

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Amor Pérez Rodríguez

Dentro de la colección «Papeles de Comunicación», Paidós nos ofrece con este título una brillante aportación para el estudio de la televisión como medio e instrumento definidor de la sociedad en la que vivimos. El autor, con una amplia experiencia en este ámbito

de trabajo, nos plantea una reflexión sobre el medio televisivo fundamentada en investigaciones realizadas en numerosos países, que trasciende los datos científicos y estadísticos.

Precisamente esto es lo que el texto que nos ocupa persigue, llegar a los usuarios de la televisión y educar su «competencia televisiva». Desde esta perspectiva se insiste en la necesidad de profundizar socialmente en la trascendencia de este medio, en su impacto, sus audiencias, especialmente infantiles y juveniles, además de lo que consideramos el mayor acierto en esta publicación, el tratamiento de las difíciles relaciones entre la educación y la televisión.

La formación del telespectador se sitúa como un eje básico para entender y comprender la televisión y para convivir con ella de forma crítica, sin renunciar a su dimensión lúdica.

La primera parte analiza los entornos que tienen una responsabilidad directa para que se desarrolle una adecuada relación con el medio: familiar, profesional, etc. Se recoge la importancia de esas mediaciones además de las corrientes de investigación que han trabajado la televisión y la comunicación familiar, las claves para una

educación de la recepción televisiva en familia y algunos programas que enseñan a consumir el medio en el contexto familiar.

El segundo bloque se centra en la explotación didáctica de la televisión. Se trata de plantear el medio como auxiliar didáctico, objeto de estudio y lenguaje de expresión y sobre todo utilizar una metodología innovadora que dinamice la actividad educativa. También se nos muestran aquí experiencias e investigaciones de análisis crítico y usos disciplinares o interdisciplinares de la televisión.

Finalmente la tercera parte se ocupa de la educación de los telespectadores: la «competencia televisiva».

El libro aúna extraordinariamente la reflexión teórica de las más impor-

tantes aportaciones de la literatura científica de los últimos años, en una revisión exhaustiva de la misma, además de la exposición de algunas experiencias y aportaciones prácticas que son muy clarificadoras.



- *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*
- *José Ignacio Aguaded*
- *Barcelona, Paidós, 1999; 356 págs.*

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Dolores Guzmán Franco

Uno de los grandes retos de la educación actual es formar ciudadanos críticos y reflexivos en el consumo de los lenguajes mediales, a la vez que emisores creativos, utilizando los lenguajes icónicos que a lo largo del siglo XX han sido los que han sustentado los discursos de los medios tradicionales de información de masas: prensa, radio y televisión.

Este planteamiento será más válido aún en la sociedad futura cuando la imagen virtual, sin referente en el mundo sensible, fomente la pasividad de unas audiencias que ya no sepan colocar el fiel de la balanza entre lo que es realidad y lo que es pura estrategia de la ilusión.

El recurso videográfico que aquí reseñamos se propone ser un material de apoyo para los alumnos de la UNED en diversas asignaturas así como para el profesorado en general de todos los niveles educativos.

Durante algo más de 30 minutos se intentan dar pistas sobre la utilización y explotación didáctica de los medios.

Acompaña al soporte vídeo una guía didáctica que presenta ciertos errores tipográficos así como una sintaxis en algunos puntos algo confusa. Este material impreso no ha tenido la misma depuración técnica que la realización en vídeo que, sin

ser brillante, cumple eficazmente su labor.

Medios de comunicación en la enseñanza se estructura en cuatro partes bien diferenciadas: una primera parte de fundamentación teórica donde se sientan las bases de un modelo de profesorado; una segunda y la más extensa dedicada a la prensa; una tercera, a la radio y la cuarta, a la televisión.

Una primera nota que llama la atención es el protagonismo que se le ha dado a la prensa. Sevillano hace un balance de las distintas opciones presentadas y nos recuerda la importancia crucial que tienen los medios en la sociedad contemporánea y las razones por las cuales deben integrarse en el currículum las temáticas mediales.

Medios de comunicación en la enseñanza propone unas secuencias óptimas de enseñanza y aprendizaje de y con medios, sin olvidar la ingente cantidad de variables que intervienen en un proceso como el educativo, porque ya, a estas alturas, resulta evidente que ni los medios ni los recursos tienen la bondad intrínseca de hacer una

escuela más activa ni más moderna pedagógicamente hablando. Consideramos que esta producción es una opción válida como recurso didáctico para abordar la enseñanza y el aprendizaje de y con medios.



- *Medios de comunicación en la enseñanza*
- M^a Luisa Sevillano y Donaciano Bartolomé
- Madrid, UNED
- Vídeo didáctico de 33 minutos

Publicaciones

R e s e ñ a s

Ramón Ignacio Correa García

Nuestra sociedad, tan apegada al maniqueísmo superficial de moros y cristianos, de puros e impuros, de blancos y negros... no es capaz en muchas ocasiones de sustraerse a tan peligrosa dicotomía simplificadora de la realidad y es incapaz de reconocer que existe lo mozárabe, lo híbrido o lo mulato... Suele entonces acontecer que se ensalza lo «políticamente correcto» en detrimento de su antónimo que se hunde en la ignominia.

El mundo de la educación no es ajeno a estas veleidades sociológicas. Así en una pujante sociedad de la información comenzamos a denostar al libro como recurso didáctico tradicional en la transmisión de los saberes escolares. Y lo hacemos en beneficio de los nuevos entornos multimedia que preconizan una nueva arquitectura del conocimiento.

Pero todo es relativo. No hemos aquí-lado aún el beneficio pedagógico que supone una interacción de medios en distintos soportes. Y ése es el caso que nos ocupa. Uno de los lenguajes mediales más integrados en el currículum ha sido el lenguaje de la prensa que ha tenido diversos programas de actuación tanto a nivel de Comunidad Autónoma como de Gobierno.

El Cd-Rom *Taller de Prensa* de Ediciones Bromera es un material curricular que se presenta también en soporte escrito. Se trata de una completísima gama de materiales complementarios y de ampliación precedidos de una descripción general del proyecto editorial y de una guía didáctica.

Estos recursos complementarios y de ampliación se agrupan en torno a siete núcleos temáticos: Historia y evolución de la prensa; d el suceso a la noticia; g éneros informativos; g éneros interpretativos y de opinión;

g éneros gráficos; la publicidad en la prensa escrita; y un proyecto: hagamos nuestro periódico.

A partir de ahí encontramos unas fuentes de información casi inagotables: textos y debates en la Red, páginas electrónicas de revistas y diarios... y unos enlaces que nos catapultan y nos incitan a la búsqueda de más argumentos que dan forma a este *Taller de Prensa* que nos parece un recurso inestimable a la hora de abordar el análisis crítico y creativo del lenguaje escrito e icónico del denominado Cuarto Poder.

A demás—como ya hemos dicho—esta versión electrónica complementa al material impreso de clase de los alumnos, con lo que se conjuga el soporte escrito con el digital, introduciéndonos en la escuela del futuro, en que ambos soportes convivirán simultáneamente.



- *Taller de prensa para ESO*
- *Ricard Fuentes, L. Miquel Segrelles y otros*
- *Valencia, Bromera, 1999*
- *Edición electrónica en CD*

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Amor Pérez Rodríguez

La mujer invisible esboza esa otra mirada, disidente y crítica para con los medios, que sería fundamental para la construcción del pensamiento en los años venideros. La mujer que es sujeto, objeto y destinataria de los mensajes publicitarios no tiene nada que ver con los

cambios que a bombo y platillo se ponderan y se ostentan como bandera de la liberación o del feminismo. Se transmiten imágenes de la mujer ancladas en esquemas tradicionales, a menudo denigrantes, con roles inferiores o supeditados a los hombres, preocupadas por la apariencia, por gustar, que son reclamo y objeto de deseo. Este tratamiento que es claramente discriminatorio, no ayuda a modificar hábitos, actitudes, costumbres y comportamientos, más bien estabiliza concepciones y anquilosa barreras. Frente a la cómoda actitud de admitir que ha de ser así porque la publicidad tiene que vender, también es posible que desde la publicidad y desde los medios se puedan ir proponiendo cambios, que desde el lenguaje hasta la utilización de imágenes y roles admitan que soplan algunos vientos favorables a la adopción de nuevas claves de pensamiento y comportamiento en cuanto al papel de las mujeres.

La mujer invisible ofrece un trabajo exhaustivo y realista, crítico y audaz desde la perspectiva de la contradicción que suponen unos mensajes publicitarios que perpetúan valores culturales y sociales en clara oposición a los que se defienden en las constituciones y en los foros políticos y sociales, como conquistas de pensamiento o claves de nuestra época. Defendemos la coeducación, la igualdad, la libertad, la tolerancia, la dignidad y compramos y vivimos según los tópicos, tipos y sistemas de vida que la publicidad nos marca.

«AulaMedia» es una colección que el Grupo Comunicar inicia con una clara apuesta por una educación más activa, crítica, combativa e investigadora desde y con los medios. *La mujer invisible* es sin duda un ejemplo extraordinario en esa línea de trabajo. Un texto ameno, perfectamente estructurado, con un planteamiento didáctico novedoso entorno a los usos, lenguajes y códigos publicitarios que condicionan nuestra construcción social y nuestra percepción del mundo. Su recorrido por casi dos centenares de

imágenes publicitarias nos descubre de manera absolutamente impecable el entramado ideológico y persuasivo de la publicidad y la imagen invisible de la mujer en este medio tan poderoso e influyente.



- *La mujer invisible*
- R. Correa, M.D. Guzmán y J.I. Aguaded
- Huelva, Grupo Comunicar, 2000
- 192 págs.

Publicaciones

R e s e ñ a s

J. Ignacio Aguaded Gómez

Los recursos audiovisuales para la enseñanza siguen siendo una asignatura pendiente de nuestro Sistema educativo. Si bien la producción ha crecido formidablemente en los últimos años, no siempre los docentes que quieren contar con

un soporte audiovisual de calidad en sus clases como recursos didácticos pueden contar con los mismos en el mercado comercial. Por ello se agradece sobremedida que docentes expertos en el ámbito audiovisual se sumerjan en la apasionante tarea de trasvasar sus conocimientos didácticos al ámbito de lo audiovisual, ofreciendo a sus colegas propuestas prácticas en formato vídeo para usar en sus aulas.

Éste es el caso que nos ocupa, donde un grupo de expertos en la Geografía, coordinados por el doctor Ángel Luis Vera, catedrático de Instituto y miembro del Grupo Comunicar, se han aventurado a elaborar un ambicioso proyecto que pretende rellenar un vacío existente en cuanto a materiales didácticos sobre Geografía de Andalucía, la comunidad autónoma más extensa del Estado Español.

Con el sugerente subtítulo de «Un medio natural y un territorio para vivir y aprender», los autores de esta colección de dieciséis vídeos se sumergen en el apasionante mundo de describir, en lenguaje comprensible para los estudiantes de Bach-

illerato, este complejo y variado territorio que abarca desde el Cabo de Gata por el Este hasta la desembocadura del Guadiana por el Oeste.

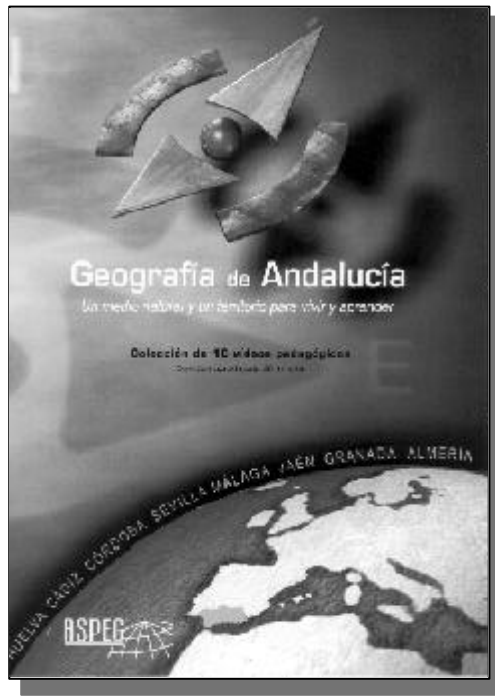
Con una perspectiva novedosa, amena y completa, esta colección de cintas de vídeo permite a profesores y alumnos de estos niveles tener una visión más integral de esta disciplina curricular, con el

apoyo de cientos de imágenes en movimiento, tomadas muchas de ellas desde planos aéreos que enriquecen la perspectiva de una ciencia con tanto dinamismo y ángulos como la que analizamos.

Las dieciséis cintas, con una duración de entre 25 y 30 minutos cada una de ellas, abordan diferentes temas geográficos andaluces, permitiendo un conocimiento extremadamente completo de la morfología geográfica de esta Comunidad: el marco geográfico, la formación de la identidad, el medio físico, los condicionantes físicos al desarrollo humano, los ríos y las aguas, los recursos naturales y la problemática ambiental, el medio humano, las ciudades y el urbanismo, las actividades económicas, así como el papel de Andalucía en el mundo actual... son algunos de los temas tratados al tiempo con profundo rigor científico y un

didactismo que permite valorar la obra como una síntesis magistral entre contenidos y planteamiento pedagógico.

Los vídeos se acompañan de cuadernos de actividades como guías didácticas. Distribución y pedidos: Aspeg, 95-4354269/4357113.



- *Geografía de Andalucía*
- *Ángel Luis Vera (Dirección pedagógica)*
- *Sevilla, Aspeg*
- *16 Vídeos didácticos*

Publicaciones

R e s e ñ a s

Marina Chacón Sánchez



- **La mirada cautiva. Formas de ver en el cine contemporáneo**
- **J.M. Company y J.J. Marzal**
- **Generalitat Valenciana, 1999; 172 págs.**



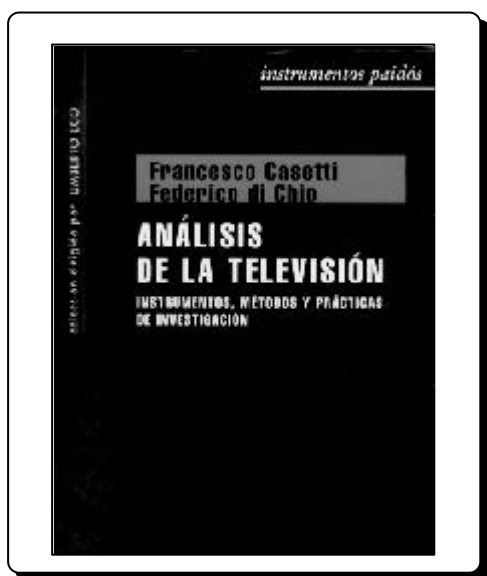
- **Análisis de películas y vídeos**
- **Marta Orsini**
- **Cochabamba (Bolivia), 1999**
- **14 págs.**

Con una extensa lista de títulos cinematográficos, los autores de este libro proponen enseñar a ver cine haciendo un recorrido por las películas más significativas de este arte contemporáneo. El documento consta de dos partes. La primera, «Regresos(s) del eterno ayer: del clasicismo cinematográfico a las escrituras de la modernidad» hace un breve recorrido por la historia del cine, desde sus comienzos, a finales del siglo pasado, hasta la actualidad, con el cine de acción contemporáneo y sus formas de cautivar. La segunda parte, llamada «Desplazamientos de la mirada», se divide en varios bloques: «La mirada del viajero», donde se analiza el cine de Wenders y Barrio; «La mirada de/hacia lo cotidiano», con un estudio del minimalismo narrativo; así como otros bloques como «Fingimientos y ocultaciones de la mirada», «Principio y fin: un centenario...».

Esta guía que reseñamos es reflejo del proyecto «Educación y Medios de Comunicación Social», dirigido a aprender a consumir de una forma crítica los medios de comunicación y desarrollado en Cochabamba (Bolivia) por los profesores Gregorio Iriarte y Marta Orsini. Tanto la guía como el proyecto en sí no están enfocados a un grupo de edad en concreto, sino tanto a niños, como a jóvenes y adultos. De forma clara y sencilla se pretende con estos materiales mostrar los diferentes tipos de planos, proponiéndose una serie de pasos a seguir para la realización del análisis de las películas en sus dos formatos más usuales: la gran pantalla y el vídeo. Por último, se expone un esquema a seguir en las realización de foro-debate como estrategia para analizar y profundizar en los mensajes fílmicos en diferentes contextos de aprendizaje.

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Carmen Millán Romero

- **Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación**
- **F. Casetti y F. Di Chio**
- **Barcelona, Paidós, 1999; 384 págs.**



- **365 ideas para vivir sin televisión**
- **C. Navarro y M. Nuñez**
- **Barcelona, Integral, 1998**
- **432 págs.**

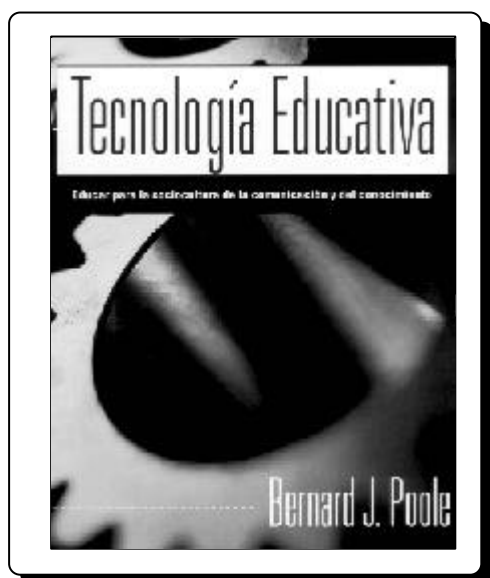
Este libro ha querido recoger una síntesis de los principales modos de analizar la televisión. No ha sido tarea fácil debido a la complejidad del tema, que aún constituyendo un centro de continuos estudios, resulta un objeto (la televisión) con diferentes caras que puede emplearse para diversas causas (económica, cultural...). Son más de treinta tipos de técnicas de análisis las que se ofrecen, como el audímetro y el estudio etnográfico, pasando por métodos de investigación con larga tradición, como el análisis de contenido o el análisis de motivaciones. Estos análisis favorecen que el fenómeno televisivo se conozca más a fondo, aunque a veces generan guerras entre canales, orientaciones políticas... En definitiva, el libro pretende ayudarnos a conocer mejor lo que está detrás de la pantalla televisiva e intentar que algunos rasgos se vuelvan más familiares.

Haciendo un balance acerca de las actividades que realizamos a lo largo de nuestra vida, son trece años la media que pasamos ante la televisión. Las 365 ideas que sugiere este texto tienen como pretexto el olvidar este aparato que nos engancha diariamente de una forma automática; con ellas, se podrán descubrir sentimientos y experiencias emocionantes que compartiremos con los que nos rodean, además de dejar de lado consecuencias tan negativas como el aislamiento, la pasividad... Este libro-terapia resultará muy útil para aquéllos que quieran superar esta dependencia de este medio de «incomunicación». Para superar la adicción televisiva se recomiendan ideas muy creativas que acercan a la realidad y que mejoran la salud. Al final del libro se indican algunas obras e instituciones de referencia por si se quiere profundizar en algunas de las propuestas.

Publicaciones

R e s e ñ a s

Francisco Casado Maestre



- **Tecnología Educativa**
- **Bernard Poole**
- **Madrid, Mc Graw Hill, 1999**
- **390 págs.**



- **Enseñanza-aprendizaje con medios de comunicación y nuevas tecnologías**
- **Madrid, UNED, 1998**
- **416 págs.**

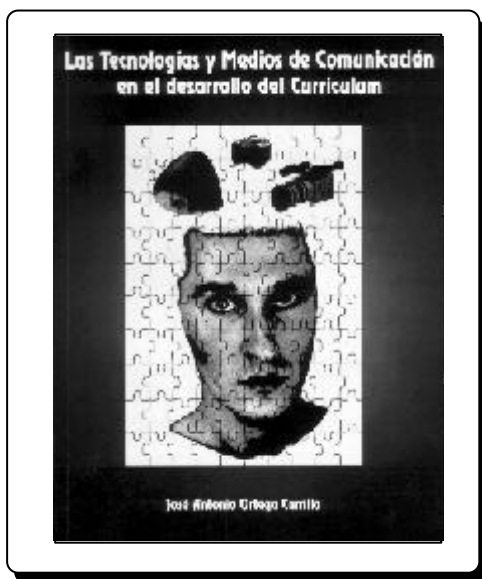
En la década de los noventa, y sobre todo a las puertas del nuevo milenio, el ordenador impone una transformación sin precedentes en todos los ámbitos de la actividad humana. El fenómeno de la digitalización, que se concreta y se representa en el ordenador, transforma a muchos niveles nuestra relación con el medio y con los demás. En *Tecnología Educativa* se nos plantea cómo educar para la sociocultura de la comunicación y del conocimiento, tratando la informatización del entorno educativo. Esta obra está especialmente concebida para estudiantes y formadores de Ciencias de la Educación y en general para todos aquellos profesionales de la Pedagogía, ya que expone de manera sistemática y completa el fenómeno de la informatización de la enseñanza, el *hardware* y el *software*, el multimedia, las comunicaciones...

Hoy día ante la gran cantidad de medios de comunicación que nos rodea, y sobre todo ante las nuevas tecnologías, que se van implantando a un ritmo frenético a través de las autopistas de la información, como educadores no debemos quedarnos pasivos. Este texto se encuadra dentro del proyecto Educación Permanente de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, para introducir a los profesionales de la educación en los medios de comunicación y las nuevas tecnologías aplicadas a la educación. Nos presentan los distintos medios de comunicación, desde la prensa escrita y el vídeo, hasta las nuevas tecnologías, el ordenador e Internet en sus aplicaciones para la educación. El contenido de la publicación se estructura en seis capítulos con amplios contenidos teóricos y prácticos sobre los distintos medios de comunicación.

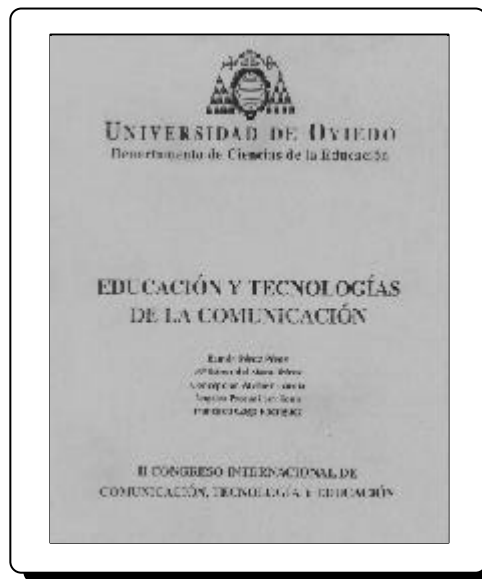
Publicaciones

R e s e ñ a s

Francisco Casado Maestre



- Las tecnologías y medios de comunicación en el desarrollo del currículum
- Granada, Grupo Editorial Universitario
- 1999; 186 págs.



- Educación y Tecnologías de la Comunicación
- R. Pérez y otros
- Oviedo, Universidad, 1998; 510 págs.

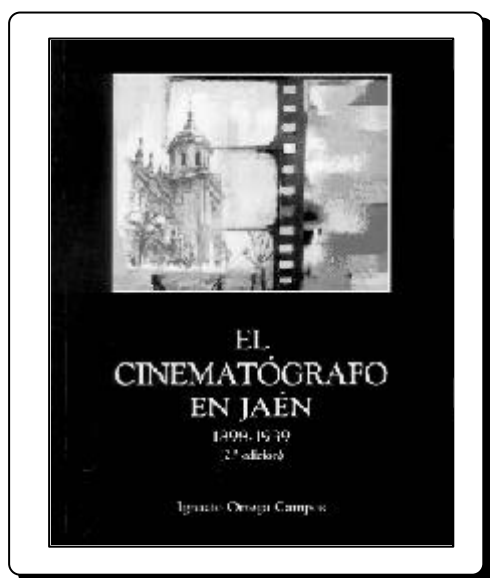
Este trabajo presenta una investigación comparada, en la que se pretende detectar los conocimientos que posee el profesorado relacionados con las tecnologías de la información, así como indagar sobre la frecuencia y modalidades de integración curricular de los medios de comunicación y las tecnologías audiovisuales, en los centros públicos de distintos niveles educativos de dos comarcas granadinas, con altos contrastes y diferencias socioeconómicas y culturales. Nos brinda este trabajo el fruto de cuatro años de investigación paciente y rigurosa en los que se ha visitado la totalidad de los centros públicos de enseñanza de ambas comarcas para encuestar a su profesorado. La estructura de la publicación se desarrolla en seis capítulos. En la publicación han colaborado el Grupo Comunicar, Centro UNESCO de Andalucía y la fundación Genesian.

Este texto, que recoge las actas del II Congreso Internacional de Comunicación, Tecnología y Educación, celebrado en Oviedo a finales de 1998, recopila estudios de profesionales de la educación que trabajan en Nuevas Tecnologías aplicadas a la Educación. Se presentan por ello, en este texto, más de cincuenta trabajos en los que se analiza y reflexiona sobre experiencias en torno a este campo. El libro está estructurado en cuatro bloques: conferencias, paneles y mesas redondas, talleres y comunicaciones. Entre las conferencias destacan «La escuela del futuro: situaciones y programas»; «La innovación en el aprendizaje con medios. Nuevas bases teóricas y nuevas tecnologías»; «Usos e integración de los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías en el currículum»; «La integración de los multimedia en las didácticas especiales», etc.

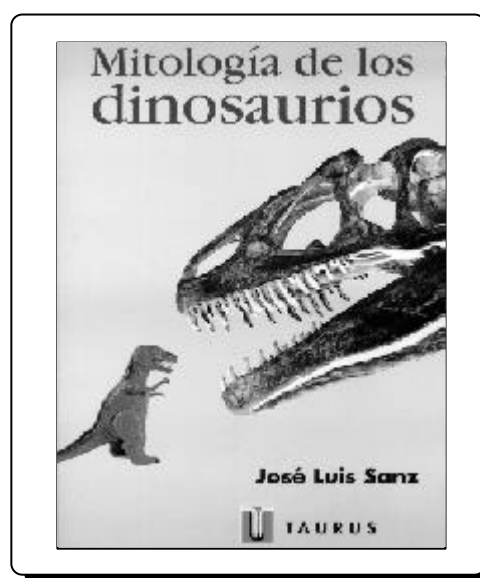
Publicaciones

R e s e ñ a s

Enrique Martínez-Salanova Sánchez



- El cinematógrafo en Jaén. 1898-1939
- Ignacio Ortega Campos
- Jaén, Unicaja, 1998
- 199 págs.



- Mitología de los dinosaurios
- José Luis Sanz
- Madrid, Taurus, 1999
- 208 págs.

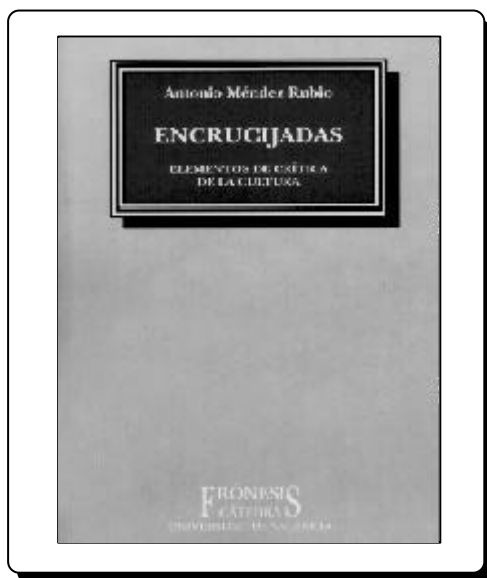
Este texto es algo más que un libro de investigación, a la que el autor ha dedicado todos los medios humanos que posee y para la que se ha encontrado con la dificultad de la escasez de documentos y archivos. El autor ha utilizado cuanta reseña, programa, recorte periodístico, fotografía o recuerdo ha encontrado, para presentarnos un interesante trabajo repleto de datos, añoranzas, grafismos, y carteles de cine que nos acerca a los primeros años del cinematógrafo en nuestro país y en concreto a una provincia como Jaén. Un gran cariño, tal vez una afición desmedida, al cine por parte del autor, maestro y miembro del Grupo Comunicar, ha dejado en manos de cinéfilos, historiadores, amantes del séptimo arte y educadores, esta pequeña muestra de un gran medio de comunicación de masas. El prólogo del libro es de Fernando Méndez-Leite, director de la Escuela de Cine de Madrid.

Este libro es un texto didáctico. El autor, uno de los paleontólogos españoles más conocidos, es además especial cinéfilo y ha realizado en este ensayo el importante trabajo de conectar la paleontología, en concreto el mundo de los dinosaurios, a los medios de comunicación. Chistes, recortes de prensa, logotipos publicitarios, folletos, novelas, y el cine, son aunados para promover el conocimiento de los dinosaurios y estudiar la adicción que ha creado en el mundo. Desde películas de dibujos animados hasta las últimas producciones; desde los primeros filmes hasta la utilización de los últimos avances científicos y las nuevas tecnologías son aplicados para hacer un recorrido tanto por el mundo de los dinosaurios como por el de los medios de comunicación, analizando al mismo tiempo los últimos descubrimientos científicos.

Publicaciones

R e s e ñ a s

Tomás Pedroso Herrera



- **Encrucijadas. Elementos de crítica de la cultura**
- **A. Méndez Rubio**
- **Madrid, Cátedra, 1997; 285 págs.**



- **Ética y periodismo**
- **H. Aznar**
- **Barcelona, Paidós, 1999**
- **350 págs.**

El autor del libro en unas palabras preliminares expone meridianamente cuáles son sus intenciones: «El estudio que viene a continuación quiere empezar planteando algunos aspectos básicos para, partiendo de una consideración de la cultura como práctica social, entrar a discutir las relaciones entre cultura y poder». El texto se divide en cuatro densos capítulos en los que se acerca el autor a las nociones más comunes de cultura, realizando una delimitación exhaustiva del concepto de cultura popular y ahondando en la idea de cultura como bien mercantil. Por último, al final se reflexiona sobre las relaciones entre cultura y democracia. Este denso libro presenta su mejor acierto en que nos encontramos ante una nueva aportación al intenso y vasto debate sobre, citando al autor, «la participación y la libertad en nuestras sociedades supuestamente democráticas».

En la sociedad actual el peso y la influencia de los diferentes medios de comunicación es cada vez mayor. Por eso se ha de insistir en la necesidad de su uso responsable, lo cual no debe suponer en ningún momento una merma de la cota de libertad de expresión alcanzada en la actualidad. «El disfrute de la libertad de los medios debe estar guiado por los valores de servicio a la sociedad que dieron origen a esa libertad». Para el uso responsable de los medios es necesaria la autorregulación, es decir, deben existir unos mecanismos e instrumentos que garanticen que la actuación del poder mediático se ajuste a las normas y valores deseados por la sociedad. Por ello deben fomentarse la formulación pública de normas éticas, de códigos deontológicos. En suma, un texto imprescindible para todo ciudadano preocupado por los medios.

Publicaciones

R e s e ñ a s

Tomás Pedroso Herrera



- **¿Participación social en los medios masivos?**
- **G. Daza Hernández (dir.)**
- **Medellín (Colombia), Universidad Pontificia Bolivariana, 1998; 316 págs.**



- **El estudio de las audiencias**
- **V. Nightingale**
- **Barcelona, Paidós, 1999**
- **270 págs.**

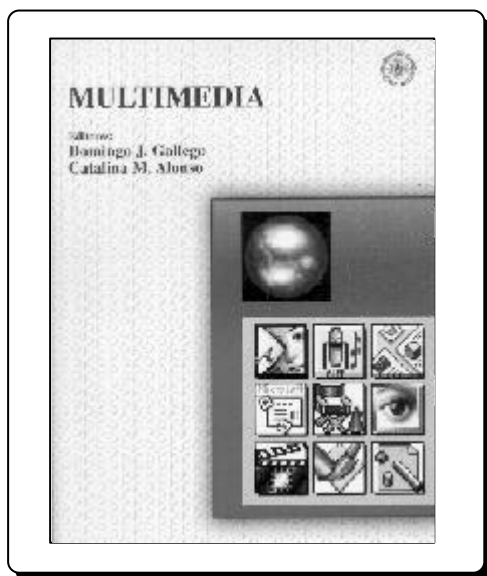
El incremento de información no supone una mejora en las condiciones de ésta: el aumento de medios de información no conlleva una mejor comunicación entre los ciudadanos. La clave para entender esta evidente paradoja se halla en que el exceso de información se traduce en realidad en desinformación. Para profundizar en esta línea, el presente libro ofrece un estudio realizado en cinco Universidades sobre el avance de la información en las estructuras sociales. Se ofrecen para ello encuestas y abundantes tablas de datos que sirven como apoyo para profundizar en la relación existente entre los medios de comunicación y sus función social. En definitiva, se recoge y se analiza un abundantísimo e interesante material de estudio que concluye que los medios de comunicación pueden crear conciencia de participación en los ciudadanos.

Los siete capítulos –que tienen como título «La perspectiva de la audiencia y la crítica de los medios de comunicación», «Codificación/descodificación», «Conceptos clave y puntos de acuerdo alternativos», «La nueva fase sobre las investigaciones sobre la audiencia», «La transposición crítica», «Traducción cultural» y «Audiencia»– y la conclusión de este denso libro se centran en el análisis pormenorizado de las audiencias televisivas. El autor utiliza las más modernas técnicas para analizar las opiniones de las personas que ven la televisión. Para ello combina las entrevistas a los espectadores con el análisis textual de los programas. Especialmente interesante resulta el capítulo final de conclusiones en el que se expone las novedosas aportaciones de la Antropología y las Teorías del Texto y del Contexto.

Publicaciones

R e s e ñ a s

Susana Andivia Mérida



- **Multimedia**
- **D. Gallego y C. Alonso**
- **Madrid, UNED, 1999**
- **294 págs.**



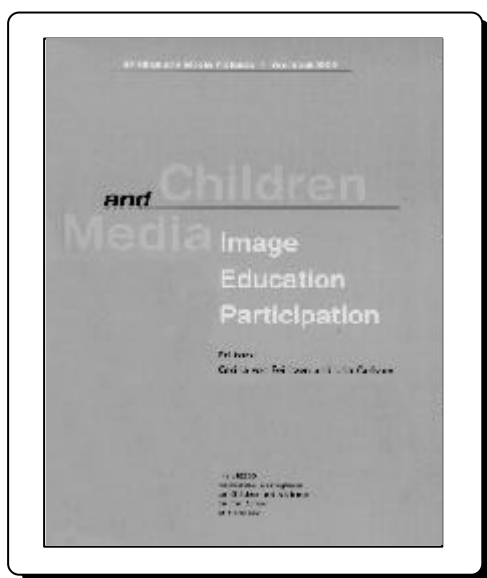
- **Internet en el aula**
- **Consejería de Educación (Ed.)**
- **Sevilla, Junta de Andalucía, 1998**
- **201 págs.**

Siendo conscientes de que el campo multimedia está en constante y rápida evolución es evidente que el tema goza, hoy por hoy, de una importancia capital dentro de multitud de ámbitos. El texto, redactado por profesores de la UNED y la Universidad Politécnica de Madrid, se detiene en este vocablo –multimedia– tan actual y relevante, recogiendo aspectos técnicos y prácticos. Se estructura en siete interesantes capítulos en los que los autores presentan, en primer lugar, una delimitación conceptual y un recorrido histórico por los sistemas multimedia tradicionales y finalmente analizan la importancia de éstos en el ámbito educativo. Además muestran herramientas y tecnologías básicas para que se pueda desarrollar un sistema multimedia y una guía metodológica para el diseño pedagógico del interfaz de navegación.

Reflexionar acerca de la influencia de los medios de comunicación e información en la vida de las nuevas generaciones es un importante reto al que la educación no puede renunciar, ya que no se puede ni se debe educar al margen de la realidad medial actual. De esta forma, el uso didáctico del ordenador y más concretamente de Internet en el proceso de enseñanza-aprendizaje no es sólo pausable sino del todo deseable. Esta publicación de la Junta de Andalucía trata de proporcionar un interesantísimo material para la formación del profesorado mediante un curso de autoformación sobre Internet descubriendo sus infinitas posibilidades pedagógicas y favoreciendo siempre el intercambio y difusión de experiencias y proyectos llevados a cabo por docentes en centros andaluces dirigidos a diferentes etapas educativas.

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^{ra} Eugenia Martínez Mojarro

- **Children and media. Image, education...**
- **Cecilia von Feilitzen y Ulla Carlsson (Eds.)**
- **Suecia, The UNESCO International Clearing-house on Children and Violence, 1999; 483 págs.**



- **La educación en el siglo XXI. Los retos del futuro inmediato**
- **F. Imbernón (Coord.)**
- **Barcelona, Graó, 1999; 180 págs.**

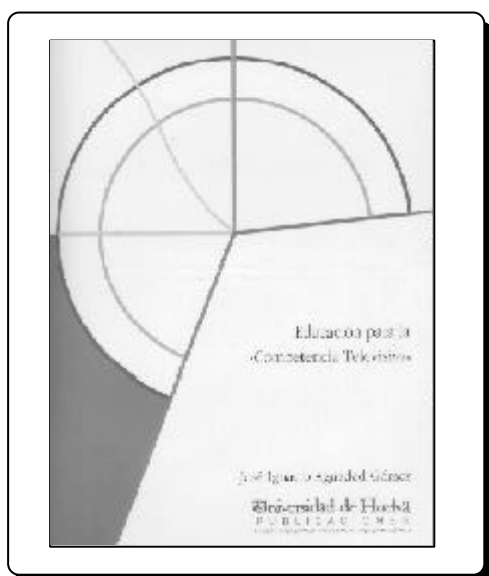
Los medios de comunicación han sufrido grandes transformaciones en los últimos años debido en gran medida a los cambios que se han ido produciendo en el mercado mundial. La década de los noventa puede caracterizarse por la globalización de la información. En este sentido hemos de tener especial cuidado con la población infantil y juvenil puesto que son precisamente la parte de la sociedad más vulnerable. En este anuario internacional se nos muestran diversos artículos relacionados con el mundo de la violencia mediática y la población juvenil, por lo que en su elaboración se han dado cita multitud de profesores, investigadores, profesionales de los medios, así como representantes de organizaciones de diferentes partes del mundo. En suma, un texto con estimulantes iniciativas y programas para combatir la violencia presente en los *mass-media*.

El siglo XX se ha caracterizado en esencia por ser un período de grandes contradicciones. Unido a los avances educativos, adelantos tecnológicos, declaraciones de buenas intenciones... nos encontramos al mismo tiempo hechos vergonzantes como holocaustos, revoluciones y miserias o el retorno del capitalismo como un acontecimiento triunfante, entre otros. Todo ello trae consigo una cierta desorientación que se refleja en el pensamiento y en la acción educativa. Con el fin de incitar a la reflexión y estimular nuevas alternativas se ha editado este libro. Los autores realizan una reflexión acerca de múltiples aspectos del presente y del futuro de la educación: con qué nos enfrentamos, dónde estamos y qué podemos hacer. Se trata por tanto de un libro multidisciplinar que puede ayudar al lector a pintar el futuro con colores más esperanzadores.

Publicaciones

R e s e ñ a s

Natalia Martínez Mojarro



- Educación para la competencia televisiva
- José Ignacio Aguaded Gómez
- Huelva, Universidad, Publicaciones, 1999
- Edición electrónica en CD-Rom



- La televisió dins l'escola
- Monográfico de la revista Guix
- Barcelona, Graó, 1999
- 90 pàgs.

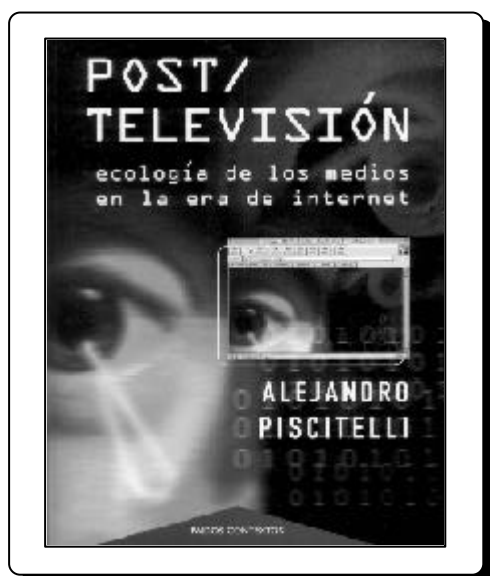
La mejora cualitativa en la educación no puede ser entendida sin la preocupación por formar chicos y chicas autónomos y críticos con la sociedad que nos envuelve. De esta forma, la Educación en materia de Comunicación se hace fundamental ya que los llamados *mass-media* ejercen con su discurso una enorme influencia y poder de persuasión sobre los ciudadanos. Por ello, cada vez más, debemos reflexionar sobre la televisión y enseñarles a nuestros alumnos a saber discriminar la realidad de sus mensajes. Éstas cuestiones se abordan en este trabajo, encuadrado dentro de la tesis doctoral realizada por el autor, a través del diseño, puesta en práctica e investigación evaluativa de un Programa Didáctico para enseñar a «ver» la televisión. La obra se presenta en formato de CD interactivo complementado con una guía orientativa.

Ver la televisión se ha convertido en una de las actividades a que más tiempo dedican los ciudadanos de las sociedades occidentales. Sin embargo, la mayoría de ellos no ha recibido una formación específica como telespectadores activos y críticos. La escuela debe dar respuesta y plantearse la importancia de la formación crítica del telespectador. Este monográfico se centra en gran parte a este debate educativo sobre la importancia de la escuela en la comunicación audiovisual y reclama una formación inicial y permanente del profesorado, no sólo en los aspectos técnicos, sino también en el campo didáctico, expresivo y crítico de la comunicación. A la vez, se publican diversas experiencias llevadas a cabo en Cataluña en los distintos niveles escolares, tanto en Primaria como en Secundaria, trabajando siempre desde una metodología integradora.

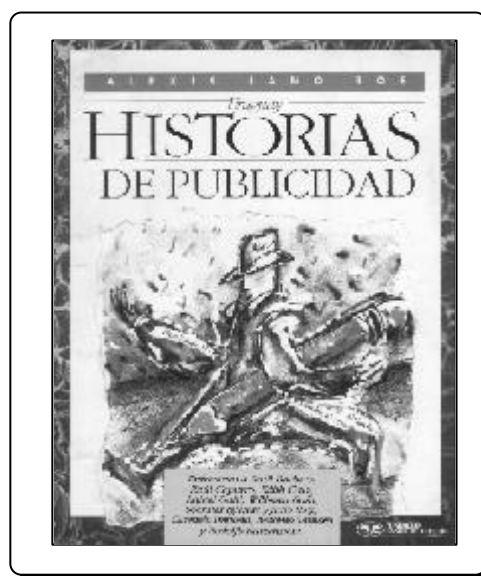
Publicaciones

R e s e ñ a s

Francisca Rodríguez Vázquez



- **Post/televisión. Ecología de los medios en la era de Internet**
- **Alejandro Piscitelli**
- **Buenos Aires, Paidós, 1998; 335págs.**



- **Historias de publicidad**
- **Alexis Jano Ros**
- **Montevideo, Fundación B. Boston, 1998**
- **208 págs.**

El libro que nos ocupa hace un recorrido sobre la evolución tecnológica de la Humanidad. Parte de los interrogantes permanentes que desde hace 2.500 años rigen las condiciones del pensar, ¿qué es la belleza, el bien, la verdad, la amistad...?, hasta llegar a la actualidad, donde la nueva estrategia que la ciencia y la tecnología han inventado se llama «digitalización». Con este avance se desmaterializa el mundo, llevándonos de los átomos a los bits. Y donde la «realidad virtual» nos inventa historias para que las vivamos. A consecuencia de ello, se nos plantea el inconveniente de que la desaparición de los originales aumenta la confusión acerca de las diferencias ineluctables entre la realidad y la copia. Nacen así las redes de comunicaciones y las posibilidades de una amplificación de la capacidad humana sin precedentes en la historia.

El resultado final de este libro no es una historia de la publicidad, sino como enfatiza su título son «historias de publicidad», contadas por sus propios protagonistas. Se intenta reconstruir diversos aspectos del surgimiento y evolución de la actividad publicitaria. Comienza presentando un breve panorama sobre los orígenes de las primeras agencias de publicidad y recoge una serie de mensajes del siglo pasado creados por pioneros anónimos de las comunicaciones sociales. Aunque su parte principal queda recogida en nueve entrevistas a reconocidos publicistas, en las que reconstruyen sus vidas recreando su Uruguay natal a partir de programas radiales que movilizaban multitudes de espectáculos nacionales e internacionales, que colmaban teatros, etc. La publicidad de aquellos tiempos, evoluciona acompañando los avances de la propia realidad.

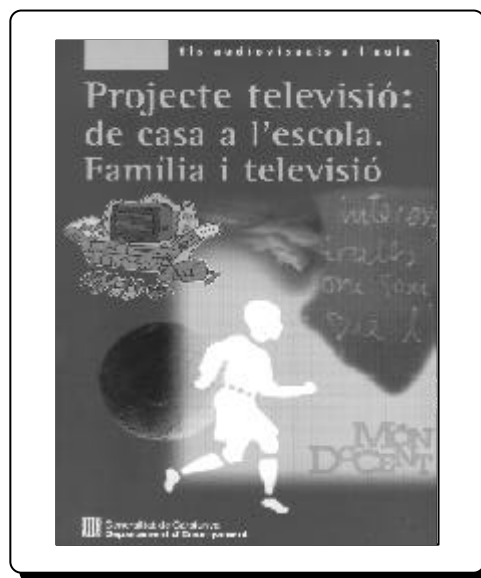
Publicaciones

R e s e ñ a s

Belén del Arco Prieto



- **Los audiovisuales en el aula. Estrategias y recursos didácticos**
- **Barcelona, Generalitat de Catalunya**
Departamento de Enseñanza, 1999; 223 págs.



- **Los audiovisuales en el Aula. Proyecto Televisión: de casa a la escuela**
- **Barcelona, Generalitat de Catalunya**
Departamento de Enseñanza, 1999; 308 págs.

Este manual muestra diversos procedimientos de actuación en la escuela, con el fin de que los alumnos aprendan a interpretar los mensajes audiovisuales que tan presentes están en la sociedad actual. La obra se organiza en diferentes bloques que se interrelacionan entre sí para incidir en tres aspectos educativos: formar en la lectura analítica y crítica de mensajes videográficos; formar en el uso del vídeo, tanto desde una perspectiva técnica como en las características propias del lenguaje de la imagen; y facilitar la aplicación del medio videográfico a otras materias –curriculares o no– para potenciar, de este modo, las finalidades educativas. Las numerosas actividades, que dan forma a este material giran, en torno a la experiencia de introducir el vídeo como medio y como cauce de expresión en el Proyecto Curricular de Centro.

Inspirado en una experiencia realizada en Canadá, este manual tiene como objetivo facilitar el trabajo de los educadores (familia y escuela) interesados en conseguir que los niños aprendan a ver la televisión de forma crítica, autorregulándose sus hábitos como telespectadores. Esta propuesta se estructura en cuatro bloques temáticos: *Familia y televisión* que trata de comparar el modelo familiar de la televisión con la realidad familiar; el segundo bloque, *¿Cómo se resuelve?*, compara conflictos de la vida real y analiza si la solución puede estar influida por los estilos de solución que se muestran en televisión; en el tercer bloque, *Todos y todas iguales, todos y todas diferentes*, se destapan los estereotipos televisivos que pueden contribuir a desdibujar la realidad; y, por último, *Todo es divertido*, analiza el fenómeno del espectáculo televisivo.

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Amor Pérez Rodríguez

- **La prensa en la formación de docentes**
- **J. Cabero, F. Loscertales y T. Domínguez**
- **Barcelona, EUB, 1999**
- **130 págs.**

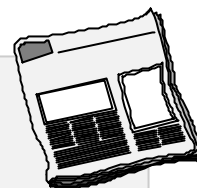


- **Publicidad y relaciones públicas. Sistemas y procesos**
- **José Javier Muñoz**
- **Salamanca, Cervantes, 1999; 133 págs.**

Los medios de comunicación están transformando de una forma vertiginosa y profunda la sociedad de nuestros días, de forma que, como señalan los autores de este texto, se pueden considerar «el sistema nervioso de las sociedades modernas». Permanecer al margen de esta transformación y nueva vertebración social, en el ámbito educativo, constituiría un error y al tiempo dejaría a la escuela sin respuestas para esos cambios que configuran y anticipan un nuevo siglo. El texto se estructura en una primera parte dedicada a aspectos teóricos y didácticos que invitan al análisis sobre todo de los aspectos metodológicos y didácticos que hacen posible la utilización de los medios. En la segunda, los autores ofrecen un sistema de organización de los artículos, pensado como «guía y orientación» para nuevas recogidas de materiales.

El autor expone un recorrido por los sistemas y procesos que determinan la comunicación humana, con una interesante propuesta de esquemas y guiones temáticos, preguntándose acerca de las diferencias y similitudes entre información, publicidad y propaganda, qué papel desempeña la publicidad en este panorama y cómo la comunicación es un fenómeno consustancial a cualquier manifestación de las relaciones humanas. El texto trata de clasificar, ordenar y extraer sentido de los conceptos básicos de la comunicación persuasiva, tanto verbal como no verbal, individual o colectiva, directa o mediática para facilitar el conocimiento de sus sistemas y procesos. Así se analizan tanto los elementos sustanciales y formales de la información y los receptores de la comunicación persuasiva, como la influencia de la sociología y los factores psicológicos.

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:

• **TEMAS Y PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN**

Universidad Nacional de Río Cuarto
Agencia Postal 3, Río Cuarto (Argentina)
Fax 5458676285; E-mail: encarniglia@hum.unrc.edu.ar

• **OFICIOS TERRESTRES**

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata
Av. 44, n° 676. La Plata, CP 1900 (Argentina)
Telefax: (021) 829920/837288
E-mail: webmaster@info.perio.unlp.edu.ar

• **PUZZLE**

Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Mendoza (Argentina).

• **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

• **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

• **COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO**

Universidade de São Paulo. Departamento de Comunicações e Artes ECA/USP. Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 Predio Central, 2º andar sala B-17
Cidade Universitaria 055508-900 São Paulo (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: alalinde@javercol.javeriana.edu.co

• **COMUNICACIÓN UPB**

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

• **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

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura



- **COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD**

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

- **ANALISI**

Universitat Autònoma de Barcelona
Facultat de Ciències de la Informació
08193 Bellaterra. Barcelona (España)
Fax: 34-93-5812000

- **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: 208426; 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: 475448; E-mail: wneira@felafacs.org.pe

- **CANDELA**

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

- **IN-MEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN**

Universidad ORT-Uruguay
Facultad de Comunicación y Diseño
Mercedes, 1199; 1100 Montevideo (Uruguay)
Fax 9086870; www.ort.edu.uy

- **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

- **REVISTA DE LITERATURA HISPANOAMERICANA**

Universidad del Zulia. Facultad Humanidades y Educ.
Instituto de Investigaciones Lingüísticas
Apartado 1490. Maracaibo, Zulia (Venezuela)

COMUNICAR

Revista de Comunicación y Educación

Próximos títulos

Temas monográficos

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. ONGs Barcelona



17. **Los nuevos lenguajes de la comunicación**

Coordinan: M^a Amor Pérez y Josefina Prado. Universidad de Huelva



18. **¿Cómo investigamos en la Educación en Medios?**

Tatiana Merlo. Universidad de Buenos Aires (Argentina)



19. **Hombres y mujeres en los medios: hacia un nuevo contrato social**

Coordinan: Ramón Ignacio Correa y M^a Dolores Guzmán. Universidad de Huelva



20. **Medios de comunicación y orientación escolar**

Manuel Monescillo y Juan Manuel Méndez. Universidad de Huelva



21. **Comunicación y divulgación de la ciencia**

Carolina Moreno. Universidad de Málaga



22. **Nuevas Tecnologías para la Educación Especial**

Víctor Amar. Universidad de Cádiz

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. 263).



En tiempos de comunicación...

COMUNICAR

Un foro abierto para la Educación y la Comunicación

**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.

FICHA DE PEDIDOS

Nombre o Centro
 Domicilio Población
 Código Provincia Teléfono
 Persona de contacto (para centros)
 Fecha Firma o sello (centros):
 CIF (para facturación)

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 1.395 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

Enviar a: Grupo COMUNICAR. Apdo. Correos 527. 21080 Huelva (España); e-mail: comunica@teleline.es



Grupo Comunicar

P
u
b
l
i
c
i
c
a
c
i
o
n
e
s

DESCRIPCIÓN DE LA PUBLICACIÓN	PRECIO	CANT.	IMPORTE
REVISTA «COMUNICAR»			
• Suscripción bianual (números 15, 16, 17 y 18)	5.950 pts.	—	—
• Suscripción anual (números 15 y 16)	3.395 pts.	—	—
• Comunicar 1: Aprender con los medios	1.600 pts.	—	—
• Comunicar 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.	—	—
• Comunicar 14: La comunicación humana	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 «AULA MEDIA»			
• La mujer invisible. Una lectura de mensajes publicitarios	2.100 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»			
«La tele y nosotros» (10), «Investigamos el cine» (11), «El cómic» (12), «La radio» (13), «Géneros periodísticos» (14), «Derechos Humanos» (15), «Internet» (16)	Gratis	—	—

Cumplimente la ficha de pedidos de la página anterior,
indicando forma de pago. Remítala a:
Grupo Comunicar. Apdo 527. 21080 Huelva (España)

SUBTOTAL

Gastos de envío

TOTAL



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 / www.teleline.es/personal/comunica/

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

COMUNICAR

Revista Científica 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

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

DL: H-189-93

ISSN: 1134-3478