

S U M A R I O

Comunicar 25, 2005

Televisión de calidad

Quality television

PRELIMINARES / PRELUDE

Sumario	5/6
Prolegómenos: Televisión de calidad	17/18
<i>José Ignacio Aguaded Gómez</i>	

TEMAS / SUBJECTS

• Presentación: Para una sociedad realmente avanzada	10/22
<i>María Teresa Fernández de la Vega. Madrid</i>	
• ¿Es posible una televisión de calidad?	23/27
<i>Carmen Caffarel. Madrid</i>	
• Televisión de calidad: distinción y audiencia	29/32
<i>Rafael Camacho Ordóñez. Sevilla</i>	
• Por una televisión para la educación en sintonía multimedia	33/44
<i>Agustín García Matilla. Madrid</i>	
• ¿Cómo es la televisión que tenemos?	45/49
<i>Valentí Gómez i Oliver. Barcelona</i>	
• Enseñar a ver la televisión: una apuesta necesaria y posible	51/55
<i>José Ignacio Aguaded Gómez. Huelva</i>	
• ¿Pero sigue existiendo la televisión en un universo global de comunicación?	57/62
<i>Julio Cabero Almenara. Sevilla</i>	
• Televisión de calidad y autorregulación de los mensajes para niños y jóvenes	63/70
<i>Ramón Reig. Sevilla</i>	
• La televisión que queremos... si realmente queremos lo que decimos	71/77
<i>Juan María Casado Salinas. Sevilla</i>	
• Televisión, globalización y cambio social	79/85
<i>Miguel Ángel Ortiz. Madrid</i>	
• Por un nuevo uso educativo de la radio y la televisión en Iberoamérica	87/90
<i>Gerardo Ojeda-Castañeda. Madrid</i>	
• Hacia otro modelo de sistema televisivo en la era de la comunicación global	91/99
<i>Carme Mayugo i Majó. Barcelona</i>	
• Lo ideal y lo real en TV: calidad, formatos y representación	101/108
<i>Julián Pindado. Málaga</i>	
• Las asociaciones de telespectadores en la construcción de una TV de calidad	109/115
<i>José Boza Osuna. Zaragoza</i>	
• Televisión y telespectadores: la movilización de la sociedad civil	117/123
<i>Nuno von Amann de Campos. Lisboa (Portugal)</i>	
• Televisión y telespectadores: un conflicto permanente	125/130
<i>Manuel Fidalgo Yebra. Sevilla</i>	



• Lucha por la audiencia: televisión basura/educación basura	131/136
<i>Miguel Ángel Siloé del Pozo. Granada</i>	
• Televisión y adolescentes, una mítica y controvertida relación	137/146
<i>José Antonio Gabelas. Zaragoza</i>	
• Televisión y adolescentes: una mítica y controvertida relación	147/151
<i>Juan Bautista Romero Carmona. Huelva</i>	
• Educação para os media: uma aposta urgente e necessária face aos novos media ..	153/159
<i>Vitor Reia-Baptista. Faro (Portugal)</i>	
• Ciudadanos y pantallas: pasividad o responsabilidad	161/166
<i>Enrique Martínez-Salanova Sánchez. Almería</i>	
• Alfabetización en la comunicación mediática: la narrativa digital	167/175
<i>Ramón Pérez Pérez. Oviedo</i>	
• Proyecto educativo, herramientas de educación audiovisual	177/180
<i>Luis Boza. Barcelona</i>	
• A qualidade na televisão para crianças	181/192
<i>Sara Pereira. Braga (Portugal)</i>	
• El televisor: la pantalla estrella	193/195
<i>Ilda Peralta Ferreyra. Almería</i>	
• El discurso televisivo: un lenguaje seductor que cuenta un mundo virtual	197/202
<i>Mª Amor Pérez Rodríguez. Huelva</i>	
• Televisión y telespectadores	203/210
<i>Ángel Luis Vera Aranda. Sevilla</i>	
• Lenguaje audiovisual y manipulación	211/220
<i>Stella Martínez Rodrigo. Granada</i>	
• Aprender desde la escuela y la familia a ver televisión de calidad	221/224
<i>Francisco Pavón Rabasco. Cádiz</i>	
• La televisión de calidad y la familia	225/230
<i>Verónica Marín Díaz. Córdoba</i>	
• La televisión como recurso curricular y medio de conocimiento	231/236
<i>Julio Tello y Manuel Monescillo. Huelva</i>	
• La familia frente al televisor: víctima o culpable?	237/242
<i>Juan Ferrés i Prats. Barcelona</i>	
• La responsabilidad de los programadores de televisión	243/246
<i>Rafael Quintana Garzón. Jaén</i>	
• El futuro de la sociedad digital y los nuevos valores de la educación en medios	247/258
<i>José Manuel Pérez Tornero. Barcelona</i>	
• A busca da comunicação na sociedade multi-ecrãs: perspectiva ecológica	259/264
<i>Manuel Pinto. Braga (Portugal)</i>	

CALEIDOSCOPIO / KALEIDOSCOPE

HISTORIAS GRÁFICAS / COMICS	266/269
<i>Enrique Martínez-Salanova Sánchez</i>	

ÁREA TEMÁTICA 1: «TELEVISIÓN Y TELESPECTADORES»

1.1. TELESPECTADORES, AUDIENCIAS, PARTICIPACIÓN Y POLÍTICA	270
1.1.1. Televisión, educación y construcción de identidad de los telespectadores	
<i>Jorge Belmonte y Silvia Guillamón. Valencia</i>	
1.1.2. Fin educativo para nuestra cultura: aprender a ser semióticamente fuerte	
<i>José Ángel López Herrerías. Madrid</i>	

- 1.1.3. El medio ya no es el mensaje
José Mateo, Antonio García y Sandra Guzmán. Sevilla
- 1.1.4. La hipnosis de las pantallas: reflexiones ante un posible despertar del telespectador
Aurelio del Portillo García. Madrid
- 1.1.5. La oferta televisiva de calidad frente a la disponibilidad del telespectador
Laura López Romero. Málaga
- 1.1.6. Televisión y representación mediática: problemas contractuales con el espectador
M^a Ángeles Martínez García. Sevilla
- 1.1.7. La participación ciudadana desde la óptica de la ley de responsabilidad social en radio y televisión de Venezuela
M^a del Mar Ramírez Alvarado. Sevilla
- 1.1.8. La televisión y la política: Francia y España
Tomás Pedroso Herrera. Huelva
- 1.1.9. El telespectador, soberano o marioneta del devenir político
Nuria Quintana Paz. Salamanca
- 1.1.10. La información política en televisión: ¿apatía o interés entre los telespectadores?
Salomé Berrocal Gonzalo. Madrid
- 1.1.11. El espectador excesivo (fan) y las comunidades on-line: estudios de recepción y educación mediática en «Gran Hermano»
Daniel Aranda. Barcelona
- 1.1.12. El teléfono de Damocles: sobre el juicio del telespectador ante el relato de la telerrealidad
Manel Jiménez Morales. Barcelona
- 1.1.13. Andaluces en la telerrealidad: la audiencia a través del estereotipo del andaluz en TV
Laura Teruel y Florencio Fernández. Málaga
- 1.1.14. Periodistas y telespectadores: retos y exigencias para un proceso de relación interactiva
Elena Real Rodríguez. Madrid
- 1.1.15. El telespectador adolescente como náufrago
Luis Deltell Escolar. Madrid

1.2. TELESPECTADORES INFANTILES Y JUVENILES 279

- 1.2.1. Los efectos de la televisión en niños y adolescentes
Adhámina Rodríguez Escámez. Sevilla
- 1.2.2. ¿Qué hacen los públicos infantiles con la televisión?
Sergio Ricardo Quiroga Macleimont. Argentina
- 1.2.3. Emoción y hábitos de los niños frente a la televisión
Ana María Sedeño Valdellós. Málaga
- 1.2.4. Usos y gratificaciones de la televisión según los receptores infantiles
Antonio Flores Domínguez. Tabasco (México)
- 1.2.5. Los padres y madres, principal referente de lo que los niños ven en la pantalla
Carmen Marta Lazo. Madrid
- 1.2.6. El niño preescolar como telespectador
Carmen Lucía Domínguez Aguila y Nieves Schade Yankovic. Concepción (Chile)
- 1.2.7. ¿Es mejor estar seis horas en la calle que ver una hora la televisión?
Ángel Javier Gómez, M^a Carmen León y M^a Jesús Monedero. Córdoba
- 1.2.8. Lo que los niños del mundo le piden a la televisión: investigación internacional comparativa entre seis países
Tatiana Merlo Flores. Buenos Aires (Argentina)
- 1.2.9. ¿Qué piensan los niños brasileños sobre lo que aprenden con la televisión?
Rosalía Duarte y Rita Migliora. Río de Janeiro (Brasil)
- 1.2.10. Los programas televisivos infantiles preferidos por los niños de 6 a 8 años
María Luisa Sevillano García. Madrid
- 1.2.11. La escucha de un espectador de fondo. El niño ante la televisión
Amparo Porta Navarro. Castellón

<p>1.1.12. La banda sonora del programa «Xuxa no mundo da imaginação» <i>José Nunes Fernandes. Río de Janeiro (Brasil)</i></p> <p>1.2.13. La banda sonora del programa «Rá-Tim-Bum» <i>Mônica Duarte. Río de Janeiro (Brasil)</i></p> <p>1.2.14. La publicidad televisiva con actantes infantiles (hasta 12 años): análisis de contenidos audiovisuales <i>Manuela Barba García. Huelva</i></p> <p>1.2.15. La televisión que quieren los jóvenes: hacia un medio de proximidad <i>Fernando Sabés Turmo. Barcelona</i></p> <p>1.2.16. Consumo de televisión entre los jóvenes universitarios <i>Ana Almansa Martínez. Málaga</i></p> <p>1.2.17. Los jóvenes ante la telebasura: estudio de caso <i>Emilio Fuentes Romero. Málaga</i></p> <p>1.2.18. Estudio empírico sobre el serial juvenil «Al salir de clase»: sobre la transmisión de valores a los adolescentes <i>Yolanda Montero Rivero. Valladolid</i></p> <p>1.2.19. Televisión, desarrollo y lenguaje. Un estudio en adolescentes ceutíes <i>M^o Pilar Núñez, Raquel Benítez y José Antonio Liébana. Granada</i></p> <p>1.2.20. Valores y preferencias televisivas: una experiencia universitaria <i>Santiago Palacios, Concepción Medrano y Alejandra Cortes Pascual. País Vasco y Zaragoza</i></p> <p>1.2.21. Televisión y telespectadores peruanos en un país oral y diverso <i>María Teresa Quiroz. Lima (Perú)</i></p>	291
<hr/>	
<p>1.3. TELESPECTADORES Y VIOLENCIA</p> <p>1.3.1. La violencia audiovisual y sus efectos evolutivos: un estudio teórico y empírico <i>Carlos Barrios Cachazo. Madrid</i></p> <p>1.3.2. Televisão e violência: (para) novas formas de olhar <i>Armanda Pinto da Mota Matos. Coimbra (Portugal)</i></p> <p>1.3.3. Reflexiones sobre los efectos de las imágenes de dolor, muerte y sufrimiento en los espectadores <i>Antonio Linde Navas. Málaga</i></p> <p>1.3.4. Violencia en los dibujos animados de ayer y hoy <i>Fina Pérez Garcías y Santos Urbina Ramírez. Baleares</i></p>	293
<hr/>	
<p>1.4. TELESPECTADORES, PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y CONSUMO</p> <p>1.4.1. Televisión, publicidad y comunicación <i>M^o Dolores Degrado Godoy. Huelva</i></p> <p>1.4.2. Weblogues: novo instrumento para a promoção da comunicação entre TV e telespectadores <i>Neusa Baltasar. Faro (Portugal)</i></p> <p>1.4.3. El posicionamiento en 20": las autopromociones de las cadenas de televisión <i>Lorena López Font y Cristina González Oñate. Castellón</i></p> <p>1.4.4. Hacia una televisión más participativa <i>Tiscar Lara. Madrid</i></p> <p>1.4.5. Adaptación del comercio electrónico a la televisión digital <i>M^o del Rosario Fernández Falero. Extremadura</i></p> <p>1.4.6. La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores <i>M^o Jesús Fernández Torres. Andalucía</i></p> <p>1.4.7. «Selling me softly, la persuasión sutil»: influencia del «product placement» en las audiencias infantiles de las teleseries <i>Mónika Jiménez Morales. Vic</i></p> <p>1.4.8. Rédito político y publicitario de interesadas pleitesías a la demanda <i>Óscar Sánchez Alonso. Salamanca</i></p>	293

S U M A R I O

Comunicar 25, 2005

-
- 1.4.9. Consumir como consumidores y no como espectadores
José Clavero y Lidia Santiago. Málaga y Granada
- *1.4.10. Evolución en las preferencias de los consumidores de productos audiovisuales
Lorena Rodríguez Valentín, A. Martínez y Óscar Juanatey. Extremadura y A Coruña
- 1.4.11. El observatorio de la publicidad de la movilidad sostenible y la televisión
Gerardo Pedrós Pérez. Córdoba
- 1.4.12. Representaciones sociales televisivas y población infantil
M^a del Carmen Reina Flores. Sevilla
- 1.4.13. Ideas para la aplicación didáctica de la publicidad televisiva en el aprendizaje de la lengua
Elisabet Costa y Rosa Sayós. Barcelona
-
- 1.5. TELESPECTADORES, IMÁGENES Y ESTEREOTIPOS 300
-
- 1.5.1. El precario estatuto de las imágenes en la era digital
Julián Echazarreta Carrión. Valencia
- 1.5.2. Género y televisión. Estereotipos y mecanismos de poder en el medio televisivo
Sonia Núñez Puente. Madrid
- 1.5.3. La representación del «otro-mujer» en las pantallas: contenidos filmicos y co-educación
Jorge Belmonte y Silvia Guillamón. Valencia
- 1.5.4. Bases teóricas para la reflexión sobre el significado social de la presencia de los famosos y famosillos en televisión
María Lamuedra Graván. Madrid
-
- 1.6. TELESPECTADORES, LENGUAJE, GÉNEROS Y CONTENIDOS TELEVISIVOS 303
-
- 1.6.1. El papel del lenguaje televisivo en la constitución del lector contemporáneo
Maria Luiza Oswald. Río de Janeiro (Brasil)
- 1.6.2. Los géneros de «simulación de realidad»: la producción como concepto clave en el análisis de los productos mediáticos
Fernando Tucho. Madrid
- 1.6.3. Series de ficción de producción nacional y telespectadores: un negocio en bandeja
Susana Torrado y Carmen Castelo. Murcia
- 1.6.4. Los contenidos en las televisiones locales
Joaquín A. García Muñoz. Extremadura
- 1.6.5. La televisión local pública: plataforma para contenidos de servicio al ciudadano
Carmen del Rocío Monedero Morales. Málaga
- 1.6.6. Las voces de los presentadores de informativos en televisión
Emma Roderer y Gloria. Salamanca
- 1.6.7. El presentador de noticias: las cualidades necesarias para una comunicación eficaz
Alejandro Salgado Losada. Salamanca
- 1.6.8. Cine y televisión: Las amistades peligrosas
Luis Moreno Torres. Andalucía
- 1.6.9. Música y televisión
Juan Bautista Romero Carmona. Huelva

ÁREA TEMÁTICA 2: «TELEVISIÓN DE CALIDAD»

-
- 2.1. CALIDAD, ESTÁNDARES E ÍNDICES 309
-
- 2.1.1. El Informe del «Comité de sabios»: bases para una televisión de calidad
María Soler Campillo. Valencia
- 2.1.2. Estándares de calidad en televisión y su valoración
Lucio Blanco Mallada. Madrid

S U M A R I O

Comunicar 25, 2005

2.1.3. El modelo de programación de servicio público como criterio definidor de la TV de calidad <i>Leopoldo Abad Alcalá. Madrid</i>	
2.1.4. Cauces éticos necesarios para una televisión de calidad <i>M^a Angeles San Martín Pasca. Madrid</i>	
2.1.5. La televisión de calidad. Querer, saber o poder <i>Nuria Sánchez-Gey. Sevilla</i>	
2.1.6. La función social de los medios y la situación actual de la televisión en España <i>Miguel Bobo Márquez. Sevilla</i>	
2.1.7. Televisión: ¿la calidad se paga? Públicos y privados en misión de servicio público <i>Samantha Mendes. Faro (Portugal)</i>	
2.1.8. Las productoras audiovisuales: instrumentos de análisis <i>Mónica Hinojosa Becerra. Málaga</i>	
2.1.9. Quien te quiere, te analiza <i>Donaciano Bartolomé Crespo. Madrid</i>	
2.2. CALIDAD, TELEVISIÓN INTERACTIVA Y REDES	314
2.2.1. La TV que veremos, ¿la televisión que queremos? Nuevas formas de hacer televisión <i>Tatiana Millán y Soledad Ruano. Extremadura</i>	
2.2.2. El pacto fáustico: la televisión interactiva que (no) querríamos <i>Rosanna Mestre. Valencia</i>	
2.2.3. Calidad y televisión digital terrestre <i>Inmaculada Postigo Gómez. Málaga</i>	
2.2.4. Los canales temáticos: una alternativa a la programación de la televisión generalista <i>Soledad Ruano y Tatiana Millán. Badajoz</i>	
2.2.5. La televisión local de proximidad: redes horizontales <i>Patricia Picazo Sanz. Valencia</i>	
2.2.6. La TV digital interactiva y sus aplicaciones educativas. Perspectivas tecnológicas y educativas <i>Antonia Alejandra González. México D.F. (México) y Karla Jiménez Comrie. Panamá</i>	
2.3. CALIDAD, INFANCIA Y JUVENTUD	317
2.3.1. Aproximación a la medida empírica de la calidad del audiovisual dirigido a niños <i>Victoria Tur Viñes. Alicante</i>	
2.3.2. Programación infantil: entre la educación y el entretenimiento <i>Cristina González Díaz. Alicante</i>	
2.3.3. ¿Ludistas o convencidos? Una aproximación a la realidad televisiva infantil <i>M^a Teresa Francés Barceló. Alicante</i>	
2.3.4. El mensaje televisivo de programas y publicidad dirigido al público infantil: aproximación a la calidad de su contenido <i>M^a Dolores Fernández y Victoria Tur. Alicante</i>	
2.3.5. Metodología para el estudio de la calidad de los contenidos audiovisuales programáticos dirigidos a la infancia <i>M^a Carmen Carretón y Eva Espinar. Alicante</i>	
2.3.6. La calidad en los dibujos animados en televisión <i>M^a Carmen Hidalgo y Jesús Pertíñez. Granada</i>	
2.3.7. El impacto como estrategia educativa en la televisión del siglo XXI <i>Nuria Rajadell, Carme Oliver e Immaculada Bordas. Barcelona</i>	
2.4. CALIDAD Y AUDIENCIAS	321
2.4.1. La televisión que merecemos <i>Asunción Galván, Cristina Gómez y Carmen M^a Martos. Sevilla</i>	

S U M A R I O

Comunicar 25, 2005

-
- 2.4.2. Calidad frente a incertidumbre: miedos y riesgos por ver la televisión
Delia Crovi Druetta y Carlos Lozano. México D.F. (México) y Madrid
- 2.4.3. Televisión de calidad y participación ciudadana
Borys Bustamante y Fernando Aranguren. Bogotá (Colombia)
- 2.4.4. El interés ciudadano por los contenidos: los nuevos actores de la televisión
Gloria Rosique Cedillo. Madrid
- 2.4.5. El telespectador crítico: un agente determinante en la televisión de calidad
Olivia E. Núñez Orellana. México D.F. (México)
- 2.4.6. Proveedor do telespectador: um argumento contra a caixa de Pandora
Madalena da Costa Oliveira. Braga (Portugal)
- 2.4.7. La hibridación de géneros y la crisis de la calidad televisiva: consejos audiovisuales en el panorama televisivo
Maite Ribés Alegria. Castellón
- 2.4.8. Las informaciones de las televisiones en Internet: análisis de las web de Tele 5 y Antena 3
Guillermo López García. Valencia
- 2.4.9. La telegenia política en una televisión de calidad
Jorge Santiago Barnés. Salamanca
- 2.4.10. La televisión dominada: algunas limitaciones de la televisión en educación y argumentos para una competencia televisiva
José Manuel Bautista, Begoña Mora y Maite Gata. Huelva
-
- 2.5. CALIDAD, GÉNEROS Y CONTENIDOS TELEVISIVOS 327
-
- 2.5.1. Los contenidos televisivos y el control social de su calidad: los weblogs, una nueva herramienta interactiva
Francisco Javier Ruiz y Sonia. Málaga
- 2.5.2. Hacia una televisión pública 2...: el Creative Archive de la BBC
Daniel Villar Onrubia. Sevilla
- 2.5.3. Televisión e información: análisis de los criterios de televisión de calidad en los informativos de las cadenas nacionales
José Antonio López y Francisco Antonio Cuenca. Málaga
- 2.5.4. Los informativos en televisión: ¿debilidades o manipulación?
Jenaro Fernández Baena. Madrid
- 2.5.5. ¿Es el informativo un programa educativo y de conocimiento o es sólo un espacio de entretenimiento?
Carles Marín Lladó. Madrid
- 2.5.6. De los analfabetismos a la telebasura: indagación sobre sus procesos de transición
Dolores Rodríguez Mateos. Sevilla
- 2.5.7. Las «otras noticias» y los telediarios españoles: una propuesta de análisis
Patricia Dígón Regueiro. A Coruña
- 2.5.8. La calidad de la programación de los noticiarios de producción propia en las emisoras locales de Castilla y León
Zulima Iglesias Cruz. Salamanca
- 2.5.9. La presencia del debate en televisión y su utilidad en la calidad de las programaciones
Juan Francisco Gutiérrez Lozano. Málaga
- 2.5.10. El concurso como género de calidad en la televisión española
Enrique Guerrero. Navarra
- 2.5.11. El piloto de las series de televisión: análisis de «Aída», primera «spin off» española
Pedro Sangro Colón. Salamanca
- 2.5.12. «A dos metros bajo tierra», una serie de calidad: análisis narrativo del capítulo piloto
Miguel Ángel Huerta Florian. Salamanca
- 2.5.13. Ficción televisiva y representación generacional: modelos de tercera edad en las series
José Antonio López y Francisco Antonio Cuenca. Málaga

2.5.14. «Reality shows»: el verdadero cerdo mediático <i>Daniel Maestre Delgado. Huelva</i>	
2.5.15. La calidad de la producción audiovisual desde el análisis del valor <i>Juan Carlos del Valle Suárez. Sevilla</i>	
2.5.16. Propuesta de un modelo de evaluación para desarrollar formatos televisivos de calidad <i>Carolina Moreno y Manuel de la Fuente. Valencia</i>	
2.6. CALIDAD Y EXPERIENCIAS INTERNACIONALES	336
2.6.1. TV en Europa: análisis y comparativa de las principales cadenas públicas en seis países <i>Gemma C. Camáñez García. Madrid</i>	
2.6.2. Televisión de calidad: acciones y buenas prácticas en el panorama televisivo italiano <i>Alessandra Carenzio. Milán (Italia)</i>	
2.6.3. Discusión de parámetros de calidad para analizar programas de La 2 de Portugal <i>Gabriela Borges. Faro (Portugal)</i>	
2.6.4. Hacia un índice de la calidad televisiva: la experiencia de Argentina <i>Marcela Farré. Buenos Aires (Argentina)</i>	
2.6.5. La programación televisiva argentina y el estado ausente: las empresas frente a los derechos ciudadanos <i>María del Rosario Luna. Buenos Aires (Argentina)</i>	
2.6.6. La Ley Resorte y la calidad de la televisión en Venezuela <i>Elda Moraleses y Liliana González. Maracaibo (Venezuela)</i>	
2.6.7. Por un drama de calidad en televisión: la segunda edad dorada de la TV norteamericana <i>Concepción C. Cascajosa Virino. Sevilla</i>	
2.6.8. Lições da televisão brasileira para a construção de um conceito de TV de qualidade: o programa «Pânico na TV!» <i>Silene de Araújo Gomes Lourenço. São Paulo (Brasil)</i>	

ÁREA TEMÁTICA 3: «TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN»

3.1. TELEVISIÓN EDUCATIVA	342
3.1.1. De una televisión educativa en general a una televisión educativa en sentido estricto <i>Alejandra Walzer. Madrid</i>	
3.1.2. ¿Es posible la televisión educativa en la multidifusión digital? <i>Miquel Francés i Doménech. Valencia</i>	
3.1.3. La televisión educativa como estrategia metodológica universitaria <i>Julio José Suárez y Wilmer Enrique Navas Montes. Caracas (Venezuela)</i>	
3.1.4. La televisión educativa: un ejemplo práctico con «Barrio Sésamo» <i>Jaime del Campo, Víctor M. Vegazo y Alberto Macías. Sevilla</i>	
3.1.5. Movimientos sociales populares a partir de la lectura crítica de los contenidos televisivos <i>Maria Antônia de Souza y Iolanda Bueno. Curitiba (Brasil)</i>	
3.1.6. Estudios de casos colaborativos audiovisuales sobre televisión educativa como metodologías de enseñanza en el EEES <i>Pedro Román, Soledad Domene y José M^a Fernández. Sevilla</i>	
3.2. TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN	346
3.2.1. Televisión y educación, una pareja al borde de un ataque de nervios <i>Michel Clarembeaux. Lieja (Bélgica)</i>	
3.2.2. La disociación entre televisión y educación <i>Josep Pelechá i Pons. Valencia</i>	
3.2.3. Formar a competência midiática: novas formas de consumo e perspectivas educativas <i>Pier Cesare Rivoltella. Milán (Italia)</i>	

- 3.2.4. La TV digital como eje de un programa de educación en comunicación
Fernando Tucho. Madrid
- 3.2.5. Enseñar a ver televisión
M^a Encarnación Carrillo García. Murcia
- 3.2.6. Nuevas formas de ver la televisión: nuevas formas de enseñar a ver la televisión
Eva Jiménez Tenza. Málaga
- 3.2.7. Persuadir o educar: el papel de la televisión en la aldea global
Fernando Jiménez. Sevilla. Natalia Vela. Málaga
- 3.2.8. Televisión y escuela: comprender el ecosistema comunicativo
Eduardo Gutiérrez. Bogotá (Colombia)
- 3.2.9. De la televisión en la escuela a la televisión para la escuela
José Ramón del Pino y Francisco José Martínez. Sevilla y Huelva
- 3.2.10. Una nueva motivación: la tele en la escuela
Ana Luisa Fernandes Gonçalves. Albufeira (Portugal)
- 3.2.11. El desafío de la seducción catódica: cambio en la construcción del conocimiento
Walter Temporelli. Barcelona
- 3.2.12. Televisión y universidad: un encuentro para la reflexión y la formación de los maestros
Juan Casanova y Francisco Pavón. Cádiz
- 3.2.13. La televisión en la formación del profesor principiante en la universidad
Omar Rafael Ramírez. Barcelona
- 3.2.14. Televisión, personas con discapacidad y currículum formativo del profesorado
María López y Mercedes López. Córdoba
- 3.2.15. Ubicando la creación audiovisual entre maestros y sus maestros
Ricard Huerta. Valencia
- 3.2.16. Las campañas de alfabetización y la TV como estrategia de aprendizaje en Latinoamérica
M^a del Rocío Cruz Díaz. Huelva
- 3.2.17. ¿Cuál es la televisión que los docentes quieren? De las experiencias ausentes a las emergencias de conocimientos con vídeos y programas de televisión
Glauca Guimarães, Nilda Alves y Raquel Goulart. Rio de Janeiro (Brasil)
- 3.2.18. La televisión: ¿caja tonta? o ¿caja mágica?
Paki Rodríguez Vázquez y Alejandro Ruiz Trujillo. Huelva
- 3.3. TELEVISIÓN, FAMILIA, INFANCIA Y JUVENTUD 356
- 3.3.1. Influencia de la televisión en la educación familiar
Antonio Salvador Jiménez y Luisa Torres. Huelva
- 3.3.2. Orientación psicopedagógica, educación y televisión
Manuel Monescillo Palomo. Huelva
- 3.3.3. Niños, televisión y violencia: una propuesta de educación para la recepción
Elsa Patricia García Núñez de Cáceres. Monterrey (México)
- 3.3.4. TV, cinema e adolescentes: relações e inquietudes
Tania M. Esperon y Aline Krause. Pelotas (Brasil)
- 3.3.5. Orientación hacia el consumo abusivo de televisión en la infancia
M^a de la O Toscano Cruz. Huelva
- 3.3.6. Televisión e infancia: perspectiva de enseñantes en formación
Ángela de Luque, Ana Molina, Antonio Ontoria y M^a Victoria Sedeño. Córdoba
- 3.3.7. Las series animadas de televisión y su valor educativo
Verónica Marín Díaz. Córdoba (España)
- 3.3.8. Los dibujos animados como recurso de transmisión de los valores educativos y culturales
Nuria Rajadell, M^a Antonia Pujol y Verónica Violant. Barcelona
- 3.3.9. El abuso de la televisión por parte de nuestros alumnos: cómo, cuándo y por qué
M^a Cinta Aguaded Gómez. Huelva
- 3.3.10. La televisión y las profesoras: relato de prácticas en clase de niños de 7 hasta 11 años
Lúcia Maria Vaz Peres. Pelotas (Brasil)

3.3.11. Representación mediática y producción audiovisual adolescente <i>Carne Mayugo, Montserrat Moix, Marta Ricart y Sara Reñé. Barcelona</i>	
3.3.12. Series animadas y población infantil <i>M^a del Carmen Reina Flores. Sevilla</i>	
3.4. TELEVISIÓN Y CURRÍCULUM	361
3.4.1. Dos modos de tratar la televisión en la escuela como herramienta curricular <i>Pablo Cortés González. Málaga</i>	
3.4.2. La realidad televisiva como modelo de comportamiento social: una propuesta didáctica <i>Francisco Casado Mestre. Huelva</i>	
3.4.3. Las posibilidades educativas de la televisión <i>Laura Moreno García. Madrid</i>	
3.4.4. Televisión: un recurso para adquirir conocimientos, procedimientos y valores <i>Josefina Santibáñez Velilla. Logroño</i>	
3.4.5. La televisión, un medio en el aula <i>Teresa-G. Sibón Macarro. Cádiz</i>	
3.4.6. Enseñemos a discriminar estereotipos sexistas en la televisión <i>Luisa Torres Barzabal y Antonio S. Jiménez Hernández. Huelva</i>	
3.4.7. La televisión como transmisora de actitudes, valores y referentes ideológicos <i>Romualdo Benítez Serrano. Sevilla</i>	
3.4.8. Educación científica en el medio televisivo <i>Julio Tello Díaz. Huelva</i>	
3.4.9. Educación científica, sociedad y televisión <i>Francisco José Martínez, M^a Mercedes Bautista y José Ramón del Pino. Huelva y Sevilla</i>	
3.4.10. La televisión como recurso curricular y medio de conocimiento en el área de Historia <i>M^a del Pilar Valero y Ángel Luis Vera. Sevilla</i>	
3.4.11. La utilización didáctica de la televisión para el aprendizaje de la Geografía <i>Ángel Luis Vera y M^a del Pilar Valero. Sevilla</i>	
3.4.12. Programas musicales en la televisión <i>Juan Bautista Romero y M^a Dolores Degrado. Huelva</i>	
3.4.13. «Buen provecho»: aplicación de programas televisivos en un taller de cocina y de pastelería <i>Montserrat Medina y Manuel del Castillo. Huelva</i>	
3.4.14. Deporte y televisión: una perspectiva desde la educación física escolar <i>José Antonio Rebollo González y Julio Tello. Huelva</i>	
3.4.15. Los spots, una posibilidad para desarrollar la educación ambiental a través de la TV <i>Carlos Alberto Saez Martínez. La Habana (Cuba).</i>	
3.4.16. Posibilidades educativas del medio televisivo: propuestas de análisis <i>Mirian Raposeiras Roubín. Vigo</i>	
3.5. TELEVISIÓN Y EXPERIENCIAS DIDÁCTICAS	370
3.5.1. «Telepuebla» y «Ebarrios TV»: dos experiencias de comunicación audiovisual <i>Joaquín Conde García. Córdoba</i>	
3.5.2. Experiências brasileiras com TVs comunitárias <i>Valter Filé. Río de Janeiro (Brasil)</i>	
3.5.3. Desde la televisión local para la educación global <i>M^a Mercedes Vázquez. Lugo</i>	
3.5.4. Vídeos universitarios latinoamericanos y desarrollo cultural, científico y económico <i>Jenny Bustamante Newball. San Cristóbal (Venezuela)</i>	
3.5.5. A TV de crianças e adolescentes com câmara à mão <i>Vânia Lúcia Quintão Carneiro. Brasília (Brasil)</i>	
3.5.6. Cine de calidad: estrategia para una lectura alfabetizadora por medio de la televisión <i>Elvia Méndez Fregozo. Tijuana (México)</i>	