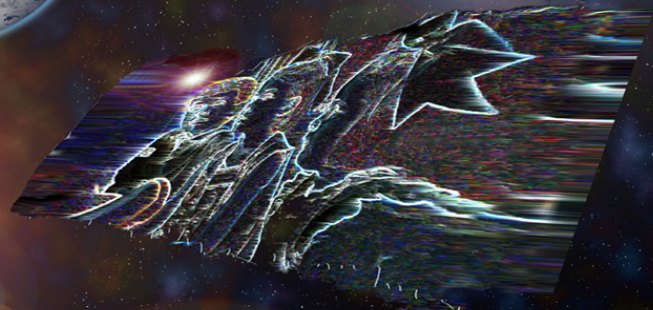


COMUNICAR



Medios de comunicación
y educación para la solidaridad



COMUNICAR

Dirección

José Ignacio Aguaded Gómez

Subdirección

Manuel Monescillo Palomo y Enrique Martínez-Salanova Sánchez

Coordinación de «Temas»

Octavio Vázquez Aguado. Universidad de Huelva

Consejo Editorial

Ilda Peralta (Almería), Pacurri Martínez (Granada), Ana Reyes, Rafael Quintana (Jaén),
J. Antonio García Galindo (Málaga), J. Manuel Méndez (Huelva), Víctor Amar (Cádiz) y Ángel Luis Vera (Sevilla)

Consejo de Redacción

M^º Amor Pérez, M^º Teresa Fernández, Francisco Casado, Tomás Pedroso,
Ramón Ignacio Correa, M^º Dolores Guzmán, Marina Chacón y J. Ignacio Aguaded (Huelva)

Consejo Asesor

Universidad

- J. Manuel Pérez Tornero, Universidad Autónoma, Barcelona •
- Julio Cabero Almenara, Universidad de Sevilla •
- Agustín García Matilla, Universidad Complutense, Madrid •
- Javier Ballesta Pagán, Universidad de Murcia •
- Manuel Cebrián de la Serna, Universidad de Málaga •
- Donaciano Bartolomé, Universidad Complutense, Madrid •
- M^º Luisa Sevillano, Universidad a Distancia, Uned, Madrid •
- Francisco Pavón Rabasco, Universidad de Cádiz •
- Joan Ferrés i Prats, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona •
- Jesús Salinas, Universidad de las Islas Baleares, Palma •
- M. Ángel Biasutto, Universidad Politécnica, Madrid •
- Sindo Froufe Quintas, Universidad de Salamanca •
- Amando Vega, Universidad del País Vasco, San Sebastián •
- Gloria de la Cruz Guerra, Universidad de La Laguna, Tenerife •
- Antonio Romero López, Universidad de Granada •

Educación Primaria y Secundaria

- Vicent Campos, Quaderns Digitals, Valencia •
- Rafael Miralles, profesor y periodista, Valencia •
- Manuel Fandos, profesor y pedagogo, Zaragoza •
- Mercedes Azcárraga, Cefire, Valencia •
- Luis Miravalles, profesor y escritor, Valladolid •
- Vicent Pardo, profesor de Secundaria, Castellón •

Asesoría internacional: Europa y América

- Guillermo Orozco, Universidad Iberoamericana, Méjico
- Vítor Reia, Universidad del Algarve, Faro, Portugal
- Ismar de Oliveira, Universidad de São Paulo, Brasil
- José Martínez de Toda, Pontificia Universidad, Roma, Italia
- Jacques Piette, Universidad de Sherbrooke, Québec, Canadá
- Antonio Santos, Público en la Escuela, Oporto, Portugal
- Ciro Novelli, Universidad del Cuyo, Mendoza, Argentina
- Isabel Rosa, Asociación Educación/Medios, Lisboa, Portugal
- Mar Fontcuberta, Pontificia Universidad Católica, Chile
- Gustavo Hernández, ININCO, Universidad Central de Venezuela
- Tatiana Merlo, Universidad Católica, Buenos Aires, Argentina
- Evelyne Bevort, CLEMI, París, Francia
- Miguel Reyes, Universidad Playa Ancha, Valparaíso, Chile
- Marta Orsini, Proyecto Educación y Comunicación, Bolivia
- Winston Emery, Universidad McGill, Canadá
- Sonia Ferradini, Programa Prensa-Escuela, Uruguay

Medios de comunicación

- José Domingo Aliaga, Primeras Noticias, Barcelona
- Salvador Ottobre, Televisión Educativa «Clase», Argentina
- Juan María Casado, Canal Sur TV, Sevilla
- Eduardo Francés, Televisión Educativa, TVE, Madrid
- Bernardo Díaz Nosty, Consejo Canal Sur TV, Sevilla

Equipo de Diseño

- Portada: Abd-el-Rajim, Huelva •
- Dibujantes: Enrique Martínez y Pablo Martínez, Almería
- Contraportada: Abd-el-Rajim, Huelva •
- Diseño gráfico y autoedición: Anma, Huelva

COMUNICAR



© **COMUNICAR**

**REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA
DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN**

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

**Andalucía, nº 15; año VIII; época II
2º semestre, octubre de 2000**

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

Correo electrónico: comunica@teleline.es

www.teleline.es/personal/comunica/; www.comunicar.es/org/

Imprime:

Impre-Or. Huelva

Distribuyen:

Centro Andaluz del Libro (Andalucía)

Distribuciones A-Z (Madrid y centro)

Andrés García Distribuciones (Castilla y León)

Distribuciones Sures (Cataluña)

Carrer de Llibres (Valencia)

Distribuciones Lemus (Canarias)

Grialibros (Galicia)

Sodilivros. Lisboa (Portugal)

Centro de Comunicación La Crujía (Argentina)

Pablo Ameneiros (Uruguay)

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: ¿Puede la comunicación ser solidaria?

J. Ignacio Aguaded. Grupo Comunicar

Temas

- 10/12 · **Presentación: Medios de comunicación, educación y solidaridad**
Octavio Vázquez Aguado (Huelva)
- 15/20 · **Las nuevas condiciones de la solidaridad**
Imanol Zubero (Bilbao)
- 21/27 · **Solidaridad y medios de comunicación: una difícil articulación**
Estrella Gualda (Huelva)
- 29/35 · **Solidaridad y medios de comunicación**
Rafael J. Terán Giménez (Huelva)
- 37/44 · **Medios de comunicación, ¿instrumentos para la solidaridad?**
Esteban Tabares (Sevilla)
- 45/53 · **Educación y solidaridad: una nueva relación**
Luis F. Valero e Ignasi Brunet (Tarragona)
- 55/59 · **Educación y solidaridad: hacia una verdadera educación solidaria**
Diego J. González (Huelva)
- 61/66 · **La solidaridad, la educación y los medios desde la Antropología**
Alida Carloni (Huelva)
- 67/70 · **¿Se puede hablar hoy de ser solidario?**
Alberto J. Diéguez (Argentina)
- 71/78 · **Un análisis sobre los medios de comunicación y la solidaridad**
Enrique Martínez-Salanova e Ilda Peralta (Almería)
- 79/82 · **Los tres cosmonautas**
Enrique Martínez-Salanova y Pablo Martínez (Almería)
- 83/91 · **Desarrollo sostenible y desarrollo solidario**
Alejandro Gaona (Huelva)
- 93/98 · **Solidaridad y Educación para el Desarrollo**
Fernando Marhuenda (Valencia)
- 99/103 · **Solidaridad y voluntariado: una visión crítica**
J. Luis Sarasola (Sevilla)
- 105/109 · **Hacia una publicidad solidaria**
Ignacio Barcala y Concepción Matilla (Salamanca)

Colaboraciones

Historias

- 112/113 · **El primer libro**
Enrique Martínez-Salanova y Pablo Martínez (Almería)

Reflexiones

- 114/122 · **Medios de comunicación, interculturalismo y educación**
Manuel Area y Manuel Ortiz (Tenerife)
- 123/126 · **La educación y los elementos del proceso comunicativo**
Tomás Pedroso (Huelva)
- 127/132 · **Hermeneutas todos. El cuadrado de la explicación-comprensión**
Héctor Borrat (Barcelona)

Propuestas

- 133/139 · **Tecnologías avanzadas: nuevos retos de comunicación para los mayores**
Francisco Pavón (Cádiz)
- 140/149 · **La alfabetización audiovisual a través de la educación con el cine**
Víctor Amar (Cádiz)
- 150/153 · **La informática en la educación de los alumnos con deficiencias motóricas**
Cinta Aguaded (Huelva)
- 155/158 · **Resolución creativa de conflictos a través del cine**
M. Carmen Gascón (Zaragoza)
- 159/167 · **Tecnologías de apoyo a la discapacidad y dificultades de aprendizaje**
M. Angeles Pascual (Oviedo)

Investigaciones

- 169/174 · **Análisis educativo-musical del medio televisión**
Oswaldo Lorenzo y Lucía Herrera (Melilla)
- 175/183 · **El personaje de héroe en el cómic. ¿Qué piensan nuestros alumnos?**
Purificación Toledo y J. Manuel Sánchez (Sevilla)
- 184/191 · **El diario, un instrumento para la construcción de los saberes sociales**
Ana M. Fleitas y R. Silvia Zamponi (Argentina)
- 192/200 · **Posibilidades y limitaciones de la integración de los medios en la enseñanza**
Rosalfá Romero (Sevilla)

Miscelánea

Informaciones

Fichas didácticas

Plataformas

Apuntes

Reseñas

Manifiesto de la Asociación Internacional de

Por una televisión...

La televisión –que ocupa cotidianamente la atención de miles de millones de personas en el mundo– está influyendo, día a día, en nuestra visión del mundo, en nuestras pautas culturales y en la constitución del tejido social del planeta. Su importancia para la Humanidad es tan grande que su desarrollo no puede confiarse exclusivamente a los avatares tecnológicos o económicos. Por esto se hace necesario crear las condiciones efectivas para que este medio poderoso que es la televisión contribuya, auténtica y activamente, a la realización de los valores esenciales de la Humanidad.

La función educativo-cultural de la televisión y, en consecuencia, la denominada televisión educativa encuentra, justamente en este contexto, su razón de ser y su auténtica función. Siendo consciente de ello, la Asociación Internacional de Televisión Educativa y del Descubrimiento –que reúne a la gran mayoría de cadenas de televisión dedicadas a la educación y la cultura– ha asumido el reto de promover un debate que estimule, en todo el mundo, la toma de conciencia sobre la necesidad de promover y desarrollar la televisión educativo-cultural en sus más variadas formas como un valor estratégico esencial en el progreso de la humanidad.

AITED quiere llamar a la movilización cívica a cuantas personas, colectivos, organizaciones, empresas e instituciones se sientan solidarias con este objetivo de desarrollo de la televisión educativo-cultural. Para ello, AITED convoca a participar en esta toma de conciencia, invitando a suscribir el presente manifiesto («Por una televisión para la educación y la cultura») como un instrumento inicial para contribuir a la decisiva tarea de poner la televisión al servicio de los valores de la educación, la cultura y la convivencia.

MANIFIESTO

Los abajo firmantes, conscientes del valor estratégico que puede tener la televisión educativo-cultural en el progreso de la Humanidad, queremos afirmar los siguientes principios y valores:

- La televisión, el medio de comunicación más poderoso de la actualidad, no puede supeditarse a ser una industria, o un simple negocio, siguiendo exclusivamente la lógica del mercado de bienes y servicios. Es, absolutamente necesario, que se comprometa con el objetivo de formar una ciudadanía democrática asentada en los derechos humanos, el desarrollo de la educación para todos y el sostenimiento de la cultura y la identidad.

- Para ello la televisión tiene que sostener y apoyar la educación, ampliando el conocimiento y contribuyendo al desarrollo del individuo y de la colectividad, proporcionando el contexto adecuado al sostenimiento de los valores educativos.



Televisión Educativa y del Descubrimiento, 1999/2000

... para la educación y la cultura

- La televisión tiene que cumplir la función de difusión y estímulo de la creación y del conocimiento científico. Haciendo accesible a todos el conocimiento de los avances científicos y promoviendo una toma de conciencia atenta y crítica ante el progreso tecnológico.

- La televisión tiene que ser un instrumento al servicio de la formación a lo largo de la vida. Debe proporcionar servicios a la enseñanza y a la formación adaptándose a las exigencias de su contexto y sus públicos, procurando facilitar la integración de las personas al mundo del trabajo y a la vida social, y promoviendo la continua actualización de conocimientos.

- Tiene que estar al servicio del arte, de su conocimiento y difusión. Tiene que estimular la creatividad y la imaginación en sus más variados dominios, colaborando para ello con las personas, colectivos, organizaciones e instituciones del mundo artístico y cultural.

- La televisión tiene que estar al servicio de una ciudadanía democrática. Tiene que realizar la pedagogía de la participación y del ejercicio de los derechos humanos. Tiene que albergar y promover la participación política plural y la vida cívica activa.

- La televisión tiene que promover la riqueza de la diversidad cultural, y de creencias, a través de sus diferentes expresiones: modos de vida, costumbres, lenguajes, patrimonio cultural, etc. Lejos de convertirse en vehículo de la homogeneización y del mimetismo, tiene que sostener las identidades culturales en el marco del diálogo y del respeto a los derechos de las personas.

- La televisión tiene que estar al servicio del encuentro y del descubrimiento entre los pueblos, las personas y las culturas. Para ello tiene que estimular la relación pacífica entre los pueblos, las naciones y los estados, promoviendo la paz y la cohesión social, buscando equilibrar las desigualdades y disminuir las hostilidades.

- Como consecuencia de todo ello, la televisión tiene un compromiso con la calidad y con la credibilidad. Compromiso con la calidad de los valores que promueve, con la calidad de los productos que difunde, y con la credibilidad y confianza que debe mantener con su público; calidad y credibilidad que sólo pueden asegurarse mediante la autonomía, la veracidad y la honestidad.



TAREAS

Para consolidar estos principios y sostener estos valores, tiene que iniciarse una dinámica positiva de estímulo y desarrollo de la televisión educativo-cultural en el que personas, colectivos e instituciones jueguen nuevos papeles y aseguren nuevas funciones:

- Los parlamentos y poderes legislativos de los diferentes estados y regiones tienen que sentar las bases jurídicas del servicio educativo-cultural de la televisión de acceso universal, asegurando su existencia y desarrollo, promoviendo su autonomía y su conexión con los intereses ciudadanos, y garantizando su estabilidad. Del mismo modo, deben facilitar condiciones favorables para el desarrollo de iniciativas privadas en la producción y difusión de programas educativos.

- Los gobiernos e instituciones gubernamentales tienen que financiar o subvencionar el servicio público de televisión para la educación y la cultura. Para ello deben

dedicar los suficientes recursos económicos, humanos y tecnológicos como para garantizar el acceso universal y la calidad del servicio. Del mismo modo, mediante incentivos fiscales, programas subvencionados y otros programas de impulso, deben promover la participación de la iniciativa privada en el terreno de la televisión educativo-cultural.

- La industria de la televisión y, especialmente los servicios públicos, deben asegurar una oferta de televisión educativo-cultural adecuada a las exigencias sociales. Esta oferta tiene que garantizar la presencia nítida y notoria en el conjunto de la oferta televisiva y un nivel de recursos proporcional a los dedicados al conjunto de la televisión y a la importancia social de la promoción educativa y cultural.

- Las instituciones educativas y las vinculadas al mundo de la formación deben tener asegurada su participación efectiva en la televisión educativo-cultural, al tiempo que contribuyen a su desarrollo. Para esto no es necesario únicamente dedicar recursos específicos, sino que es prioritario asentar –en el campo de la educación y la cultura– una mentalidad favorable al concurso de los medios audiovisuales en la actividad científica y artística, y en su difusión.

- Los organismos internacionales de cooperación educativa, cultural, científica y de desarrollo deben prestar especial atención al campo de la televisión educativo-cultural, apoyando su desarrollo y, dado su carácter específico, utilizándola como vehículo privilegiado de sus iniciativas y programas transnacionales.

- Del mismo modo, los poderes regionales y locales deben incentivar la televisión educativo-cultural como un instrumento idóneo para el sostenimiento del patrimonio cultural propio y el estímulo a la riqueza de la diversidad, haciendo compatible la multiculturalidad con la estabilidad de los valores locales. Para ello es esencial defender la producción propia de calidad.

- Las organizaciones no gubernamentales y entidades cívicas deben cooperar estrechamente con el sistema de televisión educativo-cultural, de modo que mediante aportaciones propias y sus exigencias, este tipo de televisión se convierta en ámbito de participación y pluralismo social.

- El sistema educativo y formativo –en toda su dimensión– debe promover la educación en medios y, especialmente, la educación en televisión como un instrumento práctico para el desarrollo de la autonomía del espectador que a la larga redundará en beneficio de la televisión educativo-cultural y de la calidad de la televisión en general.

- Desde la industria y el sistema científico se hace necesario cooperar con la televisión educativo-cultural para asegurar que los avances tecnológicos y los sistemas técnicos de creación, tratamiento y difusión de la información se pongan al servicio de la educación y la cultura y pueda aprovecharse así toda la potencialidad positiva de los nuevos medios.

- El sistema de televisión educativo-cultural, especialmente, los servicios públicos deben prestar especiales esfuerzos a la conservación, difusión y promoción del acceso al patrimonio cultural audiovisual y a su utilización flexible activa en los ámbitos de educación y formación, garantizando –mediante fórmulas flexibles– su utilización con fines educativos.

UN COMPROMISO COLECTIVO

El cumplimiento de estas tareas no podrá llevarse adelante sin una atención singular por parte de todos. Se trata de un compromiso con la educación y la cultura a través de la televisión. Un compromiso en el que, todos, personas, colectivos e instituciones debemos cooperar activamente: exigiendo a las autoridades y poderes públicos, a la industria, a las empresas privadas y otras entidades; potenciando la participación y la creatividad; buscando y experimentando nuevas fórmulas; promoviendo el intercambio y la cooperación internacional; estimulando la formación audiovisual al servicio de la educación y la cultura y la incorporación de jóvenes al sistema de la televisión educativo-cultural. Un compromiso amplio y plural que está destinado a promover la sostenibilidad ecológico-cultural de nuestro sistema televisivo tanto como el derecho a la educación y el desarrollo libre de las personas.

Asociación Internacional de Televisión Educativa y del Descubrimiento

¿Puede la comunicación ser solidaria?

En esta nueva era, marcada por la innovación tecnológica, una de las reflexiones prioritarias que, como ciudadanos, hemos de plantearnos es, el modelo de sociedad que los medios de comunicación están configurando e imponiendo. Cada vez es más evidente cómo los estilos de vida que los medios reflejan en cualquier parte del Planeta modifican radicalmente las formas de comportamiento, los hábitos cotidianos, las relaciones entre las personas, la actividad laboral, el tiempo de ocio... Ya nadie duda de estos efectos, pero escasamente se plantea la cuestión en positivo, esto es, en qué medida podemos influir como colectivos sociales para que los medios no sean simplemente productos mercantiles en manos de unos pocos «informadores» y puedan ser también canales de expansión democrática y vehículos para la transformación social. En concreto, podemos –y debemos– plantearnos hasta qué punto los medios pueden ser instrumentos para la educación solidaria, para fomentar, dentro de su perspectiva global, una conciencia universal de todos los seres humanos acerca de los valores que nos unen e identifican.

Nunca en la historia de la Humanidad, hombres y mujeres hemos tenido a nuestro alcance un instrumento de transformación social como el que nos ofrecen las tecnologías de la comunicación y la información, pero resta mucho aún para que se convierta en instrumento de consolidación de la solidaridad entre razas, niveles sociales, pueblos y culturas. Por ello, más que nunca, y con un sesgo utópico no disimulado, creemos que hemos de apostar por esta educación solidaria desde los medios de comunicación. A este empeño dedicamos nuestro monográfico de «Comunicar».





Derechos del telespectador

XII Parte

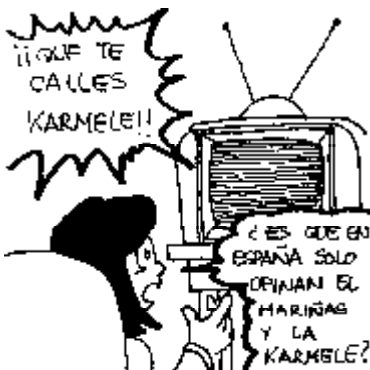
Pablo '2000 para COMUNICAR



49. Derecho a ver algo de cine entre los anuncios.



50. Derecho a entender los debates, en los que todos hablan al mismo tiempo.



51. Derecho a ver nuevas caras.



52. Derecho a recibir otras culturas diferentes a las series norteamericanas.