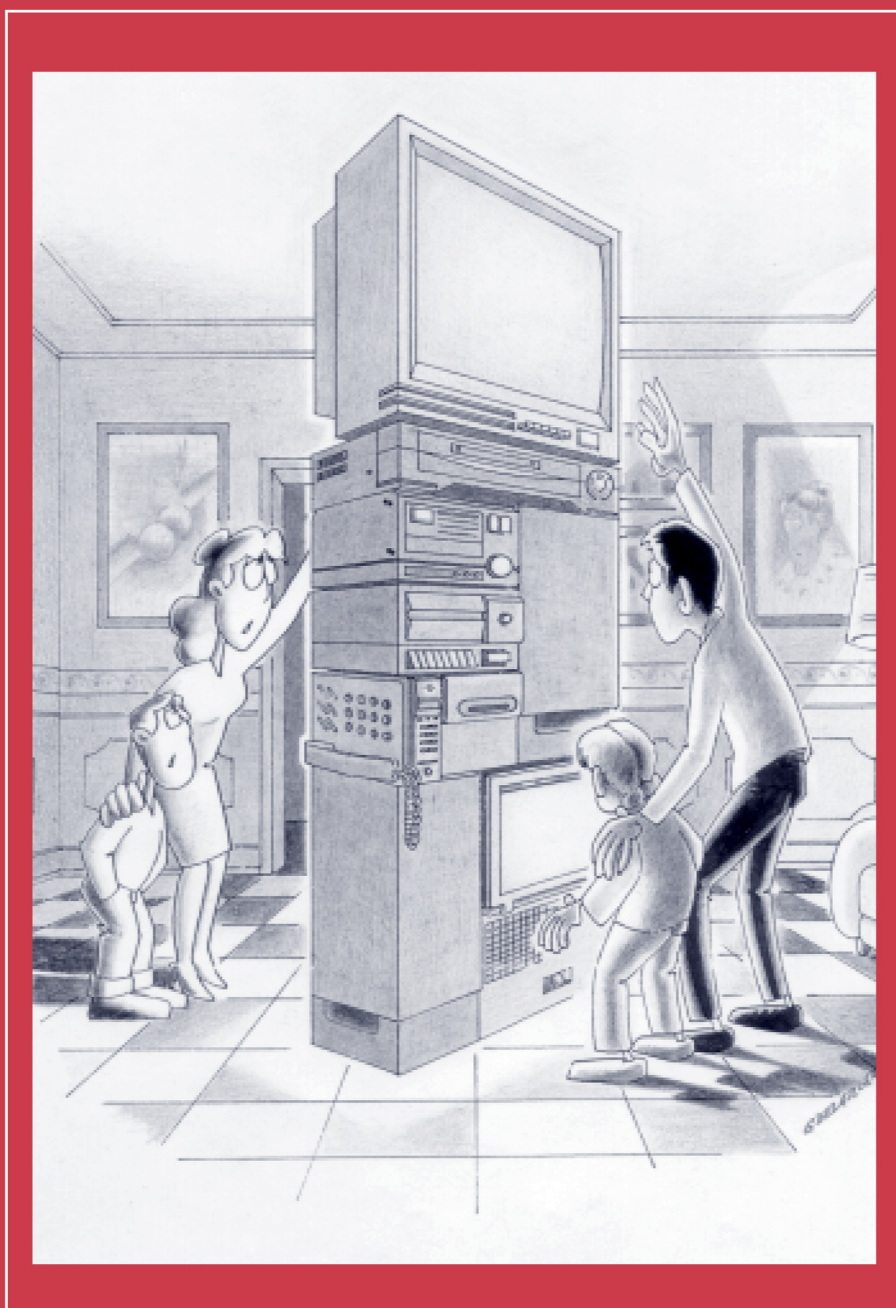


Familia, escuela y medios de comunicación



COMUNICAR

Dirección

José Ignacio Aguaded Gómez

Subdirección

Manuel Monescillo Palomo

Coordinación monográfico

Amando Vega Fuente. Universidad del País Vasco (San Sebastián)

Consejo Editorial

Enrique Martínez-Salanova, Ilda Peralta (ALMERÍA), J. Antonio García Galindo (MÁLAGA),
Antonio Arenas, Pacurri Martínez (GRANADA), Ana Reyes (JAÉN), J. Agustín Morón (SEVILLA)

Consejo de Redacción

M^a Teresa Fernández, Tomás Pedroso, M^a Amor Pérez, J. Manuel Méndez, Francisco Casado,
Manuel Monescillo, Mamen Millán, Marina Chacón, J. Ignacio Aguaded (HUELVA)

Consejo Asesor

Universidad

Julio Cabero Almenara, Universidad de SEVILLA •
Manuel Cebrán de la Serna, Universidad de MÁLAGA •
Francisco Pavón Rabasco, Universidad de CÁDIZ •
M^a Jesús Gallego Arrufat, Universidad de GRANADA •
Javier Ballesta Pagán, Universidad de MURCIA •
Joan Ferrés i Prats, Universitat Pompeu Fabra, BARCELONA •
Donaciano Bartolomé, Universidad Complutense, MADRID •
M^a Luisa Sevillano, Universidad a Distancia, UNED, MADRID •
M. Ángel Biasutto, Universidad Politécnica, MADRID •
Jesús Salinas, Universidad de las Islas Baleares, PALMA •
Sindo Froufe Quintas, Universidad de SALAMANCA •
J. Manuel Pérez Tornero, Universidad Autónoma, BARCELONA •
Amando Vega, Universidad del País Vasco, SAN SEBASTIÁN •
Francesc-Josep Deó, ICE Universitat de BARCELONA •
Gloria de la Cruz Guerra, Universidad de La Laguna, TENERIFE •
Pilar Rodríguez, Universidad de Extremadura, BADAJOZ •

Educación Primaria y Secundaria

Manuel Fandos, profesor y pedagogo, ZARAGOZA •
Rafael L. Cubino, Centro de Profesores, SALAMANCA •
Adolfo Bellido, Centro de Profesores, VALENCIA •
Luis Miravalles, profesor y escritor, VALLADOLID •
Julio Jiménez, maestro de Primaria, BADAJOZ •
Vicent Pardo, profesor de Secundaria, CASTELLÓN •
Rafael Miralles, Centro Profesores Godella, VALENCIA •
Natalia Bernabeu, profesora de Secundaria, MADRID •

Asesoría internacional: Europa y América

• Jacques Gonnet, CLEMI, París, FRANCIA
• Evelyne Bevort, CLEMI, París, FRANCIA
• José Martínez de Toda, Pontificia Università, Roma, ITALIA
• Vítor Reia, Universidade Algarve, Faro, PORTUGAL
• Isabel Rosa, AEM, Lisboa, PORTUGAL
• Antonio Santos, Público na Escola. Oporto, PORTUGAL
• Rosalía Vargas, Ministerio Ciencia y Tecnología, PORTUGAL
• Jacques Piette, Universidad de Sherbrooke, Québec, CANADÁ
• Winston Emery, Universidad McGill, CANADÁ
• Roxana Morduchowicz, ADIRA, Buenos Aires, ARGENTINA
• Miguel Reyes, Universidad Playa Ancha, Valparaíso, CHILE
• Guillermo Orozco, Universidad Iberoamericana, MÉJICO
• Mario Kaplún, Universidad República, URUGUAY
• Sonia Ferradini, Programa Prensa-Escuela, URUGUAY
• Ismar de Oliveira, Universidade São Paulo, BRASIL
• Edgar Jémio, Programa Medios-Educación, BOLIVIA
• Juan Solano, Universidad Central de Quito, ECUADOR
• Sergio Sarmiento, CLEMI, París, FRANCIA

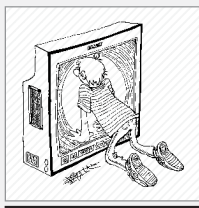
Medios de comunicación

• Juan María Casado, Canal Sur TV, SEVILLA
• Eduardo Francés, Televisión Educativa, TVE. MADRID
• José D. Aliaga, Primeras Noticias, BARCELONA
• Lolo Rico, analista de televisión y escritora, MADRID
• M^a José Sánchez-Apellániz, Canal Sur TV, SEVILLA
• Bernardo Díaz Nosty, Consejo RTVA. Canal Sur TV. SEVILLA

Equipo de Diseño

Portada: Julián García de la Rosa, ALMERÍA • **Dibujantes:** Enrique Martínez y Pablo Martínez Peralta (ALMERÍA)
Contraportada: Antonio López, HUELVA • **Diseño gráfico y artístico:** ANIMA (HUELVA)

COMUNICAR



© «COMUNICAR»

REVISTA DE EDUCACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DL: H-189-93/ISSN: 1134-3478

Andalucía, nº 10; año V; época II;
1º semestre, marzo de 1998

Revista científica de ámbito internacional,
indizada en la base de datos «ISOC» del CINDOC del
Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España

«COMUNICAR» es miembro de la
Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

EDITA:

GRUPO COMUNICAR

COLECTIVO ANDALUZ PARA LA EDUCACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Apdo Correos 527. 21080 Huelva. España (Spain)

Tfno: +34-959 24 83 80 Fax: +34-959 24 83 80

Direcciones electrónicas (e-mail):

COMUNICA@teleline.es / gcomunicar@onubanet.com

Imprime:

Gráficas Huelva '92

Distribuyen:

Centro Andaluz del Libro (Andalucía)

Distribuciones A-Z (Madrid y centro)

Librería Medios (Cataluña)

Sodilivros. Lisboa (Portugal)

Livrairie Tekhné. París (Francia)

«COMUNICAR» acepta y promueve intercambios
institucionales con otras revistas de carácter científico
de los ámbitos de la educación,
la cultura y los medios de comunicación.

Se permite la reproducción parcial para uso didáctico,
siempre que se citen autores y fuente de procedencia.

«COMUNICAR» es una publicación plural, que se edita
semestralmente los meses de marzo y octubre.

S u m a r i o

Preliminares

Editorial

J. Ignacio Aguaded Gómez. Grupo Comunicar

Temas

- 10/11 · **Presentación**
Amando Vega Fuente. San Sebastián
 - 13/20 · **Comunicación social: entre la publicidad y el espectáculo**
Amando Vega Fuente. San Sebastián
 - 21/26 · **Familia y medios de comunicación**
Sindo Froufe Quintas. Salamanca
 - 27/31 · **La escuela distal**
Javier Echeverría. Madrid
 - 33/39 · **Televisión, familia e imitación**
Joan Ferrés i Prats. Barcelona
 - 41/51 · **Educación familiar y socialización con los medios de comunicación**
Enrique Martínez-Salanova e Ilda Peralta. Almería
 - 53/60 · **Familia y medios de comunicación de masas**
Elena Sánchez y J. Luis Rodríguez Diéguez. Salamanca
 - 61/67 · **A propósito de las relaciones familia-televisión...**
Julián Pindado. Málaga
 - 69/75 · **Familia, televisión y escuela: una propuesta de acción participativa**
Manuel Contreras Gallego. Jaén
 - 77/82 · **Los padres ante la publicidad y el consumo**
Carmen Pereira y Santa Ameijeiras. Vigo y Ourense
 - 83/95 · **La publicidad en familia**
Miguel Angel Arconada Melero. Palencia
 - 97/101 · **Sobre las nuevas formas de violencia juvenil**
Jaume Funes. Barcelona
 - 103/109 · **Las viñetas como recurso en la formación de los padres y madres**
Encarna Bas Peña. Almería
 - 111/116 · **Familia y escuela: el miedo a Internet**
Antonio R. Bartolomé. Barcelona
 - 117/124 · **Internet y la educación: una reflexión desde el medio familiar**
Jesús M. Goñi. San Sebastián
 - 125/128 · **Las tecnologías de la información y la atención a la diversidad**
Mercè Gisbert Cervera. Tarragona
-

Colaboraciones

- 130/133 · **Historias de la comunicación**

Pablo Martínez Peralta. Almería

Experiencias

- 134/137 · **Radio Pupitre: otra forma divertida de aprender**
Antonio Navarro Martínez. Alicante
- 138/142 · **Prensa en clase de Francés: transversalidad y educación en valores**
José Antonio Naz y Apolonia M^a Gené. Córdoba y Málaga
- 143/146 · **La Universidad Abierta de Cataluña: enseñar y aprender sin distancias**
Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona

Propuestas

- 147/151 · **Informe sobre educación y televisión**
Mitjans. Barcelona
- 152/155 · **Las camisetas y los envases nos guían el ojo**
José María Pérez y M. Carmen Gascón. Zaragoza

Reflexiones

- 156/163 · **La Educación para el uso de los Medios en Quebec: ¿vamos por el buen camino?**
Lee Rother y Winston Emery. Quebec (Canadá)
- 164/170 · **El impacto moral y social de los medios de comunicación social**
José Martínez de Toda y Terrero. Roma (Italia)
- 171/180 · **Videojuegos y educación**
Félix Etxebarria. San Sebastián
- 181/186 · **Internet: la tecnología al servicio de la prevención**
Jesús A. Lacoste. Tenerife
- 187/191 · **«Spice Girls»: la funcionalidad de la rebeldía**
Grupo de Investigación Social de Medios. Granada
- 192/197 · **Las tecnologías avanzadas en la enseñanza: aspectos psicopedagógicos**
Ramón Tirado Morueta. Huelva
- 198/206 · **Protección jurídica de la infancia ante los medios de comunicación**
M^a Esther del Moral Pérez. Oviedo
- 207/210 · **Lo que me contó la «tele»**
José M^a Aguilera Carrasco. La Coruña

Investigaciones

- 211/220 · **Efectos en la inteligencia mediante la integración curricular de la prensa**
María Luisa Sevillano García. Madrid
- 221/226 · **¡Qué gran tarea es enseñar!**
Trinidad Núñez Domínguez. Sevilla

Miscelánea

Informaciones

Fichas didácticas

Plataformas

Apuntes

Reseñas

La Educación para la Comunicación: desde el hogar a las aulas

Q

ue vivimos en la sociedad de la imagen y los medios es una realidad tan evidente e incuestionable que prácticamente pasa desapercibida. Afirma Dominique Wolton, refiriéndose a la televisión, que «¿qué otra actividad cultural y social moviliza tantas pasiones, tan poca reflexión y tantos lugares comunes?». El consumo de los

medios ha penetrado de tal forma en nuestras vidas que se ha hecho como piel de nuestra carne. La investigadora estadounidense Kathleen Tyner señala que «la cultura de los medios y el consumismo son tan naturales a los norteamericanos como el aire que respiran»; estamos tan saturados de la cultura audiovisual, que en absoluto su uso y su lenguaje lo consideramos extraño o problemático. Ya el canadiense McLuhan indicaba que «no sabemos quién descubrió el agua, pero estamos bastante seguros que no fue un pez».

La comunicación ha penetrado en nuestras vidas, en nuestros hogares, en nuestras formas de existencia... Si bien, somos partidarios optimistas de las virtudes que la comunicación aporta a nuestros estilos de vivir –y prueba evidente de ello es la línea editorial y la trayectoria de «COMUNICAR»– no es óbice esto para que no rechacemos el consumo pasivo, inconsciente e irracional que desde los propios medios –y sus correspondientes poderes– se incita constantemente.

El consumo de los medios, especialmente del medio televisivo, es una de las notas distintivas de nuestra sociedad. Las nuevas generaciones consumen altas dosis de productos mediáticos, con escasos conocimientos de sus lengua-

jes, sus códigos, sus mecanismos interpretativos, puesto que, paradójicamente, y frente a la cultura escrita, el consumo indiscriminado, no conlleva una mayor percepción y apropiación del medio.

Es necesario por ello desarrollar estrategias que, sin evitar el disfrute, goce y uso de los medios, consigan que niños y jóvenes, especialmente, pero también adultos, interaccionen más positivamente con la prensa, la radio, la televisión, el cine... de forma que sepan aprovechar sus potencialidades lúdicas y formativas, consumiéndolos de una forma activa, inteligente y racional, e interpretando sus mensajes de manera consciente y selectiva.

Esta tarea es, sin duda, una labor compartida que tiene tres ejes básicos de referencia: los propios medios –que no han



de olvidar, dentro de la «vorágine de las audiencias, su misión educativa»–, la escuela –uno de los pocos foros que pueden aún fomentar la reflexión comunitaria– y, sin duda alguna, la familia, el hogar –ya que es en éste donde esencialmente se produce el consumo mediático de niños y adolescentes.

Los padres tienen un importante papel, al que no pueden ni deben renunciar. Si bien es verdad que hay que reconocer las limitaciones que las familias tienen hoy para «educar» a sus hijos, no podemos, bajo ningún concepto, eludir la responsabilidad de las madres y los padres en un visionado activo de la comunicación.

En honor a ellos y con la esperanza de que la educación en familia sea uno de los pivotes de la Educación en Medios, dedicamos este número de «COMUNICAR».

Cuando hace un lustro comenzamos a poner en marcha la revista «Comunicar», nunca, realmente, pensamos, aquel grupo de intrépidos profesores y algunos perio-

distas que por entonces nos aglutinábamos en el Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación», lo que cinco años después nos depararía el destino. Múltiples habían sido ya las actividades de formación para docentes que en los cinco años anteriores habían ido consolidando un proyecto que ahora llega a su década, lleno de una pujante vita-

10 / 5
números años

Un proyecto en marcha...

lidad. Surgía así la necesidad de dar un cauce periódico a las experiencias, propuestas, reflexiones e investigaciones de múltiples profesionales de la educación y la comuni-

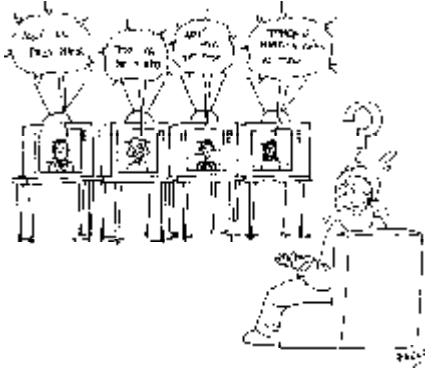
cación que no tenían un foro para expresar sus trabajos en torno a la necesaria Educación para la Comunicación, esto es, a la educación crítica para el uso de los medios de comunicación. Nació así «COMUNICAR» que hoy afortunadamente celebra con sus compañeros de viaje –sus lectores– su mayoría de edad: cinco años y diez números.



Derechos del telespectador

VII Parte

Pablo '98 para COMUNICAR



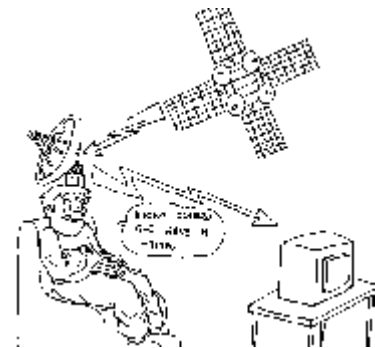
29. Derecho a saber por qué son tan diferentes las noticias en los distintos canales.



30. Derecho a seguir lavando a «lagarto», evitando los lavados más blancos de la tele.



31. Derecho a echar en la olla lo que cada uno quiera, no haciendo caso a cocineros de la tele.



32. Derecho a tener parabólica, satélite y digitalización propia para no caer en la batalla por los medios.