

# VI CONGRESO INTERNACIONAL DE EDUCACIÓN FAMILIAR

D'EDUCATION FAMILIALE

DE EDUCACIÓN FAMILIAR

ON FAMILY EDUCATION



GRUPO DE INVESTIGACIÓN  
EDUCACIÓN INFANTIL  
Y FORMACIÓN DE EDUCADORES  
UNIVERSIDADES DE ANDALUCÍA



ASOCIACIÓN INTERNACIONAL  
DE FORMACIÓN E INVESTIGACIÓN  
EN EDUCACIÓN FAMILIAR  
(A.I.F.R.E.F.)

BENALMÁDENA (MÁLAGA) • 30 ABRIL / 4 MAYO • 1997  
ESPAÑA • ESPAGNE • SPAIN

**VI CONGRESO INTERNACIONAL DE  
EDUCACIÓN FAMILIAR**

**BENALMÁDENA (MÁLAGA)  
30 ABRIL / 4 MAYO  
1997**

## COMITÉ DE HONOR

Presidenta

**S.M. La Reina Doña Sofía**

Excmo. Sr. D. Federico Mayor Zaragoza  
Director General de la UNESCO

Excma. Sra. D<sup>a</sup> Esperanza Aguirre Gil de Biedma  
Ministra de Educación y Cultura

Excmo. Sr. D. Manuel Pezzi Ceretto  
Consejero de Educación. Junta de Andalucía

Excmo. Sr. D. Enrique Bolín Pérez-Argemi  
Alcalde de Benalmádena

Ilma. Sra. D<sup>a</sup> Carmen Vargas Molina  
Concejala de Cultura y Educación. Ayto. de Benalmádena

Ilmo. Sr. D. Luis Vázquez Alfarache  
Presidente de la Diputación Provincial de Málaga

Excmo. Sr. D. Antonio Díez de los Ríos  
Rector Magnífico de la Universidad de Málaga

Ilmo. Sr. D. Juan Alcaraz Gutiérrez  
Delegado Provincial de Educación Málaga

Ilmos. Srs. Decanos de las Facultades de CC. Educación  
de las Universidades de Andalucía

Ilmo. Sr. D. Manuel Cebrián de la Serna  
Director del ICE. Universidad de Málaga

Edita: Universidades de Andalucía.  
Grupo de Investigación de Educación Infantil y Formación de Educadores.

ISBN: 84-921170-4-4  
Depósito Legal: MA-469/1997

Imprime: Gráficas San Pancracio, S.L.  
Políg. Ind. San Luis, C/. La Orotava, 17 - Málaga

Queremos destacar la importancia de los talleres. Hemos procurado ofrecer un amplio abanico de posibilidades para que profesores y padres tengamos la oportunidad de elegir, debatir y realizar trabajos prácticos.

Esperamos que el Congreso responda a las expectativas de todos y cada uno de los participantes y sea el origen del nuevas perspectivas de Formación e Investigación en Educación Familiar.

Ángeles Gervilla Castillo.  
Universidad de Málaga. España.

Jean Pierre Pourtois.  
Universidad de Mons Hainaut. Bélgica.

## ÍNDICE

	<u>Págs.</u>
CONFERENCIA .....	2
MESA REDONDA Y PANEL DE EXPERTOS .....	16
TALLERES.....	25
CONFERENCIA DE CLAUSURA .....	38
COMUNICACIONES .....	40

DIA: SÁBADO, 3 DE MAYO.

HORA: 18.00- 20.30.

### LA EDUCACIÓN FAMILIAR EN EL CONSUMO TELEVISIVO

*Marta Cristina Sanchez Esparza*

*Estrella Martinez Rodrigo*

*Licenciada en Filología Hispánica y Doctoranda en Ciencias de la Información*

A menudo se escuchan voces alarmadas que denuncian los efectos nocivos del excesivo consumo de violencia o de sexo en televisión. Y es que la televisión se ha convertido en el principal agente socializador de los niños, que pasan frente a ella más tiempo que con sus propios padres o que en el colegio.

La lógica interna de la televisión tiene como resultado unos efectos conformadores de la opinión pública, trasladando modelos de comportamiento y visiones de la realidad, que influyen de manera decisiva en la formación de la personalidad de los niños. Es insustituible el papel de los padres como educadores en el consumo del medio televisión, que debe ser razonado y selectivo, a la vez que crítico, de manera que se enseñe al niño a discriminar y a valorar los contenidos que se le ofrecen, quedándose únicamente con lo mejor de la pequeña pantalla.

### LA TELEVISIÓN: NECESIDAD DE UNA EDUCACIÓN FORMAL ANTE SU INFLUENCIA.

*Castillo Mateo, M<sup>a</sup> Oliva ;Pintero Romero, Benita ; Rivera Valdés, Isabel ; Ruíz Arriaza, Juana (ponente)*

La televisión se ha convertido en uno de los principales generadores de cultura y en muchos hogares es el centro de la vida familiar. Utiliza un lenguaje múltiple y complejo - visual, sonoro y/o verbal - que a veces intenta llegar al el subconsciente de las personas. Influye enormemente en los jóvenes, genera modelos de conducta e incide directa o indirectamente en los valores de la sociedad. La reflexión de los profesionales de la ense-

ñanza sobre este nuevo «alumnoreceptor» y la consideración actual de la televisión como una escuela paralela requiere, por una parte, la inclusión en los currículas escolares de contenidos referidos a la educación en este medio y, por otra, la necesidad de que la escuela asuma la responsabilidad de formar y orientar también a las familias con el objetivo de que éstas adopten una actitud crítica y selectiva ante el poder de este medio de comunicación.

### IMAGEN DE LA FAMILIA EN LA PUBLICIDAD TELEVISIVA ESPAÑOLA

*ESTRELLA MARTÍNEZ RODRIGO*

*DOMINGO CALVENTE MOYA*

*MARTA-CRISTINA SÁNCHEZ ESPARZA.*

La publicidad se elabora siempre pensando en el público objetivo al que va dirigida. Por ello, las personas y situaciones que aparecen en los *spots* publicitarios han de ser fácilmente reconocibles para ese público objetivo, de manera que pueda identificarse con ellas y adquirir el producto que se le ofrece, que es el fin último del anuncio. Por esto podemos afirmar que, en general, la publicidad de cada época refleja la sociedad del momento.

El objetivo de esta comunicación es analizar la imagen de la familia en los *spots* emitidos en Televisión Española en 1996, con el fin de conocer algunas características de la familia en la sociedad española actual. Para este análisis partimos de los cambios producidos en la imagen de la mujer y del hombre en la publicidad de los últimos años, como consecuencia, fundamentalmente, de la incorporación de la mujer al trabajo fuera del hogar. Después, analizamos las características de los miembros de la familia publicitaria y el tipo de relaciones que mantienen entre ellos para concluir con una propuesta de mejora en el tratamiento publicitario que la familia y las relaciones entre sus miembros pueden recibir.