



© COMUNICAR

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA
DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

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

Andalucía, nº 26; volumen XIV; época II
1º semestre, marzo de 2006

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

- LATINDEX. Catálogo Selectivo (Publicaciones Científicas Seriadas de América, España y Portugal) (www.latindex.unam.mx)
 - ISOC del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España (CSIC/CINDOC) (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)
 - ULRICH'S. Periodicals Directory. CSA (www.ulrichsweb.com/ulrichsweb/)
- OEI. Centro de Recursos Documentales e Informáticos de la Organización de Estados Iberoamericanos (www.oei.es/credi.htm)
- CEDAL. Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE) de México (<http://investigacion.ilce.mx/dice/cedal/cedal.htm>)
- CARHUS. Departament d'Universitats de la Generalitat de Catalunya (DURSI) (www10.gencat.net/dursi/ca/re/aval_rec_sist_pc05.htm)
 - UCUA. Índice de Revistas Científicas de la Unidad para la Calidad de las Universidades Andaluzas (www.ucua.es)
 - IN-RECS. Índice de Impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales (<http://ec3.ugr.es/in-recs>)
- REDINET. Base de Datos de Información Educativa del Ministerio de Educación de España (www.mec.es/redinet2.html)
- REBIUN. Catálogo de la Red de Bibliotecas Universitarias de la Conferencia de Rectores de las Universidades españolas (<http://rebiun.crue.org>)
 - TECNOCiencias. Portal de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (<http://tecnociencia.es>)
 - DIALNET. Servicio de Alertas de Literatura Científica Hispana (<http://dialnet.unirioja.es>)
 - Portal de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona (www.portalcomunicacion.com)
 - Enciclopedia Virtual de Tecnología Educativa (<http://158.49.119.99/crai/personal/evte.htm>)
 - Portal Iberoamericano de la Comunicación (www.infoamerica.com)
 - Portal Digital Educativo «Quaderns Digitals» (www.quadernsdigitals.net)
 - DOCE. Documentos en Educación (www.eurosur.org/DOCE)
- IHCD. Instituto de Historia de la Ciencia del CSIC/Universidad de Valencia (<http://citas.idocie.uv.es/difusionrevistas/index.html>)
 - Boletín de Revistas del Ayuntamiento de Madrid

EDITA:

GRUPO COMUNICAR

Colectivo Andaluz de Educación y Comunicación

www.grupocomunicar.com

- Administración: info@grupocomunicar.com
- Redacción: director@grupocomunicar.com

Apdo Correos 527. 21080 Huelva (España-Spain)

Tfno: (+34)959 248380; Fax: (+34)959 248380

- COMUNICAR es miembro de la Asociación de Editores de Andalucía (AEA) y socio de CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos)

© 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 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)
- Almarío de Libros (Madrid y centro)
- Besai Llibres (Cataluña)
- Distribuciones Lemus (Canarias)
- Grialibros (Galicia)
- Lyra Distribuciones (Valencia y Murcia)
- Master D (Internet)
- Asturlibros Distribuciones (Asturias)

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)
- ILCE (México DF-México)

IMPRIME:

Gam Artes Gráficas (Huelva)

Comunicar[®]

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

CONSEJO CIENTÍFICO ASESOR

ASESORÍA INTERNACIONAL: EUROPA Y AMÉRICA

- Dra. Evelyne Bévort, 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. Gustavo Hernández, ININCO, Universidad Central, Venezuela
- Dr. Manuel Pinto, Universidade do Minho, Braga, Portugal
- Dr. Pier Cesare Rivoltella, Università Cattolica de Milán, Italia
- Dr. Jacques Piette, Université de Sherbrooke, Québec, Canadá
- Dr. Vítor Reia, Universidade do Algarve, Faro, Portugal
- Dra. Tatiana Merlo, Universidad Cat. Buenos Aires, Argentina
- Dra. Tania Esperon, Universidade Federal de Pelotas, Brasil
- Dra. Armanda Pinto, Universidade de Coimbra, Portugal
- Dr. José Martínez de Toda, Caracas, Venezuela
- Dra. Vania Quintão, Universidade de Brasília, Brasil
- Dra. Teresa Quiroz, Universidad de Lima, Perú
- Maria Bergman, Dalarna University, Falun, Suecia
- Héctor Bernal, Instituto Latinoamericano (ILCE), México
- Javier Arévalo, director de MAVs del Gobierno de México
- Ciro Novelli, Universidad del Cuyo, Mendoza, Argentina
- Michel Clarembaux, Centre Audiovisuel de Liège (Bélgica)
- Claudio Avendaño, Universidad Diego Portales, Chile
- Eduardo Jorge Madureira, Público na Escola, Oporto, Portugal
- Marta Orsini, Proyecto Educación y Comunicación, Bolivia
- 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
- Katia Muñoz, Universidad Viña del Mar, Chile

UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

- Dra. Victoria Camps, Universidad Autónoma, Barcelona
- Dr. J. Manuel Pérez Tornero, Universidad Autónoma, Barcelona
- Dr. Julio Cabero Almenara, Universidad de Sevilla
- Dr. Agustín García Matilla, Universidad Complutense, Madrid
- Dr. Joan Ferré i Prats, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona
- Dr. Javier Tejedor Tejedor, Universidad de Salamanca
- Dr. M. Ángel Vázquez Medel, Consejo Audiovisual Andaluz
- Dr. Daniel E. Jones, Universitat Ramon Llull, Barcelona
- Dra. M^a Luisa Sevillano, Universidad a Distancia, Uned, Madrid
- Dr. Ramón Pérez Pérez, Universidad de Oviedo
- Dr. Manuel Cebrían de la Serna, Universidad de Málaga
- Dr. Amando Vega, Universidad del País Vasco, San Sebastián
- Dr. Javier Marzal, Universitat Jaume I, Castellón
- Dra. Gloria de la Cruz Guerra, Universidad La Laguna, Tenerife
- Dr. Donaciano Bartolomé, Universidad Complutense, Madrid
- Dr. Juan Antonio García Galindo, Universidad de Málaga

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- Dr. Ramón Reig, «Ámbitos», Sevilla
- José Domingo Aliaga, «Primeras Noticias», Barcelona
- Vicent Campos, «Quaderns Digital», Valencia
- Rafael Miralles, «Alioli», Valencia
- J. Antonio Gabelas, «El Periódico del Estudiante», Zaragoza
- Manuel Fandos, «Master D», Zaragoza

26

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 DEL MONOGRÁFICO

José María López, Universidad de Málaga
Miguel de Aguilera, Universidad de Málaga

CONSEJO EDITORIAL

Ilda Peralta Ferreyra, Centro Adultos de Almería
Dr. Francisco Pavón Rabasco, Universidad de Cádiz
Dra. Verónica Marín, Universidad de Córdoba
Dra. Stella Martínez, Escuela Sup. de Comunicación de Granada
Dr. Juan 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 Luis Vera Aranda, IES «V Centenario» de Sevilla

CONSEJO DE REDACCIÓN

M^a Teresa Fernández Martínez, Dr. Juan Bautista Romero Carmona,
Nani Pedro Mora, Julio Tello Díaz, Francisco Casado Mestre, Montserrat Medina Moles, Tomás Pedrosa Herrera, Rocío Díaz Gómez, Begoña Mora Jaureguialde, M^a Dolores Degrado Godoy, Paki Rodríguez Vázquez

GESTIÓN COMERCIAL

Paki Rodríguez Vázquez. Grupo Comunicar Ediciones

DISEÑO

- Portada: Enrique Martínez-Salanova
- Dibujos: Enrique Martínez-Salanova y Antonio López-Alcántara
- Autoedición: Anma'06 (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 entrecomillado, 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 remite acuse de recibo de los trabajos recibidos. Posteriormente, son evaluados mediante «referee», por el procedimiento de «doble ciego», por el Consejo Científico Asesor que determina, con un informe, su aceptación o denegación, en un período no superior a los tres meses. Los trabajos que no vayan a ser publicados, por no contar con informe favorable 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 26, 2006

Comunicar, 26, 2006

Comunicación para la salud

Communication for health

PRELIMINARES / PRELUDE

Sumario	5/6
Prolegómenos	7/8

José Ignacio Aguaded Gómez

TEMAS / SUBJECTS

• Presentación	10/12
<i>José María López y Miguel de Aguilera. Universidad de Málaga</i>	
• Nuevos enfoques en comunicación y salud: perspectivas de investigación	13/20
<i>Miguel de Aguilera y Julián Pindado. Málaga</i>	
• Comunicación para la salud en África: experiencias y desafíos	21/26
<i>Serge Théophile Balima. Ouagadougou (Burkina Faso)</i>	
• SIDA, globalización y seguridad ontológica	27/34
<i>Thomas Tufte. Copenhagen (Dinamarca)</i>	
• Comunicación para la salud y sida: la aproximación educación-entretenimiento	35/42
<i>Juan José Igartua Perosanz. Salamanca</i>	
• Estoy vivo..., luego estoy sano	43/50
<i>Thomas A. Bauer. Viena (Austria)</i>	
• Estrategias edu-comunicacionales para mejorar la salud adolescente	51/57
<i>Luis Alfonso Guadarrama y Jannet Valero. Toluca (México)</i>	
• Comunicación y convivencia en la salud de los jóvenes	59/62
<i>Rafael Muriel y Javier Blanco. Sevilla</i>	
• Comunicación y salud pública desde los adolescentes	63/71
<i>Jose María Coronado y Jose María López. Málaga</i>	

CALEIDOSCOPIO / KALEIDOSCOPE

HISTORIAS GRÁFICAS / COMICS	74/77
<i>Enrique Martínez-Salanova Sánchez</i>	

INVESTIGACIONES / RESEARCHS

• Alfabetos y saberes: la alfabetización digital	78/82
<i>Diego Levis. Buenos Aires (Argentina)</i>	
• La educación en comunicación como eje de una educación para la ciudadanía	83/88
<i>Fernando Tucho. Madrid</i>	
• Educación para los medios y las TIC: reflexiones desde América Latina	89/92
<i>Patricia Cortés de Cervantes. La Paz (Bolivia)</i>	



S U M A R I O

Comunicar 26, 2006

CALEIDOSCOPIO / KALEIDOSCOPE

• La televisión digital interactiva y sus aplicaciones educativas	93/101
<i>Antonia Alejandra González y Karla Jiménez. México y Panamá</i>	
• Una experiencia de radio comunitaria con aborígenes wichí	103/110
<i>Jorge Huergo, Kevin Morawicki y Lourdes Ferreyra. La Plata (Argentina)</i>	
• El color como elemento comunicacional	111/116
<i>Jesús del Olmo Barbero. Madrid</i>	
• Telepsicodrama e educação escolar: uma conversa entre professores	117/123
<i>Heloísa Dupas Penteado. São Paulo (Brasil)</i>	
• Discurso y socialización en producciones cinematográficas infantiles	125/130
<i>Alejandra Martínez y Aldo Merlino. Córdoba (Argentina)</i>	
• Televisión y telespectadores: la movilización de la sociedad civil	131/135
<i>Mariano Segura. Madrid</i>	
• Tratamiento de la imagen femenina en los anuncios televisivos venezolanos	137/141
<i>Isabel Francis Velásquez de León. Caracas (Venezuela)</i>	
• El protagonismo de los medios de comunicación en la formación del alumno	143/148
<i>Humberto Martínez-Fresneda. Madrid</i>	
• La imagen de la mujer en la prensa femenina en «Telva» (1963-2000)	149/154
<i>Meritxell Roca. Barcelona</i>	
• La lectura crítica en Internet: evaluación y aplicación de sus recursos	155/162
<i>Beatriz Fainholc. Buenos Aires (Argentina)</i>	
• El caduco mundo de Disney: propuesta de análisis crítico en la escuela	163/169
<i>Patricia Digón Regueiro. A Coruña</i>	
• La digitalización de la realidad en las nuevas generaciones del siglo XXI	171/175
<i>Tatiana Millán Paredes. Badajoz</i>	
• El cuento multimedia interactivo	177/182
<i>José María Perceval Verde y Santiago Tejedor. Barcelona</i>	
• Medios didácticos para el desarrollo del lenguaje en preescolares de Venezuela . . .	183/188
<i>M^a Elena Garassini y Julio Cabero. Caracas (Venezuela) y Sevilla (España)</i>	
• La participación española en proyectos de comunicación internacionales	189/192
<i>Francisco Sacristán Romero. Madrid</i>	
• Medios de comunicación, educación y realidad	193/197
<i>Verónica Marín Díaz. Córdoba</i>	
• La prensa como recurso en el currículum de adultos	199/206
<i>Carmen Ricoy Lorenzo. Ourense</i>	
• Medios de comunicación, educación informal y violencia	207/214
<i>Ángel Licerias Ruiz. Granada</i>	

BITÁCORA / BINNACLE

APUNTES / NOTES	216/217
RESEÑAS / BOOKS	218/240

Prolegómenos

Nuevos nortes: afianzar la investigación para institucionalizar la edu-comunicación

New horizons: consolidating communication in order to institutionalized media education

José Ignacio Aguaded Gómez

La edu-comunicación se ha de convertir progresivamente en una de las referencias clave para comprender nuestro mundo. Es una evidencia que se constata fácilmente al comprobar la abrupta irrupción de las tecnologías de la comunicación y la información en la vida de los ciudadanos/as de este nuevo milenio, su desarrollo vertiginoso e imparable, y a su vez, en desgraciado paralelismo, la escasa formación y «competencia» de la ciudadanía para interpretar, enjuiciar, comprender, y porqué no también, disfrutar de estos nuevos medios. Y lo más grave de todo ello es que ni siquiera tenemos conciencia de ello, porque pocos son los ciudadanos de cualquier rincón del mundo que se plantean la necesidad de «formarse» para consumir los mensajes. Parece que partimos, por ello, de la absurda paradoja de que el mero hecho de consumirlos nos garantiza de por sí un «adecuado» y «pertinente» uso de los mismos. La aún escasa investigación sobre estos ámbitos nos demuestra de que no es tan simple la realidad y que en gran parte de los casos, incluso la cualificación intelectual de las personas, no les da «privilegios» para «leer» y comprender mejor los mensajes de los medios, sino que incluso se produce todo lo contrario, sobre todo en aquellas poblaciones más vulnerables que se exponen ante los medios con altas dosis de consumo. Desgraciadamente en estos casos, a mayor nivel de consumo, generalmente se produce una más alta tasa de hipnosis ante los medios, pasando irremediablemente esta situación con una normalidad pasmosa ante la que ni políticos, ni familia, ni escuela, ni medios, ni sociedad en general, manifiesta la más mínima preocupación.

Estamos por ello ante el mayor reto que ha de plantearse la edu-comunicación en el mundo de hoy: hacer visible un problema real, no patente en la conciencia ciudadana, pero que sí, desde nuestra perspectiva, condiciona la calidad de vida y sobre todo el nivel de democracia y conciencia ciudadana porque si ante los medios no somos capaces de actuar dominando sus lenguajes, y códigos y sabiendo apropiarnos de sus mensajes de una forma inteligente y activa, ¿para qué realmente nos sirven, sino para el entretenimiento banal? Nos resistimos a pensar que esa solo es su única finalidad, aunque muchos gurús quieran realmente utilizar estas potentadas plataformas de comunicación para su simple enriquecimiento personal.

Asumir esta imperiosa necesidad de «alfabetizar» con los nuevos lenguajes a la ciudadanía es el principal reto, y por ello el primer norte, que hemos de tener la comunidad de profesionales e investigadores en edu-comunicación. No es fácil problematizar lo que la gente no ve como problema, como afirma Tyner, es pero sin duda, es una apuesta a la que no hemos de renunciar. Es más, solo en la medida que seamos capaces de asumirla seremos capaces de ir generando, en la población y en los medios, dse que es la mejor medida para «explotar» de forma inteligente estos nuevos medios y tecnologías, que con un buen uso pueden ser privilegiados en el desarrollo de las sociedades contemporáneas, algo que no se puede decir hoy, en propiedad, de los contenidos de los mensajes mediáticos.

Prolegómenos

Para ello, es necesario avanzar en dos frentes, a nuestro parecer, esenciales: por un lado afianzar la investigación y por otro, institucionalizar, en los diferentes ámbitos de intervención, la educación para los medios. Ambos son independientes, pero necesariamente complementarios. De nada sirve avanzar mucho en estudios diagnósticos y de prospectiva si no somos capaces de traspasar esos saberes a la vida cotidiana; pero difícilmente avanzaremos si trabajamos perdiendo el norte de estudio y la investigación.

Afianzar la investigación supone dar pasos firmes para que este nuevo ámbito de conocimientos, que surge de dos esferas inicialmente encontradas, como la comunicación y la educación, pero que tienen mucho en común, realmente haga esa síntesis superior que emana de tomar conciencia de que educadores y comunicadores tienen responsabilidades en común en una sociedad que consume indiscriminadamente y que no es «competente», en un sentido lato, al consumo racional de los medios y a una apropiación inteligente de sus contenidos.

No nos engañemos, hemos de ser conscientes de que éste es un ámbito de estudio balbuciente, que no tiene casi cabida, por ahora, ni en las Facultades de Comunicación ni en las de Educación, que no está presente ni en las escuelas ni en los institutos —y si lo está es de manera anecdótica—. Es esta una realidad desgraciadamente evidente. Hay pocos convencidos de que la educación en medios tiene entidad como un campo del saber, que tiene su naturaleza y su objeto de estudio, que surge de una necesidad social sentida y perentoria, y que al tiempo tiene sus propios mecanismos para avanzar soluciones y estrategias. Afianzar la investigación supone darle entidad como tal a este área, ofreciendo un «corpus» científico de conocimientos y saberes que verdaderamente aporten utilidad a la sociedad y a la comunidad científica, trabajos bien elaborados que avancen saber y construyan aportes en la comprensión de estos nuevos lenguajes y en el desarrollo de aptitudes y actitudes ciudadanas ante los medios. La responsabilidad de «nuestra comunidad» científica es clave en esta nueva aventura...

Pero no hemos de olvidar —como indicábamos más arriba— que la investigación sin la exteriorización de poco sirve, sobre todo ante las urgencias que tenemos. Hay que apostar por llevar la educación en los medios a las escuelas y centros de educación, a las familias, a los entornos cívicos y también, y de manera especial, a los medios porque ellos no pueden «escaparse» de esta responsabilidad social. En la educación formal, el panorama actual no es el más alentador. La presentación recientemente de los nuevos títulos de grados y postgrados universitarios, el master de profesores de educación secundaria y las reformas de los contenidos en primaria y secundaria vuelven a pasar de puntillas ante una realidad tan evidente como ignorada. Un barrido rápido, ante los diferentes canales de televisión, nos dejan igual de preocupados como de desesperados. ¿Hay realmente una preocupación de familias, educadores, comunicadores y políticos para que la gente sepa consumir los medios de una forma cabal e inteligente? La respuesta difícilmente se puede mover en la esfera del optimismo. Institucionalizar la edu-comunicación supone precisamente eso, asumir y exigir al tiempo a los diferentes sectores que pongan las ya contrastadas experiencias y estudios desarrollados —«Comunicar es una muestra palpable de ello»— y otros muchos en marcha.

En suma, dos nortes, dos metas: investigar y hacerla transparente y útil. Tenemos la suerte de trabajar en un campo tan necesario que nos resistimos a pensar que alguien cabal dude de que los brazos cruzados nos lleven a otro destino distinto que el abismo. Pero esta aseveración es tan lúcida como exigente. ¿Tenemos otra salida?