

Comunicar

Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, nº 19



Comunicación y
divulgación de la ciencia





© **COMUNICAR**

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA
DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

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

Andalucía, nº 19; año IX; época II
2º semestre, octubre de 2002

Revista científica de ámbito internacional, indizada en las base de datos iberoamericana «Latindex» y en «ISOC» del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España (CSIC).

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

www.grupo-comunicar.com

Correo electrónico: info@grupocomunicar.com
Apdo Correos 527. 21080 Huelva (España)
Tfno: (00 34) 959 24 83 80 Fax: (00 34) 959 24 83 80

- 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.
- COMUNICAR es una publicación plural, que se edita semestralmente los meses de marzo y octubre.
- Se permite la reproducción parcial para uso didáctico, siempre que se citen autores y fuente de procedencia.

© COMUNICAR es una marca patentada en la Oficina Española de Patentes y Marcas con título de concesión 1806709.

DISTRIBUYEN:

ESPAÑA:

- Centro Andaluz del Libro (Andalucía)
- Amares.com (Aragón e Internet)
- Distribuciones A-Z (Madrid y centro)
- Andrés García Distribuciones (Castilla y León)
- Abys & Books (Cataluña)
- Carrer de Llibres (Valencia y Murcia)
- Distribuciones Lemus (Canarias)
- Grialibros (Galicia)
- Ikuska Libros (País Vasco, Navarra y Cantabria)

EUROPA Y AMÉRICA:

- Centro La Crujía (Buenos Aires-Argentina)
- Pablo Ameneiros (Montevideo-Uruguay)
- Revislibros (San Cristóbal-Venezuela)
- Palmaria Librería (Santiago-Chile)

IMPRIEME:

Impre-Or. Huelva

Comunicar

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

ASESORÍA INTERNACIONAL: EUROPA Y AMÉRICA

- Dr. Guillermo Orozco, Universidad Guadalajara, Méjico
- Dr. Ismar de Oliveira, Universidad São Paulo, Brasil
- Dra. Tatiana Merlo, Universidad Cat. Buenos Aires, Argentina
- Dr. José Martínez de Toda, Pontificia Universidad, Roma, Italia
- Dr. Jacques Piette, Universidad Sherbrooke, Québec, Canadá
- Dra. Mar Fontcuberta, Pontificia Universidad Católica, Chile
- Dr. Manuel Pinto, Universidade do Minho, Braga, Portugal
- Vítor Reia, Universidad del Algarve, Faro, Portugal
- Ciro Novelli, Universidad del Cuyo, Mendoza, Argentina
- Gustavo Hernández, ININCO, Universidad Central, Venezuela
- Claudio Avendaño, Universidad Diego Portales, Chile
- Antonio Santos, Público en la Escuela, Oporto, Portugal
- Marta Orsini, Proyecto Educación y Comunicación, Bolivia
- Isabel Rosa, Asociación Educación/Medios, Setúbal, Portugal
- Sonia Ferradini, Programa Prensa-Escuela, Uruguay

UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

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

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
- José Antonio Gabelas, profesor de Secundaria, Zaragoza

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- José Domingo Aliaga, Primeras Noticias, Barcelona
- Salvador Ottobre, Televisión Educativa «Clase», Argentina
- Dr. Manuel Chaparro, EMAR/TV, Málaga
- Dr. Ramón Reig, Revista científica «Ámbitos», Sevilla
- Dr. Javier Ronda, Canal Sur Radio, Sevilla

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

19

DIRECCIÓN

Dr. José Ignacio Aguaded Gómez

SUBDIRECCIÓN

Enrique Martínez-Salanova Sánchez
Dra. María Amor Pérez Rodríguez

COORDINACIÓN DEL NÚMERO

Dra. Carolina Moreno, Universidad de Málaga

CONSEJO EDITORIAL

Ilda Peralta Ferreyra (Almería)
Dr. Víctor Amar Rodríguez (Cádiz)
Pacurri Martínez Sánchez (Granada)
Dr. J. Manuel Méndez Garrido (Huelva)
Dr. Manuel Monescillo Palomo (Huelva)
Ana Reyes Cobos, Rafael Quintana Grazón (Jaén)
Dra. Carolina Moreno (Málaga)
Dr. Ángel Luis Vera Aranda (Sevilla)

CONSEJO DE REDACCIÓN

M^a Teresa Fernández Martínez; Francisco Casado Mestre; Montserrat Medina Moles; Dr. Tomás Pedrosa Herrera; Dr. Ramón Ignacio Correa García y Dra. M^a Dolores Guzmán Franco.

SECRETARÍA DEL CONSEJO DE REDACCIÓN

Paqui Rodríguez Vázquez

DISEÑO

- Portada y contraportada: Enrique Martínez-Salanova
- Autoedición: Anma'2001, Huelva

Política editorial

«COMUNICAR» es una revista científica de ámbito iberoamericano que pretende fomentar el intercambio de ideas, la reflexión y la investigación entre dos ámbitos que se consideran prioritarios para el desarrollo de los pueblos: la educación y la comunicación. Profesionales del periodismo y la docencia en todos sus niveles (Educación Infantil, Primaria, Secundaria, Universidad y Adultos) tienen en este medio una plataforma para fomentar la comunicación y la educación, como ejes neurálgicos de la democracia, la consolidación de la ciudadanía y el progreso intelectual y cultural. La Educación en Medios de Comunicación es, por tanto, el prisma central de «COMUNICAR».

• Serán publicados en «COMUNICAR» artículos y colaboraciones inéditos, escritos en español o portugués, enviados por los suscriptores, colaboradores y lectores de la revista que versen sobre proyectos, investigaciones, reflexiones, propuestas o experiencias en comunicación y educación, así como en la utilización didáctica, plural e innovadora de los medios de comunicación en la enseñanza, en sus diferentes vertientes y niveles.

Grupo editor

El Grupo Comunicar está formado por profesores y periodistas de Andalucía (España), que desde 1988 se dedican a la investigación, la edición de materiales didácticos y la formación de profesores, niños y jóvenes, padres y población en general en el uso crítico y plural de los medios de comunicación para el fomento de una sociedad más democrática, justa e igualitaria y por ende una ciudadanía más activa y responsable en sus interacciones con las diferentes tecnologías de la comunicación y la información. Con un carácter estatutariamente no lucrativo, el Grupo promociona entre sus planes de actuación la publicación de textos, murales, campañas... enfocados a la Educación en los Medios de Comunicación. «COMUNICAR», Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, es el buque insignia de este proyecto.

Normas de publicación

• **Estructura:** En cada colaboración, figurará en la primera página el título, autor/es (un máximo de dos), así como un resumen del artículo de 6 líneas, en español y su correspondiente traducción al inglés (abstract). Se incluirá además 6/8 descriptores (palabras clave) en español y en inglés del mismo (key words). Al final del texto se incluirán varios sumarios de 3/4 líneas (textos literales entresacados del artículo para resaltarlos en la maqueta final).

• **Extensión:** Los artículos tendrán una extensión de entre 6 y 9 hojas (A-4), incluyendo referencias bibliográficas (con un máximo de veinte), tablas, gráficos y fotografías. Estos últimos tendrán que ser necesariamente originales, con calidad gráfica para su reproducción.

• **Soporte:** Los trabajos se enviarán mediante e-mail o postalmente en doble soporte: copia en papel y disco informático para PC (Word o cualquier otro procesador de textos del entorno Windows).

• **Referencias:** Al final del artículo se recogerá –en caso de que se estime oportuno– la lista de referencias bibliográficas empleadas por orden alfabético, siguiendo los siguientes criterios:

- Libros: Apellidos e iniciales del autor en mayúsculas, año de edición entre paréntesis; título de la obra en cursiva. Lugar de edición, editorial.
- Revistas: Apellidos e iniciales del autor en mayúsculas, año de edición entre paréntesis; título del trabajo entrecorinado, nombre y número de la revista en cursiva; página primera y última del artículo dentro de la revista.

• **Publicación:** El Consejo de Redacción remitirá acuse de recibo de los trabajos recibidos. El material será evaluado mediante «referee» por al menos dos miembros del Consejo Científico Asesor que determinará su aceptación, o en su caso devolución a sus autores, en un período no superior a los tres meses. Los trabajos que no vayan a ser publicados, por no contar con informes favorables del Consejo Asesor o bien por estimarse ajenos a la línea editorial, serán devueltos a sus autores.

El Consejo de Redacción se reserva el derecho de publicar los trabajos en el número que se estime más oportuno, así como la facultad de introducir modificaciones conforme a estas normas.

• **Correspondencia:** Los autores recibirán un ejemplar de la revista donde se publique el trabajo presentado.

• **Envío:** Los trabajos se remitirán a «Comunicar», postalmente o vía Internet, especificando dirección, teléfono y correo electrónico de contacto.

COMUNICAR

E-mail: info@grupocomunicar.com

www.grupo-comunicar.com

Apdo. 527. 21080 Huelva (España)

Comunicar 19, 2002

Comunicación y divulgación de la ciencia

Communication and popularization of science

PRELIMINARES / PRELUDE

Sumario	5/6
Prolegómenos	7/9

José Ignacio Aguaded Gómez



TEMAS / SUBJECTS

• Presentación: Comunicar la ciencia	12/13
<i>Carolina Moreno</i>	
• El periodismo científico, reto de las sociedades del siglo XXI	15/18
<i>Manuel Calvo Hernando. Madrid</i>	
• Ciencia y tecnología en la formación de los futuros comunicadores	19/24
<i>Carolina Moreno y Josep Lluís Gómez. Málaga/Valencia</i>	
• La información científica y el debate político contemporáneo	25/28
<i>José Luis Luján. Islas Baleares</i>	
• Sherlock Holmes tenía razón	31/35
<i>Santiago Ramentol i Massana. Barcelona</i>	
• La revista Nature en las noticias de prensa	37/41
<i>Carlos Elías. Madrid</i>	
• La divulgación científica en la programación de las televisiones generalistas	43/48
<i>Juan Francisco Gutiérrez Lozano. Málaga</i>	
• Divulgar la investigación con revistas científicas: el caso de <i>Mètode</i>	49/53
<i>Martí Domínguez Romero. Valencia</i>	
• Geografía y viajes en el periodismo científico	55/59
<i>Mariano Belenguer Jané. Sevilla</i>	
• La construcción dialéctica del conocimiento y la divulgación científica	61/65
<i>Gerardo Pedrós Pérez. Córdoba</i>	
• La divulgación científica y ambiental en la televisión	67/70
<i>Santiago Aguaded Landero. Huelva</i>	
• La divulgación científica desde las instituciones públicas	71/76
<i>Tasio Camiñas Hernández. Málaga</i>	
• ¿Para qué son útiles los medios institucionales?	77/79
<i>Argelia Ferrer Escalona. Venezuela</i>	
• Prácticas de comunicación y salud. Los socios de la vida y la «cumbia»	81/85
<i>Cristina Baccin. Argentina</i>	

S U M A R I O

Comunicar 19, 2002

CALEIDOSCOPIO / KALEIDOSCOPE

EXPERIENCIAS / EXPERIENCES

- **Lecturas críticas de un mensaje cinematográfico** 92/96
Cecilia Silva. Japón
- **Medios de comunicación y bilingüismo** 97/101
Sonia Fernández Parratt. Santiago de Compostela
- **Coproducciones cinematográficas, lugares de alteridad y nuevas investigaciones** . 102/106
Gloria Moreno Pérez. Québec-Montreal (Canadá)

PROPUESTAS / PROPOSALS

- **Materiales multimedia para la orientación profesional** 107/113
Grupo de Investigación Didáctica. Sevilla
- **Aprendiendo habilidades con videojuegos** 114/119
Begoña Alfageme y Pedro Sánchez. Murcia
- **Diseño de escalas de actitudes para la formación docente en tecnologías** . 120/125
Fº Javier Hinojo y Francisco Fernández. Granada
- **El libro digital: nuevos formatos de lectura** 126/135
Purificación Toledo y José Manuel Sánchez. Sevilla

REFLEXIONES / REFLECTIONS

- **Los libros y la televisión tienen mucho que ver** 137/140
Marialcira Matute. Caracas (Venezuela)
- **Tecnologías de la comunicación en la formación docente** 141/146
Inés Comuzzi. Buenos Aires (Argentina)
- **Reacciones emocionales en el cine: el caso de la muerte** 147/151
Elena Conde y Luis Fernando de Iturrate. Tenerife
- **La mirada desconfiada: reflexiones en torno a la obra de Joan Fontcuberta** 152/155
Pilar Alfonso Escuder. Valencia
- **As doces heresias de «La dulce vita»** 156/161
Vitor Reia-Baptista. Faro (Portugal)

INVESTIGACIONES / RESEARCHES

- **Actitud de los jóvenes ante los medios de comunicación** 162/169
Ana Mª Fleitas y Raquel Silvia Zamponi. Argentina
- **La televisión y los adolescentes en tiempos de cambio** 170/178
Micahel Morgan y Tatiana Merlo. EEUU y Argentina
- **Software educativo y educación para la salud** 179/183
Manuela Álvarez y Mª Teresa Gómez del Castillo. Sevilla
- **La educación de adultos y el uso didáctico de la prensa** 184/191
Mª Carmen Ricoy Lorenzo. Ourense

BITÁCORA / BINNACLE

INFORMACIONES / NEWS	194/202
APUNTES / NOTES	204/205
PLATAFORMAS / COMMUNICATION PLATFORMS	206/212
RESEÑAS / BOOKS	213/230
RED DE REVISTAS IBEROAMERICANAS	232/233

Prolegómenos

«Educomunicación» en un mundo global

«Edu-communication» in a global world

José Ignacio Aguaded Gómez

Que estamos asistiendo a un universo cada vez más entrelazado entre todos los ciudadanos y ciudadanas de este Planeta es una evidencia más constatable. Las redes de comunicación, que se han ido construyendo en las últimas décadas, han ido generando un panorama nada comparable a ninguna de nuestras generaciones anteriores. La civilización que vivimos



muestra evidentes síntomas de un cambio estructural sin parangón y sin más parámetros de referencia que su propio desarrollo. La cultura global en la que estamos inmersos, en suma, es un nuevo experimento en el que el ser humano se convierte en sujeto y objeto al mismo tiempo. Ciertamente es que como protagonistas podríamos amoldar este nuevo «hábitat» a placer, pero la realidad es mucho más compleja y enrevesada, incluso de lo deseable, y no se deja «amoldar» por simples esquemas de laboratorio.

Este universo global, en el que participamos tanto activa como pasivamente, está lleno de retos, pero también de contradicciones que nos sitúan ante un preocupante panorama de novedosas relaciones en todos los ámbitos de la existencia: político, económico, cultural, social... que inciden poderosamente en los propios esquemas de conocimiento y, si cabe también, en las coordenadas espacio-temporales que se ven trastocadas con las nuevas maneras de intercomunicación.

Pero desgraciadamente, este nuevo universo global –como decíamos– no se ha concebido en el laboratorio, sino que es la culminación y confluencia de múltiples progresos en los dife-

rentes campos de la ciencia humana. No todas sus facetas respiran desarrollo humano y aunque, desde el marketing, se «venda» como símbolo de progreso y prosperidad, en muchas de sus incidencias, asistimos a preocupantes niveles de desigualdad, discriminación, aumento de la brecha norte/sur, consumismo indiscriminado, agotamiento de recursos naturales, pérdida de identidad cultural... Nos preocupa especialmente también la escasa capacidad de los ciudadanos y ciudadanas

Prolegómenos

de interpretar los constantes bombardeos que los nuevos medios de la cultural global generan. No hay duda que ésta «entra» en nuestros hogares y, en suma, en nuestra vida de trabajo y ocio, a través de la televisión, la prensa, el cine, Internet... esto es, los medios de comunicación son las puntas de este «iceberg» que constituyen nuestro hábitat cotidiano, pero... ¿hasta qué punto conocemos el funcionamiento de estos nuevos lenguajes?, ¿estamos capacitados para interpretar los permanentes mensajes de este bombardeo audiovisual que son, en definitiva, la principal fachada de este universo global?

Asistimos, en consecuencia, a la inexplicable paradoja de vivir en un mundo global para el que ni nos han preparado en generaciones anteriores, ni estamos preparándonos, en general, en la actualidad y mucho peor aún, ni siquiera preparamos a nuestros descendientes. Ni la escuela, ni la familia ni la sociedad civil han asumido de pleno que el «universo global» exige nuevas respuestas comunicativas para la que no somos competentes.

La Educación para la Comunicación se revela, entonces, como una de las claves esenciales para intentar acompasar el progreso comunicativo con el desarrollo humano. Sólo en la medida que el progreso tecnológico vaya acompañado con competencias mediáticas por parte de los ciudadanos, podremos afirmar que este mundo presenta síntomas evidentes de progreso. Porque si las personas asisten de forma pasiva a la vertiginosa irrupción de las nuevas tecnologías en su vida sin posibilidad de apropiarse crítica y creativamente de ellas, asistiremos más bien a una hipnosis colectiva, de encantamiento y magia.

Si somos capaces de poner en marcha mecanismos de educación para los nuevos retos de la comunicación, podremos hablar con propiedad de una sociedad donde los recursos tecnológicos se ponen al servicio del ser humano.

La «educación» conlleva, sin duda, una dimensión interpelante que pone cotas al desarrollo desmedido, pero además supone la adquisición de competencias mediáticas que permiten que los individuos no sean meros espectadores pasivos de este nuevo escenario social, implicándolos como protagonistas activos en su configuración y transformación y, por ende, dándoles las herramientas necesarias para poderlo comprender e interpretar. Ahora bien, si este nuevo ámbito de conocimiento es tan trascendente, ¿por qué no se ha puesto ya en marcha? Desde nuestro punto de vista, y siendo conscientes de la complejidad de las razones, creemos que una de las causas fundamentales que explican la escasa implantación de la Educación en los Medios de Comunicación es precisamente la falta de toma de conciencia de su importancia y trascendencia. Las personas, en general, piensan que «participan» de esta nueva sociedad y que a su vez tienen los códigos de interpretación necesarios para poder desenvolverse de forma autónoma. Asisten a los espectáculos mediáticos y descubren en ellos múltiples claves que luego trasladan más o menos de forma directa a sus estilos de vida. Si bien, no podemos afirmar que este supuesto no sea cierto, consideramos que el escaso nivel de competencia que tenemos de estos nuevos lenguajes provoca la captación de sus contenidos más superficiales y a veces de los sentidos intencionados que sus productores han querido generar. Para observar esto es suficiente pensar en los múltiples impactos publicitarios que recibimos y en las consecuencias directas que tienen en los actos de compra y consumo de la población, que permiten recuperar las altas inversiones publicitarias en cortos espacios de tiempo.

Sólo en la medida que se fomente la «educación», podremos comenzar a hablar de que la sociedad tecnológica a la que asistimos está construyendo un mundo más humano y justo, que sea capaz de rentabilizar las múltiples ventajas que generan los nuevos inventos y descubrimientos de la Humanidad, fomentando competencias para su interpretación, pero también fomentando cuestionamientos críticos que ponga cotas al desarrollismo sin control y fomente equilibrios entre los pueblos y la naturaleza.

Desde «Comunicar» queremos apostar decididamente por este nuevo ámbito de conocimiento. Durante las casi diez años de vida de esta publicación, hemos editado más de medio millar de trabajos en línea con el necesario empuje y desarrollo de una «educación» que nos haga más humanos y dueños de nuestro entorno y de nuestro futuro.



