

Comunicar

Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación, n° 24

Educación en Comunicación

Hacia un currículum iberoamericano



© COMUNICAR

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA
DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

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

Andalucía, nº 24; año XIII; época II
1º semestre, marzo de 2005

REVISTA CIENTÍFICA DE ÁMBITO INTERNACIONAL, INDIZADA EN LAS BASES DE DATOS:

- LATINDEX. Catálogo Selectivo (Publicaciones Científicas Seriadadas de América, España y Portugal) (www.latindex.unam.mx)
 - ISOC. del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España (CSIC) (www.cindoc.csic.es)
 - Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura (www.felafacs.org/redrevistas.asp)
- REDALYC. Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe de Ciencias Sociales (<http://redalyc.uaemex.mx>)
 - IRESIE. Índice de Revistas de Educación Superior e Investigación Educativa (www.unam.mx/cesu/iresie)
- OEI. Centro de Recursos Documentales e Informáticos de la Organización de Estados Iberoamericanos (www.oei.es/credi.htm)
- CEDAL. Centro de Documentación para América Latina del Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE) de México (<http://investigacion.ilce.mx/dice/cedal/cedal.htm>)
 - UCUA. Índice de Revistas Científicas de la Unidad para la Calidad de las Universidades Andaluzas (www.ucua.es)
- REDINET. Base de Datos de Información Educativa del Ministerio de Educación de España (www.mec.es/redinet2.html)
 - TECNOCiencias. Portal de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (<http://tecnociencia.es>)
 - Portal de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (www.portalcomunicacion.com)
 - Portal Iberoamericano de la Comunicación (www.infoamerica.com)
 - Portal Digital Educativo «Quaderns Digitals» (www.quadernsdigitals.net)
 - DOCE. Documentos en Educación (www.eurosur.org/DOCE)
 - Boletín de Revistas del Ayuntamiento de Madrid

EDITA:
GRUPO COMUNICAR
Colectivo Andaluz para la
Educación en Medios de Comunicación

www.grupocomunicar.com
Correos electrónicos:
Administración: info@grupocomunicar.com
Redacción: director@grupocomunicar.com
Apdo Correos 527. 21080 Huelva (España)
Tfno: (00 34) 959 24 83 80 Fax: (00 34) 959 24 83 80

• COMUNICAR es miembro de la Asociación de Editores de Andalucía (AEA).

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

• La Revista 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.

DISTRIBUYEN:

ESPAÑA:

- Centro Andaluz del Libro (Andalucía)
- A-Z Dislibros (Madrid y centro)
- Abys & Books (Cataluña)
- Distribuciones Lemus (Canarias)
- Grialibros (Galicia)
- Lyra Distribuciones (Valencia y Murcia)
- Amare.com (Aragón e Internet)
- Master D (Internet)
- Asturlibros Distribuciones (Asturias)
- Ikuska Libros (País Vasco, Navarra y Cantabria)

EUROPA Y AMÉRICA:

- Centro La Crujía (Buenos Aires-Argentina)
- Pablo Ameneiros Distribuciones (Montevideo-Uruguay)
- Presa-Peyran Ediciones (Caracas-Venezuela)
- Publiciencias Distribuciones (Pasto-Colombia)
- Palmaria Libros (Santiago-Chile)
- Minerva Distribuciones (Coimbra-Portugal)

IMPRIME:

Gam Artes Gráficas (Huelva)

Comunicar[©]

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

ASESORÍA INTERNACIONAL: EUROPA Y AMÉRICA

- Dr. Jacques Gonnet, CLEMI, París, Francia
- Dra. Mar Fontcuberta, Pontificia Universidad Católica, Chile
- Dr. Guillermo Orozco, Universidad de Guadalajara, México
- Dr. Ismar de Oliveira, Universidade de São Paulo, Brasil
- Dr. José Martínez de Toda, Pontificia Universidad, Roma, Italia
- Dr. Jacques Piette, Université de Sherbrooke, Québec, Canadá
- Dr. Manuel Pinto, Universidade do Minho, Braga, Portugal
- Dr. Vítor Reia, Universidade do Algarve, Faro, Portugal
- Dra. Tatiana Merlo, Universidad Cat. Buenos Aires, Argentina
- Dra. Tania Esperon, Universidade Federal de Pelotas, Brasil
- Javier Arévalo, director de MAVs del Gobierno de México
- Ciro Novelli, Universidad del Cuyo, Mendoza, Argentina
- Gustavo Hernández, ININCO, Universidad Central, Venezuela
- Michel Clarembaux, Centre Audiovisuel de Liège (Bélgica)
- Claudio Avendaño, Universidad Diego Portales, Chile
- Antonio Santos, Público na Escola, Oporto, Portugal
- Marta Orsini, Proyecto Educación y Comunicación, Bolivia
- Isabel Rosa, Asociación Educación/Medios, Setúbal, Portugal
- Alejandro Jaramillo, Universidad Nacional de Bogotá, Colombia
- Pablo Ramos, RED UNIAL, Festival Latinoamericano Cine, Cuba
- Virginia Funes, Universidad Nacional de Lanús, Argentina
- Silvia Contín, Instituto Superior Formación de Chubut, Argentina
- Armanda Pinto, Universidade de Coimbra, Portugal
- Cristina Baccin, Universidad Nacional P. Buenos Aires, Argentina

UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

- Dr. J. Manuel Pérez Tómero, Universidad Autónoma, Barcelona
- Dr. Julio Cabero Almenara, Universidad de Sevilla
- Dr. Agustín García Matilla, Universidad Complutense, Madrid
- Dr. Joan Ferrés i Prats, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
- Dr. Manuel Cebrián de la Serna, 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. Ramón Pérez Pérez, Universidad de Oviedo
- Dr. Javier Tejedor Tejedor, Universidad de Salamanca
- 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. Daniel E. Jones, Universitat Ramon Llull, Barcelona
- Dr. Juan Antonio García Galindo, Universidad de Málaga

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- José Domingo Aliaga, Primeras Noticias, Barcelona
- Vicent Campos, Portal «Quaderns Digitals», Valencia
- Rafael Miralles, periodista de «Alioli», Valencia
- Dr. Ramón Reig, Revista científica «Ámbitos», Sevilla
- José Antonio Gabelas, «El Periódico del Estudiante», Zaragoza
- Manuel Fandos, Master D, Zaragoza
- Dr. Javier Ronda, Canal Sur Radio, Sevilla

24

DIRECCIÓN

Dr. José Ignacio Aguaded Gómez
(Universidad de Huelva)

SUBDIRECCIÓN

Enrique Martínez-Salanova (Grupo Comunicar, Almería)
Dra. M^a Amor Pérez Rodríguez (Universidad de Huelva)

COORDINACIÓN MONOGRÁFICO

Dra. Mar de Fontcuberta
Pontificia Universidad Católica de Santiago de Chile (Chile)

CONSEJO EDITORIAL

Ilda Peralta Ferreyra (Centro Adultos de Almería)
Dra. Verónica Marín (Universidad de Córdoba)
Dr. Francisco Martínez Sánchez (Universidad de Granada)
Dr. J. Manuel Méndez Garrido (Universidad de Huelva)
Dr. Manuel Monescillo Palomo (Universidad de Huelva)
Ana Reyes y Rafael Quintana (CEIP y RNE de Jaén)
Dr. Ángel L. Vera Aranda (IES «V Centenario» de Sevilla)

CONSEJO DE REDACCIÓN

M^a Teresa Fernández Martínez (IES Gibraleón de Huelva)
Francisco Casado Mestre (IES «La Marisma» de Huelva)
Dr. Tomás Pedroso Herrera (IES «P. Neruda» de Huelva)
Dr. Juan Bautista Romero Carmona (CEIP Bollullos)
Montserrat Medina Moles (IES «S. Sebastián» de Huelva)

GESTIÓN COMERCIAL

Paki Rodríguez Vázquez. Grupo Comunicar Ediciones

DISEÑO

- Portada: Enrique Martínez-Salanova
- Autoedición: Anma'04 (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 promueve 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 (en español e inglés), autor/es (un máximo de dos), centro de trabajo, ciudad y país, así como un resumen del trabajo de seis/ocho líneas, en español y su correspondiente traducción al inglés (abstract). Se incluirá además cinco/seis descriptores (palabras clave) en español y en inglés (key words). Al final del texto se insertarán varios sumarios de cuatro/cinco líneas cada uno (textos literales entresacados del artículo para resaltarlos en la maqueta final).

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

• **Soporte:** Los trabajos se enviarán a través de correo electrónico, con el documento adjunto en procesador de texto. Sólo excepcionalmente se admitirán envíos por correo postal, que se remitirán en doble soporte: copia en papel y disco informático para PC o Mac.

• **Referencias:** Al final del artículo se recogerá 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 y capítulos de libros: 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 o capítulo referenciado.

• **Evaluación de originales y proceso de publicación:** El Consejo de Redacción remitirá acuse de recibo de los trabajos recibidos. El material será evaluado mediante «referee» por al menos dos miembros de los Consejos Científico Asesor y Editorial que determinarán 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 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 gratuitamente un ejemplar de la revista donde se publique el trabajo presentado.

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

COMUNICAR

E-mail: director@grupocomunicar.com

www.grupocomunicar.com

Apdo. 527. 21080 Huelva (España)

S U M A R I O

Comunicar 24, 2005

Educación en comunicación

Media Education

PRELIMINARES / PRELUDE

Sumario	5/6
Prolegómenos	7/8

José Ignacio Aguaded Gómez



TEMAS / SUBJECTS

• Presentación	10/12
<i>Mar de Fontcuberta</i>	
• Estado de la educación en medios en el currículum escolar en Iberoamérica	13/20
<i>Patricia Castillo y Luciana Gastaldi. Barcelona</i>	
• Hacia un nuevo concepto de educación en medios	21/24
<i>José Manuel Pérez Tornero. Barcelona</i>	
• Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual	25/34
<i>José Ignacio Aguaded Gómez. Huelva</i>	
• La educación en medios en Iberoamérica: la visión de los expertos	35/40
<i>Myrna Gálvez Johnson. Santiago (Chile)</i>	
• La asociación internacional en educación en medios: «Mentor»	41/45
<i>Mar de Fontcuberta. Santiago (Chile)</i>	
• «FoundMedia»: postgrados de calidad en educación en medios	47/51
<i>Mar de Fontcuberta. Santiago (Chile)</i>	
• Necesidad de políticas de educación en medios	53/58
<i>Javier Arévalo Zamudio. México D.F. (México)</i>	
• A televisão e a família: cruzamento de dois campos movediços	59/67
<i>Manuel Pinto. Oporto (Portugal)</i>	
• La formación de reporteros infantiles y juveniles en Chile	69/75
<i>Ana Rayén Condeza Dall'Orso. Santiago (Chile)</i>	
• Brecha e inclusión digital en Chile: los desafíos de una nueva alfabetización	77/84
<i>Fco. Javier Fernández Medina. Santiago (Chile)</i>	

CALEIDOSCOPIO / KALEIDOSCOPE

HISTORIAS GRÁFICAS / COMICS	86/89
<i>Enrique Martínez-Salanova Sánchez</i>	

EXPERIENCIAS / EXPERIENCES

• Aprender a ver TV: experiencia de enseñar un medio a través de otro medio	90/96
<i>Morella Alvarado Miquilena. Caracas (Venezuela)</i>	

S U M A R I O

Comunicar 24, 2005

CALEIDOSCOPIO / KALEIDOSCOPE

EXPERIENCIAS / EXPERIENCES

- Temas transversales: una experiencia de aula desde la edu-comunicación 99/104
Marta Orsini Puente. Cochabamba (Bolivia)

REFLEXIONES / REFLECTIONS

- Espectadores, los alumnos del siglo XXI 105/112
Virginia Funes. Buenos Aires (Argentina)
- De la educación cinematográfica a la educación para la comunicación en Cuba ... 113/119
Pablo Ramos Rivero. La Habana (Cuba)
- Vídeo argumental y educación en ciencias: una relación paradójica 121/128
Alejandro Jaramillo Hoyos. Bogotá (Colombia)
- La imagen de la infancia: aspectos iconográficos 129/132
María del Mar Ramírez Alvarado. Sevilla

INVESTIGACIONES / RESEARCHS

- Adolescentes e comunicação: espaços de aprendizagem e comunicação 133/141
Tania Maria Esperon Porto. Pelotas (Brasil)
- Interacción comunicativa con la tecnología informática 143/149
Diana Kiss y Eduardo Castro. Osorno (Chile)
- Valores políticos en los textos de historia para primaria en México 151/157
Gladys Ortiz Henderson. México D.F. (México)
- Os mídias e a formação continuada: fomentos de imaginários e representações 158/161
Lúcia Mari Vaz Peres. Pelotas (Brasil)

PROPUESTAS / PROPOSALS

- Hacia la gestión del conocimiento: producción de contenidos culturales/educativos . 163/170
Ciro Novelli y Cecilia Pincolini. Mendoza (Argentina)
- Enciclomedía: nuevas imágenes para el salón de clase 171/176
Guadalupe Hernández Luviano. México D.F. (México)
- ¿Qué significa actualmente estar alfabetizado? 177/182
Mónica Pérsico y Silvia Andrea Contín. Puerto Madryn (Argentina)
- El ensayo periodístico: una propuesta didáctica 183/187
Jenny Bustamante y Marisol García. Tachira (Venezuela)
- Claves para la comunicación: la intervención psicológica a través de Internet 188/191
Francisco José Ruiz Molina. Granada
- La educación en medios frente a sus retos actuales 192/194
IAMCR, Porto Alegre (Brasil)

BITÁCORA / BINNACLE

INFORMACIONES / NEWS	196/201
APUNTES / NOTES	202/203
PLATAFORMAS / COMMUNICATION PLATFORMS	204/208
RESEÑAS / BOOKS	210/228
RED DE REVISTAS IBEROAMERICANAS	232/233

Prolegómenos

La televisión que queremos... Hacia una TV de calidad

The television we want: towards a better TV

José Ignacio Aguaded Gómez

La televisión es un poderoso lenguaje de nuestros días. Así que, diríamos más bien que la televisión es un lenguaje cargado de futuro, difícilmente superado incluso por las potentes virtualidades de la red, aunque muchos piensen que ésta le restará a aquélla gran parte de su hegemonía. Quizás sólo sea otra magnífica forma de comunicarse y puedan coexistir ambas en una sociedad, hoy por hoy, compulsivamente ansiosa de informaciones múltiples.

Mientras tanto, y en cualquier caso la televisión sigue creando personajes, siendo el referente de nuestro mundo y de nuestras vivencias, ofreciendo el sustento de nuestras conversaciones y la fuente de nuestro lenguaje, estandarizando los modelos de comportamiento, las modas y los gustos, enseñando el mundo de unos pocos, escribiendo con la riqueza de sus imágenes y su brillante polisemia una historia de nuestro siglo en la que probablemente no esté todo, aunque las historias, ya lo sabemos, siempre son verdades a medias y espejos de una realidad.

Sin duda, la televisión ha sido el «invento del siglo», algunos lo han comparado con el de la imprenta. Cierto que no parece descabellado, ya que, ¿qué cosa es sino que una potente imprenta capaz de divulgar infinitos ejemplares de un mensaje con caracteres dinámicos y en toda la gama cromática? Sin embargo, tratar de comprender este instrumento de comunicación desde los parámetros de otros medios es una tarea poco rigurosa. La televisión tiene suficiente entidad y ello lo demuestra su imparable progreso.

Frente a este avance imparable, o quizás el progreso se haya debido a la incesante demanda, la televisión es un medio extraordinariamente presente en los hogares de todo el mundo. De tal forma es determinante su presencia, que la vida familiar ha dispuesto todo un rito de relación y dependencia de este electrodoméstico que dispone de un lugar preferente en las habitaciones; rige los encuentros y horas de reunión de la familia; establece los roles de autoridad mediante la toma de posesión del mando a distancia; modela los gustos; configura las opiniones y, en definitiva, se convierte en un miembro más, que como virtual matriarca o patriarca, acompaña a los ancianos, cuida a los niños, «conversa» por nosotros mientras comemos... Según las encuestas, la media de permanencia ante la televisión es de unos 211 minutos al día. Durante este tiempo, unos menos y otros bastante más, «ella» embelesa, hipnotiza, idiotiza y esporádicamente deja atisbos de consciencia ante el torrente de imágenes del mundo que proyecta.

Este medio de comunicación audiovisual tiene una portentosa capacidad para ofrecer a sus «espectadores» un lenguaje seductor que «cuenta» un mundo imaginario y virtual, con cada vez menos anclajes en el entorno cotidiano, que absorbe gran parte de nuestra vida, ofreciéndonos un universo de ficción, no exento mul-

Prolegómenos

titud de veces de contenidos ideológicos, tramas manipuladoras y modelos de vida subliminalmente presentados, que si para los adultos es difícilmente reconocible y asimilable mucho más puede resultar para las poblaciones infantiles y juveniles, para quienes diferenciar lo real de lo irreal, la vida cotidiana y la ficción, es complicado. Más si cabe cuando lo ficticio se adorna, engrandece y magnifica como ocurre en el espectáculo televisivo.

Su notable influencia en todos los sectores sociales permite que ese ritual al que antes aludíamos se cierre aún más, y entonces la televisión sustituya al juguete, al libro, a la madre, al padre, a los amigos, a la calle, a las palabras y a la imaginación, entre otras posibilidades de relación, creándose un universo de cuatro paredes transparentes que juega con la ilusión de poder verlo todo, pues además, se considera el medio que mejor proporciona información, «formación» y entretenimiento.

En los últimos meses la televisión acapara debates, discusiones y conversaciones en todos los niveles. Se han acometido proyectos, reformas y normativas que tratan de mediar en la polémica situación en que se encuentra este medio denostado fuertemente por los intelectuales y seguido obsesivamente por la inmensa mayoría de los ciudadanos de toda edad y condición. La caja tonta no parece serlo tanto, pese a que la llamamos telebasura, pese a que nos vende, pese a que nos confunde, pese a que a lo mejor ni nos entretiene, ni nos informa.

¿La televisión que tenemos es la que queremos?, ¿la televisión es un chicle para los ojos, un chicle?, ¿qué es una televisión de calidad? Algunas de estas cuestiones nos las planteamos a diario y estamos tratando de vehicular respuestas para superar los discursos crítico-moralistas, los apocalípticos y satanizadores y el elogio superficial. Creemos que sólo cabe el encuentro de posturas que, reconociendo las notables virtualidades de este medio para informar y entretener, potencien también la lectura crítica de la televisión y la «alfabetización» de los ciudadanos y ciudadanas, niños y niñas, en las necesarias claves para comprender y usar el medio. En esta línea queremos trabajar y «Comunicar» enciende una antorcha para ir desenmascarando las luces y las sombras, las rutinas que provocan que la televisión nos subyugue. En noviembre celebraremos un Congreso para trabajar sobre «la televisión que queremos».

Conocer la televisión, interpretarla, desmitificarla, producirla y desenmascararla deben ser objetivos que contemplen tanto las familias como las instituciones educativas, para favorecer unos telespectadores más críticos y activos. Educar desde el hogar y desde la escuela son las alternativas que pueden favorecer la formación crítica necesaria para que la televisión se convierta realmente en un poderoso medio de transformación social y de servicio a los ciudadanos, un «lenguaje cargado de futuro».