

Comunicar



Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación; n° 20

**Orientación y medios de
comunicación**



© **COMUNICAR**

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA
DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

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

Andalucía, nº 20; año X; época II
1º semestre, marzo de 2003

Revista científica de ámbito internacional, indizada en las bases de datos:

- «ISOC» del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España (CSIC).
- «Latindex» (publicaciones científicas seriadas de América Latina, El Caribe, España y Portugal).
 - Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura.
 - Boletín de Revistas del Ayuntamiento de Madrid.

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)
- Distribuciones Lemus (Canarias)
- Grialibros (Galicia)
- Ikuska Libros (País Vasco, Navarra y Cantabria)

EUROPA Y AMÉRICA:

- Centro La Crujía (Buenos Aires-Argentina)
- Pablo Ameneiros Editor (Montevideo-Uruguay)
- Presa-Peyran Ediciones (Caracas-Venezuela)
- Publicencias Distribuciones (Bogotá-Colombia)
- Palmaria Libros (Santiago-Chile)

IMPRIME:

Impre-Or. Huelva

Comunicar[©]

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

ASESORÍA INTERNACIONAL: EUROPA Y AMÉRICA

- Dr. Jacques Gonnet, CLEMI, París, Francia
- 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
- Alejandro Jaramillo, Universidad Nacional de Bogotá, Colombia

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 Cebrián 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. Daniel E. Jones, Universidad Ramón Llull, Barcelona

EDUCACIÓN PRIMARIA Y SECUNDARIA

- Vicent Campos, Quaderns Digitals, Valencia
- Rafael Miralles, profesor y periodista, Valencia
- Manuel Fandos, profesor y pedagogo, Zaragoza
- 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, EMA/RTV, Málaga
- Dr. Ramón Reig, Revista científica «Ámbitos», Sevilla
- Dr. Javier Ronda, Canal Sur Radio, Sevilla

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

20

DIRECCIÓN

Dr. José Ignacio Aguaded Gómez

SUBDIRECCIÓN

Enrique Martínez-Salanova Sánchez
Dra. María Amor Pérez Rodríguez

COORDINACIÓN DEL NÚMERO

Dr. Manuel Monescillo y Dr. Juan Manuel Méndez
Universidad de Huelva

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 y Rafael Quintana Garzón (Jaén)
Dr. Ángel Luis Vera Aranda (Sevilla)

CONSEJO DE REDACCIÓN

M^a Teresa Fernández Martínez
Francisco Casado Mestre
Montserrat Medina Moles
Dr. Tomás Pedroso Herrera

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 entrecuadrado, 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)

Orientación y medios de comunicación

Guidance and mass-media

PRELIMINARES / PRELUDE

Sumario	5/6
Prolegómenos	7/8

José Ignacio Aguaded Gómez



TEMAS / SUBJECTS

• Presentación: Comunicar la ciencia	12/13
<i>Manuel Monescillo y Juan Manuel Méndez</i>	
• Orientación y medios de comunicación	15/20
<i>Rafael Bisquerra y Gemma Filella. Barcelona / Lleida</i>	
• Orientar para educar en el consumo de los mensajes mediáticos	21/30
<i>Manuel Monescillo y Juan Manuel Méndez</i>	
• Internet y aprendizaje en la sociedad del conocimiento	31/35
<i>Pilar Colás Bravo. Sevilla</i>	
• Propuestas de «e-orientación» para una educación intercultural	37/43
<i>Tomás J. Campoy y Antonio Pantoja. Jaén</i>	
• El valor del cine para aprender y enseñar	45/52
<i>Enrique Martínez-Salanova Sánchez. Almería</i>	
• Estrategias de investigación educativa en un mundo globalizado	53/62
<i>Ramón Ignacio Correa García. Huelva</i>	
• Educación emocional y medios de comunicación	63/67
<i>Rafael Bisquerra y Gemma Filella. Barcelona / Lleida</i>	
• Medios de comunicación y educación intercultural en la Educación Secundaria ...	69/77
<i>Encarna Soriano y Manuel José López. Almería</i>	
• Orientación académica con alumnos de Bachillerato a través de Internet	79/82
<i>M^a de la O Toscano Cruz. Huelva</i>	
• Programa interactivo de orientación universitaria a través de Internet	83/87
<i>Honorio Salmerón Pérez. Granada</i>	
• Tecnologías al servicio de la orientación y de apoyo al aprendizaje	89/95
<i>Javier Rodríguez y Andrés Valverde. Sevilla</i>	
• Orientación para el desarrollo de la carrera en Internet	97/109
<i>Beatriz Malik y Marifé Sánchez. Madrid</i>	
• Orientación educativa en Internet: direcciones útiles	111/117
<i>Tomás Pedroso Herrera. Huelva</i>	

S U M A R I O

Comunicar 20, 2003

CALEIDOSCOPIO / KALEIDOSCOPE

HISTORIAS GRÁFICAS / COMICS

- **Historia de la oratoria** 120/123
Enrique Martínez Salanova

PROPUESTAS / PROPOSALS

- **La revista escolar como estrategia de conocimiento del mundo periodístico** 124/129
Carlos Elías. Madrid
- **El cine subtulado y la comunidad sorda** 130/135
Víctor Amar. Cádiz
- **Publicidad gráfica en Argentina: modos de pensar la escuela pública** 136/141
Vivianza Minzi. Argentina

EXPERIENCIAS / EXPERIENCES

- **La publicidad: una experiencia en el aula** 142/146
Fº Javier Santacruz y Antonia Camacho. Sevilla
- **Educación y comunicación, una experiencia en la educación formal** 147/154
Marta Orsini. Cochabamba (Bolivia)
- **Educación audiovisual en educación infantil** 155/158
Manuel Granado Palma. Cádiz

REFLEXIONES / REFLECTIONS

- **Las TIC, nuevo espacio para el encuentro entre los pueblos iberoamericanos** 159/167
Julio Cabero Almenara. Sevilla
- **Reacciones emocionales en el cine: el caso de la muerte** 168/172
Elena Conde y Luis F. de Iturrate. Tenerife
- **El silencio: núcleo ético de la comunicación** 173/177
Javier Callejo. Madrid
- **La publicidad o de los nombres del diablo** 178/183
Jorge David Fernández. Sevilla
- **Las nuevas tecnologías en la enseñanza humanística** 184/187
Juan Santaella López. Granada
- **De lo que dicen las miradas** 188/194
Mª del Rocío Cruz y Díaz. Huelva
- **La educación en comunicación** 195/197
Aula-Media. Barcelona

BITÁCORA / BINNACLE

INFORMACIONES / NEWS	200/209
APUNTES / NOTES	212/213
PLATAFORMAS / COMMUNICATION PLATFORMS	215/220
RESEÑAS / BOOKS	221/242
RED DE REVISTAS IBEROAMERICANAS	244/245

Prolegómenos

Luces en el laberinto audiovisual

Lights in the audiovisual labyrinth

José Ignacio Aguaded Gómez

La metáfora del laberinto que ha sido tan utilizada en nuestra literatura adquiere, una vez más, una relevancia significativa para identificar la profunda maraña que nos envuelve en la era de lo audiovisual. Hemos adoptado una ingente cantidad de términos en los últimos años para tratar de definir el momento histórico en el que vivimos y en la mayoría de ellos surge de manera casi constante la referencia a la comunicación, entendida, fundamentalmente, como audiovisual. La sociedad de la información, la sociedad del conocimiento, la sociedad-red, tienen en común los procesos de comunicación que permiten la difusión y circulación de la información y la construcción del conocimiento, desde las claves de los medios audiovisuales y sus códigos.

La prensa, la radio, la televisión, el cine, la publicidad, Internet... construyen un complicado entramado de lenguajes que envuelven la expresión de nuestros días como cantos de sirena. Un navegante avezado quizás no se deje engañar por sus sugerentes sonidos, pero la mayoría sucumbe a la melodía y se pierde en el laberinto.

La aceleración del cambio tecnológico y la consecuente diversificación de procesos y productos ha construido un tejido social complejo, cuyo movimiento y flexibilidad ha traído como consecuencia la revolución de los paradigmas en las ciencias exactas y su consiguiente impacto en las ciencias sociales y, lógicamente, en la adquisición y difusión del conocimiento. El auge y la difusión de la informática, el despegue de la Red nos ha puesto en contacto con una multiplicidad de signos y lenguajes que pulverizan el modelo de racionalidad única, de manera que nuestro entorno pasa a ser interpretable desde múltiples perspectivas posibles. En consecuencia, el saber se ha despersonalizado por la multiplicación de la información que lo hace desde todo punto inabarcable, perdido en tupidas redes de comunicación. Así, hemos llegado al climax en la comunicación, por el efecto combinado de la informática y las telecomunicaciones, en el que Internet se erige como una «galaxia» donde las fronteras nacionales y las identidades regionales quedan disueltas.



El mundo y sus realidades circulan, se absorben, entrecruzan, pierden o salen por la galaxia, la tela de araña o el laberinto audiovisual. En cualquier caso, sus vericuetos subyugan y consiguen que las personas de este milenio muestren nuevos hábitos y valores sociales, intereses y formas diferentes de sentir e incluso de pensar, profundamente ahormados por un proceso de globalización que confunde y añade más obstáculos.

El laberinto se desborda y se muestra complicado en tanto que, pese al éxtasis comunicacional, nos encontramos ante la crisis de la comunicación, dado que en la sociedad marcada por la comunicación de masas, los indivi-

Prolegómenos

duos se tornan solitarios, incommunicativos y en el terreno de lo audiovisual se ha instaurado la superficialidad de la nueva cultura de la imagen, a menudo dirigida por determinados flujos de poder. Los medios audiovisuales son los factores clave de transmisión y reproducción de los «no valores», de la indefinición de la persona en el conjunto de la sociedad de masas. La sociedad audiovisual pugna por la imagen y la apariencia, de tal manera que la mayoría de los bienes de consumo, más allá de su utilidad y de su función práctica, contribuyen a crear sentido en el entorno, a marcar la realidad, sirviendo para significar a su poseedor o usuario, para identificarlo y estratificarlo en clases y categorías. En el escenario audiovisual lo «obvio» esconde lo «obtusos».

Ante esta realidad surge la necesidad de, al menos, tomar conciencia de las coordenadas que rigen socialmente nuestros esquemas de vida, asumiendo que ellas mismas son descendientes de una cultura y consecuencia de una nueva época, haciendo posible la reflexión y el pensamiento del que siempre ha hecho gala la intelectualidad y que ha permitido el progreso de los pueblos. Las luces en el laberinto audiovisual, nuestro hilo de Ariadna, nos conducen inexcusablemente a la necesaria alfabetización puesto que la gran mayoría de los intercambios con el entorno aparecen ahora mediados por alguna tecnología, por lo que las respuestas dependen más de los esquemas simbólicos y la percepción visual.

Las luces que nos permitirán salir del laberinto han de surgir de los medios de comunicación, de las instituciones educativas y de la cultura. Esta madeja dibuja un camino de propuestas interdisciplinarias para afrontar con éxito el reto de la comunicación en nuestros días. En este sentido, el Grupo Comunicar organiza el Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación «Luces en el laberinto audiovisual», en octubre de 2003, con el propósito de abrir nuevos caminos y perspectivas que conduzcan al aprovechamiento de las posibilidades comunicativas de nuestros días en beneficio de una sociedad más equilibrada y más humana.

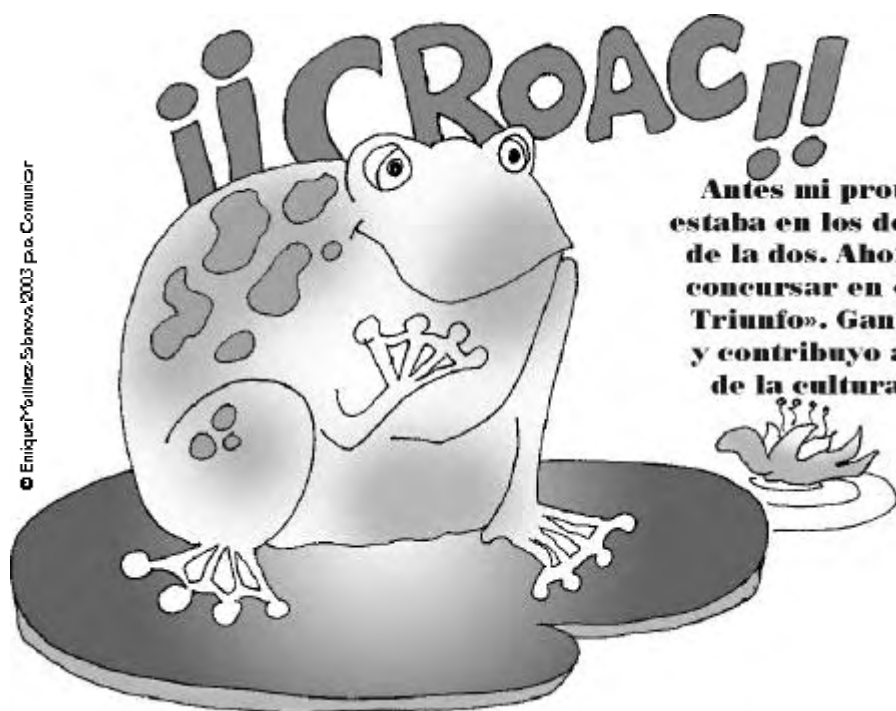
El Congreso facilitará foros para el debate y la exposición de ideas y experiencias en torno a la Comunicación y la Educación, desde la óptica de reconocidos investigadores de todo el mundo y profesionales de los medios y de la educación que pueden aportar visiones más específicas y concretas.

Desde estas páginas te invitamos tanto a cruzar el laberinto como a aportar luces para su superación, puesto que si es atractivo y sugerente la inmersión en sus vericuetos, aún más parece que lo sea lograr que lo audiovisual, la maraña comunicativa, nos conduzca a una cultura más rica, plural, equilibrada y crítica.





Dedicado a Goya y a sus pinturas contra la guerra y la violencia



© Enique y M. Illes. S.brova. 2003 p.a. Comunicar

Antes mi protagonismo estaba en los documentales de la dos. Ahora prefiero concursar en «Operación Triunfo». Gano prestigio y contribuyo al aumento de la cultura del país.