

COMUNICA

Revista de medios de comunicación y educación.

Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».

Andalucía, Marzo, 1994. nº 2

Medios de comunicación y

áreas curriculares

Comunicar
en el aula



COMUNICA

Director

José Ignacio Aguaded Gómez. Huelva

Subdirector

Antonio Feria Moreno. Sevilla

Consejo de Redacción

José Viso Sánchez (Córdoba), Enrique Martínez (Almería), Juan Alberto Benavides (Granada), Sebastián Medina (Jaén), Margarita Moreno (Cádiz), M^a Amor Pérez, M^a Teresa Fernández, Manuel Monescillo, Juan Manuel Méndez, Yeni Aguaded y Josefa M^a Romero (Huelva)

Consejo Asesor

Universidad

Juan A. García Galindo. Universidad de Málaga •
Javier Ballesta. Universidad de Murcia •
Julio Cabero. Universidad de Sevilla •
Donaciano Bartolomé. Universidad Complutense •
María Luisa Sevillano. UNED. Madrid •
Pilar Rodríguez. Universidad de Extremadura •
José Nieves. Universidad de Huelva •
Joan Ferrés. Universidad de Barcelona •
Lisardo Doval. Universidad de Santiago. Galicia •
Bernardo de la Rosa. Universidad de Sevilla •

Prensa

Fabricio Caivano. Dtor. Cuadernos de Pedagogía •
Adrián Larrosa. Editor La Prensa en el Aula •
José D. Aliaga. Dtor. Primeras Noticias. Barcelona •
Luis M. Martínez. Exdtdor. P. Prensa Esc. MEC •
José Quintero. Diario 16 Andalucía •
Alfonso González. Periodista Huelva Información •
Fernando G. Lucini. Dtor. Alauda. Madrid •

Primaria y Secundaria

• Natalia Bernabeu. Dtra. P. Prensa-Escuela. MEC
• J. Miguel Margalef. Exdtdor. P. Prensa-Escuela. MEC
• Manuel Fandos. Asesor N. Tecnologías. Zaragoza
• Tomás Yerro. Catedrático de Bachillerato. Navarra
• Rafael Miralles. Coord. Programa Prensa. Valencia
• Luis Miravalles. Profesor y escritor. Valladolid
• Ramón Morcillo. Coord. CEP Condado. Huelva
• José Luis Corzo. Escritor. Madrid
• Vicente Pardo Alarcón. Profesor. Castellón
• Pedro Luengo. Asesor Prensa CEP. Zaragoza
• Leonardo Alanís. Consejería Educación. Sevilla
• Pedro Ángel Vicente Remesal. Inspección. León

Otros países

• Sergio Sarmiento. CLEMI. París. Francia
• Chantal Libouton. APEDAC/Actualquarto. Bélgica
• Roxana Morduchowicz. ADIRA. Argentina
• Teresa Fonseca. IIE. Lisboa. Portugal
• Antonio Santos. Público na Escola. Porto. Portugal

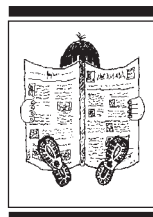
«COMUNICA». Revista de medios de comunicación y educación
Publicación de ámbito nacional e internacional

© GRUPO PEDAGÓGICO ANDALUZ «PRENSA Y EDUCACIÓN»
Apdo Correos 527. 21080 Huelva. España (Spain)

DL: H-189-93 / ISSN: 1133-3219

Diseño gráfico y fotografía: Anna

Impresión y Encuadernación: Imprenta Ortega. Huelva
Andalucía, n^o 2, 1^o Semestre, Marzo 1994



«COMUNICA» es una publicación plural y abierta que no comparte necesariamente las opiniones expresadas por sus colaboradores.
«COMUNICA» permite la reproducción parcial de este texto para uso didáctico, siempre y cuando se citen autores y fuente de procedencia.

COMUNICA

Sumario

Preliminares

Prólogo

Editorial

Temas: Medios de comunicación y áreas curriculares

Presentación

/ 14 Medios de comunicación en Educación Infantil y Primaria

Antonio Feria Moreno

/ 26 Educación Matemática desde la prensa escrita

José Muñoz Santoja

/ 33 Lenguaje y nuevos lenguajes

M^a Amor Pérez Rodríguez y J. Ignacio Aguaded Gómez

/ 43 Medios de comunicación en las Ciencias Naturales

Vicent Pardo Alarcón

/ 51 La prensa y el diseño curricular de Inglés

Teresa de Ory Arriaga

/ 60 Medios de comunicación en el aula de Filosofía

M^a Teresa Fernández Martínez

/ 67 Medios de comunicación en los currícula de Ciencias Sociales

Juan Antonio García Galindo

/ 71 Orientación y acción tutorial con los medios

Juan Manuel Méndez Garrido y Manuel Monescillo Palomo

Colaboraciones

Experiencias

/ 78 Reporteros a través del tiempo

Julio Jiménez Sánchez

Sumario

/ 85 *Cómo iniciar un Suplemento de Educación en un diario*

Juan Agustín Morón Marchena

Propuestas

/ 90 *El vídeo y su papel didáctico en Educación Primaria*

Manuel Fandos Igado

/ 95 *Creatividad y medios de comunicación*

Donaciano Bartolomé Crespo

/ 98 *Los medios en la cultura y sociedad actual*

Enrique Martínez Sánchez

Reflexiones

/ 103 *La escuela ante los medios de comunicación*

António Santos

/ 106 *La prensa, un enfoque alternativo en la enseñanza de la Lengua*

Juan Jurado Martínez

Investigaciones

/ 110 *La influencia de la televisión en el niño*

Juan Teruel Salmerón

Plataformas

/ 115 *Medios de comunicación en educación*

/ 118 *Programa Prensa-Escuela de Andalucía*

/ 119 *Programa Prensa-Escuela del MEC*

Miscelánea

Informaciones/122

Fichas didácticas/125

Antonio Pascual Acosta

Ante todo, quiero saludar con entusiasmo la aparición reciente de esta revista «Comunica» que alienta el Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».

Resulta más bien superfluo, por obvio, señalar cómo la realidad que vivimos los hombres y mujeres de este final de siglo está dominada por los medios de comunicación social. Hasta tal punto es así que cabe hablar de «realidad mediática» para referirnos a lo que antaño se denominaba lo real, a secas.

En este sentido, solemos decir -con un deje de ironía pero convencidos de enunciar una verdad- que aquello que no aparece en el periódico o en la televisión, no existe. Éste parece ser el poder de los medios hoy en día.

Pero, asistimos últimamente a una polémica sobre la calidad del producto que ofrecen los medios, especialmente centrada sobre la programación de Televisión y el contenido de cierto tipo de revistas. Los detractores aducen que son los medios los que degradan la calidad de las emisiones o reportajes, transmitiendo mensajes alienantes, incitando a la curiosidad morbosa y despertando las más bajas inclinaciones de la audiencia.

Algunos periodistas o comunicadores que se sienten aludidos en esas críticas, apoyados por otros profesionales y estudiosos cercanos a los temas relacionados con la comunicación, se defienden con un doble argumento combinado, apelando, por una parte, a la libertad del público frente a los medios: ya que cualquiera puede elegir o desechar según le convenga o le plazca, dada la pluralidad existente de aquéllos.

Por otra parte, alegan que, como profesionales, no hacen más que satisfacer y servir a las demandas de la audiencia, incluso aunque personalmente puedan estar en total desacuerdo con los gustos de los consumidores. En rigor, no es posible adoptar una postura maniquea en este asunto: ni los comunicadores son los únicos y últimos responsables de la mediocridad y, en ocasiones, absoluta y vulgar chabacanería de algunos productos ofrecidos por ciertos medios; ni el público, la audiencia, recibe semejantes chapuzas -estética, intelectual y moralmente hablando- porque así lo reclama y desea con vehemencia.

Habría que hablar, más bien, del sistema de valores que rige en ciertos ámbitos y círculos sociales y económicos, cuyo máximo imperativo parece consistir en convertir en mercancía todo cuanto existe, y hacerlo del modo más rentable. De ahí, la competencia furiosa y la obsesión por «vender» -antes que los demás y al mayor número de personas posible- programas, información, cualquier cosa, con tal de mantener y ganar audiencia. Por lo mismo, algunos medios de comunicación se ven tentados a plegarse al modelo de funcionamiento que predica determinada concepción del mercado, según

P r ó

Consejero de Educación de la Junta de Andalucía

la cual el proceso de producción corre parejo con la creación y suscitación de necesidades (poder de la publicidad) para asegurar así la venta. Es cierto que, a pesar de todo, se puede hablar de libertad, pero ésta será tan sólo un concepto meramente formal y vacío, si el individuo que quiera hacer uso de esa libertad carece de los mínimos conocimientos sobre su entorno, sobre los medios de comunicación en sí, sobre el funcionamiento y el sistema de valores de la sociedad en la que vive. Sin capacidad crítica, sin independencia de criterio, no es posible adoptar decisiones verdaderamente libres y rara vez se escapa a la presión ambiental que absorbe y arrastra a la facilidad narcotizante de los subproductos de la cultura de masas.

Victoria Camps sostiene que «las masas, esas aglomeraciones informes que trajo consigo la industrialización (...) son hoy audiencia. Telespectadores, radioyentes y eventuales compradores de prensa variada. Por definición, la audiencia no es rebelde: es sumisa y dócil».

Si, en definitiva, lo que ocurre en el terreno de la comunicación es que se junta el hambre de la difícilmente evitable asimilación de muchos medios a los modos y maneras del sistema mercantil más puro y duro y las ganas de comer de una audiencia que actúa como masa, maleable y dispuesta a dejarse llevar sin demasiada resistencia, entonces sólo cabe un camino practicable -al menos así me lo parece- y éste es: la Educación.

Formar «con» y «en» el conocimiento de los medios de comunicación social; educar a los futuros, y presentes, usuarios y receptores de esos medios; formar a los futuros profesionales de la comunicación; mejorar la relación entre los medios y la Escuela...

Sólo de esta manera, podremos superar ese dilema del que hablábamos al comienzo, recuperando de modo positivo a los dos extremos del problema e integrándolos en una dimensión superior: tanto los profesionales de la comunicación y los responsables de los medios, como los receptores o audiencia, actuarán ateniéndose a principios comunes sin por ello perder, naturalmente, su autonomía e independencia intelectual e individual. Principios que les proporciona la formación, el estudio y el conocimiento del gran tema de la Comunicación.

Y ésta es, a grandes rasgos, la tarea que ejemplarmente lleva a cabo, desde hace ya tiempo, el Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación» y la orientación que, lógicamente, ha de tener esta revista que con tan buen pie comienza y tan fuerte ritmo de marcha nos anuncia y promete. A todos los participantes en esta nueva aventura llamada «Comunica», les deseo toda la suerte del mundo.

o

g

O

Comunicar en el aula, ¿medios en el currículum?

Hoy nadie duda que la sociedad del siglo XX no puede explicarse sin los medios de comunicación. Todo ciudadano de esta centuria, especialmente de las últimas generaciones, ha vivido con tanta intensidad la influencia de la prensa, la radio, la televisión y otros medios de comunicación e información audiovisuales, que su vida difícilmente sería explicable sin estos artilugios que han revolucionado el trabajo, el ocio, la cultura, la ciencia, la familia y prácticamente todos los ámbitos de nuestra vida personal y nuestra convivencia social.

Sin embargo, paradójicamente, una de las instituciones que hasta ahora ha prestado menos «entusiasmo» ante los medios, ha sido precisamente la que quizás más provecho podía haber sacado de ellos: la educación.

Es sorprendente comprobar cómo aún una gran parte del profesorado sigue enseñando en sus aulas sin hacer uso de los medios audiovisuales y de comunicación social. Es como si la «revolución icónica y tecnológica» se quedara en los umbrales de la escuela. Pero, sin embargo, lo más llamativo de todo, es que no se hace uso de los medios no porque no se crean interesantes o educativos -que sí lo consideran la mayoría de los docentes- sino por causas no siempre explicables: la administración educativa no dota a los centros de las nuevas tecnologías, son insuficientes los medios, no se conocen los usos de los aparatos, no se sabe qué hacer con ellos, «retrasan los contenidos que se van a impartir»...

Curiosamente, es éste uno de los nuevos



ámbitos educativos que todos coincidimos en la necesidad de e implementarlo

estructuralmente en el aula, pero nos resta a casi todos la «aventura» de la praxis. Los medios influyen sobremanera en nuestros alumnos y alumnas y todos vemos en ellos una fuente inagotable de información, motivación, placer, entretenimiento... y manipulación.

Desde la década de los sesenta y especialmente a partir de 1973, la Unesco reivindica la necesidad de una «Educación en el ámbito de la Comunicación» como faceta trascendental de la enseñanza de nuestros días. Por ello es ya hora de que los profesores y profesoras, padres y madres, la administración educativa y la sociedad en general tomen partido claro ante un uso plural e innovador de los medios en las aulas, no como fin en sí mismos o para aumentar el hasta ahora uso indiscriminado, inconsciente y manipulante de los mismos, sino para ofrecer a los niños y niñas de hoy, chicos y chicas protagonistas del XXI, resortes para su lectura crítica, para su análisis positivo, para su recreación lúdica, para cultivar y profundizar sus dotes creativas... en definitiva para encauzar su propio desarrollo como personas, utilizando también los nuevos lenguajes que las tecnologías de la información y la comunicación están poniendo en nuestras manos.

«Comunica» quiere participar modestamente en esta apasionante aventura del uso plural e innovador de

los medios en las aulas. En nuestro primer número analizábamos en la sección

monográfica «Temas» la integración de los medios en todos los niveles educativos, desde Infantil y Primaria, hasta Secundaria, Adultos y Universidad. En este segundo número, el análisis lo enfocamos desde las distintas áreas curriculares, partiendo de una propuesta globalizada en Infantil y Primaria e interdisciplinar para Educación Secundaria, Bachillerato y Adultos. Una propuesta tan general no puede tener una finalidad más que genérica e introductoria para cada uno de los ámbitos analizados, que serán en un futuro reflexionados específicamente dentro de este proyecto compartido que es «Comunica».

En el resto de las secciones ofrecemos experiencias, propuestas, reflexiones, investigaciones, plataformas, así como reseñas, informaciones y fichas elaboradas por profesoras y profesores que trabajan «a pie de aula».

Deseamos y esperamos que este nuevo número sintonice con ese importante movimiento de docentes de toda España que sienten la imperiosa necesidad de acercar las aulas a la realidad de la calle, a la actualidad, que irreversiblemente pasa por los medios de comunicación audio-gráfico-visuales.