

# COMUNICAR

Revista de «Educación en Medios de Comunicación». Andalucía, octubre, 1997; nº 9

## Educación en Valores y Medios de Comunicación



# COMUNICAR

## Dirección

José Ignacio Aguaded Gómez

## Subdirección

Manuel Monescillo Palomo

## Coordinación monográfico

Enrique Martínez-Salanova (Grupo Comunicar) y Juan Ramón Jiménez (Consejería de Educación y Ciencia. Junta de Andalucía)

## Consejo Editorial

Enrique Martínez-Salanova, Ilda Peralta (ALMERÍA), J. Antonio García Galindo (MÁLAGA),  
Antonio Arenas (GRANADA), Ana Reyes (JAÉN), J. Agustín Morón (SEVILLA)

## Consejo de Redacción

M<sup>a</sup> Teresa Fernández, Tomás Pedroso, M<sup>a</sup> Amor Pérez, J. Manuel Méndez, Francisco Casado, Nuria García, Marcelino Pérez  
Manuel Monescillo, J. Ignacio Aguaded (HUELVA), Julio Jiménez (BADAJOZ), Pacurri Martínez (GRANADA)

## Consejo Asesor

### Educación Primaria y Secundaria

Manuel Fandos, profesor y pedagogo, ZARAGOZA •  
Natalia Bernabeu, profesora de Secundaria, MADRID •  
Rafael L. Cubino, Centro de Profesores, SALAMANCA •  
Adolfo Bellido, Centro de Profesores, VALENCIA •  
Luis Miravalles, profesor y escritor, VALLADOLID •  
Julio Jiménez, maestro de Primaria, BADAJOZ •  
Vicent Pardo, profesor de Secundaria, CASTELLÓN •  
Rafael Miralles, Centro Profesores Godella, VALENCIA •  
Pedro A. Vicente, Grupo «Prensa en aulas», ZAMORA •

### Universidad

Julio Cabero Almenara, Universidad de SEVILLA •  
Manuel Cebrián de la Serna, Universidad de MÁLAGA •  
Francisco Pavón Rabasco, Universidad de CÁDIZ •  
M<sup>a</sup> Jesús Gallego Arrufat, Universidad de GRANADA •  
Javier Ballesta Pagán, Universidad de MURCIA •  
Joan Ferrés i Prats, Universitat Pompeu Fabra, BARCELONA •  
Donaciano Bartolomé, Universidad Complutense, MADRID •  
M<sup>a</sup> Luisa Sevillano, Universidad a Distancia, UNED, MADRID •  
M. Ángel Biasutto, Universidad Politécnica, MADRID •  
Jesús Salinas, Universidad de las Islas Baleares, PALMA •  
Sindo Froufe Quintas, Universidad de SALAMANCA •  
Pilar Rodríguez, Universidad de Extremadura, BADAJOZ •  
J. Manuel Pérez Tornero, Universidad Autónoma, BARCELONA •  
Amando Vega, Universidad del País Vasco, SAN SEBASTIÁN •  
Francesc-Josep Deó, Ice Universitat de BARCELONA •

### Asesoría internacional: Europa y América

• Jacques Gonet, CLEMI, París, FRANCIA  
• José Martínez de Toda, Pontificia Universidad, Roma, ITALIA  
• Vítor Reia, Universidade Algarve, Faro, PORTUGAL  
• Evelyne Bevort, CLEMI, París, FRANCIA  
• Isabel Rosa, AEM, Lisboa, PORTUGAL  
• Sergio Sarmiento, CLEMI, París, FRANCIA  
• Antonio Santos, Público na Escola, Oporto, PORTUGAL  
• Rosalía Vargas, Ministerio Ciencia y Tecnología, PORTUGAL  
• Roxana Morduchowicz, ADIRA, Buenos Aires, ARGENTINA  
• Miguel Reyes, Universidad Playa Ancha, Valparaíso, CHILE  
• Guillermo Orozco, Universidad Iberoamericana, MÉJICO  
• Mario Kaplún, Universidad República, URUGUAY  
• Josué Hernán, Oei, Bogotá, COLOMBIA  
• Ismar de Oliveira, Universidade São Paulo, BRASIL  
• Edgar Jémio, Programa Medios-Educación, BOLIVIA  
• Sonia Ferradini, Programa Prensa-Escuela, URUGUAY  
• Juan Solano, Universidad Central de Quito, ECUADOR

### Medios de comunicación

• Pablo García, Televisión Educativa, TVE, MADRID  
• Juan María Casado, Canal Sur Tv, SEVILLA  
• Lolo Rico, analista de televisión y escritora, MADRID  
• José D. Aliaga, Primeras Noticias, BARCELONA  
• M<sup>a</sup> José Sánchez-Apellániz, Canal Sur Tv, SEVILLA  
• Eduardo Francés, Televisión Educativa, TVE, MADRID  
• Ezequiel Martínez, Canal Sur Tv, SEVILLA

## Equipo de Diseño

**Portada y Contraportada:** Enrique Martínez, ALMERÍA •  
**Diseño artístico y gráfico:** Anma, HUELVA •

**Dibujantes:** Julián de la Rosa, Enrique Martínez (ALMERÍA)  
y Pablo Martínez Peralta (ALMERÍA)

# COMUNICAR



## JUNTA DE ANDALUCÍA

Numero editado en coedición con  
la Consejería de Educación y Ciencia  
de la Junta de Andalucía



© «COMUNICAR»

REVISTA DE EDUCACIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN

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

Andalucía, n° 9; año V; época II;  
2° semestre, octubre de 1997

Revista científica de ámbito internacional,  
indizada en la base de datos «ISOC» del CINDOC del  
Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España

«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

Apdo Correos 527. 21080 Huelva. España (Spain)

Tfno: +34-(9)59-248380 Fax: +34-(9)59-248380

Correo electrónico (e-mail): [COMUNICA@teletel.es](mailto:COMUNICA@teletel.es)

Imprime:

Gráficas Huelva '92

Distribuyen:

Centro Andaluz del Libro (Sevilla)

Distribuciones A-Z (Madrid)

Librería Medios (Cataluña)

Abando Distribuciones (País Vasco y Norte)

Sodilivros. Lisboa (Portugal)

Livrairie Tekhné. París (Francia)

«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.

Se permite la reproducción parcial para uso didáctico,  
siempre que se citen autores y fuente de procedencia.

«COMUNICAR» es una publicación plural, que se edita  
semestralmente los meses de marzo y octubre.

# S u m a r i o

## Preliminares

### Prólogo

*Isabel de Haro Aramberri. Consejería de Educación de la Junta de Andalucía*

### Editorial

*J. Ignacio Aguaded Gómez. Grupo Comunicar*

## Temas

- 12/13 • **Presentación**  
*Enrique Martínez-Salanova*
- 15/22 • **La Educación en Valores y los Medios de Comunicación**  
*Juan Ramón Jiménez Vicioso. Sevilla*
- 23/35 • **El valor de la imagen en movimiento**  
*Enrique Martínez-Salanova Sánchez. Almería*
- 37/42 • **Ética y estética de la imagen**  
*Manuel Fandos y María José Martínez. Zaragoza*
- 43/49 • **Educación en Valores, transversalidad y medios de comunicación social**  
*Juan Agustín Morón Marchena. Sevilla*
- 51/59 • **Los valores de la LOGSE a través de la prensa escrita**  
*Antonio Feria Moreno. Sevilla*
- 61/68 • **Valores de la publicidad y publicidad de los valores**  
*José Biedma López. Jaén*
- 69/76 • **¿Puede el periódico educar una sensibilidad solidaria?**  
*Leandro Sequeiros. Córdoba*
- 77/86 • **Derechos Humanos y medios de comunicación**  
*José Tuvilla Rayo. Almería*
- 87/92 • **La tolerancia de la intolerancia. Los temas transversales en la prensa**  
*Luis Miravalles y Celia Miravalles. Valladolid*
- 93/96 • **Los medios de comunicación y la formación democrática**  
*Roxana Morduchowicz. Argentina*
- 97/104 • **La mujer en los medios de comunicación**  
*M<sup>a</sup> José de los Ríos y Joaquina Martínez. Almería*
- 105/110 • **El alcohol en los medios de comunicación: la presión para su consumo-abuso**  
*Amando Vega Fuente. San Sebastián*
- 111/118 • **Drogas sintéticas, culturas juveniles y valores sociales**  
*Luis García Campos. Madrid*
- 119/124 • **Los medios de comunicación social y las drogas**  
*Rosa del Olmo. Venezuela*

## Colaboraciones

- 126/129 • **Historias de la comunicación**  
*Pablo Martínez Peralta. Almería*

## Experiencias

- 130/133 • **Desmitificar la publicidad: lectura crítica de los medios en el aula**  
*Milagros Barrio y Pilar Pérez. Madrid*
- 134/139 • **Unidad Didáctica en Educación Infantil: «Un día en la tele»**  
*Alicia Calle Tirador. Huelva*
- 140/143 • **La Unión Europea y los medios de comunicación**  
*Francisco Brea, Pascual Mezquita y Mercedes Omedas. Castellón*
- 144/148 • **El periódico en clase**  
*Mariano Coronas Cabrero. Huesca*

## Propuestas

- 149/152 • **Aproximación al análisis de películas en las aulas de Ética**  
*Antonio Manuel del Moral Roncal. Madrid*
- 153/158 • **Propuestas de enseñanza y aprendizaje con bases de datos**  
*M<sup>a</sup> Ángeles Pascual Sevillano. Oviedo*
- 159/162 • **Tratamiento del mundo anglosajón en la publicidad televisiva en España: 1996**  
*José Antonio Blanco Artero. Sevilla*
- 163/170 • **La prensa en la enseñanza y el aprendizaje de la lengua francesa**  
*Rosaura Serra y M<sup>a</sup> Luisa Villanueva. Castellón*

## Reflexiones

- 171/174 • **La Educación Audiovisual en la Educación Secundaria Obligatoria**  
*Francesc-Josep Deó. Barcelona*
- 175/182 • **La función educativa de la información en el aula**  
*M<sup>a</sup> del Mar López Talavera. Madrid*

## Investigaciones

- 183/190 • **Nivel de uso pedagógico de los medios de comunicación en Educación Primaria**  
*Heliodoro Manuel Pérez Moreno. Huelva*

## Miscelánea

### Informaciones

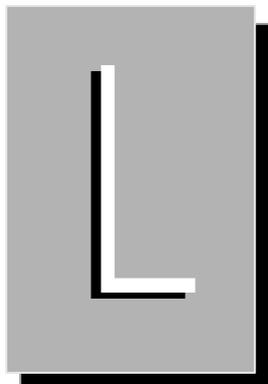
### Fichas didácticas

### Plataformas

### Apuntes

### Reseñas

# 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 –irrupen 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.

## Valores de la comunicación y comunicación de los valores

---

**E**l análisis crítico de los medios de comunicación, debe aplicarse tanto para los contenidos como para los mismos medios. Hemos caído, a veces inconscientemente, en la tentación de rechazar los medios, por sus contenidos, llegando a la conclusión de que los medios tecnológicos son inocuos, y que solamente se hacen dañinos o perversos cuando lo que transmiten es dañino o perverso. El medio, como instrumento, no es ni engañoso ni inocente. Sin embargo, en el compromiso que la sociedad debe proponerse ante los medios de comunicación, no puede olvidarse la educación hacia la utilización del medio, tanto como el análisis de sus contenidos y la producción de los mismos atendiendo a los valores fundamentales que la sociedad requiere. El medio, su misma tecnología, a la que por suerte podemos hipotéticamente dominar, tiene en su interior la bondad y la maldad de su utilización. El valor o contravalor de dedicar horas y horas a Internet, a la televisión o al ordenador, crea adicción, independientemente de sus contenidos. La sociedad pone el grito en el cielo cuando toma conciencia de que a través de Internet se hacen negocios sucios, se enseña a elaborar bombas o se facilita la pornografía. Puede ser que el principal peligro de los medios sea el contenido, pero si analizamos el mismo medio apreciaremos que ya ha entrado en nuestra sociedad como tal y que uno de los desafíos es su propia estructura y utilización. Los medios ya están integrados en nuestros hogares, sin posibilidad de escapar de ellos, convertidos en valores impuestos por la sociedad.

«Donde funciona un televisor hay alguien que no está leyendo», afirma John Irving, cuestionando el valor «televisión» contra el valor «lectura»; pero ¿y las personas que leen con exceso? Hace años nos reprendían por leer novelas o comics y no ayudar en casa, o no estudiar. Hoy daríamos un mundo porque nuestros niños y adolescentes leyeran más y vieran menos la tele. Los valores cambian en función del medio. Arangueren en un juicio a los valores triviales se expresa: «Hoy ya no hay grandes científicos, lo que hay son grandes tecnólogos; de lo que vivimos hoy es de la aplicación tecnológica de la ciencia que se hizo en otra época. Incluso la cibernética es una ciencia que está destinada a la aplicación. Con estos valores nos ha ocurrido lo que con los demás: los convertimos en valores de cada día para lucirnos».

Y por otra parte, el gran reto para nuestra sociedad es abordar los contenidos que nos aportan los medios de comunicación, basados en lo económico, en el consumo indiscriminado, la violencia y la competitividad, para transformarlos en valores que tengan algo más que ver con la fidelidad, el consumo necesario, la convivencia, la solidaridad y la estética.

Si los agentes socializadores –la escuela, la familia y los medios de comunicación– cambiáramos nuestros esquemas, nos podríamos contestar, como Fiorucci, modisto y esteta, que se cuestiona así el futuro: «Me

pregunto qué tipo de comportamiento debería adaptarse en estos tiempos. Los esquemas se han roto y nada es ya como antes. Intuyes que está sucediendo algo muy gordo y te das cuenta de que eso ya no forma parte de los juegos habituales, sino que afecta a las ocultas necesidades de las gentes. Entonces, si la pregunta es cómo saldremos de esto, la respuesta es optimista: seremos mejores. Más simples, más naturales, más libres. Muy diferentes, en suma, de lo que fueron los sofisticados años ochenta».

COMUNICAR presenta en este número monográfico alternativas que permiten, utilizando los medios, sentar las bases para un análisis más crítico en las aulas; las posibilidades son infinitas. Podemos iniciarnos en el estudio, investigación y logro de los valores a través de lo que aportan los medios, o disponernos a usarlos didácticamente, procurando que niños, adolescentes y adultos descubran el propio valor de la utilización tecnológica con fines formativos e instrumentales. O analizar los valores y contravalores desde la perspectiva de la ética, la sociedad y la

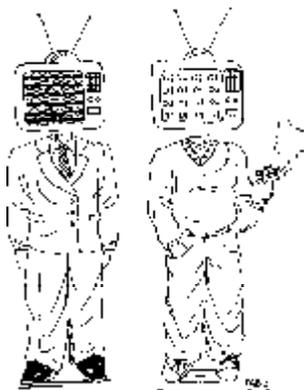
filosofía, en relación y contraposición al tratamiento que aportan los medios de comunicación. Lo importante es que la sociedad tenga en cuenta los medios como transmisores de valores sociales y culturales y disponga de los procedimientos humanos y educativos para disfrutar y leer críticamente lo que los recursos tecnológicos nos ofrecen en la actualidad.



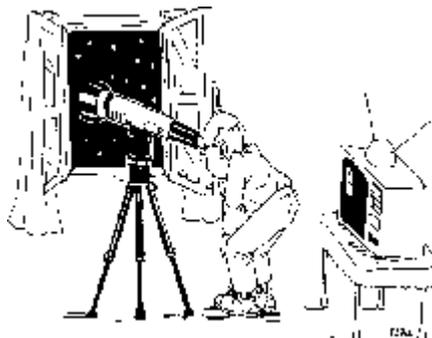


# Derechos del telespectador

VI Parte  
Pablo '97 para COMUNICAR



25. Derecho a definirse como analógico o digitaliano.



26. Derecho de ver al natural los eclipses de Luna, cometas y otros fenómenos siderales, y no solamente en el Telediario.



27. Derecho a no contestar encuestas telefónicas sobre programas de la tele.



28. Derecho al pataleo.