



abrir los trucos para vender"... Había cuantos mensajes de este tipo; los alumnos habían dado un sólido paso educativo, allá de lo que yo mismo tenía previsto. mi modo de ver —y como conclusión—, y que deducir de estas líneas que la escuela se haya de plegar servilmente al dictado cultura popular. La escuela debe enseñar a interpretar la cultura popular (en el caso del presente artículo: la televisión) desde los insentidos de la cultura oficial (el pensamiento verbal y lógico) de un modo vertical y horizontal. Es un cometido fundamental de la escuela, entre muchos otros de vital importancia. Para llegar a la competencia televisiva que pasar por un alto grado de competencia lingüística. Hay un sinnúmero de tareas, desde los aprendizajes, procedimientos y conte-

nidos, donde una de las coronaciones —entre otras muy importantes— será la competencia televisiva. No creo en los planteamientos de Giovanni Sartori, que ve irreconciliables el mundo del discurso lineal y racional (del libro y la palabra) frente al mundo del relato emotivo y fragmentado (de la televisión) (11).

Es una tarea urgente: los alumnos lo necesitan para moverse por el mundo. Es la tarea que exigen los tiempos: educarles para saber manejarse por los caminos difíciles de la realidad real y dirigir inteligentemente su conducta sin perderse en los fantasmas de la realidad virtual.

Ignacio de Bofarull
Pedagogo

Obras

1. MACLUHAN, M. *La galaxia Gutenberg*, Madrid, Aguilar, 1972.
2. VILCHEZ, L. *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós, 1993. Este autor cita esta corriente en las páginas 24 y 25.
3. GREENFIELD, M. *Los niños y los medios de comunicación*, Madrid, Morata, 1985. Y también MASTERMAN, L. *La enseñanza de los medios de comunicación*, Madrid, De la Torre, 1993.
4. FRIGOLA, E. "Ocio y televisión en la infancia y la juventud", en Radiotelevisión Valenciana (comp.), *Televisión. Niños y jóvenes*, Valencia, RTVV, 1994.
5. AGUADED, J.I. *Convivir con la televisión. Familia, televisión y recepción televisiva*, Barcelona, Paidós, 1999. Págs. 156-188.
6. FERRÉS, J. *La educación en la era del espectáculo*, Barcelona, Paidós, 2000.
7. BOFARULL, I., *La televisión contra la lectura*, en *Comunicación y Pedagogía*, 1998, número 149, pp: 85-89.
8. FERRÉS, J. *Televisión y educación*, Barcelona, Paidós, 1995. Pág. 133-134.
9. CAMPS, V. *Consumidores de imágenes*, prólogo a AGUILAR, P., *Manual del teleespectador inteligente*, Madrid, Fundamentos, 1996. Págs. 11-13.
10. FERRÉS, J. *El efecto de formar teleespectadores*, en *Miljans. Xarxa d'educadors i comunicadors*, <http://www.barcelona.org/miljans/mapa.htm>

EL PODER DE LA TELEVISIÓN

iendo la prensa, la radio y la televisión los medios de comunicación de masas por excelencia —tan presentes en nuestra sociedad que, sin ellos, no la podríamos concebir— hoy debemos incorporar Internet (la "red de redes") y la publicidad como los más potentes y poderosos. Ambos están inseparablemente unidos a las formas más actuales de cultura.

La prensa española, en líneas generales, es muy buena. Aquí no existe prensa de tinte sensacionalista como en otros países de nuestro entorno y alguna iniciativa reciente en este sentido ha fracasado, claro, estrepitosamente. La prensa en España es plural, dinámica, de gran densidad informativa y cultural. El amarillismo —que también se encuentra— es, al contrario que en la televisión, excepcional. En nuestros días, la prensa regional goza de excelente salud, muy identificada y próxima al lector. No debemos considerar aquí la llamada "prensa rosa", por ser un fenómeno muy a conciencia, en los últimos años, desde la televisión. Por si fuera poco, la prensa la elegimos. No entra indiscriminadamente en nuestras casas como un huésped molesto.



Maribel Martínez Eder
Asociación Plaza del Castillo de Navarra

También en la radio, el sensacionalismo es la excepción.

Documento

Es el sistema de comunicación más revolucionario que hubiéramos podido imaginar. Estamos en los inicios de comprender su trascendencia. Como elemento muy positivo, se pueden considerar la accesibilidad y democratización de la información cara a los países en desarrollo. Sin embargo, el hecho de que en la red tenga igualdad de presentación lo más excelso y sublime de la creación humana con lo más abyecto (material al cual era imposible acceder antes) está acariciando problemas irresolubles por el momento. La solu-

La televisión

Lo cuanto a la radio, hay que decir que ha estado atravesando una magnífica situación desde hace décadas, ascendente en la consideración de los oyentes. Es uno de los medios que goza de más credibilidad. Además, se ha convertido en un género predominantemente radiofónico