

Publicaciones

R e s e ñ a s

María Amor Pérez Rodríguez

Es indiscutible la transformación que en la sociedad y en el pensamiento está provocando el avance y el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación. Es tanta la densidad de intercambios y de informaciones que es preciso una adecuada formación que haga

posible unas interpretaciones independientes y pluralistas. En este sentido se plantean en este volumen una serie de interrogantes que son la base para los distintos trabajos y reflexiones, además de ofrecerse las ideas y el pensamiento de expertos en comunicación de Alemania.

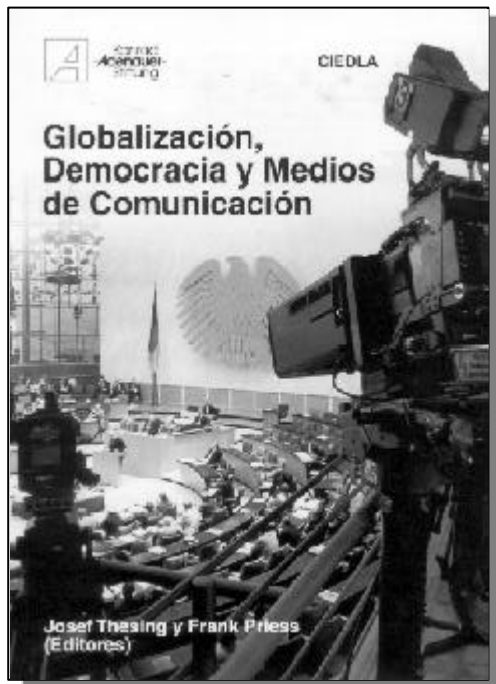
El primer capítulo *Ética y Comunicación* trata de sensibilizar sobre la persistencia de los valores éticos. Las distintas aportaciones ponen de relieve el concepto clave de la credibilidad y de la confiabilidad de las fuentes. Se plantea además la necesidad de que los profesionales fijen normas de calidad propia y al mismo tiempo las controlen.

El capítulo *El impacto de los medios*, se centra en la influencia masiva de éstos y en el análisis de la complejidad de esta influencia, que puede cambiar la realidad o hacer que exista de otra manera. Los trabajos que se recogen tratan del impacto de la televi-

sión en la política, de «los escándalos y desencantos» y fuera del efecto «tercera persona». El mundo de la política es uno de los más directamente influidos por la percepción de los medios, de tal manera que sus estrategias han variado notablemente. Los estudios y trabajos del tercer capítulo, *Medios de comunicación, elec-*

ciones y partidos muestran los cambios experimentados por las campañas electorales y presentaciones de políticos, a consecuencia del progreso mediático. Entre los avances de los medios cobra una especial relevancia la red informática Internet. *Política e Internet* analiza sus posibilidades, oportunidades y riesgos, desde la óptica de la política y la democracia. Se ahonda en aspectos más concretos de este ámbito en el capítulo *En el camino de la sociedad informática*, que evidencia la importancia de estos avances para cualquier país, y sobre todo para el mundo de la educación. Por último, la obra concluye con el planteamiento de la necesidad de una política de medios ante la nueva realidad que se

avecina de concentración de poder en lo audiovisual. El texto ofrece una temática de máxima actualidad y de profundo debate en torno a la configuración de nuestra sociedad moderna, algo que desde la educación tenemos que plantearnos muy frecuentemente.



- Globalización, Democracia y Medios de Comunicación
- Josef Thesing y Frank Priess
- Buenos Aires, Ciedla, Konrad-Adenauer, 1999
- 452 páginas

Publicaciones

R e s e ñ a s

María Amor Pérez Rodríguez

Asumida la influencia de la televisión y el elevado número de horas de visionado de los niños y adolescentes, es necesario una adecuada formación de éstos para aprender a verla. El autor propone de una manera innovadora y con una presentación dinámica y sugerente una serie de fichas de trabajo para reflexionar sobre los

hábitos televisivos. Planteadas para trabajar con alumnos de Secundaria, se presentan con una metodología basada en la reflexión y actividades acerca del medio televisivo. Se afronta el reto de enseñar a ser un telespectador activo y responsable, capaz de planificar su uso de la televisión y sacar partido de ella y de sus numerosas posibilidades. El texto nos introduce en una propuesta novedosa, muy bien ilustrada, que progresivamente acerca a los alumnos al medio de la televisión. Se inicia con una exposición de los objetivos *–Qué pretendemos–*, para continuar con una explicación de todo el proceso de trabajo de

las fichas *–Cómo lo conseguiremos–*. Este proceso se concibe desde una perspectiva activa y participativa. Se inicia cada unidad didáctica con una presentación que sitúa el trabajo *–Vamos a conocer–* y a la vez es recurso motivador. Se exponen los objetivos de la unidad *–Dónde queremos llegar–* y a continuación hay una actividad para la detección de ideas previas *–Qué sabemos–*. Con el apartado *–Investigamos y aprendemos–*, donde se proponen actividades individuales y grupales, reflexivas o de investigación, etc., los alumnos se sitúan en el núcleo central del trabajo. La unidad se completa con informaciones adicionales, para ampliación y enriquecimiento *–Nos documentamos–* y con una sección que valora todo el aprendizaje *–Qué hemos aprendido–*.



- Teleconsumidores Activos. Consumimos televisión, aprendemos a verla.
- José Ignacio Aguaded Gómez
- Sevilla, 1998, Junta de Andalucía, Consejería de Trabajo e Industria
- 193 páginas

Las fichas recorren el mundo de la televisión, los hábitos de los telespectadores, el lenguaje de este medio, las alternativas, los compromisos del buen telespectador. En definitiva se trata de una acertada e interesante propuesta para trabajar en la formación de telespectadores críticos y activos.

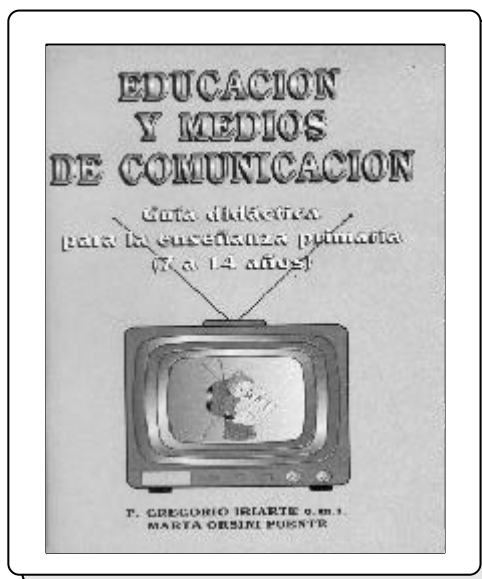
Publicaciones

R e s e ñ a s

María Amor Pérez Rodríguez



- **El maestro frente a la influencia educativa de la televisión**
- **Guillermo Orozco Gómez**
- **México, Fundación SNTE, 1998, 80 pp.**



- **Educación y Medios de Comunicación**
- **P. Gregorio Iriarte y Marta Orsini**
- **Cochabamba, CEPROMI, 1996**
- **120 páginas**

El autor plantea a los maestros el reto de hacer de la educación algo relevante para sus alumnos. Pretende con esta guía práctica, a modo de cuadernillo, que se aproveche la televisión para los objetivos de la escuela; que se reflexione sobre esta posibilidad tan interesante de que la televisión no sea un enemigo a quien hay que condenar sino algo que hay que conocer. Por ello en el libro se plantea que el maestro sea un «mediador» entre la tele y los niños, puesto que ésta está ejerciendo una poderosa influencia y no puede hacerse «la vista gorda». La guía se organiza en ocho sesiones que tratan sobre cuestiones como: la influencia educativa de la televisión y el papel de los maestros ante ella; los objetivos concretos que se van a seguir; las preocupaciones de los maestros y sus prejuicios con la tele; los síntomas de la influencia televisiva y los efectos educativos de la televisión. Se trata de un material muy útil para adquirir una posición ante la necesidad de la televisión en la escuela.

Esta guía didáctica, para la enseñanza primaria, se presenta como una ayuda para los maestros que se plantean formar la conciencia crítica de sus alumnos frente a los medios de comunicación. Se pretende integrar los medios en la enseñanza para contrarrestar su efecto demoledor frente a la propia escuela que ha sido superada por estos en la transmisión de información y conocimientos. Partiendo de sencillas y numerosas técnicas didácticas, los autores buscan desarrollar en los niños y niñas la creatividad y la criticidad. Se hace un recorrido por los distintos medios al alcance de los alumnos: medios en general, prensa, radio, televisión, dibujos animados, telenovelas, teleseries, cine, publicidad, etc, desde la perspectiva de la propia experiencia de los chavales, el desarrollo de su juicio crítico y el trabajo práctico, que es lo más importante en esta interesante guía. Los dos últimos capítulos encierran, como en una síntesis, el trabajo de la relación de la televisión y escuela y la conciencia crítica.

Publicaciones

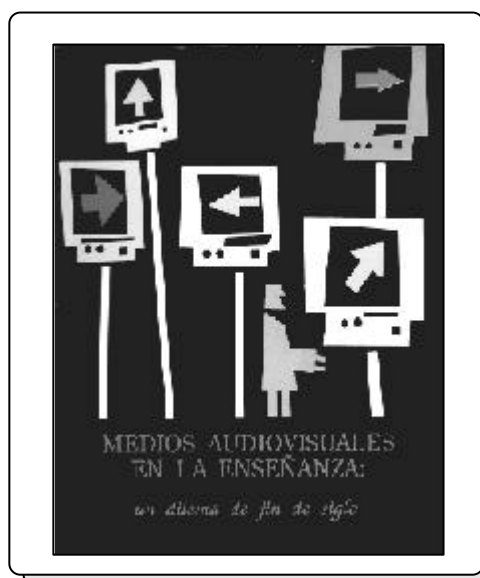
R e s e ñ a s

José Ignacio Aguaded Gómez



- **Pedagogía integral de la información audiovisual**
- **Javier Fombona Cadavieco**
- **Gijón, Universidad de Oviedo, 1997**

El autor ofrece un análisis exhaustivo, riguroso y metódico de la información audiovisual y de los informativos en televisión muy en particular, con una perspectiva científica innovadora. Aúna además su trabajo la visión de un profesional de la televisión y la experiencia de un docente en Educación Secundaria, lo que desde el punto de vista didáctico le acerca a la realidad de los enseñantes y de la escuela, en cuanto que a integración de los medios audiovisuales y sus posibilidades pedagógicas. Una de sus principales tesis a lo largo del estudio que reseñamos es que los medios y las nuevas tecnologías no son sustitutos de la escuela ni del profesor, son elementos motivadores que garantizan la actividad de los alumnos y los docentes. El libro trata aspectos como la repercusión social de los medios, la evolución de la información audiovisual, sus referentes internacionales, cómo se reproduce la realidad en los informativos de televisión, además de ejemplos de análisis y de cómo llevar esto al aula.



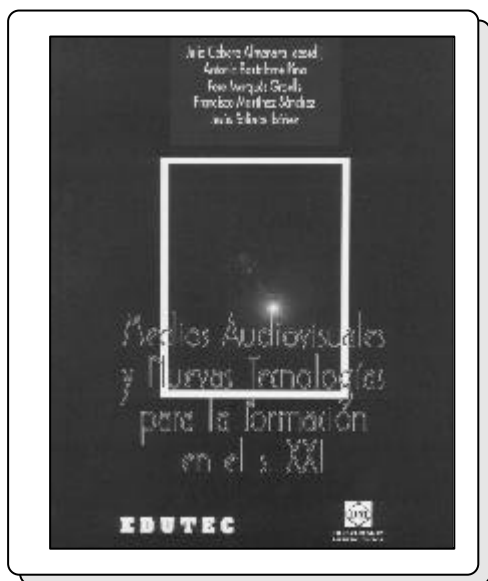
- **Medios audiovisuales en la enseñanza**
- **Alicia Álvarez y otras**
- **Uruguay, Monteverde, 1994**
- **223 páginas**

Las autoras plantean la cuestión de la introducción de los medios audiovisuales en la enseñanza, evidenciando los habituales rechazos por parte de amplios sectores sociales, e incluso la carencia de una política educativa consecuente con esa necesidad de que la institución educativa se incorpore al mundo real de los avances tecnológicos. Lo audiovisual es un nuevo lenguaje que alumnos y docentes deben aprender y enseñar respectivamente. Señalan como fundamental para entender esta necesidad el entronque de los medios masivos de comunicación con una nueva edad de la cultura, la postmodernidad, que ha redefinido la sociedad y especialmente a los jóvenes. El libro ofrece interesantes estudios sobre la imagen y sus aplicaciones en el aula; los efectos del postmodernidad y la nueva estética de la imagen; la televisión y sus efectos en la sociedad, en los niños y jóvenes del Uruguay y finalmente la utilización didáctica del vídeo como recurso y como taller.

Publicaciones

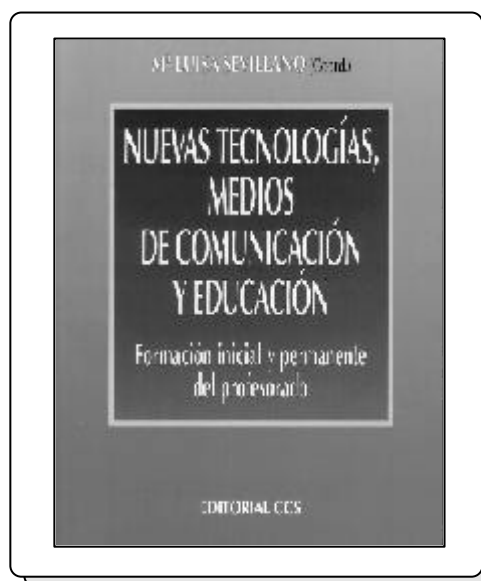
R e s e ñ a s

Marina Chacón Sánchez



- **Medios audiovisuales y nuevas tecnologías para la formación en el siglo XXI**
- **Julio Cabero Almendra (Coord.)**
- **Murcia, Diego Marín, 1999; 199 páginas**

Con este libro se trata de que los profesores dominen todas o la mayoría de las posibilidades didácticas de los medios audiovisuales, informáticos y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que actualmente pueden utilizarse en el aula, ya que, para poder integrarlos en el día a día de la enseñanza deben ser dominadas una serie de claves para que su uso no sea indiscriminado e irreflexivo. Entre todos, se han seleccionado los de mayor uso o los de mayores posibilidades de uso (el libro de texto, el retroproyector y las diapositivas, los medios sonoros, el vídeo, la televisión educativa, la informática, los hipertextos y multimedia, las redes de comunicación, los multimedia distribuidos y la comunicación con los nuevos canales) y de cada uno de ellos se ha tratado una parte teórica, donde se explican los conceptos claves, las ventajas de cada uno de los medios, los diferentes tipos, sus distintos usos..., y una parte práctica donde se sugieren actividades.



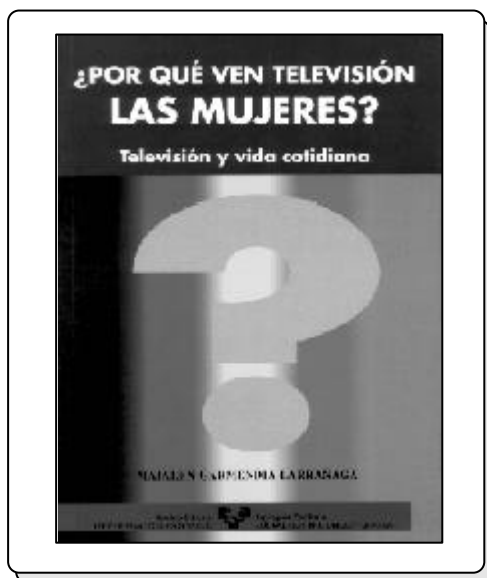
- **Nuevas Tecnologías, medios de comunicación y educación**
- **María Luisa Sevillano (Coord.)**
- **Madrid, CCS, 1999; 388 páginas**

En este libro se condensan ideas de varios autores sobre algunos de los diferentes enfoques que pueden darse en el binomio nuevas tecnologías y educación. Entre éstos se encuentra, por ejemplo, la integración curricular de los medios de comunicación, algo que aún algunos profesores, a las puertas del siglo XXI, se niegan a aceptar. A su vez, y para una buena integración de éstos, debe haber una alfabetización audiovisual, una educación centrada en los mass-media que nos bombardean continuamente y que, cada vez más, están en nuestras conversaciones cotidianas, por lo que, el profesorado primero y el alumnado después deben aprender a «leer» los datos, las imágenes y las informaciones de todo tipo que nos llegan a través de éstos. Este uso de los medios se extiende a su vez al campo de la atención a la diversidad, donde las nuevas tecnologías ofrecen multitud de ventajas como son la interactividad, la retroalimentación y la autonomía personal...

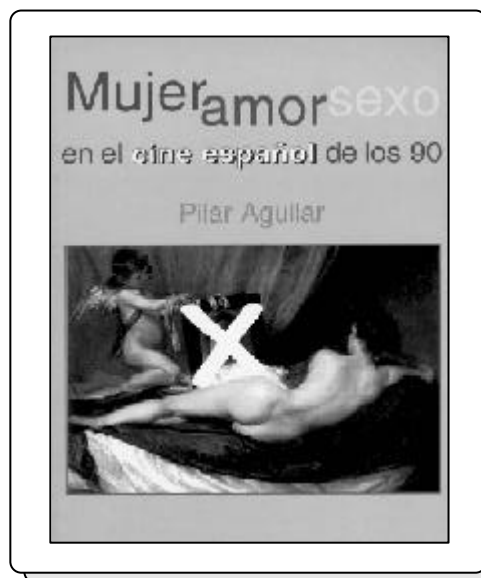
Publicaciones

R e s e ñ a s

María del Carmen Millán Romero



- **¿Por qué ven televisión las mujeres?**
- **Maialen Garmendia Larrañaga**
- **Bilbao, UPV/EHU, 1998**
- **159 páginas**



- **Mujer, amor y sexo en el cine de los 90**
- **Pilar Aguilar**
- **Madrid, Fundamentos, 1998**
- **190 páginas**

El objetivo principal de este estudio consiste en subrayar la importancia que la televisión tiene en la vida cotidiana de los espectadores en general, con especial atención a las mujeres y al sentido que para éstas tiene la actividad diaria de ver la televisión. En concreto, este estudio ha sido realizado en la sociedad vasca durante los últimos siete años y en el sector de mujeres comprendido entre 30 y 45 años. Trata de explorar en la experiencia televisiva con el fin de llegar a conocer por qué ven las mujeres este medio, qué sentido tiene para ellas esta actividad a la que dedican una parte importante de su tiempo libre. Desde este ámbito social, la televisión es el principal elemento transmisor de conocimiento cotidiano, básicamente porque es un elemento central de ocio así como una fuente de información preeminente. El objetivo final de la investigación se centra en esbozar una teoría de los hábitos de audiencia televisiva femenina para así poder llegar a elaborar una propuesta de intervención.

Este libro, *Mujer, amor y sexo en el cine español de los 90*, analiza cincuenta y cinco películas españolas actuales para descubrir cómo presentan y representan a las mujeres y sus relaciones con los hombres: *Salsa rosa*, *Todo es mentira*, *Jamón, jamón*, *Historias del Kronen*... En este recorrido, del cine en general, se refleja la realidad, pero no toda por igual. Silencia ciertas variantes, recoge otras de forma recurrente, las potencia y/o las deforma. Se puede decir que se presenta una visión muy deformada de la sociedad; una deformación de la realidad de las mujeres, ya que se atiene a modos y esquemas de representación profundamente conservadores. La realidad no es monolítica. En ella conviven simbolismos muy diversos, explicaciones multiformes, valores contrapuestos, actuaciones antagónicas, etc. El cine muestra los problemas de nuestra época, los espectaculares avances de las mujeres, pero también expone la permanencia de valores patriarcales.

Publicaciones

R e s e ñ a s

María Amor Pérez Rodríguez



- **Comunicación responsable**
- **Hugo Aznar**
- **Barcelona, Paidós, 1999**
- **256 páginas**



- **Aprender com a televisão**
- **María Emilia Brederode Santos**
- **Lisboa, TV Guia Editora, 1991**
- **141 páginas**

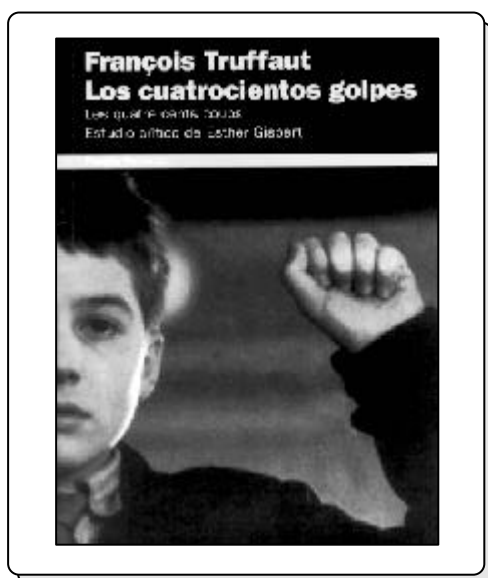
La presencia masiva de los medios de comunicación en la sociedad actual y sus ya incuestionables impactos e influencia en la audiencia (lectores, oyentes, telespectadores...) ha hecho que cada vez tome más vigencia la necesidad de una autorregulación de los medios, como estrategias para superar los desajustes «éticos» que la actuación del «mercado» provoca, pero sin llegar a medidas de censura y control externo. El ejercicio de la libertad de expresión desarrollada con la responsabilidad de los periodistas y las empresas es la propuesta que emana de este texto que realiza un estudio detallado de los mecanismos de autorregulación que pueden ponerse en marcha para mejorar la ética de los medios de comunicación. Se recogen en el documento los principales códigos deontológicos, los estatus profesionales de los periodistas, los estatutos de redacción, la figura del *ombudsman* y algunos consejos de prensa del mundo. En suma, un texto imprescindible para el ejercicio de la prensa en libertad.

Este libro surge con el propósito de que la televisión y la escuela se beneficien mutuamente. Para ello, la autora afirma que la escuela no puede concebirse como la única fuente de formación y la televisión no puede desaprovechar su poder educativo, puesto que los niños aprenden con ella. Si los programas son adecuados el aprendizaje será mucho más positivo e incluso a veces difícil de conseguir de otra forma. De esta manera su propuesta parte del análisis la serie «Barrio Sésamo», como modelo de programa educativo, que de alguna manera destruye las ideas negativas sobre el poder educativo y formativo de la televisión. El texto profundiza en este programa, ofreciéndonos información valiosa de sus objetivos, personajes, contextos, efectos de la serie... para mejor comprender su valor didáctico. En suma, se trata de un texto imprescindible en lengua portuguesa para todos aquellos que quieran adentrarse en el apasionante –y poco explotado– mundo de la televisión educativa.

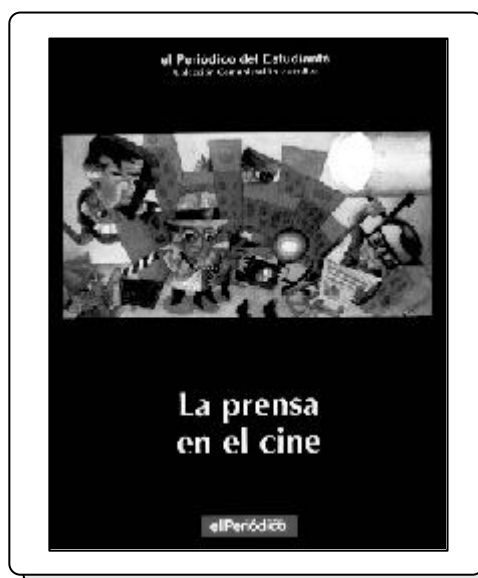
Publicaciones

R e s e ñ a s

Francisco CasadoMaestre



- Los cuatrocientos golpes
- Esther Gisbert
- Barcelona, Paidós, 1998
- 128 páginas



- La prensa en el cine
- José Antonio Gabelas
- Zaragoza, El periódico de Aragón, 1998
- 119 páginas

El estudio y análisis del lenguaje cinematográfico es el objetivo de esta publicación, dentro de la colección Paidós Películas que surge con el fin de introducirnos en el lenguaje cinematográfico a través de las grandes películas. En este texto, la autora realiza un análisis de la vida y la obra de François Truffaut, especialmente de su obra suprema *Los cuatrocientos golpes*. Poco a poco, nos va introduciendo en la Francia de la época, y sobre todo en el París de los años treinta a los cincuenta, donde con una descripción minuciosa nos va reflejando la personalidad de Truffaut, en los ambientes en que se desenvuelve desde su niñez, hasta el comienzo de su película, quedando reflejado sus hábitos culturales, que mostrarán en todo su ambiente cinematográfico. A partir de esta introducción biográfica, se centra en el estudio crítico de la película, cómo surgió la idea, la producción, el guión, la interpretación, el melodrama, el relato y la puesta en escena de la misma.

Esta publicación nace dentro de una iniciativa ambiciosa sobre prensa y escuela, entorno a «El Periódico del Estudiante» de Aragón, para acercar a los chicos y chicas al uso didáctico de los medios de comunicación. Es a partir de l curso 97/98, cuando quince centros de Secundaria, un grupo de docentes de Lengua y Literatura, Filosofía e Historia, crean un Seminario de Trabajo para analizar estas relaciones, especialmente entre la prensa y el cine. La publicación que reseñamos, fruto de este Grupo, se centra en las experiencias llevadas a cabo en estos centros, a través del visionado de una decena de películas. Los films elegidos se adaptaron al ritmo de los alumnos, con interesantes historias, sin menoscabo de su calidad y su finalidad didáctica. Entre las películas seleccionadas y analizadas se encuentran: *Primera Plana*, *Territorio Comanche*, *Tesis*, *Mientras Nueva York duerme*, *Enviado Especial*, 1984, *The Poper*. *Detrás de la noticia*, etc.

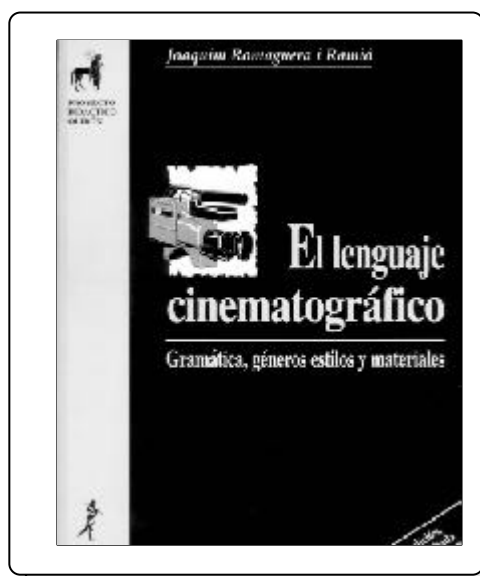
Publicaciones

R e s e ñ a s

Teresa Fernández Martínez



- Cine para la vida
- Saturnino de la Torre y otros
- Barcelona, Octaedro, 1998
- 220 páginas



- El lenguaje cinematográfico
- Joaquim Romaguera i Ramió
- Madrid, La Torre, 1999
- 175 páginas

En la interesante introducción de este libro se nos propone el cine como algo más que un mero ejercicio de evasión, puesto que «la fuerza del relato fílmico no está tanto en lo que nos dice sino en lo que nos sugiere, en lo que nos hace sentir, pensar y actuar». A partir de esta tesis, el libro se nos presenta como una interesante colección de análisis y propuesta didáctica de diez películas actuales: *El cartero* (y *Pablo Neruda*), *El octavo día*, *Tesis*, *Diario de un rebelde*, *Powder*, *Sostiene Pereira*, *Smoke*, *Todas las mañanas del mundo*, *La estrategia del caracol*... De todas ellas, se nos hace un exhaustivo seguimiento, estructurado en tres apartados claramente definidos por sus títulos: «Observar y comprender» nos realiza una síntesis del argumento, personajes, ambientes, lenguaje utilizado; «Relacionar y reflexionar» interpreta las escenas a partir de su mensaje; y finalmente, la tercera parte, «Aplicar» nos propone actividades educativas para realizar directamente en el aula.

Este libro ofrece un material interesantísimo a cuantos estén interesados en el séptimo arte. Su planteamiento es el de ofrecer una metodología nueva para el análisis del cine, basada en la interdisciplinariedad que posee este medio. El libro se estructura en tres momentos claves. En una primera parte se analiza la gramática del lenguaje cinematográfico, introduciéndonos en el mundo apasionante del guión y del montaje. En la segunda parte, se estudian los géneros y subgéneros cinematográficos, desde los más «puros» o específicos del cine, como el western o el policíaco hasta los llamados híbridos, como el filosófico o el histórico. En la tercer parte, se realiza un rápido, pero exhaustivo, repaso por los movimientos y escuelas cinematográficas que se han producido desde el ya lejano nacimiento de este género. Finalmente, el libro se completa con un breve tratamiento del análisis de películas, se diserta sobre los mejores films de la historia del cine o se hace una propuesta de videoteca educativa.

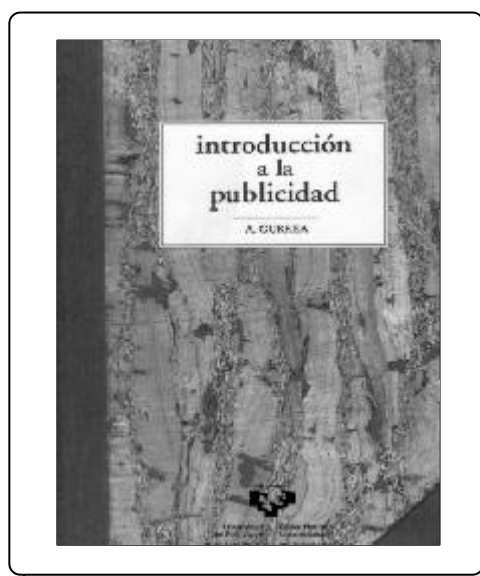
Publicaciones

R e s e ñ a s

Teresa Fernández Martínez



- **La publicidad en televisión**
- **Antía López**
- **Valladolid, Caja España, 1998**
- **146 páginas**



- **Introducción a la publicidad**
- **Álvaro Gurrea Saavedra**
- **Bilbao, Universidad del País Vasco, 1998**
- **173 páginas**

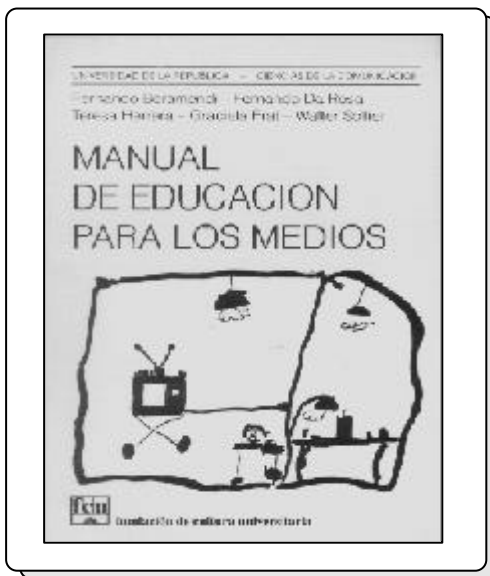
Este original libro nos sugiere una experiencia subjetiva e interactiva, proponiendo «un procedimiento de acceso al texto publicitario que ha de ser, ineludiblemente, experimentado por el lector». En esta línea, la autora, doctora en Ciencias de la Información, nos pide que la sigamos en tan interesante como complejo análisis de cuatro textos publicitarios contemporáneos del que pretende extraer los distintos niveles compositivos que los conforman y que constituyen producciones culturales que actúan a modo de indicativo de los vínculos que nuestra cultura occidental es capaz de crear. De esta manera, el análisis meramente publicitario trasciende su valor inicial de una parte para constituirse en análisis integral del todo. Es este un libro valioso para introducirse en la técnica del análisis de la publicidad con alusión a los diferentes elementos que conforman la lectura de imágenes. El texto culmina con un último capítulo en el que se justifican los tipos de análisis utilizados.

Como el propio autor nos comenta, este texto parte de la necesidad de contar con un manual que explique lo más fundamental del género aspirando a «divulgar los conceptos más básicos para entender el mundo de la publicidad». Se nos propone, por ello, un recorrido por todos los elementos cruciales, situándonos en el fenómeno publicitario dentro del mundo de la información para más adelante introducirnos en el ámbito del marketing. Después, se nos informa en sucesivos capítulos sobre los objetivos de la publicidad, el desarrollo de una campaña publicitaria, las agencias de publicidad, los distintos medios publicitarios, la creación y realización de los anuncios y la supuesta dimensión científica de las investigaciones previas a dicha realización. Finalmente, un último capítulo analiza las relaciones entre publicidad, ética y cultura. El libro está escrito en un estilo directo, sencillo y personal, en el que el autor relata experiencias propias dentro de este apasionante mundo.

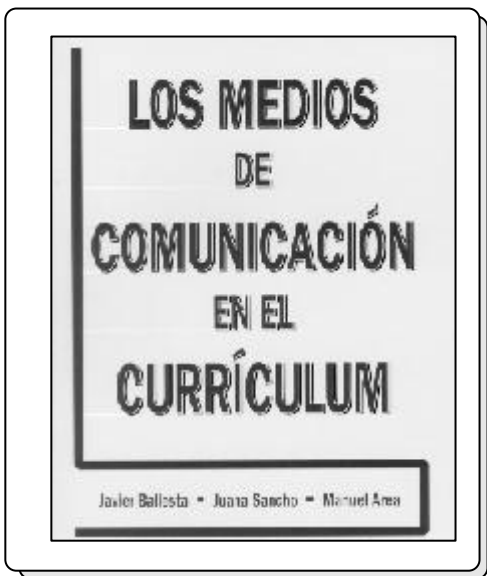
Publicaciones

R e s e ñ a s

María Dolores Guzmán Franco



- **Manual de Educación para los Medios**
- **Fernando Beramendi y otros**
- **Montevideo, Fundación Cultura Univ.**
- **1991, 86 páginas**



- **Los medios de comunicación en el currículo**
- **J. Ballesta, J. Sancho y M. Area**
- **Murcia, Editorial KR, 1998**
- **157 páginas**

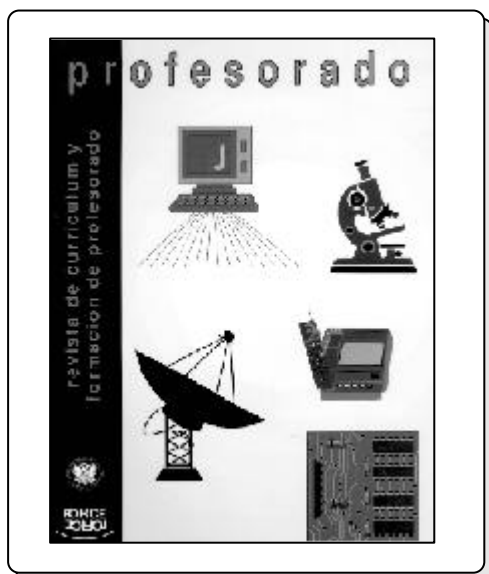
Los autores presentan en esta obra un interesantísimo proyecto de investigación y sistematización en Educación para los Medios (PISEM), desarrollado en la Universidad de la República de Uruguay. Partiendo de la importancia que tiene la Educación para los Medios en este país, el libro se basa por una parte en el análisis del método de Mario Kaplún *Lectura crítica de los mensajes*, fundamentado en el proceso ideológico como conglomerado de valores y creencias que dirigen nuestra conducta en nuestra particular visión de la realidad; y por otra parte, el de M^a Elena Hermosilla, *Recepción activa de la TV*, se centra en la transformación del significado fortaleciendo la propia valoración frente a la que la televisión realiza. Se incluyen al final del libro unas interesantes sesiones teórico-prácticas que se desarrollaron (axiomas de la comunicación, telenovela, teleserie, dibujos animados, cuentos infantiles, publicidad, telenoticiero, videojuegos, etc.).

La tesis central que se aborda en este libro es la relación entre los medios de comunicación y la educación, estructurada en tres partes que recogen las aportaciones y propuestas de los autores. En la primera, la profesora Juana M^a Sancho (Universidad de Barcelona) destaca el papel mediador de las representaciones sociales en el aprendizaje y comprensión del individuo. Continúa el capítulo del profesor Manuel Area (Universidad de La Laguna) quien reflexiona sobre la necesidad de integrar en el currículo la Educación para los Medios de Comunicación a la vez que nos presenta un diseño curricular con todos los elementos y nos propone estrategias de desarrollo y evaluación para la temática abordada. Finaliza el libro con el capítulo del profesor Javier Ballesta (Universidad de Murcia) que insiste en la reflexión sobre los medios de comunicación en el contexto educativo, se centra en la prensa, fundamentando sus posibilidades en la enseñanza y proponiendo actividades prácticas para en el aula.

Publicaciones

R e s e ñ a s

María Dolores Guzmán Franco



- **Profesorado. Revista de currículum y formación de profesorado**
- **Grupo FORCE. Universidad de Granada**
- **1998, 139 páginas**

Esta revista, editada por el Grupo de Investigación FORCE de la Universidad de Granada recoge, en su volumen 2, un número monográfico sobre «Formación y desarrollo profesional del docente en medios y nuevas tecnologías de la información y la comunicación». Participan como autores Jesús Salinas (Universidad de Illes Balears) analizando las posibilidades que las redes ofrecen para la comunicación, la educación y la formación del profesorado; Antonio Bartolomé (Universidad de Barcelona) que considera la formación de futuros profesionales sobre las nuevas tecnologías en la Universidad; M^a Luisa Sevillano (UNED) que aporta reflexiones acerca de los retos profesionales que plantean las nuevas tecnologías y los medios al profesorado; J. Miguel Correa (Universidad País Vasco) quien presenta el diseño y desarrollo de un programa de aprendizaje crítico de la TV; y finaliza M^a Carmen Martínez (Universidad de Granada) haciendo una recopilación de recursos educativos.



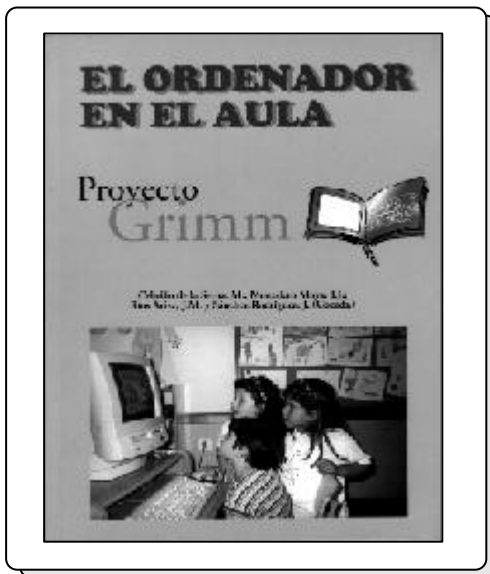
- **Guía dos Cursos de Comunicação**
- **Cuadernos de Público na Escola**
- **Porto (Portugal), 1998**
- **126 páginas**

Esta obra enmarcada dentro del proyecto luso «Público na escola» constituye una guía de orientación sobre las diferentes ofertas de Formación para la Comunicación en escuelas e instituciones portuguesas. La edición comienza con una serie de artículos con aportaciones de profesionales de la comunicación que nos sitúan en escena y nos ofrecen una perspectiva de la realidad del sector en Portugal desde el periodismo tradicional hasta las Nuevas Tecnologías pasando por la publicidad, la radio, la fotografía... El grueso del volumen lo compone la «Guía de Cursos» indexados, comenzando por las ofertas en las Escuelas Profesionales y a continuación Escuelas Secundarias y de Enseñanza Superior. Se incluye al final un directorio de entidades relacionadas con las áreas de la comunicación, reseñas legislativas, bibliografías e índices. En definitiva, una herramienta de apoyo ideal para alumnos y profesores que elijan el camino de la comunicación para su desarrollo profesional.

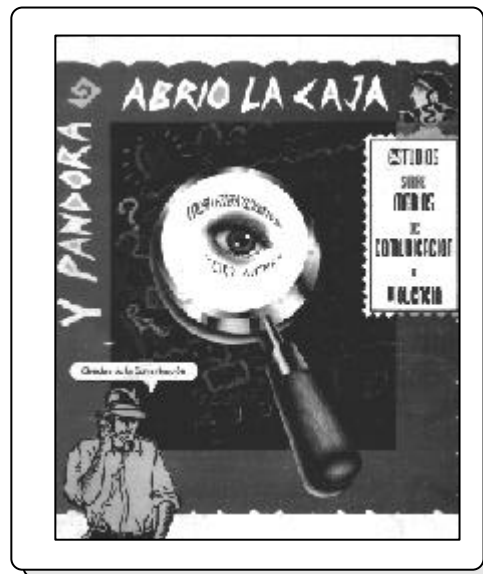
Publicaciones

R e s e ñ a s

Belén del Arco Prieto



- **El ordenador en el aula**
- **Manuel Cebrián de la Serna (Coord.)**
- **Málaga, ICE de la Universidad, 1998**
- **161 páginas**



- **Y Pandora abrió la caja**
- **Teresa Herrera y otros**
- **Uruguay, EPPAL, 1993**
- **214 páginas**

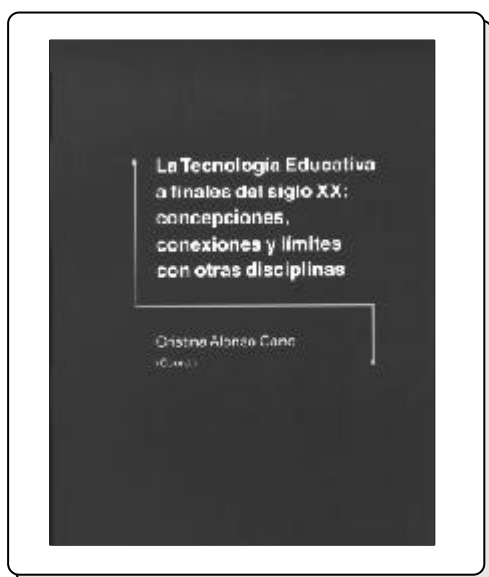
En este libro se narra la apasionante aventura del nacimiento del Proyecto Grimm, dedicado a introducir el ordenador en las aulas de Educación Infantil de forma que los niños lo utilicen libremente por rincones. Hasta la puesta en marcha de este Proyecto, ninguno de los programas de introducción de las nuevas tecnologías se había centrado ni trabajado exclusivamente en la Etapa de Infantil. El ordenador se muestra como un medio accesible al alumno, adaptado a sus necesidades e integrado en sus vidas, sin interferir en sus otras actividades y acompañándole durante toda su escolarización, recogiendo toda la historia de grupo-clase. La mayoría de los profesores de Grimm ha podido comprobar las ventajas del uso de la tecnología: menor fracaso escolar, mayor motivación, mejora del trabajo en grupo, etc. En este Proyecto participan empresas, escuelas y Universidad con el objeto de mejorar la calidad educativa mediante el ordenador en las aulas.

Se recogen en este texto investigaciones realizadas por estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República de Uruguay, en torno a aspectos específicos del tema general de la violencia, tal y como se aprecia a través de tres medios de comunicación: la prensa, la radio y la televisión. Dos de las investigaciones se han dedicado a la prensa cotidiana; una de ellas se propone desentrañar la imagen de los jóvenes infractores, la otra se ocupa de la violencia en el fútbol. El trabajo que toma como fuente a la radio presenta un análisis comparativo sobre el órgano oficial del Ministerio del Interior (en cuanto a la violencia) y la opinión de un profesional del medio. Por otra parte, la televisión ha merecido una mayor atención en este estudio por el número de aportaciones: en el primer bloque se analizan dos programas infantiles y uno para adolescentes, y en el segundo hay tres trabajos sobre seriales que han gozado de gran popularidad, y un informativo.

Publicaciones

R e s e ñ a s

Tomas Pedroso Herrera



- **La Tecnología Educativa a finales del XX**
- **Cristina Alonso Cano (Coord.)**
- **Barcelona Universitat de Barcelona, 1997**
- **200 páginas**



- **Tecnología Educativa**
- **Julio Cabero (Ed.)**
- **Madrid, Síntesis, 1999**
- **207 páginas**

El presente libro es una recopilación de las opiniones y de las ponencias vertidas durante la celebración de las III Jornadas Universitarias de Tecnología Educativa, realizadas en 1995 en Barcelona. Como escribe Cristina Alonso Cano, coordinadora del libro, en una nota introductoria «al organizar las Jornadas, nos habíamos propuesto establecer un marco de reflexión más allá de la propia práctica, propiciando un debate y una profundización en la temática que nos ayudase a situar nuestra labor docente e investigadora y posibilitara la articulación de nuevas perspectivas de futuro». Se hallan en el libro quince colaboraciones en las que se reflexiona sobre las tecnologías educativas desde muy diversos ángulos: su evolución, su desarrollo en España, desde una visión puramente didáctica, atendiendo a su relación con los profesores o ante el modelo de escuela que exigen los nuevos tiempos tecnológicos, etc. Especialmente interesante resultan las recopilaciones bibliográficas que acompañan.

Según se confiesa en el prólogo del presente libro la intención final del mismo es la formación tanto de profesores como de alumnos para la utilización didáctica y la incorporación curricular de las Tecnologías Educativas, pero, en lugar de partir de supuestos meramente teóricos, es posible hallar aquí reflexiones sobre la utilización, evaluación, organización y diseño didáctico de las mencionadas tecnologías. Los diez capítulos que componen el libro se dividen en dos partes fundamentales: «Marco conceptual de la Tecnología Educativa» y «Bases para el diseño, producción y utilización de los medios didácticos y materiales de la enseñanza». Especialmente interesante resulta esta segunda parte en la que aparece lo directamente relacionado con la enseñanza: la evaluación, la integración curricular de las nuevas tecnologías, la formación del profesorado, la comunicación audiovisual y la informática en los planes de estudio de Primaria y Secundaria, etc.

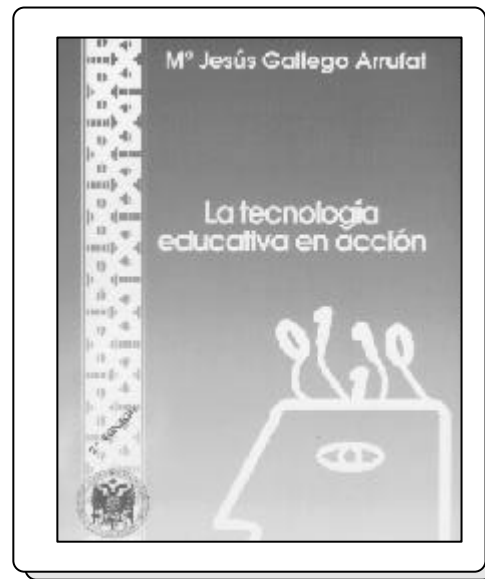
Publicaciones

R e s e ñ a s

Julio Jiménez/María Carmen Martínez



- Aventuras en primera plana
- Salamanca, Fundación Sánchez Ruipérez
- Salamanca, 1997
- 220 páginas



- La Tecnología Educativa en acción
- Mª Jesús Gallego Arrufat
- Granada, Universidad/Force, 1997
- 307 páginas

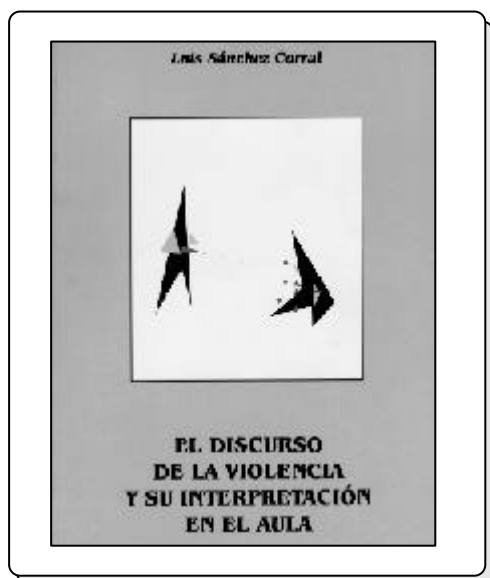
Auspiciada por el Centro Internacional del Libro Infantil y Juvenil, esta guía recoge una cuidada selección de títulos, siempre en relación con los medios, tanto libros como películas y revistas; apareciendo la referencia a los primeros con indicación de edad por tratarse, en su mayor parte, de libros para niños y jóvenes. Los títulos que se ofrecen se estructuran en diferentes apartados: periodistas aventureros; medios protagonistas, noticias con gancho, corresponsales, historias de prensa, leer para informarse, prensa para todos, reporteros de película. Sin llegar a ser exhaustiva, la selección nos parece suficiente y de gran utilidad para todos aquellos que, tanto en los centros educativos como en las bibliotecas, pretenden abordar o completar el conocimiento de los medios desde una perspectiva diferente. Aquellos que llevan actividades de animación lectora en bibliotecas escolares, apreciarían un mayor detalle en forma de reseña argumental de los diferentes títulos seleccionados. A pesar de ello se trata de un excelente trabajo para el aula.

El libro que nos ocupa representa un paso más dentro de la labor investigadora de la autora en el tema de la Tecnología Educativa. El punto de partida del libro es un intento de concretar los términos específicos que se estudiarán a lo largo del texto. A continuación, nos describe la Tecnología Educativa como un área de conocimiento en evolución. Lo más destacado es la inclusión de nuevas visiones sobre la materia que nos ocupa y que se están gestando en la actualidad. Seguidamente propone una serie de acciones para la mejora curricular basadas en el diseño, selección, utilización y evaluación de medios. En otro apartado se realiza un profundo repaso de las líneas de investigación que durante el último decenio han tenido lugar en el área de la Tecnología Educativa, teniendo en cuenta las perspectivas y la metodología de investigación utilizadas. Para finalizar, la autora estudia las funciones de los profesores con los medios desde el punto de vista del desarrollo curricular y deduce una serie de implicaciones dirigidas a la formación del profesorado.

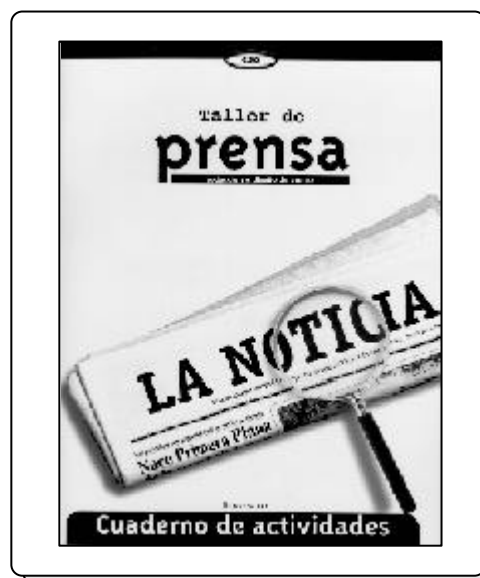
Publicaciones

R e s e ñ a s

José Ignacio Agueded Gómez



- El discurso de la violencia y su interpretación en el aula
- Luis Sánchez Corral
- Córdoba, Universidad, 1998; 200 páginas

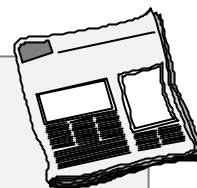


- Taller de prensa
- Lluís Miquel Segrelles y otros
- Valencia, Bromera.txt, 1999
- 2 tomos: Texto y Cuaderno

La violencia es un tema recurrente en nuestra sociedad por su presencia en la vida real y en los medios de comunicación. Si bien aquella ha estado presente a lo largo de la historia de la Humanidad, las plataformas mediáticas han magnificado su presencia en los hogares. Por ello, su tratamiento reflexivo en el aula se nos revela como una urgencia en una escuela que quiere preparar para los ciudadanos del siglo XXI. El autor de este trabajo nos presenta, en primer lugar, una reflexión sobre la violencia como discurso y como espectáculo mediático, para luego profundizar, en una segunda parte, en la violencia presente en «Las tortugas Ninja» a través de un profundo estudio sobre interpretación en el aula, en escolares de Primaria y universitarios de la Escuela de Magisterio de la Universidad de Córdoba. Para finalizar, el autor realiza una propuesta didáctica para la inversión del mensaje, para el tratamiento de los contenidos, las categorías narrativas, la sintaxis de la narración, etc., comparando los paradigmas de análisis con los didácticos.

Redactar y diseñar prensa en el aula son los dos objetivos básicos que se plantea este sugerente texto para trabajar en la Educación Secundaria Obligatoria. Saber, saber hacer y hacer son las tres capacidades que van a guiar la amplia y riquísima lista de actividades que se proponen a manera de un periódico diario. Con un diseño cuidado y una estructura temática y metodológica impecable, los autores de este texto –expertos desde hace muchos años en la integración de la prensa en las aulas– nos sumergen en la magia de los periódicos, del acontecer diario de las noticias. Las temáticas analizadas son muestra palpable de la profundidad y riqueza de los contenidos del material: Historia y evolución de la prensa; Del suceso a la noticia; Géneros informativos; Géneros interpretativos y de opinión; géneros gráficos; y la publicidad en la prensa escrita. Pero además, metodológicamente –como hemos indicado– los textos son también innovadores, incluyendo «puntos de información», «tablo-nes», «cierres de edición» y el «proyecto de prensa escolar».

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

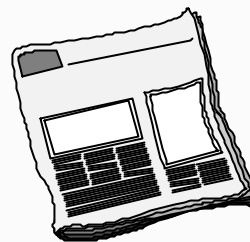
• **SIGNO Y PENSAMIENTO**

Facultad de Comunicación y Lenguaje
Pontificia Universidad Javeriana
Carrera 7ª Nº 43-82, Edificio Angel Valtierra,
piso 7 Santafé de Bogotá (Colombia)
Fax: 2871775; E-mail: alallinde@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: 00-34-959-248380
E-mail: comunica@teleline.es

- **COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD**

Universidad de Navarra
Facultad de Comunicación
Edificio de Ciencias Sociales. 31080 Navarra
Tfno: 34-948-425600; E-mail: cys@unav.es

- **ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORÁNEAS**

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

- **TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN EDUCATIVAS**

Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa. Calle del Puente, n° 45
Col. Ejidos de Huipulco, Deleg. 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, Altagracia
Apartado 4838, Caracas 1010-A (Venezuela)
Fax: 5647557

COMUNICAR

Revista de Comunicación y Educación

Próximos títulos

Temas monográficos

**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. Educación y comunicación
para la cooperación y el desarrollo**

Coordina: Milagros Paseta. Barcelona



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. 275).

En tiempos de comunicación...



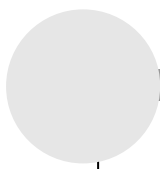
COMUNICAR

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 anual 99/00 (números 14 y 15)	2.995 pts.	—	—
	• Suscripción bianual (números 14, 15, 16 y 17)	5.850 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.	—	—	
• Comunicar 13: Comunicación, educación y democracia	2.200 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.	—	—
	• El periódico en las aulas	1.750 pts.	—	—
	Colección «La Comunicación Humana»			
	• El puntero de don Honorato, el bolso de doña Purita	1.750 pts.	—	—
	Colección «Prensa y Educación»			
	• Il 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»			
	«E. ambiental y medios» (9), «La tele y nosotros» (10), «Investigamos el cine» (11), «El cómic» (12), «La radio» (13), «Derechos Humanos» (15), «Internet» (16)	Gratis	—	—

SUBTOTAL	<input type="text"/>
Gastos de envío	<input type="text"/>
TOTAL	<input type="text"/>

Formas de pago:

España:

Talón nominativo adjunto al pedido a favor de Grupo Comunicar (sin gastos de envío)

Giro postal c/c Caja Postal 1302 2390 72 0019089614 (Adjuntar justificante) (sin gastos de envío)

Transferencia bancaria c/c 2098 0101 84 0135930218 (Adjuntar justificante) (sin gastos de envío)

Contrarreembolso (se añadirán 695 pts. de gastos envío)

Extranjero:

Talón en pesetas adjunto al pedido (se añadirán 1.795 pts. gastos envío)

Contrarreembolso (se añadirán 1.995 pts. de gastos envío)

Sistemas de envío:

Los servicios se tramitan por vía postal ordinaria.

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):

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/ochos 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@teletel.es / www.teletel.es/personal/comunica/

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

COMUNICAR

Revista Científica de Comunicación y Educación

Temas

Informaciones

Experiencias

Fichas didácticas

Propuestas

Plataformas

Reflexiones

Apuntes

Investigaciones

Reseñas



Grupo Comunicar

Colectivo Andaluz para la Educación
en Medios de Comunicación

Apdo 527. 21080 Huelva. España (Spain)
e-mail: comunica@teletel.es / www.teletel.es/personal/comunica/

DL: H-189-93

ISSN: 1134-3478