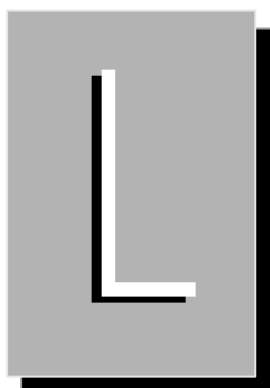


Prólogo



a influencia de los medios de comunicación en la cultura, en los estilos de vida, en los comportamientos y, sobre todo, en la formación de los valores de la población es evidente.

España es el tercer país europeo en tiempo de «consumo» de televisión por habitante. Cada niño o niña de Andalucía suele ver, aproximadamente, unas tres horas y media de televisión al día. A lo largo de un año, un ciudadano medio, recibe más de 14.000 impactos publicitarios por esta vía. El número de muertes, agresiones y escenas violentas que contempla un sujeto a lo largo de su vida supera el de cualquier guerra...

En los contenidos televisivos predominan valores tales como la competitividad, la agresividad a la hora de resolver los conflictos, el consumismo, la discriminación más o menos evidente de la mujer y de colectivos sociales. Menor espacio se les reserva a otros valores, más deseables a nuestro juicio,

tales como la solidaridad, el altruismo o la educación para la convivencia.

En el último decenio nuevos medios de comunicación aparecen –irrumpen según la expresión alarmista de algunos– en nuestras vidas a una velocidad inusitada. Internet (en nuestro país hay ya más de un millón de personas «enganchadas» a la red), la televisión digital, la informática interactiva... son algunos de ellos. También en estos nuevos medios se proyectan valores, estilos de vida, modas y pautas de conducta social que se unen a otros soportes más tradicionales pero con importante influencia aún en algunos sectores de población: radio, prensa y revistas de diversos tipos, publicidad estática, cine...

Estas son realidades que podemos constatar cotidianamente y refrendar en cualquiera de los múltiples estudios que sobre los medios de comunicación están a nuestra disposición. Datos que, siguiendo la terminología de Umberto Eco, pueden ser interpretados desde una perspectiva «apocalíptica» (la televisión como una clepsidra que se introduce en nuestras vidas y nos absorbe, manipulándonos hasta extremos inimaginables) o «integrada», observando los medios de comunicación desde una visión optimista como la gran ventana que nos permite conocer y comprender mejor el mundo, que posibilita el intercambio de opiniones y puntos de vista, en los que se proyectan la multiplicidad y riqueza de valores presentes en la aldea universal que habitamos.

Junto a un posicionamiento más o menos favorable o contrario a la incidencia de los medios de comunicación en los valores sociales, cabe plantearse, sobre todo por parte de las personas que de una forma u otra estamos relacionadas con la educación, una reflexión más profunda. Se plantean en este ámbito cuestiones tales como: ¿cómo son recibidos e interpretados por los niños y jóvenes los mensajes de los medios de comunicación?, ¿cómo inciden los medios en la formación global de la persona?, ¿qué papel puede y debe jugar la escuela a este respecto?, ¿qué tipo de interacción se establece entre la escuela ordinaria y esta otra «escuela paralela» de los medios de comunicación?, ¿y entre éstas y la educación familiar?, ¿hay algo que pueda hacerse desde las aulas para mejorar una situación que no nos satisface plenamente?... El debate se sitúa así sobre

Isabel de Haro Aramberri
Directora General de Evaluación Educativa y Formación del Profesorado
Consejería de Educación de la Junta de Andalucía

el complejo triángulo constituido por los tres vértices que aparecen en el título de este número de *COMUNICAR*: educación, valores y medios de comunicación.

Situándonos en uno de los vértices de este triángulo, el de la educación, parece cada vez más claro que la escuela no puede permanecer insensible ante el tema de los medios de comunicación y la formación en valores. La propia LOGSE recoge como una de las exigencias básicas del Sistema Educativo la conexión entre la escuela y el medio social en el que ésta se inserta, adoptando una posición definida de defensa de los valores democráticos de libertad, solidaridad, no discriminación, etc. También, en esta Ley Orgánica se recoge la necesidad de contribuir, desde la escuela, a la formación del alumnado en la utilización crítica de los medios de comunicación.

En los últimos años, la Consejería de Educación y Ciencia ha venido realizando, desde el Plan Andaluz de Formación Permanente del Profesorado, acciones dirigidas a la formación de profesores y profesoras en materia de medios de comunicación, poniendo a su disposición a través de los Centros de Profesores el asesoramiento y los materiales necesarios para la introducción de la tecnología de la comunicación y de la información en el currículum con el objetivo de dar respuesta al alumnado en el desarrollo de actitudes críticas ante el impacto de los medios.

A otros niveles, en los Decretos de Currículo de los diferentes niveles educativos, en los Proyectos de Centro, en las Programaciones de Aula, e incluso en la práctica docente cotidiana, se insiste asimismo en la orientación axiológica que debe estar presente en toda actividad formativa.

El profesorado suele mostrar gran interés y preocupación cuando se plantean estos temas en actividades formativas o en proyectos innovadores. Pero junto a este interés también aparecen elementos de inseguridad: ¿Cómo abordar didácticamente la educación en valores?, ¿será efectivo lo que hacemos en la escuela?, ¿podremos competir con los medios de comunicación?

Desde la Consejería de Educación y Ciencia se está abordando también la Educación en Valores desde hace algún tiempo. Se han realizado progresos en el campo conceptual, en el curricular, en el de la formación del profesorado, incorporando la Educación en Valores a los Planes Provinciales de Formación, en la publicación de materiales didácticos y de apoyo...

Pero también hemos de reconocer que, en este complejo mundo de los medios de comunicación, de los valores que transmiten y su relación con la escuela, aún queda un largo camino por recorrer para lograr dos importantes objetivos:

1. Que la experiencia escolar suponga una aportación fundamental en la Educación en Valores del alumnado, dotándole de una mayor autonomía moral, permitiendo así que establezca su propio punto de vista ante los mensajes que recibe de los medios de comunicación.
2. Que la formación general del alumnado –tanto en lo que se refiere a conceptos como a actitudes y hábitos– le permita emplear críticamente los medios de comunicación, sea como emisor o como receptor y utilizar adecuadamente los lenguajes de estos medios.

Considerando que la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía y el Grupo Comunicar –Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación– coinciden en estos objetivos, se ha estimado coeditar este número de la revista, en la confianza de contribuir a profundizar en el debate anteriormente planteado. La diversidad de enfoques, la riqueza de experiencias e investigaciones que se plantean garantizan la utilidad de este empeño.