

Publicaciones

R e s e ñ a s

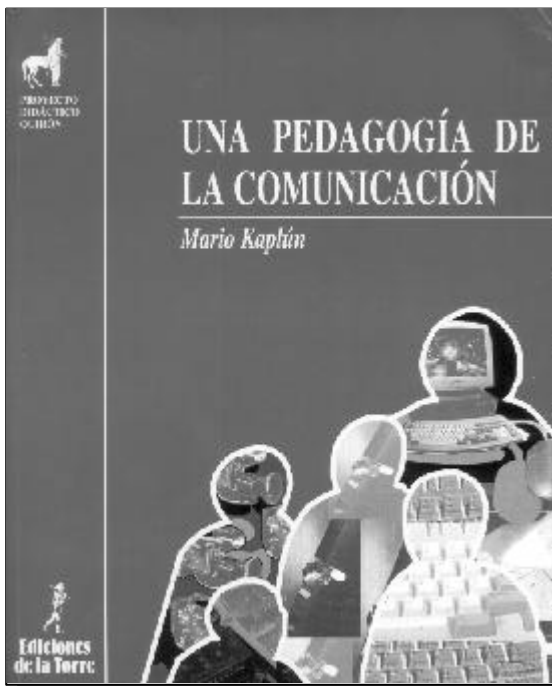
Lázaro Echeagaray Eizaguirre

Kaplún propone un modelo de comunicación educativa basada en los denominados «modelos endógenos» que se muestran como alternativa a los factores negativos que presentan los «modelos exógenos». La idea del autor es llegar a una educación grupal y liberadora, una pedagogía del oprimido, una

educación para la democracia y un instrumento para transformar la realidad. El cambio de un modelo a otro radica en el cambio del proceso comunicativo realizado en las aulas. Éste se basará en una concepción dialógica que no pierda de vista el concepto de empatía. El modelo tendrá en cuenta la variedad y adecuación de los lenguajes del público al que está destinado: correspondencia de códigos, activación de la decodificación, congruencia del mensaje o estrategia de ruidos. La combinación adecuada de todos estos factores genera un mensaje formulado en función del objetivo que se quiere alcanzar. Se trata de abrir canales de comunicación en los educandos a partir de los cuales se socialicen los productos de su aprendizaje; es la creación de la caja de resonancia. Ésta transforma al educando en comunicador, como propone el «modelo endógeno», permitiéndole descubrir la proyección social de su propio mensaje. Ésta es, *agrosso modo* y de manera muy escueta, la propuesta comunicativa de base funcionalista y marxista, en el sentido que procura

con ella la liberación del oprimido por medio de una educación no manipulada, que propone Kaplún en este libro. Encontramos en el proyecto cierta semejanza con la corriente surgida en los sesenta bajo el nombre «cultural studies», también denominada «cultura del pobre», que pretendía la protección del alumnado contra la cultura comercial. El modelo incita a la reflexibilidad. A partir de ésta el sujeto crea una

teoría crítica, pues toma conciencia de su participación en el proceso comunicativo. Al tomar como base en el «modelo endógeno», se suprimen las categorizaciones pertenecientes al «exógeno». Para el autor éstas crean falta de motivación y generan capacidad de manipulación. Por otro lado no se cae en la cuenta de que las connotaciones que el proyecto precisa también pueden conducir a una comunicación manipulativa. Basta para ello seguir los pasos explicados para llevar a cabo su ejecución y cambiar después el objetivo final: no educar sino manipular. Así la eficacia del modelo estará en función de los fines de quien lo lleve a cabo. De hecho, los pasos a los que se alude no difieren de los necesariamente obligados en cualquier proceso comunicativo que se pretenda. Cabe plantearse si es factible la aplicación del modelo en el aula; Kaplún presenta este libro para aquellos que ven la comunicación como un servicio a la sociedad más que como una profesión.



- Una Pedagogía de la Comunicación
- Mario Kaplún
- Madrid, La Torre, 1998
- 252 páginas

Publicaciones

R e s e ñ a s

María Amor Pérez Rodríguez

Los chicos y chicas de hoy –según todas las encuestas– son, desde edades muy tempranas, unos especiales consumidores de los mensajes televisivos, visionando de forma indiscriminada todo tipo de programas, sin apenas conocer los lenguajes audiovisuales y las estrategias persuasivas que la televisión

frecuentemente utiliza.

La televisión se ha convertido en un instrumento imprescindible en la sociedad que nos ha tocado vivir, pero el Sistema educativo, en general, ha permanecido prácticamente al margen de este medio, sin saber aprovecharse de sus posibilidades didácticas y sin enseñar a hacer un buen uso de la tele.

La puesta en marcha de la Reforma nos ha permitido integrar nuevas optativas en Educación Secundaria Obligatoria y Bachillerato, donde los medios de comunicación y la televisión son los centros neurálgicos en el proceso de enseñanza y aprendizaje. «Información y Comunicación», «Medios de Comunicación», «Imagen y Expresión», incluso «Ética» y «Tutoría», están especialmente indicadas para integrar de una forma global el estudio y la reflexión sobre el medio televisivo.

Este material didáctico ofrecerá pistas para trabajar la televisión como eje curricular en las diferentes materias del currículum, pero se centrará especialmente en el visionado y la lectura activa de la televisión, en el desarrollo de lo que podemos llamar «competencia televisiva», esto es, la capacidad para racionalizar el visionado televisivo, fomentando entre los alumnos y alumnas actitudes de «buenos telespectado-

res», es decir, personas críticas y creativas con esta sorprendente «caja mágica».

El texto se compone de 17 unidades didácticas estructuradas en cinco bloques temáticos en los que se analiza desde diferentes enfoques aspectos relacionados con el mundo de la televisión. En el primer bloque, titulado «Vamos a descubrir» se parten de las ideas previas de los

alumnos que, como es evidente, en el ámbito televisivo son cuando menos abundantes. A partir de ahí, el bloque segundo se sumerge «Detrás de la pantalla» para descubrirle el mundo de la tele por dentro y la historia del medio. El siguiente bloque «En la pantalla» se analizan los contenidos, la programación, los programas favoritos, pero también el lenguaje y el discurso televisivo. El cuarto bloque se centra «Ante la pantalla», esto es en la actitud de los telespectadores frente al medio, como audiencias, reflexionando sobre la realidad televisiva y cómo nos influye, positiva y negativamente, el medio en nuestras vidas, fomentando la búsqueda de alternativas al consumo abusivo del medio y la necesidad de desarrollar compromisos personales y colectivos para hacer un buen uso de nuestra programación televisiva.

El último módulo del texto, «Nuestra pantalla», propone el uso del medio desde una vertiente creativa, empleando el lenguaje audiovisual para la propia expresión personal.

En suma, se nos ofrece en este texto diferentes estrategias para conseguir desarrollar destrezas del teleconsumidor activo con la televisión, esto es, buenos telespectadores que usan inteligentemente el medio.



- **Descubriendo la caja mágica. Aprendemos y enseñamos a ver la tele**
- **José Ignacio Aguaded Gómez**
- **Huelva, Grupo Comunicar, 1998**

Publicaciones

R e s e ñ a s

Francisco Casado Mestre

Frente al medio de comunicación por excelencia para niños y jóvenes, la televisión, nace esta obra con el objetivo principal de cambiar la actitud ante este medio, para que no seamos meros observadores pasivos, sino telespectadores activos. Se plantea educar a ver la televisión no como una posibilidad

esporádica de una actividad dentro de la escuela, sino como una exigencia ineludible de educar telespectadores dentro de la escuela. Como dice su coordinador, Joan Ferrés, «una escuela que no enseña a ver la televisión, es una escuela que no educa». *Com Veure la TV? Material didàctic per a infants i joves* es una obra constituida por un conjunto de tres guías didácticas y tres vídeos realizados por un grupo de profesores y editados por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya. La obra afronta el tema desde tres ámbitos: los relatos de ficción, las informaciones y la publicidad; a cada ámbito se le asigna una guía didáctica y una cinta de vídeo. Esta obra es una colección completa y sistematizada, pero permite al mismo tiempo trabajar cada uno de sus ámbitos de manera independiente.

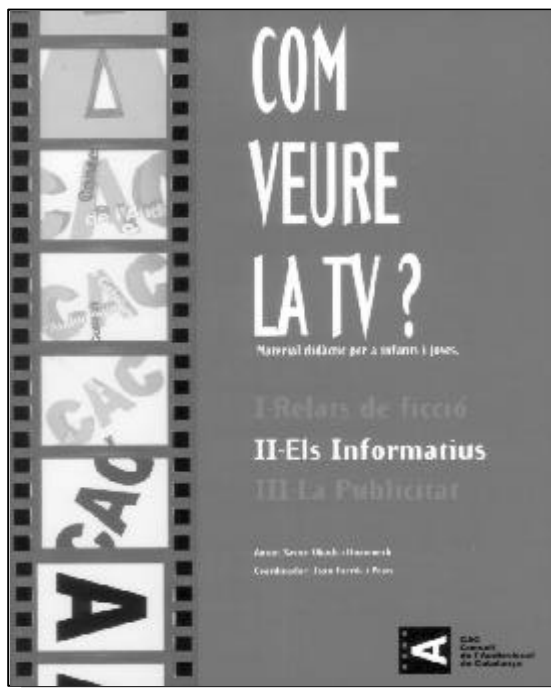
En el primer ámbito la cinta de vídeo y la guía didáctica están dedicadas a relatos de ficción, porque se considera que es donde se reflejan la mayoría de los discursos televisivos. Aunque existen actividades para alumnos de Secundaria, este nivel esta

pensado prioritariamente para alumnos de Primaria. El desarrollo de este ámbito dentro de la narración audiovisual se compone fundamentalmente de tres apartados: el audiovisual en la tradición narrativa, características de la narración audiovisual y la narración audiovisual como transmisora de valores. El segundo ámbito se dedica, tanto en la cinta como en la guía didáctica, a la informa-

ción televisiva. Las actividades están orientadas para los alumnos de Secundaria, porque no se considera que el trabajo de la información afecte prioritariamente a los alumnos de Primaria. La guía didáctica se desarrolla siguiendo la estructura de siete temas escalonados: los criterios informativos, la importancia de la imagen en la selección de la información de televisión, el lenguaje visual y las noticias, la selección del mensaje, los condicionantes estructurales de los informativos de televisión, la forma de las noticias de televisión y la realidad social y la televisión.

Finalmente, el tercer ámbito se dedica a la publicidad, tanto para alumnos de Secundaria como de Primaria, diferenciando actividades para cada caso. El desarrollo de la guía se basa en los siguientes temas: destinatarios

de la publicidad, publicidad, necesidades y destinos, el beneficio del producto, la estrategia creativa de la publicidad, el tratamiento narrativo y formal de los spots, los valores en la publicidad, etc.



- **Com veure la TV?**
- **Joan Ferrés y otros**
- **Barcelona, Consell de l'Audiovisual, 1998**
- **3 libros y 3 vídeos**

Publicaciones

R e s e ñ a s

Belén del Arco y Marina Chacón

S

intetizar de forma estructurada todas las aportaciones que han ido viendo la luz en el último lustro en COMUNICAR el objetivo de este trabajo, en el que ofrece de manera resumida las colaboraciones que docentes, periodistas y lectores en general han ido ofreciendo en este foro en torno a la Educa-

ción en Medios de Comunicación. Se trata, por ello, de una labor de síntesis y recopilación que permite, en un solo volumen, aglutinar toda la producción que se ha publicado en la revista desde sus inicios. Para facilitar la labor de búsqueda y acceso a los artículos, hemos estructurado los índices temáticos en seis grandes bloques: la sección general, el índice monográfico, por áreas, por niveles, por medios de comunicación y finalmente el alfabético.

El índice general, el más completo, ofrece, junto a los datos técnicos de todos los artículos publicados, un resumen en el que se narra escuetamente el contenido de cada uno de los trabajos. La clasificación de todas las aportaciones se ha realizado partiendo de las secciones habituales de la revista, ya que se estimó que esta medida favorecería su consulta por parte de los docentes. Así los descriptores de clasificación han sido: «Experiencias», «Propuestas», «Reflexiones», «Investigaciones», «Plataformas», «Fichas», «Reseñas», «Apuntes», etc. Con esta clasificación se ofrece una panorámica general de todas las aportaciones editadas.

En segundo lugar, ofrecemos el índice monográfico de las

temáticas aparecidas en COMUNICAR, recogiendo como criterio clasificador prioritario la temporalización en su aparición. Así incluimos los 11 «Temas» que han abandonado la revista: «Medios y niveles educativos», «Medios y áreas curriculares», «Imágenes y sonidos en el aula», «Leer los medios», «Publicidad», «La televisión en las aulas», «¿Qué vemos? ¿Qué consumimos?», «La

Educación en Medios de Comunicación», «Educación en Valores y Medios», «La familia y los medios de comunicación» y «El cine en las aulas». Junto a los trabajos aparecidos en el monográfico, hemos creído interesante recoger también otras aportaciones aparecidas en otros números sobre la misma temática.

El tercer índice que se incluye en esta *Addenda* clasifica las colaboraciones en función de las áreas curriculares en las que se circunscriben básicamente, insertando finalmente los trabajos que aportan una dimensión interdisciplinar o transversal.

El cuarto índice que se recoge sistematiza los trabajos por los niveles educativos en los que aparecen, incluyéndose en esta última sección los trabajos que ofrecen una visión genérica o inclusiva en varios niveles.

El quinto índice de esta *Addenda* ofrece una clasificación de los artículos en función de los medios

de comunicación presentes en la colaboración. Finalmente se incluye un índice alfabético que enumera con este criterio la relación de docentes, periodistas y lectores en general que han participado.

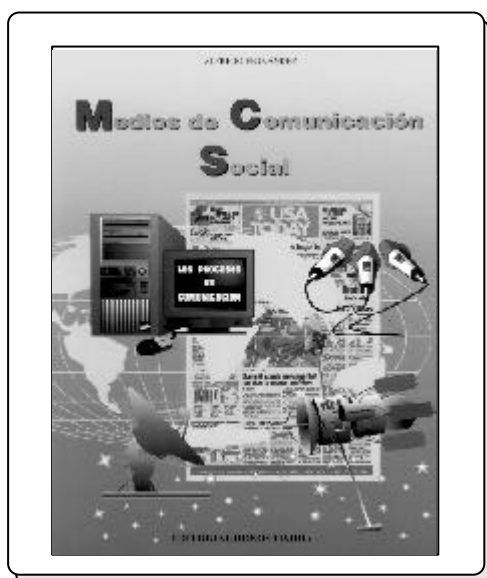


- Comunicar Addenda 1/11
- J. Ignacio Aguaded (Dir.)
- Huelva, Grupo Comunicar, 1998
- 144 páginas

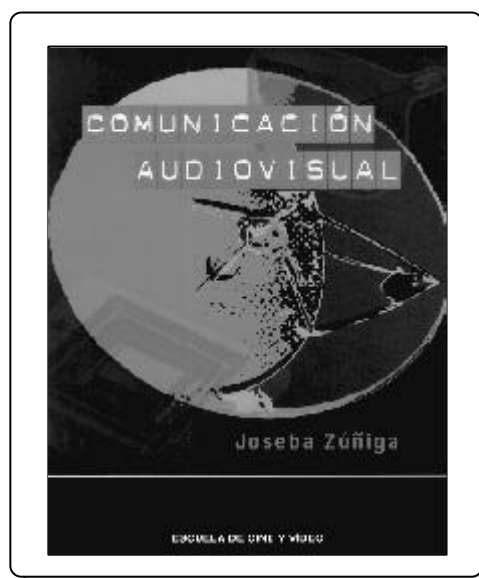
Publicaciones

R e s e ñ a s

Marina Chacón



- Medios de comunicación social
- Alfredo Fernández
- San Sebastián, Editorial Donostierra
- 1997; 251 pág.



- Comunicación audiovisual
- Joseba Zúñiga
- San Sebastián, Escuela de Cine y Vídeo
- 1998; 224 pág.

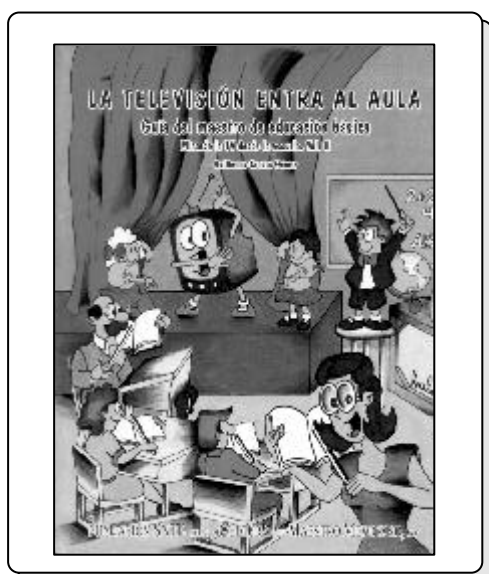
Este texto pretende ante todo poner de manifiesto la importancia de los medios de comunicación tanto escritos como audiovisuales en el ámbito social que nos envuelve. Como material apto para la asignatura de «Los Procesos de Comunicación», se pretende que los alumnos comprendan el mundo que les rodea a través de la información que les llega desde los medios, a la vez que se les intenta formar de una manera crítica ante las imágenes y los sonidos con los que son bombardeados diariamente. En suma, una propuesta teórico-práctica destinada a estudiantes de Educación Secundaria, Bachillerato y Orientación Universitaria, para conseguir ciudadanos que superen su «analfabetismo audiovisual». El libro consta de cinco bloques temáticos, de contenido diverso, como son las fuentes de la información y su tratamiento, la prensa escrita, la radio y la televisión, la realidad cambiante de los medios y la deontología periodística y un anexo en el que se incluyen otros datos de interés.

Este libro ofrece un variado material didáctico para complementar las asignaturas relacionadas con los medios de comunicación en Educación Secundaria, centrándose principalmente en los medios audiovisuales (televisión, cine, radio, multimedia...). Actualmente todos utilizamos cada uno de ellos, en mayor o menor medida, pero no todos hemos tenido la oportunidad de ser educados en su uso y la mayoría de las veces no nos paramos a pensar en cómo funcionan o la repercusión social que provocan. El autor de texto pretende, en este sentido, fomentar en los adultos del siglo XXI un uso crítico de los medios de comunicación audiovisual. El libro se divide en cinco bloques temáticos con un total de 18 temas, siguiendo las orientaciones del Ministerio de Educación, con una base teórico-práctica. Entre éstos, destacan especialmente la repercusión social de los medios, la necesidad de adquirir la capacidad de interpretar y producir mensajes audiovisuales de forma creativa, etc.

Publicaciones

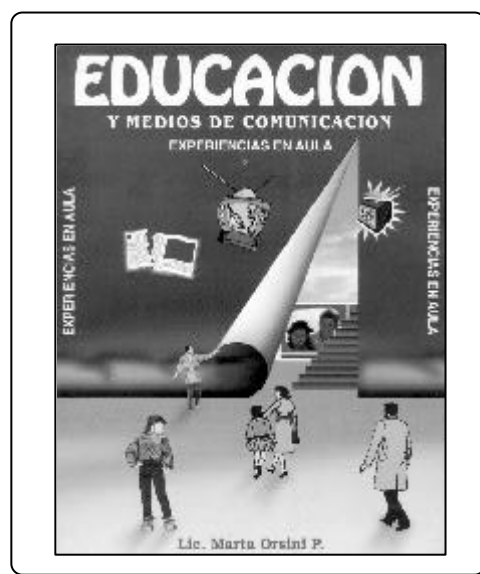
R e s e ñ a s

María del Carmen Millán



- **La televisión entra al aula. Guía del maestro de educación básica**
- **Guillermo Orozco Gómez**
- **México, Fundación SNTE, 1998; 92 pág.**

En este segundo volumen de la serie «Mirando la TV desde la escuela» se ofrece a los maestros de Educación Primaria una fundamentación, estrategias y ejercicios de intervención pedagógica para desarrollar una educación televisiva en el aula. Estas guías pretenden que los profesores puedan introducir los medios de comunicación en la escuela de manera que los alumnos se formen una actitud crítica ante ellos. Se quiere, en este sentido, convertir a los niños en consumidores inteligentes e interlocutores de la televisión y no ser menos receptores. De esta forma, el estudio de la programación, de los modelos televisivos, de la publicidad, de sus programas favoritos... se convierten en aspectos fundamentales para el visionado crítico. Entre otras propuestas destaca la idea de que el alumno esté todo un día sin ver la televisión para evaluar la dependencia a este medio. Por ello, uno de los principales objetivos del libro será tomar la televisión no como un recurso sino como un objeto de reflexión y análisis.



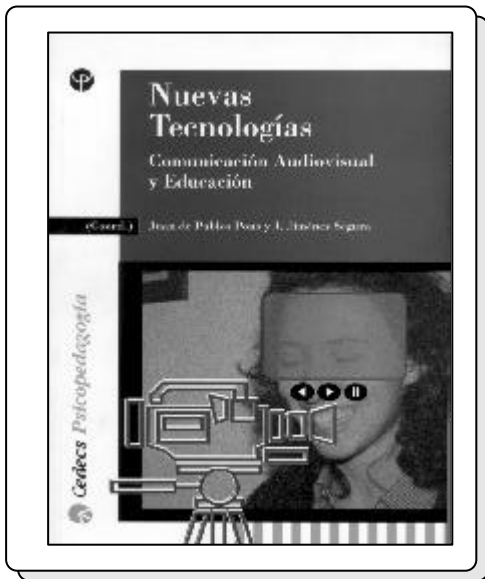
- **Educación y medios de comunicación. Experiencias en el aula**
- **Marta Orsini**
- **Bolivia, 1998; 206 pág.**

Este libro recoge una serie de experiencias pedagógicas en relación al uso de los medios de comunicación en el aula que se puso en práctica en varios colegios de Cochabamba. El proyecto contó con un grupo de profesores que daban clases de comunicación como parte del currículum escolar o como eje transversal. Los objetivos eran contribuir a la formación de la criticidad frente a los medios de comunicación y desarrollar la capacidad comunicacional y creativa de los niños y jóvenes. En esta publicación se presentan, en la primera parte, algunas consideraciones técnicas sobre los medios masivos de comunicación. En la segunda, se recogen las experiencias más significativas realizadas en los centros escolares de este proyecto, y en la tercera, se ofrecen nuevas técnicas de análisis y pautas de creación de mensajes alternativos que se podrían aplicar en el aula, tanto para los niños como para profesores y padres de familia. Estas prácticas educativas se enmarcan dentro del modelo constructivista.

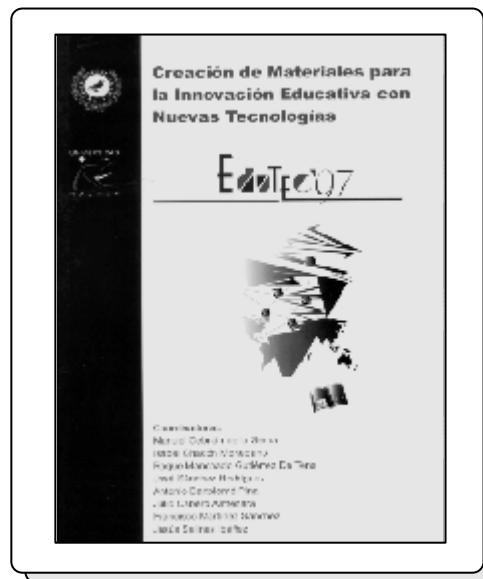
Publicaciones

R e s e ñ a s

Natalia Martínez Mojarro



- **Nuevas tecnologías. Comunicación audiovisual y educación**
- **Juan de Pablos y J. Jiménez (Coords.)**
- **Barcelona, CEDES, 1998; 389 pág.**



- **Creación de materiales para la innovación educativa con nuevas tecnologías**
- **Manuel Cebrián y otros (Coords.)**
- **Málaga, ICE Universidad, 1998; 714 pág.**

La penetración continua de las nuevas tecnologías en todos los campos sociales de nuestra vida es un aspecto clave que no debe ser pasado por alto por ningún ciudadano y especialmente los profesionales dedicados a la educación de las primeras edades –los maestros–, debido a la importante función socializadora de la escuela. Bajo esta preocupación, este texto elaborado por quince profesores e investigadores de distintas Universidades españolas, pretende dar una aproximación conceptual por las más novedosas e interesantes tecnologías que hoy existen en nuestra sociedad; así, primeramente nos ofrece un recorrido histórico del papel que en cada momento han jugado los valores en la sociedad y un concepto amplio de lo que han significado y significan las nuevas tecnologías en la educación, para después ir adentrándonos poco a poco en el mundo de la informática y multimedia con todo lo que ello supone para las innovaciones en la tecnología audiovisual.

EduTec se ha convertido en los últimos tiempos en importante movimiento universitario en favor del intercambio y difusión de experiencias en el campo de las nuevas tecnologías de la educación. Desde los congresos de Badajoz, Mallorca, éste de Málaga, hasta el que próximamente se va a celebrar en la Universidad de Sevilla, EduTec es referente para cientos de profesionales españoles tanto universitarios como del resto del Sistema educativo en el uso de los medios tecnológicos en la innovación educativa. En el que caso que reseñamos, en las Actas del Congreso de Málaga, celebrado en octubre de 1997, se recogen varias decenas de aportaciones, experiencias, propuestas, reflexiones e investigaciones en torno a las redes, el multimedia, la formación de los docentes en las nuevas tecnologías, los medios de comunicación, así como un capítulo especialmente dedicado a las experiencias educativas en este campo. Sin duda, un documentado manual imprescindible para los docentes.

Publicaciones

R e s e ñ a s

Susana Andivia Mérida



- **Medios de comunicación y nuevas tecnologías**
- **Javier Ballesta Pagán**
- **Murcia, Diego Marín, 1997; 105 pág.**

La influencia que los medios de comunicación ejercen en la población es un hecho más que constatable. Por ello este manual surge como un instrumento práctico con vistas a cubrir las necesidades que tienen los diversos profesionales de la educación con respecto a este tema. El texto comienza con un marco teórico en el que se nos expone una conceptualización, más o menos amplia, de lo que conlleva el concepto de «medio». En los capítulos posteriores se nos muestra la función y utilización didáctica de los medios y se analiza con más detalle la prensa. Finalmente, el autor nos ofrece una propuesta muy sugerente acerca de la necesidad de la formación del profesorado en nuevas tecnologías. En todos los capítulos el autor propone una serie de actividades prácticas con el fin de que el lector profundice sobre los contenidos trabajados. En suma, un texto especialmente indicado tanto para profesionales en ejercicio interesados por las nuevas tecnologías como para personas en formación universitaria.



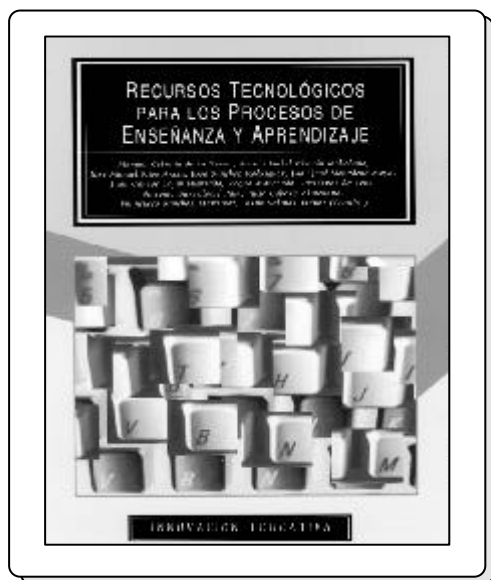
- **La lengua de la radio y la televisión**
- **Pedro Hernández**
- **Barcelona, Castellnou, 1997**
- **102 pág.**

Este texto es un interesante material cuyo objetivo fundamental es hacer comprender, analizar y reflexionar al alumnado sobre el apasionante mundo de la radio y la televisión. Está dirigido a los alumnos de segundo curso de ESO dentro del área de «Lengua y Literatura». Este libro nos propone un banco de actividades muy sugerentes y atractivas adjuntando también la autoevaluación de las unidades que conforman el texto, de forma que el alumno pueda comprobar al finalizar las unidades si está o no asimilando la información que se trabaja en el aula. En conclusión, es un texto especialmente aconsejado para aquellos maestros que quieran trabajar en sus aulas la Educación en Medios de Comunicación lo que les permitirá poner a su alumnado en contacto con un análisis riguroso de dos de los medios que más influencia ejercen a diario en la sociedad. El material aporta una documentación muy valiosa a los docentes que impartan asignaturas relacionadas con la comunicación.

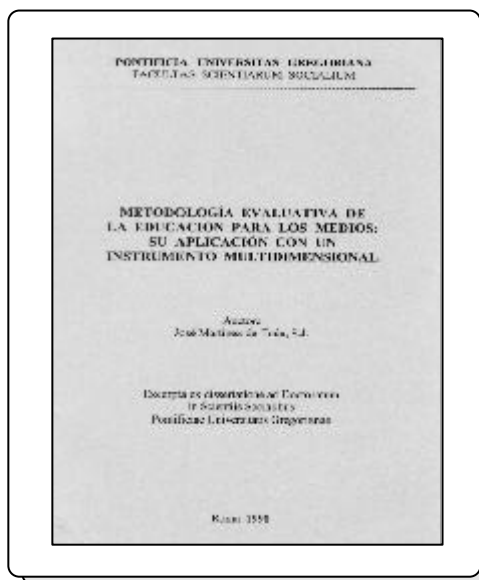
Publicaciones

R e s e ñ a s

M^{ra} Eugenia Martínez Mojarro



- Recursos tecnológicos para los procesos de enseñanza-aprendizaje
- Manuel Cebrián y otros
- ICE Universidad Málaga, 1998; 196 pág.



- Metodología educativa de la educación para los medios
- José Martínez de Toda
- Roma, Universitatis Gregoriana; 149 pág.

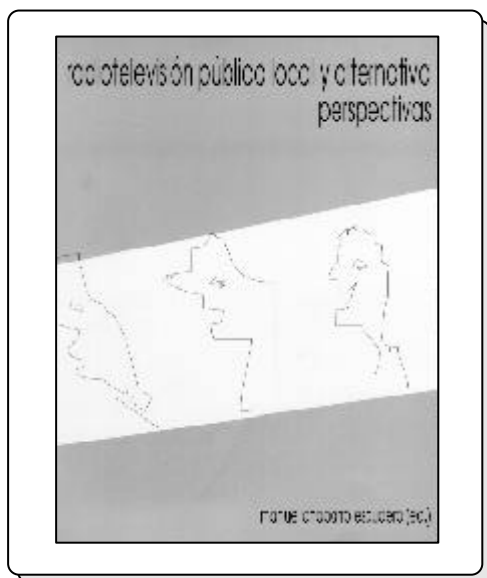
Actualmente estamos inmersos en una realidad que, sin darnos apenas cuenta, va avanzando vertiginosamente hacia un futuro dominado por las nuevas tecnologías. Los procesos de cambio sociales, tecnológicos y científicos son patentes y es por ello por lo que la educación no debe quedarse al margen, sino que deberá hacerse eco de todos estos cambios, puesto que, de no ser así, podría correr el peligro de caer en una crasa ignorancia. Los autores pretenden informar con el lanzamiento de este libro, a los destinatarios—maestros de cualquier nivel educativo y profesionales de la formación del profesorado— de la variedad de recursos tecnológicos que hoy existen y de la importancia que tiene su inclusión en las aulas, con el propósito de crear una enseñanza adaptada a nuestro tiempo. Finalmente consideran que la base de que exista un cambio en la práctica educativa está en el trabajo cooperativo que deberá darse tanto en los profesores así como en los alumnos. Concluyen con una serie de propuestas en esta línea.

Hacer una educación para los medios de comunicación es actualmente uno de los retos más interesantes que se plantean multitud de teóricos de la educación, puesto que se ha constatado la gran influencia—para bien o para mal— que éstos ejercen en la población más joven. Ha habido, pues, multitud de estudios que intentando abordar esta problemática, han dado lugar a seis grandes enfoques sobre la Educación para los Medios. Este libro que reseñamos recoge la investigación que el autor realizó con el fin de desarrollar una metodología (o estrategia) de evaluación de estos enfoques. Por ello, en la primera parte del texto, se nos presenta un análisis detallado de lo que supone situarse únicamente en uno de los enfoques. Posteriormente nos define los resultados (o dimensiones) que se intentan realizar en el sujeto, y finalizará proponiendo una teoría de la Educación para los Medios, en la que va a intentar englobar los aspectos más favorecedores de los enfoques y de las dimensiones estudiadas.

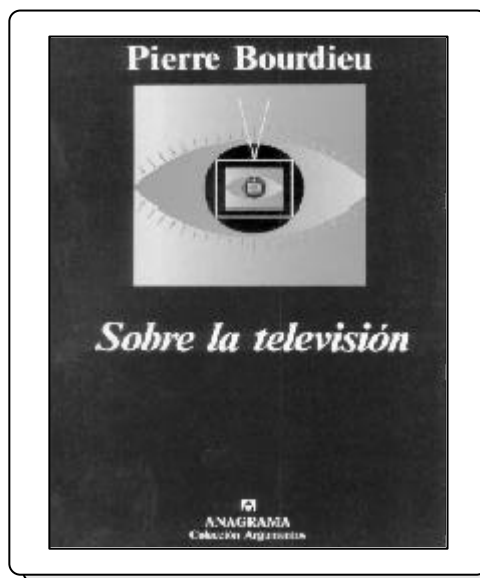
Publicaciones

R e s e ñ a s

Francisco Casado Mestre



- Radiotelevisión pública local y alternativa. *Perspectivas*
- Manuel Chaparro Escudero (Ed.)
- Sevilla, EMA/RTV, 1998; 274 pág.



- Sobre la televisión
- Pierre Bourdieu
- Barcelona, Anagrama, 1997
- 139 pág.

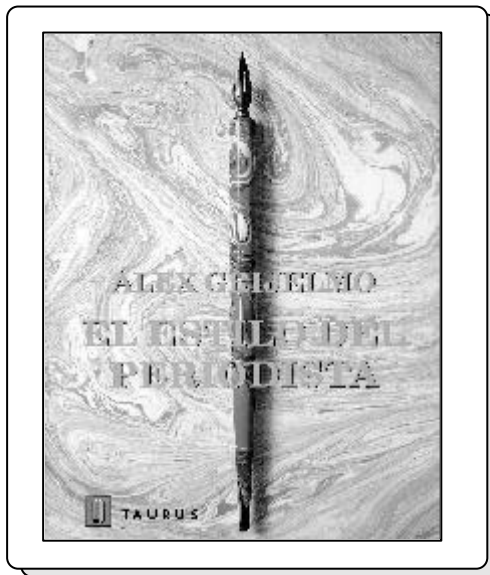
A partir del I Congreso de Radio y Televisiónes Locales, Públicas y Alternativas, celebrado en Jerez de la Frontera en enero de 1997, se edita este libro recopilatorio con la intención de defender a las emisoras públicas locales, como alternativa a la radiodifusión comercial en línea con las ansias de la sociedad por conquistar mayores techos de libertad consagrados en la Constitución. El presente de las emisoras municipales permiten realizar una prospección que marque el camino futuro de las radios y televisiones municipales andaluzas. El desarrollo de este libro abarca dos grandes bloques: en uno se recogen las ponencias impartidas en el Congreso tanto en el marco europeo, latinoamericano, como en el ámbito nacional, con ponencias como «La televisión local como propuesta innovadora de comunicación»; «La regulación de las telecomunicaciones en España. El nuevo paisaje emisor». En el siguiente bloque se recogen los paneles y comunicaciones presentadas en dicho Congreso.

Este profesor de Sociología en el Collège de France y director de estudios de la École des Hautes Études en Sciences Sociales nos reúne en este libro los textos de un ciclo de conferencias emitidas por París Première. Los temas versaron «Sobre la televisión» —de la que toma el título el texto— y «El campo periodístico y la televisión». En la primera nos descubre los mecanismos de la censura invisible que se ejerce sobre la pequeña pantalla, desvelando algunos secretos de la fabricación de las imágenes y los discursos televisivos. Y en la segunda nos expone cómo la televisión ha alterado profundamente el funcionamiento de mundos tan diferentes como los del arte, de la literatura, de la política... En palabras del autor: «El mensaje más importante de este libro es una llamada a la constitución de un movimiento a favor de un periodismo cívico y crítico que permitiría a los periodistas, trabajar colectivamente en la lucha contra las fuerzas del dinero y de la política, que amenazan su autonomía».

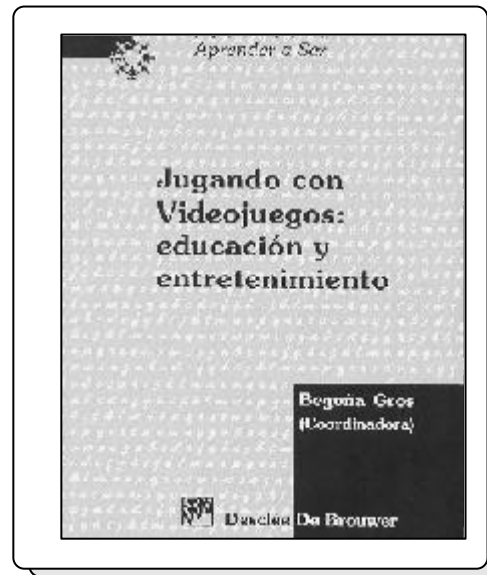
Publicaciones

R e s e ñ a s

Enrique Martínez/Francisco Martínez



- El estilo del periodista
- A. Alex Grijelmo
- Madrid, Taurus, 1997
- 600 pág.



- Jugando con los Videojuegos: educación y entretenimiento
- Begoña Gros (Coord.)
- Bilbao, Desclée, 1998; 130 pág.

El permanente cambio que provocan las nuevas tecnologías de la información y de la confección de periódicos, junto a los avances sociales y revisiones éticas de la profesión periodística, permiten al autor construir un libro que enseña e informa sobre los aspectos más literarios y gramaticales de la profesión periodística al mismo tiempo que critica y desmitifica la mayoría de los patrones en los que se mueve el periodismo tradicional. Es un texto innovador, un soplo de aire nuevo que hará descubrir a profesores y periodistas muchos de los vicios lingüísticos, literarios y narrativos, proponiendo alternativas y dando respuestas literarias y gramaticales a los mismos. El autor explica detalladamente las razones por las que muchas de las pautas de elaboración de información, incuestionables durante años, hoy no sirven, cambiando modos y formas de ver la confección de noticias, reportajes y del mismo periódico. De interés especial es el tratamiento que dedica a la manipulación que desde la prensa se hace.

Desde que el *tamagotchi* y demás maquinitas han desbancado en los recreos escolares, si no definitivamente, al menos por temporadas, al balón, las canicas o la comba, es para plantearse la conveniencia de estudiar la influencia de los juegos de ordenadores en la educación. Así lo ha creído este grupo de trabajo, dirigido por la profesora Gros, del Departamento de Teoría y Historia de la Educación de Universidad de Barcelona. Debatir sobre la violencia o el sexismo con alumnos adolescentes se puede convertir en un hecho casi natural, si partimos del análisis del papel de los protagonistas en un juego de ordenador como el de Indiana Jones. Hay que conocer y rentabilizar el videojuego e incluirlo en la práctica educativa, como una herramienta que no se puede ignorar. Estamos, pues, ante un libro que abre horizontes sin miedos: desde el análisis de los juegos de ayer y hoy, pasando por los aspectos controvertidos del uso de los videojuegos hasta llegar a una propuesta didáctica de su utilización educativa.

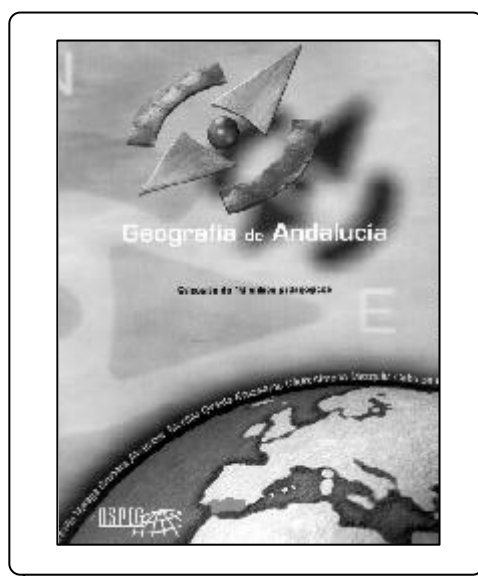
Publicaciones

R e s e ñ a s

Belén del Arco/Ángel Luis Vera



- De la noticia al lector: El periódico
- Rafael Mesa y otros
- Granada, Junta de Andalucía, 1998
- 4 cuadernillos

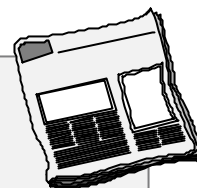


- Geografía de Andalucía
- Ángel Luis Vera y otros
- Sevilla, Aspeg
- Colección de 16 vídeos didácticos

Como complemento al texto *Educar lectores críticos* – reseñado en *Comunicar, 11* – se edita *De la noticia al lector: El periódico*, un videograma que ofrece una muestra más de las actividades que se realizan con el propósito de «poner al alcance de todo el profesorado y alumnado de Andalucía los medios de comunicación e información». A través de la presentación del complejo proceso que transcurre desde que se produce una noticia hasta que ésta es conocida por los lectores a través de su soporte en papel, el profesor puede encontrar en este medio un útil recurso didáctico para fomentar en los alumnos una lectura crítica y reflexiva de la pluralidad de informaciones que reciben constantemente de la realidad social, desvelando tanto los procesos como los productos de este medio informativo mediante la presentación de los mecanismos que se utilizan en una redacción periodística. La obra se complementa con una práctica guía que facilita la comprensión de las secciones que dan forma a este vídeo.

Cada día se detecta una mayor demanda de material audiovisual entre el profesorado y el alumnado para cubrir las nuevas asignaturas aparecidas tras la puesta en marcha de la LOGSE. Dentro de este contexto, el colectivo ASPEG ha realizado esta colección, diseñada como soporte básico para un curso escolar, ya que metodológicamente ofrece al profesorado la posibilidad de desarrollar esta materia apoyándose en los dieciséis vídeos de que consta, así como el material didáctico que se presenta. Los vídeos han sido elaborados por un equipo interdisciplinar de profesores en la Geografía y en la Historia de Andalucía, adaptándolos al máximo a la Educación Secundaria. La duración es de unos treinta minutos cada una, abordándose diversos aspectos de la Geografía de nuestra Comunidad: el marco geográfico, el proceso de la identidad andaluza, el relieve, el clima, el medio ambiente, etc. Además se ofrece una guía didáctica en la que se incluyen cuadernos de trabajo y seguimiento para el alumnado.

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura



Estamos en Red...

Creada en Brasil en septiembre de 1982, la Red de Revistas de Comunicación y Cultura –entre las que se encuentra COMUNICAR– se propone apoyar a las diferentes instituciones dedicadas a la reflexión teórica, a la investigación y a la enseñanza de la comunicación. El principal objetivo de esta Red es constituirse en agente movilizador de la producción, distribución e intercambio de revistas vinculadas con la comunicación en el ámbito iberoamericano. La Red se encuentra actualmente formada por las siguientes revistas:

• **MEDIOS EDUCACIÓN COMUNICACIÓN**

Casilla de Correos 3277
1000 Buenos Aires (Argentina)

• **OFICIOS TERRESTRES**

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Av. 44, nº 676. La Plata, CP 1900 (Argentina)
Telefax: (021) 829920/837288
E-mail: webmaster@info.perio.unlp.edu.ar

• **REVISTA BOLIVIANA DE COMUNICACIÓN**

Casilla 5946. La Paz (Bolivia)

• **INTERCOM. Revista Brasileira de Comunicação Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação**

Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443,
Bloco A, sala 1, Cidade Universitaria
05508-900 São Paulo, SP (Brasil); Fax: 8130596

• **REVISTA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo
Caixa Postal 8191-05508-900
São Paulo, SP (Brasil); Fax: 8130596

• **REVISTA COMUNICARTE**

Instituto de Artes e Comunicações e Turismo
Pontificia Universidade Católica de Campinas
Caixa Postal 317 13100 Campinas, SP (Brasil)

• **COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE**

Instituto Metodista de Ensino Superior
Rua do Sacramento 230 Rudge Ramos
09735-460 Sao Bernardo do Campo, SP (Brasil)
Fax: 4553349; E-mail: metodpgp@eu.ansp.br

• **UCBC INFORMA**

União Cristã Brasileira de Comunicação Social
Av. Jabaquara 2400, Loja 03,
CEP 04046 Sao Paulo, SP (Brasil)

• **REVISTA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Departamento de Comunicação Social
Universidades Federal de Ceará
Av. da Universidade 2762, Campus de Benfica,
60.020-180 Fortaleza, CE (Brasil)

• **COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO**

Universidade de São Paulo
Departamento de Comunicações e Artes ECA/USP
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 prédio
central, 2º andar sala B-17 Cidade Universitaria
055508-900 São Paulo, SP (Brasil)
Fax: (5511) 8184326; E-mail: comueduc@usp.br

• **BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Rua Ramiro Barcelos, 2705.90035-007
Porto Alegre, RS (Brasil)
Fax.3306635; E-mail: bibfbc@vortex.ufrgs.br

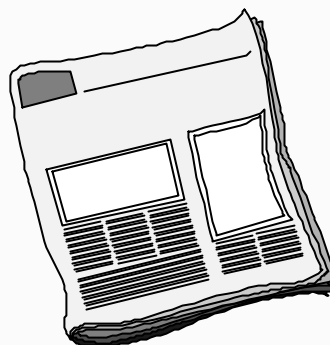
• **SIGNO Y PENSAMIENTO**

Facultad de Comunicación y Lenguaje
Pontificia Universidad Javeriana
Carrera 7ª N° 43-82, Edificio Angel Valtierra,
piso 7 Santafé de Bogotá (Colombia)
Fax: 2871775; E-mail: alallnde@javercol.javeriana.edu.co

• **COMUNICACIÓN UPB**

Facultad de Comunicación Social
Universidad Pontificia Bolivariana; Apartado Aéreo
56006. Medellín (Colombia); Fax: 4118656

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura



• **COMUNICACIÓN Y MEDIOS**

Escuela de Periodismo
Universidad de Chile
Belgrado 10, Santiago (Chile); Fax: 2229616

• **ARANDU**

Revista Cuatrimestral de las
Organizaciones Católicas de Comunicación
(OCIC-AL, UCLAP y Unda-AL)
Alpallana 581 y Whimper,
Apartado Aéreo 17-21-178
Quito (Ecuador); Fax: (593-2) 5011658
E-mail: scc@seccom.ec

• **CHASQUI**

CIESPAL. Centro Internacional de Estudios
Superiores de Comunicación para América Latina
Av. Diego de Almagro 2155 y Andrade Marín
Casilla 17-01-584, Quito (Ecuador)
Fax: 502487; E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

• **COMUNICAR**

Grupo Comunicar
Colectivo Andaluz de Educación en Medios de
Comunicación
Apartado 527. 21080 Huelva (España)
Tfno y fax: 34-959-248380
E-mail: comunica@teletel.es

• **ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORÁNEAS**

Programa Cultura. Universidad de Colima
Apartado Postal 294. 28000 Colima, Col. (México)
Fax: 27581; E-mail: pcultura@volcan.uco.mx

• **TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN EDUCATIVAS**

Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa. Calle del Puente, nº 45
Col. Ejidos de Huipulco, Delg. Tlalpan
CP 14380, México DF (México); Fax: 7286554

• **VERSIÓN ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA**

Departamento de Educación y Comunicación
División de Ciencias Sociales y Humanidades
Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco
Col. Villa Quietud, Deleg. Coyoacán,
México DF (México); Fax: 7245149

• **COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD**

Centro de Estudios de la Información
y la Comunicación
Universidad de Guadalajara
Paseo Poniente 2093, Apartado Postal 6-216
44210 Guadalajara, Jalisco (México)
Fax: 8237505/8237631

• **REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN**

Fundación Manuel Buendía, AC
Guaymas 8-408, Col. Roma. 06700
México DF (México)
Fax: 2084261
E-mail: fbuendia@cmapus.cem.itesm.mx

• **CONTRATEXTO**

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad de Lima (Perú)
Apartado 852, Lima 100 (Perú); Fax: 4379066

• **DIA-LOGOS DE LA COMUNICACIÓN**

FELAFACS-Federación Latinoamericana
de Facultades de Comunicación Social
Apartado Postal 180097, Lima 18 (Perú)
Telefax: 4754487
E-mail: wneira@felafacs.org.pe

• **CANDELA**

Santiago de Chile 1180, esc.301
11200 Montevideo (Uruguay)
Fax: 962219

• **ANUARIO ININCO**

Instituto de Investigaciones de la Comunicación
Facultad de Humanidades y Educación
Universidad Central de Venezuela
Av. Neverí, Centro Comercial Los Chaguaramos,
piso 13, Los Chaguaramos Apartado Correos 47.339
Caracas 1041 (Venezuela)
Fax: 6622761; E-mail: ininco@conicit.ve

• **COMUNICACIÓN. ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACIÓN**

Centro Gumilla. Edificio Central de Valores, local 2,
Esquina Luneta, Altigracia
Apartado 4838, Caracas 1010-A (Venezuela)
Fax: 5647557

COMUNICAR

Revista de Comunicación y Educación

Próximos títulos

Temas monográficos

13. Comunicación, educación y democracia

Coordina: Juan Antonio García Galindo. Universidad de Málaga



14. La comunicación humana: retos en los umbrales del nuevo milenio

Coordina: Mariano Sánchez. Universidad de Granada



15. Medios de comunicación y educación para la solidaridad

Coordina: Octavio Vázquez. Universidad de Huelva



16. Orientación educativa con los medios de comunicación

Coordina: Manuel Monescillo y J. Manuel Méndez
Universidad de Huelva

COMUNICAR es una plataforma de expresión abierta a la participación y colaboración de todos los profesionales de la educación y la comunicación. Si está interesado/a en colaborar en los próximos números, puede remitirnos sus trabajos y comunicaciones (ver normas de colaboración, pág. 235).

En tiempos de comunicación...



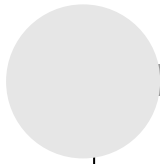
COMUNICAR

Un foro abierto para la
Educación y la Comunicación

**Para conocer y comprender los nuevos lenguajes...
Para crear y recrear con los nuevos medios...**

**Suscríbase y
colabore con sus trabajos**

El Grupo COMUNICAR es una asociación de profesores y periodistas de Andalucía que, sin ánimo lucrativo, pretende incentivar a la comunidad educativa (docentes, padres y alumnos) y a los profesionales de la comunicación para el uso didáctico crítico, creativo y plural de los medios de comunicación en las aulas.



	PUBLICACIÓN	PRECIO	CANT.	IMPORTE
P u b l i c a c i o n e s	Revista «Comunicar»			
	• Suscripción curso 99/00 (números 13 y 14)	2.995 pts.	—	—
	• Suscripción bianual (números 13, 14, 15 y 16)	5.950 pts.	—	—
	• Comunica 1: Aprender con los medios	1.600 pts.	—	—
	• Comunica 2: Comunicar en el aula	1.600 pts.	—	—
	• Comunicar 3: Imágenes y sonidos en el aula	1.600 pts.	—	—
	• Comunicar 4: Leer los medios en el aula	1.600 pts.	—	—
	• Comunicar 5: Publicidad, ¿cómo la vemos?	1.600 pts.	—	—
	• Comunicar 6: La televisión en las aulas	1.600 pts.	—	—
	• Comunicar 7: ¿Qué vemos?, ¿qué consumimos?	1.700 pts.	—	—
	• Comunicar 8: La Educación en medios de comunicación	1.700 pts.	—	—
	• Comunicar 9: Educación en valores y comunicación	1.700 pts.	—	—
• Comunicar 10: Familia, escuela y comunicación	1.850 pts.	—	—	
• Comunicar 11: El cine en las aulas	1.850 pts.	—	—	
• Comunicar 12: Estereotipos y medios de comunicación	1.950 pts.	—	—	
	Colección «Guías Curriculares»			
	• Descubriendo la caja mágica. Aprendemos TV. Cuaderno de clase	1.875 pts.	—	—
	• Descubriendo la caja mágica. Enseñamos TV. Guía Didáctica	1.750 pts.	—	—
	Monografías «Aula de Comunicación»			
	• Comunicación audiovisual	1.675 pts.	—	—
	• Unidades didácticas de prensa en Educación Primaria	1.500 pts.	—	—
	• El periódico en la Educación de Adultos	1.675 pts.	—	—
	• Juega con la imagen. Imagina juegos	1.500 pts.	—	—
	• El universo de papel. Trabajamos con el periódico	1.675 pts.	—	—
	Colección «La Comunicación Humana»			
	• El puntero de don Honorato, el bolso de doña Purita	1.750 pts.	—	—
	Colección «Prensa y Educación»			
	• II Congreso andaluz «Prensa y Educación»	1.995 pts.	—	—
	• Profesores dinamizadores de prensa	1.950 pts.	—	—
	• Medios audiovisuales para profesores	2.350 pts.	—	—
	• Enseñar y aprender con prensa, radio y TV	2.700 pts.	—	—
	• Cómo enseñar y aprender la actualidad	2.100 pts.	—	—
	• Enseñar y aprender la actualidad con los medios	1.950 pts.	—	—
	Colección «Educación y Medios de Comunicación»			
	• Televisión y educación	1.500 pts.	—	—
	• Publicidad y educación	1.500 pts.	—	—
	Murales «Prensa Escuela»			
	«Publicidad» (8), «E. ambiental y medios» (9), «La tele y nosotros» (10), «Investigamos el cine» (11), «El cómic» (12), «La radio» (13), «Derechos Humanos» (15)	Gratis	—	—

Formas de pago: España: <input type="checkbox"/> Talón nominativo adjunto al pedido a favor de Grupo Comunicar (sin gastos de envío) <input type="checkbox"/> Giro postal c/c Caja Postal 1302 2390 72 0019089614 (Adjuntar justificante) (sin gastos de envío) <input type="checkbox"/> Transferencia bancaria c/c 2098 0101 84 0135930218 (Adjuntar justificante) (sin gastos de envío) <input type="checkbox"/> Contrarreembolso (se añadirán 595 pts. de gastos envío)		SUBTOTAL <input type="text"/> Gastos de envío <input type="text"/> TOTAL <input type="text"/>
Extranjero: <input type="checkbox"/> Talón en pesetas adjunto al pedido (se añadirán 1.995 pts. gastos envío) <input type="checkbox"/> Contrarreembolso (se añadirán 1.995 pts. de gastos envío)		Sistemas de envío: Los servicios se tramitan por vía postal ordinaria. <input type="checkbox"/> Opción envío urgente 48 horas: Agregar 1.500 pts al pedido
Ficha de pedidos Nombre o Centro Domicilio Población Código Provincia Teléfono Persona de contacto (para centros) Fecha Firma o sello (centros): <input type="text"/> CIF (para facturación)		
Enviar a: Grupo COMUNICAR. Apdo. Correos 527. 21080 Huelva (España) e-mail: comunica@teeline.es		

Colaboraciones

Normas de publicación

COMUNICAR es una revista educativa de carácter internivelar (desde Educación Infantil, Primaria y Secundaria, hasta Universidad y Adultos) que pretende fomentar el intercambio de ideas, la reflexión compartida entre periodistas y docentes y el auto-perfeccionamiento de los profesionales en el ámbito de los medios de comunicación en la educación.

• **Temática:** Serán publicados en COMUNICAR los trabajos y artículos inéditos enviados por los suscriptores, colaboradores y lectores de la revista que versen sobre proyectos, investigaciones, reflexiones, propuestas o experiencias en la utilización didáctica, plural e innovadora, de los medios de comunicación en la enseñanza, en sus diferentes vertientes y niveles.

• **Soporte:** Los trabajos se presentarán obligatoriamente en doble soporte: copia en papel y disco informático para PC (WordPerfect, Word o cualquier otro procesador de textos del entorno Windows).

• **Extensión:** Los artículos tendrán una extensión de entre seis y ocho folios, incluyendo referencias bibliográficas (con un máximo de veinte), tablas, gráficos y fotografías. Estos últimos tendrán que ser necesariamente originales, con calidad gráfica para su reproducción.

• **Estructura:** En cada colaboración, figurará en la primera página el título, autor/es (con un máximo de dos), así como un resumen—entrada—del artículo de seis/ocho líneas. Al final del texto se incluirá nuevamente el nombre del autor/es, centro/s de trabajo, así como varios sumarios (textos literales entresacados del artículo para resaltarlos).

• **Referencias:** Al final del artículo se recogerá—en caso de que se estime oportuno— 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:** 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 dentro de la revista.

• **Publicación:** El Consejo de Redacción se reserva el derecho a publicar los trabajos en el número que estime más oportuno, así como la facultad de introducir modificaciones conforme a estas normas. Los trabajos que no vayan a ser publicados, por estimarse ajenos a la línea editorial, serán devueltos a sus autores. Los autores de los artículos publicados recibirán un ejemplar.

• **Correspondencia:** Se acusará recibo de los trabajos recibidos, y su correspondiente aceptación—en su caso—, pero no se devolverán los originales de los artículos publicados.

• **Envío:** Los trabajos se remitirán postalmente o vía Internet, especificando la dirección y el teléfono—y en su caso, correo electrónico—de contacto, a la sede de COMUNICAR.

COMUNICAR. Apdo. 527. 21080 Huelva. España
E-mail: comunica@teleline.es

COMUNICAR no comparte necesariamente las opiniones y juicios expuestos en los trabajos publicados.

COMUNICAR

Revista de Comunicación y Educación



Temas
Experiencias
Propuestas
Reflexiones
Investigaciones
Informaciones
Fichas didácticas
Plataformas
Apuntes
Reseñas



Grupo Comunicar

Colectivo Andaluz para la Educación
en Medios de Comunicación

Apdo 527. 21080 Huelva. España (Spain)
E-mail: comunica@teletel.es

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