



© COMUNICAR

REVISTA CIENTÍFICA IBEROAMERICANA
DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

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

Andalucía, nº 27; volumen XIV; época II
2º semestre, octubre de 2006

REVISTA CIENTÍFICA DE ÁMBITO INTERNACIONAL INDIZADA

- LATINDEX. Catálogo Selectivo (Publicaciones Científicas Seriadadas de América, España y Portugal) (www.latindex.unam.mx)
 - 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)
- ISOC del Consejo Superior de Investigaciones Científicas de España (CSIC/CINDOC) (<http://bddoc.csic.es:8080/index.jsp>)
 - ERCE. Evaluación de Revistas Científicas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales (<http://erce.unizar.es>)
 - IN-RECS. Índice de Impacto de Revistas Españolas de Ciencias Sociales (<http://ec3.ugr.es/in-recs>)
- CARHUS. Departament d'Universitats de la Generalitat de Catalunya (DURSI) (www10.gencat.net/dursi/ca/re/aval_rec_sist_pc05.htm)
 - RESH. Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanas (CSAIC/CINDOC) (<http://resh.cindoc.csic.es>)
- UCUA. Índice de Revistas Científicas de la Unidad para la Calidad de las Universidades Andaluzas (www.ucua.es)
 - DIALNET. Servicio de Alertas de Literatura Científica Hispana (<http://dialnet.unirioja.es>)
- REDINET. Base de Datos de Información Educativa del Ministerio de Educación de España (www.mec.es/redinet2.html)
- 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>)
 - TECNOCiencias. Portal de la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (<http://tecnociencia.es>)
- REBIUN. Catálogo de la Red de Bibliotecas Universitarias de la Conferencia de Rectores de las Universidades españolas (<http://rebiun.crue.org>)
 - Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura (www.felafacs.org/redrevistas.asp)
- IHCD. Instituto de Historia de la Ciencia del CSIC/Universidad de Valencia (<http://citas.idocie.uv.es/difusionrevistas/index.html>)
 - Enciclopedia Virtual de Tecnología Educativa (<http://158.49.119.99/crai/personal/evte.htm>)
 - 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 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)
- Almar de Libros (Madrid y centro)
- Besai Llibres (Cataluña)
- Distribuciones Lemus (Canarias)
- Grialibros (Galicia)
- Lyra Distribuciones (Valencia y Murcia)
- Asturlibros Distribuciones (Asturias)
- Master D (Internet)

EUROPA Y AMÉRICA:

- Centro La Crujía (Buenos Aires-Argentina)
- Pablo Ameneiros Distribuciones (Montevideo-Uruguay)
- Presa-Peyran Ediciones (Caracas-Venezuela)
- Publicencias 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

Comunicar, 27, 2006

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
- Dra. Vania Quintão, Universidade de Brasília, Brasil
- Dra. Teresa Quiroz, Universidad de Lima, Perú
- Dra. Silvia Contín, Instituto Sup. Formación de Chubut, Argentina
- Dra. Maria Bergman, Dalarna University, Falun, Suecia
- Dr. José Martínez de Toda, Caracas, Venezuela
- Héctor Bernal, Instituto Latinoamericano (ILCE), México
- Javier Arévalo, Centro 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
- 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 Ferrés 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
- Dr. Javier Marzal, Universitat Jaume I, Castellón
- Dra. M^a Luisa Sevillano, Universidad a Distancia, Uned, Madrid
- Dr. Ramón Pérez Pérez, Universidad de Oviedo
- Dr. Manuel Cebrián de la Serna, Universidad de Málaga
- Dr. Amando Vega, Universidad del País Vasco, San Sebastián
- 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 Digitals», Valencia
- Rafael Miralles, «Alioli», Valencia
- J. Antonio Gabelas, «El Periódico del Estudiante», Zaragoza
- Manuel Fandos, «Master D», Zaragoza

27

DIRECCIÓN

Dr. José Ignacio Aguaded Gómez
Universidad de Huelva (España)

SUBDIRECCIÓN

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

COORDINACIÓN DEL MONOGRÁFICO

Dra. Estrella Martínez Rodrigo, 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. Estrella 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 Canena (Jaén) y RNE de Jaén
Dr. Julián Pindado, Universidad de Málaga

CONSEJO DE REDACCIÓN

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

GESTIÓN COMERCIAL

Paki Rodríguez Vázquez, Grupo Comunicar Ediciones

DISEÑO

- Portada y dibujos: Enrique Martínez-Salanova
- Autoedición: Anna'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

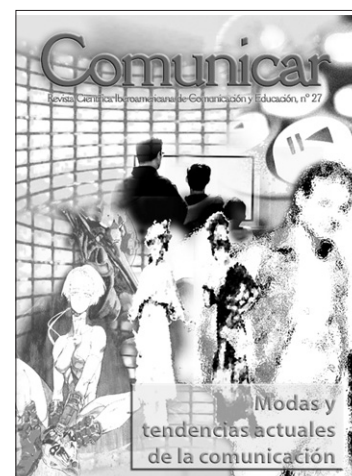
Comunicar 27, 2006

Modas y tendencias actuales de la comunicación

Communication trends

PRELIMINARES / PRELUDE

Sumario	5/6
Prolegómenos	7/8
<i>José Ignacio Aguaded Gómez</i>	



Comunicar, 27, 2006

TEMAS / SUBJECTS

• Presentación	10/12
<i>Estrella Martínez</i>	
• Moda y medios de comunicación en la educación ciudadana	13/18
<i>José M^a de Andrés Garrido. Granada</i>	
• Los «metrosexuales» y «übersexuales» como artefactos publicitarios	19/27
<i>Juan Rey. Sevilla</i>	
• «Dinkis»: marcando un nuevo estilo de vida	29/33
<i>M^a Teresa Delgado y Domingo Gómez. Sevilla</i>	
• Léxico y discurso de la moda	35/41
<i>Carmen Ávila Martín y F^o Linares Alés. Granada</i>	
• Hacia el consumo inteligente	43/46
<i>Marisun Gajitos. Helsinki (Finlandia)</i>	
• Superventas, modas de lectura e ideología	47/54
<i>M. Ángel Martínez-Cabeza y M^a Carmen Espínola. Granada</i>	
• Líneas de comunicación de las revistas gratuitas dirigidas a jóvenes	55/60
<i>Eileen Hudson. Montevideo (Uruguay)</i>	
• Los mensajes de las series: eslóganes en imágenes	61/68
<i>Mercedes Medina Laverón. Pamplona</i>	
• Músicas y modas	69/77
<i>Mônica de A. Duarte. Rio de Janeiro (Brasil)</i>	
• Los videojuegos, marcadores de tendencias en el ocio tecnológico	79/84
<i>M^a Ángeles Llorca Díez. Granada</i>	
• Modas adolescentes y medios de comunicación como agentes socializadores	85/91
<i>María Teresa Téramo. Buenos Aires (Argentina)</i>	

CALEIDOSCOPIO / KALEIDOSCOPE

HISTORIETAS GRÁFICAS / COMICS	94/97
<i>Enrique Martínez-Salanova. Almería</i>	

INVESTIGACIONES / RESEARCHS

• De la escuela en la televisión a la televisión (digital) en la escuela	98/103
<i>Juan Salvador Victoria Mas. Málaga</i>	

S U M A R I O

Comunicar 27, 2006

CALEIDOSCOPIO / KALEIDOSCOPE

- Impacto del teléfono móvil en la vida de los adolescentes entre 12 y 16 años 105/112
Sara Malo Cerrato. Girona
- Jóvenes, tecnologías y el lenguaje de los vínculos 113/116
Víctor Manuel Marí Sáez. Cádiz
- Guía paterna en el consumo televisivo 117/122
Carmen Marta Lazo. Zaragoza
- Ingredientes mágicos y tests clínicos en los anuncios como estrategias publicitarias . . 123/128
Carolina Moreno Castro. Valencia
- Actores periodísticos y políticos en momentos de crisis: un estudio de caso 129/135
Sergi Cortiñas y Carles Pont. Barcelona
- La coeducación en la red telemática educativa andaluza «Averroes» 137/141
Emelina Galarza Fernández. Málaga
- Una visión actual de las comunidades de «e-learning» 143/148
Francisco Andrés García Martínez. Granada
- Procesos comunicativos en entornos telemáticos cooperativos 149/154
Gregorio Jiménez y Anna Llitjós. Barcelona
- Los museos virtuales como recurso de enseñanza-aprendizaje 155/162
Josefina Santibáñez. Logroño
- Las tecnologías de comunicación (TIC) en los ambientes de formación docente . . . 163/169
Valdinei Marcolla. Rio Grande (Brasil)
- La escuela virtual: la tecnología al servicio de la educación 171/177
Montserrat Tesouro Cid y Juan Puiggalí Allepuz. Girona
- Comunicación en Internet: constructivismo social e identidad virtual 179/186
Ana Ortigosa Pastor y Ana Ibáñez Moreno. Logroño
- Programa «Cine y Salud» 187/191
Javier Gallego Diéguez, Carlos Gurpegui Vidal. Zaragoza
- La experiencia escolar en «Buffy, cazavampiros» 193/198
Concepción Cascajosa Virino. Sevilla
- La evaluación y la mejora de la calidad de los procesos de comunicación 199/203
Ignacio González López. Córdoba
- La educación en comunicación en Cataluña 205/210
Alba Ambròs Pallarès. Barcelona
- Tutoría universitaria y asignaturas de medios audiovisuales 211/217
Ana María Sedeño Valdeñós. Málaga
- Accesos alternativos a los medios para personas con deficiencias sensoriales 219/224
Antonio Rodríguez Fuentes. Granada
- La lengua, la literatura y las tecnologías al servicio de la educación especial 225/231
Antonio García Guzmán. Granada
- Joan Brossa y el cine 233/237
Tomás Pedroso Herrera. Huelva

BITÁCORA / BINNACLE

APUNTES / NOTES	240/241
RESEÑAS / BOOKS	242/267

Prolegómenos

La edu-comunicación, más necesaria que nunca: el ILCE como modelo de referencia

A much needed framework: the ILCE as a role model

José Ignacio Aguaded Gómez

Nadie duda ya de que los cambios que está sufriendo la sociedad actual no tienen parangón a lo largo de la historia. Hasta los más reacios comienzan a sucumbir a este maremagnum de transformaciones en gran parte debido a la irrupción, cada vez más global y persistente, de los medios de comunicación en todas las esferas de la vida cotidiana. Trabajo, ocio, vida pública y privada se han visto profundamente alterados en los dos últimos decenios —especialmente y de forma masiva en este último— por la apabullante presencia de la televisión, el cine, la prensa y especialmente de los nuevos medios: Internet, multimedias, teléfonos móviles, consolas de videojuegos, la nueva televisión... Por ello, más que nunca, es necesario demandar esta temática central que esta publicación ha defendido desde sus inicios: la educación para estos medios. Si consumimos medios, a veces incluso de forma compulsiva, y no podemos obviar ese consumo, la única alternativa que tenemos, es educarnos para hacer un consumo selectivo de los mismos, un uso inteligente y racional que, sin renunciar a la dimensión lúdica que éstos, por fortuna o desgracia, tienen, nos permita rentabilizarlos lo máximo en nuestras vidas, convirtiéndolos en instrumentos clave para el desarrollo individual de las personas, pero también para el progreso colectivo de los pueblos.

Sin duda, la cruda realidad nos demuestra que el uso compulsivo e indiscriminado de los medios no garantiza su mejor conocimiento y apropiación de sus mensajes; más bien todo lo contrario: quienes más consumen, como apuntan ya investigaciones contrastadas, están más expuestos a las veleidades y la manipulación informativa y comportamental de los mismos. También parece evidente que el desarrollo vertiginoso de los medios tecnológicos en los últimos años no ha traído como consecuencia una mejor cualificación de las personas para su consumo; también, más bien, en este caso, todo lo contrario: cuanto más medios se han desarrollado, menos se ha formado el espíritu crítico de la ciudadanía.

Es evidente que es necesaria una fuerte movilización ciudadana que dé valor a la educación en los medios, que haga la edu-comunicación un bastión esencial para el desarrollo de la ciudadanía, fomentando planes globales que abarquen no sólo a la escuela y al sistema educativo formal, sino también a las familias, a las asociaciones y colectivos cívicos, a los políticos y administradores y de una manera especial a los propios medios de comunicación. Esta labor educadora es más acuciante si cabe en la medida que se detectan altos niveles de «analfabetismo audiovisual» en gran parte de la población. El lenguaje audiovisual no se enseña ni se aprende, porque la comprensión de los medios no es instintiva y automática.

Ante esta situación, no cabe más que una toma de conciencia serie y urgente de los organismos públicos, especialmente regionales, nacionales e internacionales. Las asociaciones ciudadanas y la implicación de padres y maestros y profesores aislados no es suficiente. Desde hace varias décadas múltiples grupos de profesores, comunicadores, periodistas y padres se han movilizado reclamando esta necesaria educación audiovisual que permita la adquisición de competencias comunicativas. Ya no es suficiente. Se necesita una movilización social de alto nivel que fomente políticas de intervención integrales que engloben tanto a la ciudadanía como a los medios en sus diferentes ámbitos de actuación: la escuela, los centros educativos, los hogares, los entornos no formales y de ocio...

Prolegómenos

Desde los años setenta la UNESCO ya defendió el papel de la educación en los medios en la nueva sociedad. Sin embargo, las secuelas de aquella apuesta primeriza no han sido todo lo incisivas que sería deseable y la realidad es testigo de ello. Los gobiernos, en general, se han preocupado más por garantizarse medios dóciles que por exigirles su compromiso ético con la ciudadanía; la escuela ha permanecido más centrada en su labor anacrónicamente transmisiva que en actualizarse en función de las demandas de los tiempos y especialmente de sus propios clientes, consumidores voraces de todos estos medios; las familias no han asumido aún los nuevos roles que la llegada de los medios han impuesto; y finalmente los medios de comunicación han entrado en una espiral cada vez más perniciosa como empresas de generar beneficios en vez de preocuparse por el bienestar social y el progreso de la ciudadanía.

Ante este panorama, más bien pesimista, cabe plantearse dónde encontrar luces ante el abismo. Si bien no hemos de negar que la situación, desde nuestro punto de vista, es crítica, no deja de haber resquicios para la esperanza. En España se han constituido ya los Consejos Audiovisuales en tres Comunidades Autónomas: Cataluña, Navarra y Andalucía y parece inminente la creación de uno estatal. Pero nos gustaría aquí reseñar la labor consolidada de casi medio siglo del Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE) con sede en México, e integrado por 13 países latinoamericanos: Bolivia, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay y Venezuela. Durante estos años, el ILCE ha fomentado la investigación en medios, desarrollado contenidos educativos, ha producido materiales didácticos para la formación, ha propuesto múltiples alternativas innovadoras para potenciar las tecnologías de la comunicación y la información y los espacios virtuales de aprendizaje. Sin duda, su dilatada experiencia durante estos años y su amplio radio de influencia es una prueba palpable de su capacidad de generar educación en los medios en la ciudadanía, siendo un claro ejemplo a imitar por otras naciones y regiones del mundo.

Recientemente el ILCE ha organizado en España –Palacio de Euskalduna de Bilbao– su «Virtual Educa 2006» centrado en la «educación, procesos y comunicación: un camino hacia la sociedad del conocimiento», dando prueba fehaciente de su capacidad organizativa y su línea ideológica. Un amplio plantel de investigadores de reconocido prestigio de América y Europa ha reflexionado sobre el papel de estas tecnologías en los próximos años como instrumentos para el desarrollo de los pueblos y la generación de conocimientos.

La educación requiere de muchas acciones y muchas implicaciones. El modelo del ILCE es, sin duda, una referencia básica a tener presente, como organismo internacional que lleva a cabo los principios emanados por la UNESCO en los años setenta. Pero es necesario además, una fuerte apuesta de la ciudadanía para que los medios realmente sean instrumentos esenciales de desarrollo y progreso en la vida cotidiana de las personas. La implicación institucional debe estar siempre acompañada con la reivindicación y la toma de conciencia ciudadana. Éste es el papel de todos y todas.