

COMUNICAR

Temas

«Educación en Valores
y Medios de Comunicación»



Presentación

Educación en los Medios: valores, democracia y ciudadanía

Sin duda, si una gran virtud tiene la Educación en Medios de Comunicación es su capacidad para enseñar a chicos y chicas a descubrir los valores de la sociedad y tomar actitudes de reflexión, adhesión y distancia con o frente a ellos. Educar para la democracia y la ciudadanía exige necesari-

sariamente poner en contacto a los alumnos con el mundo del presente, con la actualidad viva de la calle que es en los medios donde palpita con toda su intensidad, a veces desfigurada o intencionadamente manipulada, pero unos ojos críticos, educados desde la reflexión y el sosiego, son, hoy por hoy, el único instrumento válido en nuestras manos para asumir la trascendencia que el mundo de los valores tiene hoy en la escuela contemporánea. Caídos los muros de las ideologías y los referentes tradicionales, es más necesario que nunca impregnar a la escuela y a los medios de valores universales que sienten el consenso y nos permitan, dentro de la pluralidad, vivir en paz y democracia. La educación del ciudadano se abre así como el gran reto de la escuela y los medios de hoy.

«COMUNICAR», consciente de esta ineludible e importante tarea de educar en valores desde y con los propios medios, ofrece en este número una serie de interesantes trabajos de profesionales de la comunicación, docentes y expertos de los medios y la educación que analizan, desde distintas ópticas y perspectivas cómo aprovechar el uso de la comunicación para la educación en los valores democráticos.

«La Educación en Valores y los Medios de Comunicación», de J.R. Jiménez, abre el monográfico con un planteamiento global sobre los principales valores que la escuela ha de promocionar, siendo para ello los medios unos privilegiados instrumentos de facilitación.

«El valor de la imagen en movimiento», de E. Martínez-Salanova, plantea la importancia de la utili-

zación del cine para una óptima Educación en Valores, especialmente a través de la explotación de la estética de este medio en la formación de actitudes morales y éticas de los alumnos.

«Ética y estética de la imagen», de M. Fandos y M.J. Martínez, incide en la influencia de los mensajes audiovisuales en la Educación en Valores y nos ofrece recomendaciones para enseñar y aprender a autoprogramarse el consumo mediático.

«Educación en Valores, transversalidad y medios de comunicación social», de J.A. Morón, resalta el papel transversal que tienen los medios de comunicación y su importante colaboración en el eje transversal nuclear de la Educación en Valores.

«Los valores de la LOGSE a través de la prensa escrita», de A. Fera, presenta una investigación del análisis de la prensa escrita para descubrir el tratamiento que los medios dan a los valores de la LOGSE.

«Valores de la publicidad y publicidad de los valores», de J. Biedma, propone un análisis de la «sofística publicitaria» para favorecer un uso más creativo de los medios, desde una óptica humanística y ética.

«¿Puede el periódico educar una sensibilidad solidaria?», de L. Sequeiros, es un interrogante clave si tenemos presente el protagonismo de los diarios en la Educación en Valores y concretamente la educación para la solidaridad.

«Derechos Humanos y medios de comunicación», de J. Tuvilla, reflexiona sobre el



papel de los medios en el fomento de la paz y la comprensión internacional.

«La tolerancia de la intolerancia. Los temas transversales en la prensa», de Luis y Celia Miravalles, ofrece los resultados de una investigación aplicada en el aula sobre las causas de la intolerancia y las posibles respuestas didácticas.

«Los medios de comunicación y la formación democrática», de R. Morduchowicz, vincula estrechamente la democracia y Educación en los Medios en el contexto argentino, donde la comunicación desempeña un papel fundamental en la incipiente democracia.

«La mujer en los medios de comunicación», de M.J. de los Ríos y J. Martínez, critica el tratamiento discriminatorio de los medios y realiza propuestas para superar estereotipos.

Finalmente, se incluyen tres artículos que plantean la necesidad de superar, desde la Educación en Valores con los medios de comunicación dependencias, como las drogas:

«El alcohol en los medios de comunicación: la presión para su consumo-abuso», de A. Vega; «Drogas sintéticas, culturas juveniles y valores sociales», de L. García; y «Los medios de comunicación social y las drogas», de R. del Olmo, inciden en la importancia de los medios de comunicación y su tratamiento transversal en el aula, para conseguir una educación que enseñe valores y eduque ciudadanos libres y democráticos, autónomos y críticos ante los retos del siglo XXI.

Enrique Martínez-Salanova
Coordinador de «Temas»



Julián de la Rosa para COMUNICAR '97