

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Amor Pérez Rodríguez

Elaborar documentos de consulta para el profesorado que le sirvan de referencia para la integración didáctica de los medios en las aulas ha sido una de las bases de trabajo que viene realizando el Grupo Comunicar desde sus inicios. En esta línea, se presenta esta publicación, editada por la Comisión Provincial en Jaén, en la que se recogen los principales trabajos expuestos en las II Jornadas de Educación en Medios de Comunicación, celebradas en 1997 y centradas en «las claves de la publicidad: consumo y medios».

La publicación, editada con la colaboración de la Diputación Provincial de Jaén, recoge una serie de ponencias, comunicaciones y talleres prácticos enfocados al análisis de la publicidad en el aula. En primer lugar, la escritora Pilar Aguilar plantea la necesidad de conjugar la educación y la publicidad televisiva, como una reflexión urgente y necesaria para actualizar la escuela a las demandas actuales. Por otro lado, Marcial García se interroga sobre la hipotética –y vendida desde los medios– vertiente saludable de la publicidad, como motor «informativo» de los nuevos productos, incidiendo en las otras vertientes que este medio oculta en una

mirada inconsciente del mismo y aportando, por ello, pistas para un consumo inteligente del mismo. Domingo Molina, en otra línea, nos ofrece en el área de las ponencias, una seria y fundamentada reflexión sobre las posibilidades de aproximación al texto publicitario, dando orientaciones de cómo hacer una «lectura» del mismo desde el aula para garantizar un mejor consumo de éste.

En la sección de comunicaciones, reseñamos especialmente los trabajos presentados por M^a Carmen Guirado y F^o Medina sobre los cien años de cine; de Celia Jiménez y Rafael Quintana, sobre el montaje y uso de una emisora escolar en Educación Infantil; y de M^a Carmen Herrera, sobre la publicidad como arte de usar y tirar.

Por otro lado, destacan, de manera especial, en esta publicación los talleres prácticos que se realizaron sobre la publicidad televisiva, de José Valero y Susana Aguilar; sobre los nuevos enfoques que se pueden ofrecer para trabajar con la publicidad en el aula, de Juan Rivillas; y finalmente sobre la publicidad desde su vertiente radiofónica, de M^a Luz Almagro.

En suma, un amplio y variado abanico de propuestas, ligadas a la práctica diaria, que combinan genuinamente la visión de los profesionales de los medios con los de la educación, consiguiendo una síntesis digna de elogio y lectura.



• Las claves de la publicidad. Consumo y medios
 • Comisión de Jaén del Grupo Comunicar (Ed.)
 • Jaén, Grupo Comunicar
 • 90 páginas

Publicaciones

R e s e ñ a s

José Ignacio Aguaded Gómez

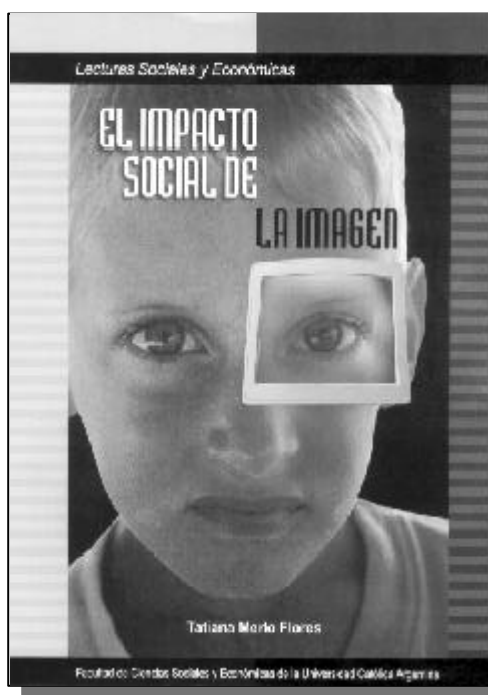
Muchas son las publicaciones que se han ido editando en los últimos años sobre los efectos de los medios de comunicación en la sociedad en general y en los niños y adolescentes en particular, pero desgraciadamente

muchos de estos trabajos se han escrito desde bases poco rigurosas y amparados en opiniones escasamente fundamentadas. Por ello, es de agradecer que, desde el contexto iberoamericano, salga a la luz, hace escasos meses, este trabajo de la investigadora Merlo en el que se ofrece una teoría contrastada a partir de más de 20 años de investigación sobre los niños y los medios, especialmente en la República Argentina, pero reforzadas por comparaciones contrastadas con estudios de otras regiones del mundo, y muy especialmente con las líneas de investigación puestas en marcha en la Universidad de Massachussetts por el director del Departamento de Comunicación, Michael Morgan. Como este investigador señala en la introducción que prologa el texto, Merlo ha sabido combinar en su trabajo la teoría con investigaciones contrastadas en la práctica real de las aulas. «Ella no se contenta en decir lo que piensa», sino que con escasos recursos y apoyos, y movida por su

pasión por entender esta conflictiva relación de los niños con los medios de comunicación, arma proyectos de investigación que requerirían en condiciones normales unos sólidos equipos de investigación.

Desde esta perspectiva, la obra que reseñamos nos ofrece las síntesis de diez trabajos diferentes que profundizan pasionalmente sobre estas complejas relaciones que necesariamente hemos de esforzarnos en comprender. Así la dicotomía que presentan los medios en su globalización, al tiempo que la identidad cultural mediática, el difícil desarrollo de la personalidad infantil en una cultura televisiva homogeneizadora, las relaciones entre la familia y la televisión, entre este medio de comunicación y el colegio son algunos de los temas que se analizan a partir de las opiniones rescatadas de forma sistemática y rigurosa desde sus propios protagonistas. Pero además Merlo se adentra en conocer de cerca las opiniones de los jóvenes sobre ellos mismos y sobre la cultura mediática que consumen,

sobre los efectos de la publicidad en los niños, desde sus propias percepciones... En definitiva, el trabajo de Merlo es un compendio magnífico para aventurarse a comprender, desde opiniones fundadas, el universo de la comunicación.



- **El impacto social de la imagen**
- **Tatiana Merlo Flores**
- **Buenos Aires, Universidad Católica Argentina, 2000**
- **428 páginas**

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Amor Pérez Rodríguez

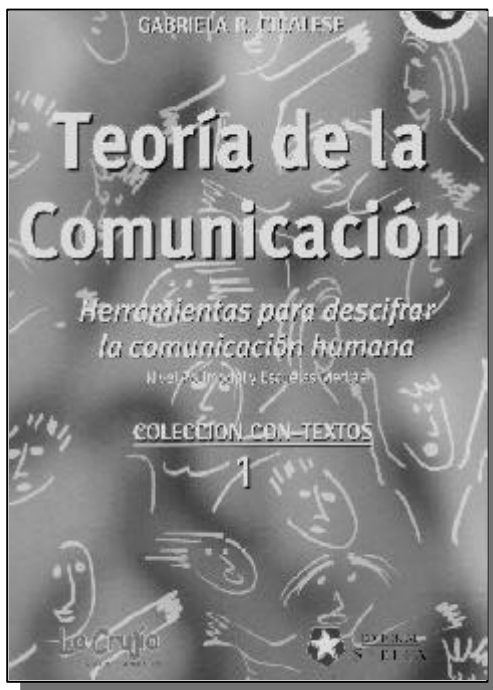
La integración de los medios de comunicación en las aulas requiere no sólo la presencia de textos teóricos que justifiquen científicamente su necesaria existencia, sino también documentos prácticos, guías curriculares y manuales de trabajo con los alumnos. Consideramos que si bien hay en el mercado una enorme profusión de los primeros, no son tan abundantes los segundos. Porello es de aplaudir y agradecer la salida a la luz del texto que reseñamos en el que si bien el título puede confundir sobre su contenido y su metodología, ésta se ancla de forma concreta en el subtítulo en el que se recoge que se trata de «herramientas para descifrar la comunicación humana».

Publicado por la editorial Stella, con el asesoramiento y la colaboración del Centro de Comunicación de La Crujía –con más de 20 años en su haber de dedicación al uso crítico y plural de los medios de comunicación–, este texto se edita en la ciudad de Buenos Aires como material de trabajo para diferentes materias como «Espacio Curricular de Comunicación» en la nueva Polimodal argentina, «Comunicación, Arte y Diseño» en las Escuelas Medias, o como taller extracurricular para traba-

jar con diferentes colectivos sociales, aprovechando las técnicas comunicacionales y el planteamiento práctico-teórico que este material aporta. El texto se presenta combinando el documento impreso con el multimedia, a través de un cd-rom que completa la información del libro. En cuanto a los contenidos que se analizan en esta «guía

curricular», hay que señalar que se centran en tres grandes bloques diferenciados: el análisis de los discursos («la comunicación se construye comunicando»), los medios («las herramientas sociales para construir la comunicación») y las teorías de la comunicación («cristales para mirar el mundo de la comunicación»). Con estos planteamientos, el manual se adentra tanto en el concepto de comunicación y de competencias, como en las fases de la comunicación humana y las tecnologías de la comunicación para finalizar en las teorías que explican los fenómenos comunicativos en la sociedad moderna. El texto se nos presenta con un formato atractivo y ameno, lleno de colorido e imágenes gráficas que complementan la información ofreci-

da y el conjunto de actividades y ejercicios propuestos. En suma, un material óptimo para aquéllos que quieran integrar los medios de comunicación en sus aulas.

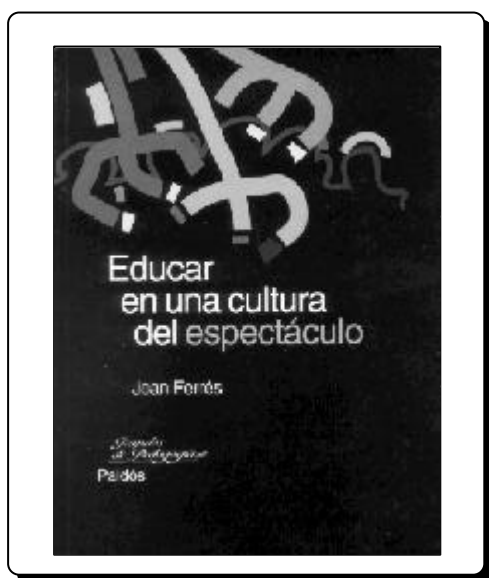


- Teoría de la comunicación
- Gabriela Cicalese
- Buenos Aires, La Crujía/Estela
- 207 páginas

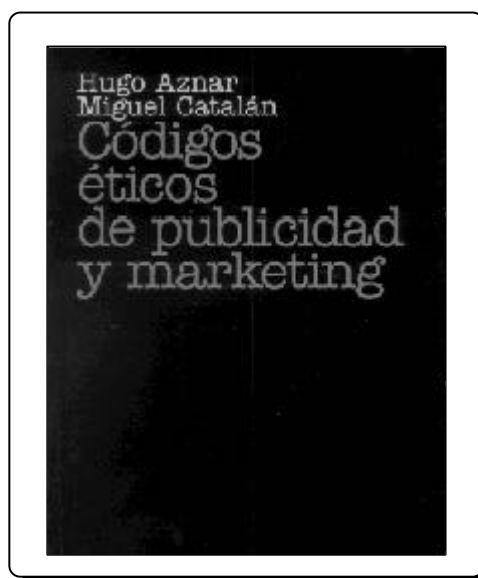
Publicaciones

R e s e ñ a s

Ramón Ignacio Correa García



- **Educar en una cultura del espectáculo**
- **Joan Ferrés**
- **Barcelona, Paidós, 2000**
- **255 páginas**



- **Códigos éticos de publicidad y marketing**
- **Hugo Aznar y Miguel Catalán**
- **Barcelona, Paidós, 2000**
- **160 páginas**

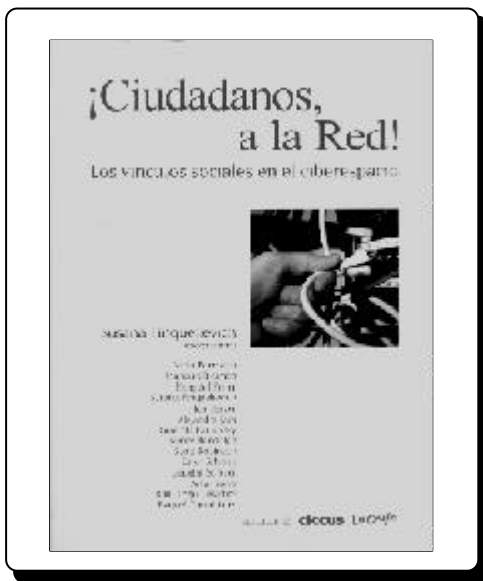
La ética hedonista y pragmática que impregna nuestra sociedad provoca que la inmensa mayoría de los signos sociales y lenguajes mediáticos estén en clave de espectáculo. Este profesor disecciona magistralmente esa experiencia divergente del hombre y la mujer occidentales, al enfatizar el conocimiento a través del hemisferio cerebral izquierdo en detrimento del derecho. En la sociedad del espectáculo enfatiza las formas de pensamiento del hemisferio cerebral derecho, mientras que los educadores han de realizar alquimias conciliadoras para «conectar» con las nuevas generaciones. El discurso pedagógico adopta formas de metáfora, narraciones... que son el comienzo de un nuevo estilo comunicativo. Esta obra nos muestra vías para repensar la cultura y buscar esa necesaria y urgente doble capacidad de seducción y de conciliación en las aulas.

Este manual presenta un compendio de los códigos éticos que regulan la práctica publicitaria. Las mastodónticas cifras que reflejan la inversión publicitaria hablan por sí solas de la importancia del sector. No en vano, el sistema publicitario es el garante de la sociedad neoliberal, motor de ignición del sistema capitalista, y que ha llegado a convertirse en una poderosa industria capaz de influir y controlar. Éstos, como proyectos comunicativos de proyección social, dependen financieramente de los anunciantes y son cómplices del adoctrinamiento de las audiencias hacia un consumo compulsivo. La relevancia del texto radica en sus referentes deontológicos, con los que los autores llenan un vacío editorial que en manos de una ciudadanía consciente y unas asociaciones responsables podrán promover una publicidad más respetuosa con sus derechos.

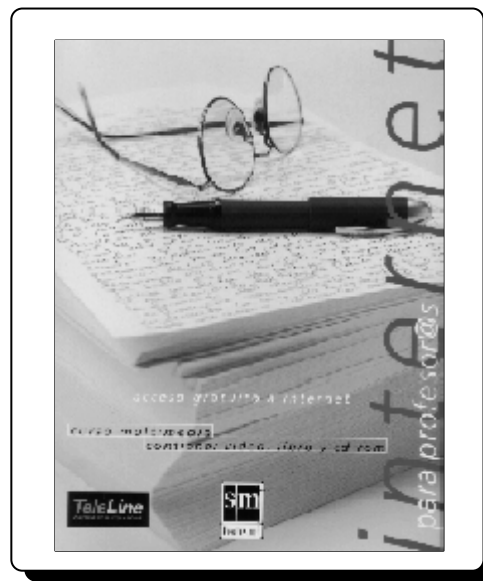
Publicaciones

R e s e ñ a s

José Ignacio Aguaded Gómez



- Ciudadanos a la red
- Susana Finquelievich
- Buenos Aires, Cicus/La Crujía, 2000
- 332 páginas



- Internet para profesores
- Antonio Brandi y otros
- Madrid, SM, 1999
- Vídeo, CD y libro

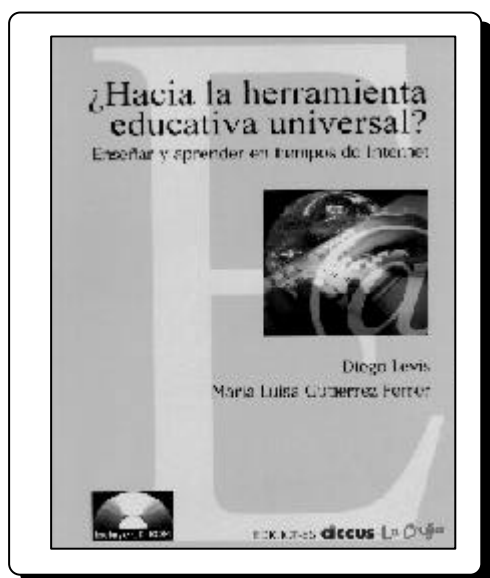
Este sugestivo título, acompañado del subtítulo de «los vínculos sociales en el ciberespacio», es la cabecera de una obra colectiva que nos introduce en el apasionante mundo de las redes tecnológicas y las redes sociales, las transformaciones que éstas suponen en los gobiernos y en las organizaciones comunitarias a través de estos recursos electrónicos que nos transportan a nuevas comunidades virtuales y redes comunitarias en el nuevo espacio, o mejor dicho, ciberespacio de la comunicación. La coordinadora nos introduce en esta «sociedad de las redes» a través de cuatro grandes bloques donde se van desgranando pinceladas para comprender, o al menos, otear el «espacio de los flujos», como lo denomina en el texto el ya célebre Manuel Castells. En suma, una obra pensada para navegar por las nuevas claves de la comunicación.

Internet es, sin duda, una de las «palabras mágicas» en la sociedad postmoderna en la que vivimos. Quizás pocas palabras hayan conseguido una implantación tan brusca y al tiempo tan consolidada. La «red de redes» está en boca de todos y por ello es saludable la publicación de manuales –cada vez más abundantes– sobre sus usos, sus funciones, sus posibilidades de navegación y todas las virtualidades de comunicación en vivo y diferido que presenta, junto a sus recursos para el acceso de información universal *on line*. El material que reseñamos, dirigido especialmente a los docentes de Primaria y Secundaria, se acompaña de un cd-rom y un vídeo que completan la información impresa, ofreciendo múltiples estrategias para apropiarse de este nuevo medio de información e interacción, al tiempo que direcciones electrónicas de interés para el educador.

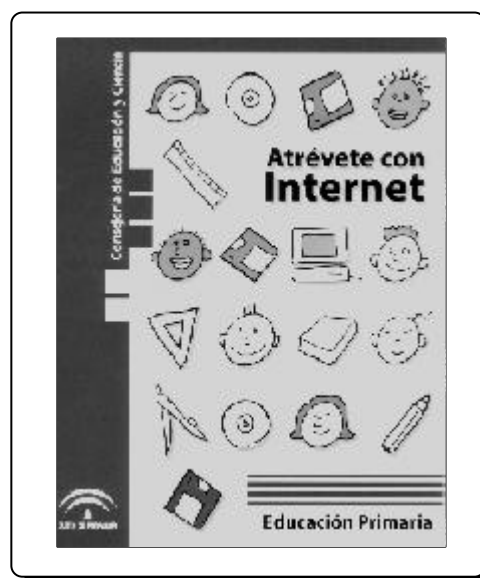
Publicaciones

R e s e ñ a s

Francisco Casado Mestre



- **¿Hacia la herramienta educativa univesal?**
- **Diego Levis y M. Luisa Gutiérrez**
- **Buenos Aires, La Crujía/Ciccus, 2000**
- **175 páginas**



- **Atrévete con Internet**
- **J. Luis Almagro y otros**
- **Sevilla, Consejería de Educación, 1999**
- **18 páginas**

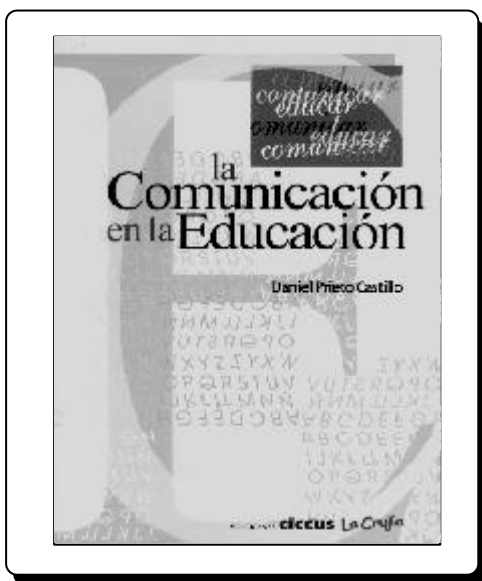
La aparición de Internet como medio de comunicación social, con su potencial globalizador de la informática y de las redes de telecomunicaciones, marca una nueva y decisiva etapa en nuestra sociedad, generando en la escuela inquietud porque este cambio atañe principalmente a los niños y adolescentes, que necesitan aprender el uso de las herramientas telemáticas y comprender los cambios o transformaciones que esto acarreará. En este texto se abordan las repercusiones que tiene para la enseñanza el uso de Internet como soporte educativo, a través de varios bloques principales: una aproximación teórica, una tipología de páginas web con carácter educativo que serán de gran utilidad para aquéllos que estén interesados. Finalmente, se nos presentan, a modo de ejemplo, una selección comentada de cincuenta webs educativas.

Pensando en la necesidad de introducir a nuestros niños en el uso de Internet, la Consejería de Educación de la Junta de Andalucía ha editado esta publicación gratuita. Esta guía, dirigida a estos alumnos, intenta animarles a usar este medio didáctico tanto en el ámbito escolar como fuera de él. En cuanto a su formato, se nos presenta atractiva por su clara redacción y su gran contenido visual, introduciendo al niño fácilmente en estas nuevas tecnologías, con apasionantes temas como: el funcionamiento de los ordenadores, los programas y la propia red; tocando no sólo aspectos tecnológicos, sino introduciendo al alumno en aspectos legales como la piratería informática. Además se incluye información sobre los servicios: cómo conectarse a Internet, navegar y buscar información, publicación de páginas webs, el correo electrónico, tertulias o *chat*...

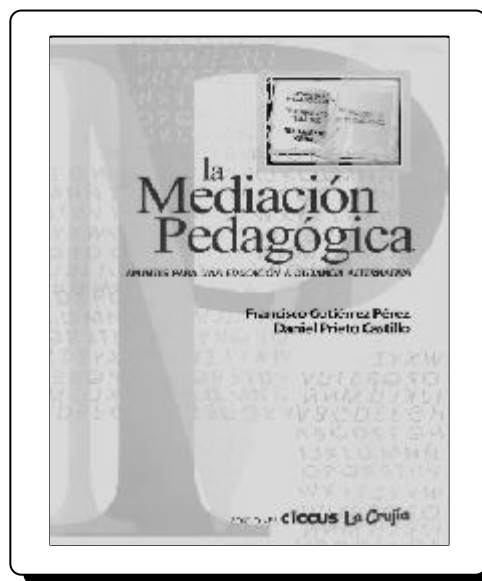
Publicaciones

R e s e ñ a s

Susana Andivia Mérida



- La comunicación en la educación
- Daniel Prieto Castillo
- Buenos Aires, La Crujía/Ciccus, 1999
- 142 páginas



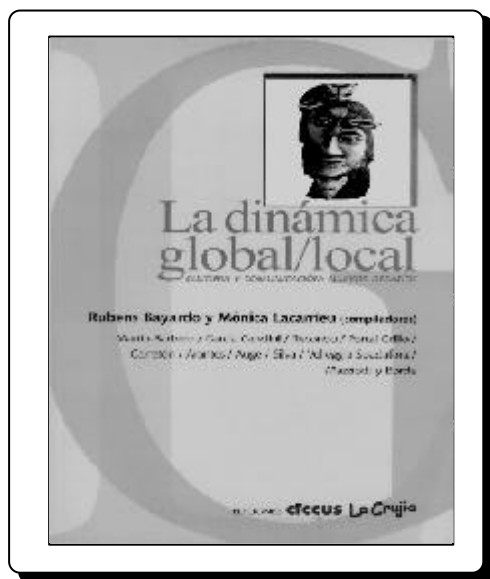
- La mediación pedagógica
- Francisco Gutiérrez y Daniel Prieto
- Buenos Aires, La Crujía/Ciccus, 1999
- 158 páginas

Siempre hemos sido conscientes que en la educación se encuentra la base de nuestra humanización. Además, el acto educativo es profundo y eminentemente comunicacional ya que somos seres sociales y de relación. Sobre todos estos postulados reflexiona con gran claridad y precisión el autor resaltando que la comunicación con uno mismo, con el educador, con los actores del contexto social, con los materiales y las diferentes preguntas discursivas son fundamentales para construirnos y transformarnos a partir de ella. El libro se compone de diez capítulos y merece resaltar que todo el capítulo sexto está dedicado a los medios tecnológicos y su relación con la comunicación. En él se analiza y profundiza sobre el actual divorcio entre la educación y estos recursos, conduciendo al lector a apostar por aprender la mediación pedagógica a través de las tecnologías.

Actualmente, todos los profesionales de la educación deberíamos estar convencidos del valor de la mediación pedagógica para volver a darle sentido a la educación. A lo largo de toda esta obra, los autores insisten en la importancia del interlocutor como un agente de búsqueda y construcción del sentido, para pasar de la modalidad tradicional a otra caracterizada por el aprendizaje, la participación, la reflexión, la construcción y la transformación de conocimientos. De esta forma, los autores nos presentan una propuesta alternativa al modelo vigente de educación a distancia, alternando reflexiones y recomendaciones para la práctica. Por último, exponen experiencias de educación a distancia alternativa, tanto formales como no formales. En definitiva este manual surge de la práctica cotidiana, a partir de un modelo pedagógico desarrollado en América Latina.

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Eugenia Martínez Mojarro

- **La dinámica global/local**
- **Rubens Bayardo y Mónica Lecarrieu (Eds.)**
- **Buenos Aires, La Crujía/Ciccus, 1999**
- **294 páginas**



- **Seis semiólogos en busca del lector**
- **Victorino Zechetto (Coord.)**
- **Buenos Aires, La Crujía/Ciccus, 1999**
- **250 páginas**

El fenómeno de la globalización trae consigo hechos tan patentes como la homogeneización y el particularismo local. Por ello es necesario profundizar conceptualmente sobre esta problemática, ya que la «cuestión cultural» adquiere en las sociedades contemporáneas y en el contexto de la globalización una relevancia fundamental, puesto que se observa cada vez más una «culturalización de las políticas». En este sentido, hay que tener presente el papel que juegan los medios de comunicación social. *Pensar local, actuar globalo globalización* es el eje en que se mueven los artículos compilados en este libro en el que lo global y lo local se definen mutuamente, pretendiendo ofrecer una respuesta a los nuevos desafíos con esta problemática. Los autores intentan trascender la mera descripción para iluminar los diversos procesos que se están generando.

Partiendo de la Semiótica como ciencia que ayuda a desentrañar la maraña mediática a fin de comprender su estructura comunicativa, los autores presentan la tesis y pensamientos de seis reconocidos semiólogos (Saussure, Peirce, Barthes, Greimas, Eco y Verón) seleccionados por su capacidad reflexiva y la originalidad de sus ideas. Este texto, especialmente recomendado para estudiosos de la comunicación, se encuentra estructurado en seis partes, dedicadas cada una de ellas a los autores reseñados. Junto a un breve recorrido biográfico, se expone, de forma clara y precisa, un compendio de sus ideas y teorías, ilustrándolo con citas de sus obras. Es pues este texto un trabajo magnífico, realizado por profesionales de la comunicación y la educación, escrito de manera sencilla para intentar hacer llegar de forma clara la idea de estos seis célebres semiólogos.

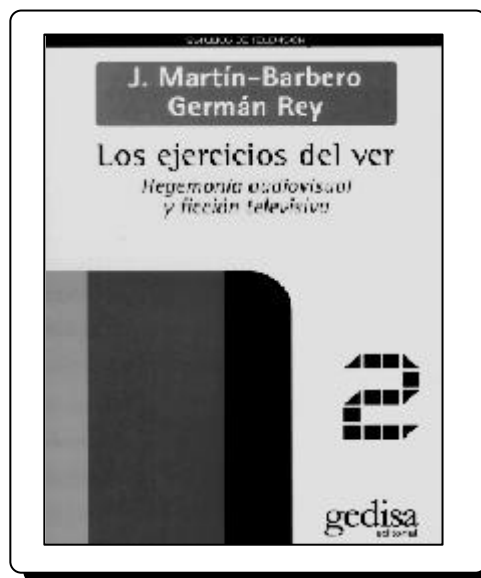
Publicaciones

R e s e ñ a s

Natalia Martínez Mojarro



- **La comedia enlatada**
- **Rosa Álvarez Berciano**
- **Barcelona, Gedisa, 1999**
- **160 páginas**



- **Los ejercicios del ver**
- **J. Martín Barbero y Germán Rey**
- **Barcelona, Gedisa, 1999**
- **157 páginas**

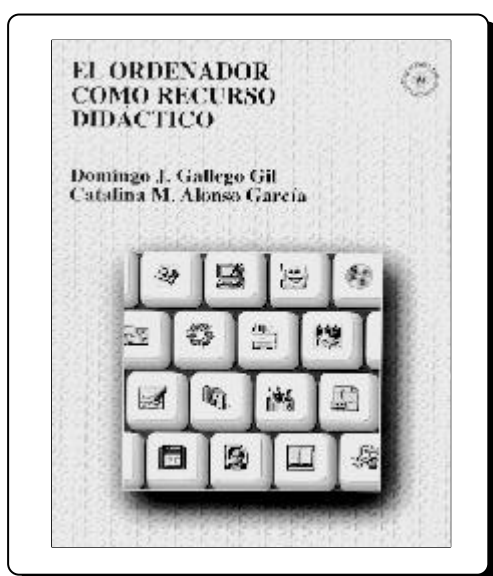
La comedia televisiva se presenta como un género vivo y de gran auge en la industria televisiva actual. A lo largo de la historia televisiva, la autora nos muestra cómo se ha ido reinventando este género para responder en cada momento al sistema que las producía: entre los años cincuenta –*Lucille Ball*– y otra en los noventa –*Los Simpson*–. La comedia se presenta como un producto manufacturado concebido y realizado de forma industrial, para responder de forma rentable a las demandas de programación. La autora nos incita a realizar una mirada crítica sobre este género, desgajando la comedia en todos sus elementos y situándonos en los distintos momentos y lugares en los que se desarrolla para descubrir que, ante todo, la comedia televisiva es un hecho económico, un producto que mueve fortunas así como un fenómeno social.

Teniendo presente que la televisión se ha convertido en el instrumento mediático que de forma más radical va a desordenar la idea y los límites espacio-temporales del campo de la cultura, debido a sus tajantes separaciones entre la realidad y la ficción, los autores realizan un análisis exhaustivo del fenómeno que denominan «desorden cultural», que a su vez cuestiona las invisibles formas del poder que se anidan en las diferentes formas del saber y del ver. De este modo, se analiza a lo largo de dieciséis capítulos el fenómeno televisivo de las telenovelas para realizar la crítica del desorden cultural en Latinoamérica. Se trata de un texto denso, especialmente recomendado para aquellos profesionales de la educación y la comunicación que deseen profundizar en el análisis cultural del fenómeno televisivo desde un punto de vista filosófico-psicológico.

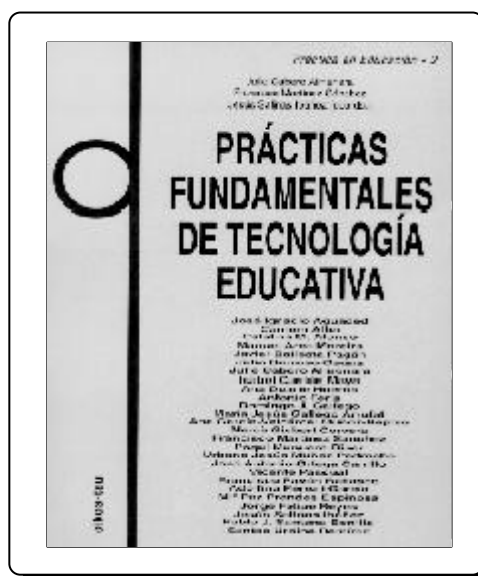
Publicaciones

R e s e ñ a s

TomasPedrosoHerrera



- El ordenador como recurso didáctico
- Domingo Gallego y Catalina Alonso
- Madrid, UNED, 1999
- 182 páginas



- Practicas de Tecnología Educativa
- J. Cabero, F. Martínez y J. Salinas (Dir.)
- Barcelona, Oikos-Tau, 1999
- 421 páginas

Con la puesta en marcha de la Reforma Educativa, las nuevas tecnologías han adquirido un relevante papel. Para orientar a los profesores, facilitándoles diversas experiencias e investigaciones realizadas en España y en otros países, surge este interesante libro que pretende mostrar la importancia de estas tecnologías tanto en la sociedad como en la educación, analizando las posibilidades del ordenador en las aulas, aplicando el concepto de sistemas multimedia y, por último, evaluando las posibilidades didácticas de esos sistemas. Para ello el libro reflexiona sobre la postura del docente ante los medios de comunicación, definiendo las nuevas tecnologías, a través de las posibilidades educativas del uso del ordenador. Además analiza el futuro de la informática educativa y los sistemas multimedia e Internet, acompañándolos de abundantes referencias.

Los contenidos de esta obra colectiva, de profesores de Tecnología Educativa de Universidades españolas, pretenden huir de planteamientos exclusivamente teóricos, centrándose, como su nombre indica, en cerca de 300 prácticas variadas: desde la simple lectura de un documento hasta las que necesitan equipos audiovisuales e informáticos, con las que se pretende los alumnos comprendan conocimientos y adquieran habilidades para el manejo técnico, sémico y didáctico de estos nuevos medios. Estas prácticas abarcan los más diversos ámbitos de la comunicación: medios de comunicación, publicidad, utilización de las nuevas tecnologías o reflexiones sobre el papel de la tecnología en la educación actual. En cada una de las prácticas se ofrecen, además, los objetivos que se persiguen, las recomendaciones para su realización y una bibliografía complementaria.

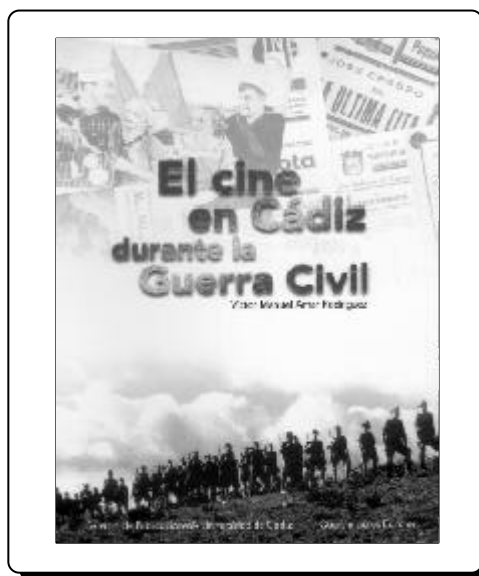
Publicaciones

R e s e ñ a s

Marina Chacón Sánchez



- **La radio del siglo XXI. Nuevas estéticas**
- **Ricardo M. Haye**
- **Buenos Aires, Ciccus/La Crujía, 2000**
- **167 páginas**



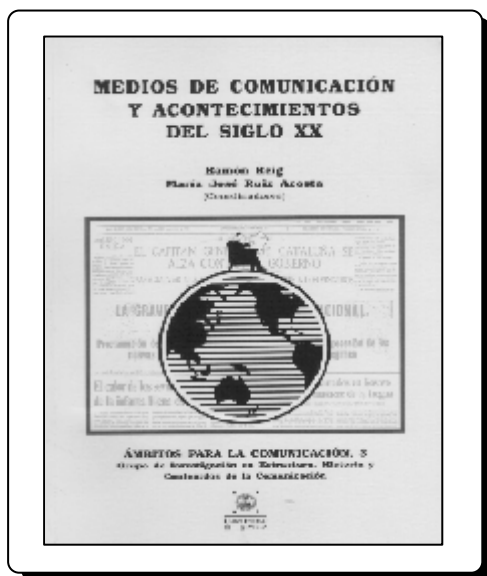
- **El cine en Cádiz durante la Guerra Civil**
- **Víctor Manuel Amar Rodríguez**
- **Universidad de Cádiz, 1999**
- **149 páginas.**

La caja de Pandora –como denomina el autor a la radio–, sin duda, una parte consustancial de los ciudadanos de comienzos del nuevo milenio. Sin embargo, en muchas ocasiones, su información se centra más en gobiernos, partidos políticos, empresas, sindicatos... que en las necesidades de la vida cotidiana y de las personas. En veintinueve breves capítulos, el autor «desmenuza» la radio y todo lo que ella conlleva, proponiendo actividades o prácticas que facilitan el descubrimiento de la magia de la radio. Haye nos hace reflexionar, introduciéndonos en técnicas como la narración, descripción y exposición en radio, utilizando modelos como *expository writing* y *creative writing* y pasando por un sin fin de temas (funciones, géneros, investigaciones...) que hacen de este texto un manual imprescindible para todos los estudiosos del medio.

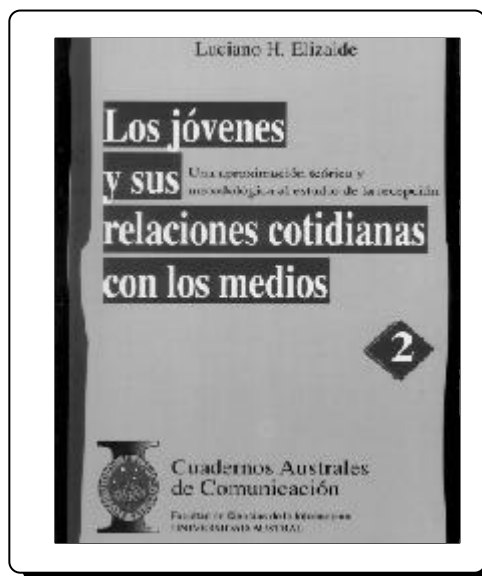
A partir del cine que se exponía en las salas gaditanas en el período de la Guerra Civil (1936-1939), el autor hace un profundo repaso de la realidad comunicativa de la época. Tras el Alzamiento militar se interrumpió en Cádiz la actividad cinematográfica, que se restauró con «El Centauro Cheyenne». Este período se caracteriza por el cambio del origen de las películas que se exhibían (fundamentalmente alemanas e italianas por la afinidad con el Régimen), el desarrollo de documentales y noticiarios patrióticos, el control y la censura por parte de las autoridades franquistas... A pesar de todo, los gaditanos seguían asistiendo al cine para evadirse de la realidad cotidiana. El autor señala el importante papel crítico del *Diario de Cádiz*. El libro consta a su vez de un apéndice en el que se detallan todas las películas proyectadas en esa época.

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Teresa Fernández Martínez

- Medios de comunicación y acontecimientos del siglo XX
- Ramón Reig y M. José Ruiz (Coords.)
- Universidad de Sevilla, 1999; 240 páginas



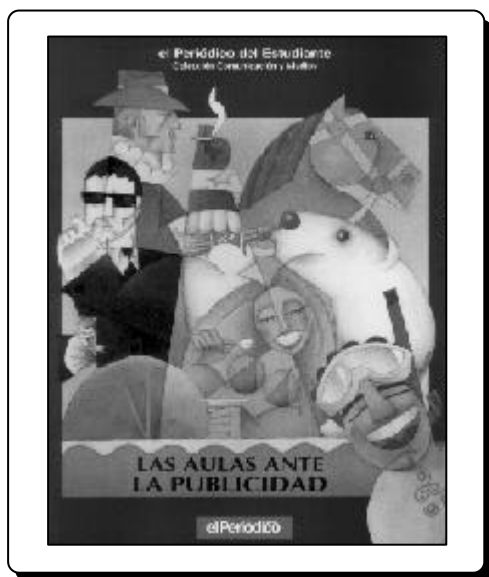
- Los jóvenes y sus relaciones cotidianas con los medios
- Luciano H. Elizalde
- Universidad Austral, 1998; 124 páginas

Este libro recoge las comunicaciones presentadas en el seminario «Medios de comunicación y acontecimientos del siglo XX» que se llevó a cabo en la Universidad de Sevilla organizado por el Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación. Los acontecimientos a los que hace referencia son aquellos que se han convertido en relevantes para entender la realidad de la información en nuestro siglo. El libro se inicia con una aproximación al método de análisis estructural de los mensajes informativo-periodísticos, para analizar después el fenómeno de prensa y asociacionismo como el gran reto de los diarios sevillanos de principios del siglo XX. En suma, una amplia variedad de acontecimientos que van analizando los diferentes tipos de información de este siglo XX, de una perspectiva científica y sistemática.

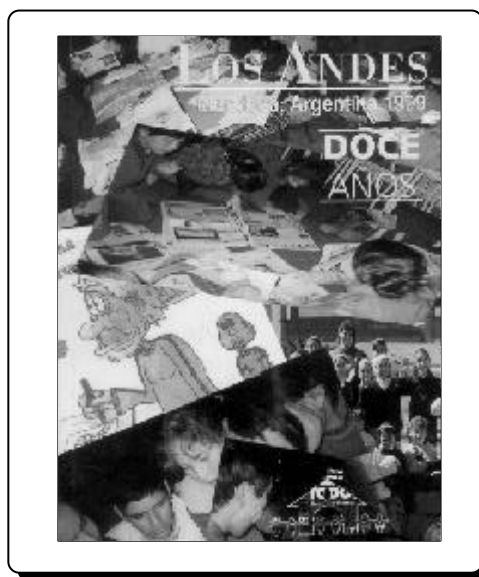
Presentado como una aproximación teórica y metodológica al estudio de la recepción, el autor nos indica que su único objetivo era el de «comprender cuáles son los factores que participan y que constituyen la relación que los jóvenes establecen cotidianamente con los medios de comunicación» e insiste en que no se trataba tanto de validar con la investigación empírica alguna tesis preconcebida teóricamente, sino de profundizar en dichos factores. La investigación se realiza desde un marco sociológico. Es éste, en fin, un libro que consideramos fundamental para que el docente empeñado en ayudar a los jóvenes a manejar estos medios pueda acercarse primero al ámbito de las ideas previas que tienen sobre los mismos y partir así de una base adecuada para su trabajo, pero es también un libro que interesará por su novedad y su actualidad.

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Teresa Fernández Martínez

- Las aulas ante la publicidad
- M^a Carmen Gascón y J. Antonio Gabelas
- Zaragoza, El Periódico de Aragón, 1999
- 101 páginas



- Los Andes, doce años del diario en la escuela
- Adriana D' Elia (Coord.)
- Mendoza (Argentina), Los Andes, 1999
- 193 páginas

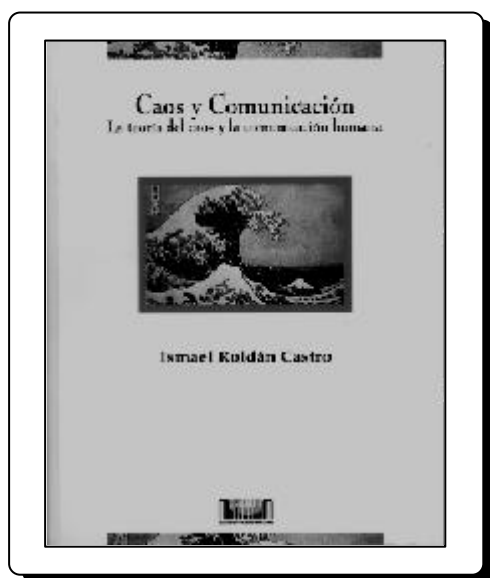
Provocar la reflexión sobre la incidencia que los mal llamados medios de comunicación tienen en el entorno y facilitar la integración de los medios en el aula es el objetivo de este texto que no se enfoca desde la reflexión teórica, sino a partir de una serie de preguntas cercanas al docente, como ¿sobre qué estamos educando si olvidamos los medios? El libro inicia un diálogo crítico y creativo en torno a la publicidad que permita juzgar desapasionadamente y mirar desde fuera este mundo creado para atraparnos. Desde semejante perspectiva, esta obra nos ofrece una breve reflexión sobre lo que los medios significan hoy, mostrándonos experiencias didácticas en torno a la publicidad, que convierten a este libro en una herramienta excepcional para aquéllos que quieran iniciar el estudio y distanciamiento de la publicidad en el aula.

«El diario en la escuela» es un programa de perfeccionamiento que realiza el diario *Los Andes* en la ciudad de Mendoza (Argentina), con el objetivo de ofrecer a los docentes de todos los niveles la metodología y los recursos necesarios para la integración de los medios de comunicación en la enseñanza. Se desarrolla a partir de encuentros donde se realizan talleres e intercambio de experiencias. Este libro recoge los acontecimientos más importantes de este programa en sus doce años de funcionamiento, desde que comenzó su andadura en 1987: jornadas, firma de convenios y acuerdos, seminarios, programas anuales, participación en encuentros internacionales, estudios de investigación... El libro incorpora además un compendio de las conferencias organizadas por *Los Andes* con motivo de los doce años de funcionamiento.

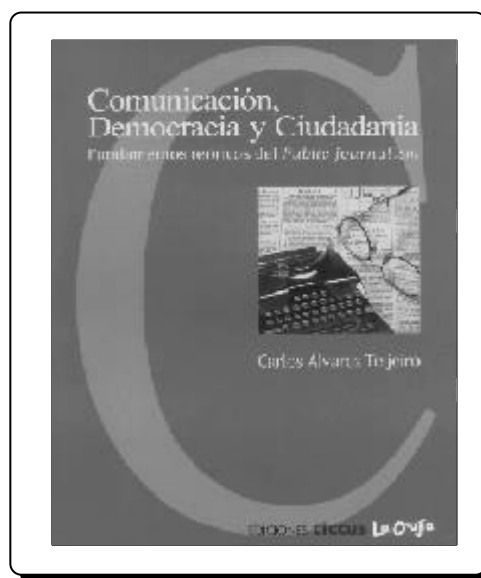
Publicaciones

R e s e ñ a s

Ismael Roldán / Carmen Rebollo



- **Caos y comunicación**
- **Ismael Roldán Castro**
- **Sevilla, Mergablum, 1999**
- **359 páginas**



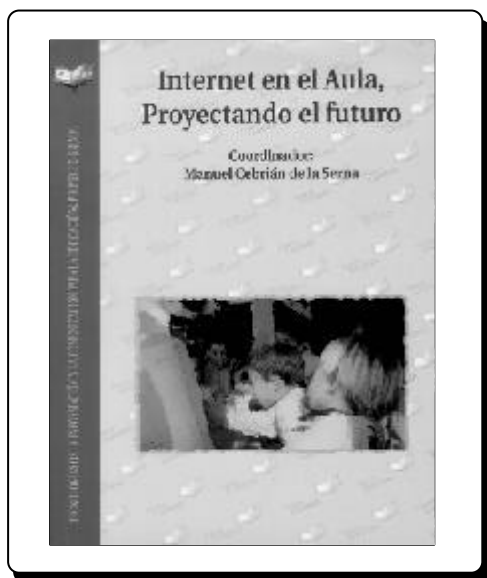
- **Comunicación, democracia y ciudadanía**
- **Carlos Álvarez Teijeiro**
- **Tucumán, Ciccus/La Crujía, 1999**
- **275 páginas**

¿Es posible relacionar la teoría del caos con la comunicación humana? En este libro, el autor propone unas bases para un modelo de la comunicación humana inspirado en uno de los paradigmas de la postmodernidad: la teoría del caos. Se trata de una lectura amena e insólita en la que se funden la imaginación, la creatividad y el rigor científico sin olvidar, en numerosas ocasiones, el sentido del humor. Tras un desarrollo divulgativo de algunas de las claves más significativas de la teoría del caos y de un recorrido a través de los modelos de la comunicación más importantes de este siglo, el autor propone un modelo comunicativo basado en la teoría del caos. Bien como nueva teoría holística o como metáfora cultural revolucionaria, lo cierto es que proporciona un enfoque diferente de la ignota realidad que nos envuelve.

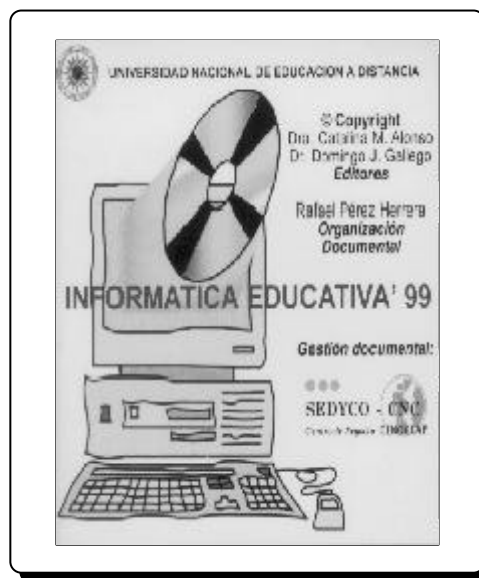
No es un descubrimiento novedoso la influencia mutua que ejercen entre sí los medios de comunicación y el sistema institucional de un Estado. El texto que nos ocupa parte de la base de una crisis tanto en la democracia postindustrial como en el sistema de medios de comunicación. Estos dos sistemas viven en una constante retroalimentación, ya que la apatía de la ciudadanía por participar en los asuntos públicos está bastante condicionada por la falta de cumplimiento de la función galvanizadora que han de tener los medios de comunicación para con la democracia: el hecho de permitir y facilitar al ciudadano el acceso al conocimiento de los asuntos públicos relevantes. De todo ello se ocupa el Public Journalism, proyecto surgido a finales de los 80 en los Estados Unidos, cuya base es una filosofía política de la comunicación.

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Dolores Guzmán Franco

- **Internet en el aula. Proyectando el futuro**
- **Manuel Cebrián de la Serna (Coord.)**
- **Málaga, Apple/Universidad de Málaga**
- **197 páginas**



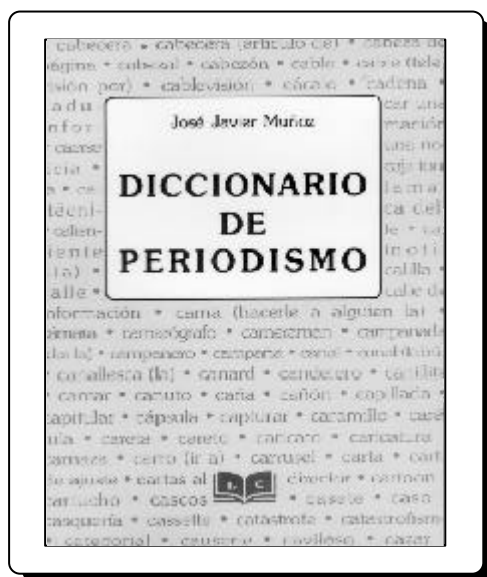
- **Informática educativa' 99**
- **Catalina Alonso y Domingo Gallego**
- **Madrid, UNED**
- **Cd-rom**

Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación aplicadas a la educación pueden convertirse en las nuevas herramientas para la construcción del conocimiento y el acceso a las fuentes de información. Esta posibilidad implica, inexorablemente, nuevas formas de aprender y enseñar que requieren el suficiente interés, motivación y creatividad por parte del profesorado. Este interesante volumen recoge una serie de experiencias innovadoras, dentro del Proyecto Grimm, en las que se pueden encontrar respuestas a muchas preguntas sobre el tema: ¿cómo es el aprendizaje de los niños con Internet?, ¿cuál ha de ser el papel del profesorado?, ¿cuáles son los modelos más eficaces?... En suma, una obra que puede aportar pistas y estrategias sugerentes para los docentes que se planteen la nueva alfabetización del siglo XXI.

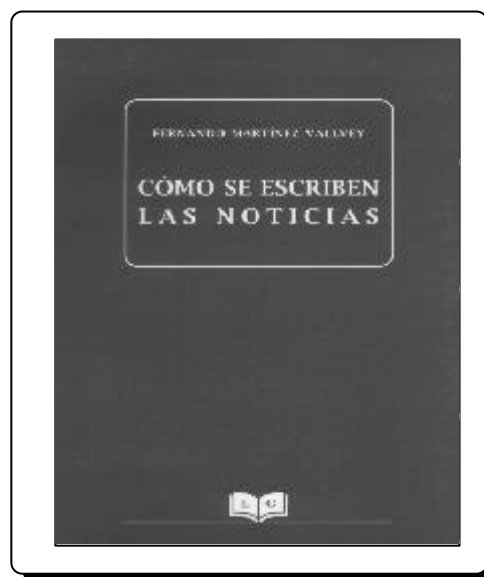
Desde su creación en 1970 y en razón de su propia naturaleza, la Universidad Nacional de Educación a Distancia ha elaborado materiales de estudio y paquetes modulares de aprendizaje para aquellos alumnos que eligen esta modalidad de enseñanza universitaria. Hoy, cuando los tiempos han cambiado el teléfono de línea, el fax y el libro de texto por la videoconferencia, el correo electrónico o el material multimedia, la UNED, como otras instituciones educativas, asume el reto de la incorporación de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación. *Informática Educativa '99*, en soporte cd-rom, recoge las aportaciones realizadas en un congreso internacional celebrado en Madrid en julio de 1999. El contenido temático se encuentra gestionado electrónicamente mediante la técnica de «archivos inteligentes con recuperación electrónica».

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Carmen Millán Romero

- **Diccionario de Periodismo**
- **José Javier Muñoz**
- **Salamanca, Cervantes, 2000**
- **245 páginas**

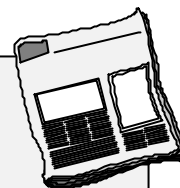


- **Cómo se escriben las noticias**
- **Fernando Martínez Vallvey**
- **Salamanca, Cervantes, 1999**
- **142 páginas**

El resultado obtenido del trabajo realizado por este profesional de la comunicación ha sido la elaboración de un diccionario de periodismo en el cual se recogen términos y expresiones que a lo largo de su carrera ha ido recopilando. Es una selección de palabras y expresiones sobre conceptos, objetos, teorías y procedimientos tanto relativos al ejercicio profesional en los medios como a otras ramas de la información vinculadas al periodismo. Este diccionario tiene una pretensión expositiva, no normativa, incluyendo así extranjerismos que se han impuesto internacionalmente, neologismos de todo tipo, e incluso solecismos, tal y como se transmiten en el ámbito periodístico. Esta obra, en suma, da a conocer este lenguaje tan peculiar e influyente en cualquier ámbito de comunicación individual o colectiva de nuestra sociedad.

Este libro a modo de manual está enfocado desde la perspectiva de aprender a escribir las noticias, sin querer entrar en el análisis de sus efectos e implicaciones económicas o ideológicas. Ni siquiera se detiene a discutir el género o el lugar que ocuparía en una tipología textual. Periodistas y comunicadores sociales encontrarán en él sugerencias sobre cómo escribir noticias correctamente desde el análisis de la comunicación. Aquéllos que estudian y enseñan cómo ejercer la profesión periodística y aquellos otros que se preocupan del fenómeno de la comunicación en sí mismo encontrarán en estas páginas respuestas: cómo se escribe la noticia, cómo se diferencia de otros textos, esto es, los conocimientos básicos del profesional de la comunicación que quiera saber cómo hacer, en función del canon de la tradición profesional.

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—en la 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, 5800 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, nº 676. 1900 La Plata (Argentina)
Telefax: (54-1)82992
E-mail: perio-01@isis.unlp.edu.ar

• **NEXOS DE LA CULTURA BAHIENSE**

Don Bosco, 1051 (800) Bahía Blanca.
Provincia de Buenos Aires (Argentina)
Telefax: (540291)4540027

• **APORTES DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA**

Universidad Privada de Santa Cruz de la Sierra
Facultad de Comunicación Social
Campus UPSA, Avda. Paragua 4º Anillo
Santa Cruz (Bolivia); Tfno: (591-3)464000
E-mail: pmaster@upsaint.upsa.edu.bo

• **INTERCOM.** Revista Brasileira de Comunicação
Sociedade Brasileira de Estudos de Comunicação
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443, Bloco 9
Cidade Universitaria. 05508-900 São Paulo, SP (Brasil)
Fax: (5511) 8184088; E-mail: intercom@usp.org

• **COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE**

Instituto Metodista de São Paulo
Rua do Sacramento 230 Rudge Ramos.
09735-460 São Bernardo do Campo, SP (Brasil)
Fax: (5511)76647228
E-mail: c&sposcom@emesp.com.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
05508-900 São Paulo (Brasil); Fax: (5511) 8184326
E-mail: comeduc@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: (951)3306635; E-mail: bibfbc@vortex.ufrgs.br

• **SIGNO Y PENSAMIENTO**

Facultad de Comunicación y Lenguaje
Pontificia Universidad Javeriana
Transversal 4, nº 42-00. Edificio 67, piso 6
Santafé de Bogotá DC (Colombia)
Tfno: (571)3208320; Ext. 4587
Fax: (571) 2878974
E-mail: signoyp@javeriana.edu.co

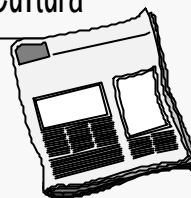
• **COMUNICACIÓN UPB**

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

• **ARANDU**

Organizaciones Católicas de Comunicación
(OCIC-AL, UCLAP y Unda-AL)
Alpallana, 581 y Whimper, Apartado Aéreo 17-21-178
Quito (Ecuador); Fax: (593-2) 501658
E-mail: scc@UIO.satnet.net

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura



• 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 (España)
Tfno: 34-948-425664; E-mail: cys@unav.es

• ANALISI

Universitat Autònoma de Barcelona
Facultad de Ciencias de la Información
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.ucol.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)

• COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

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

• REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN

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

• CONVERGENCIAS

Centro de Investigación y Estudios en Ciencias Políticas
Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas
Cerro de Coatepec, s/n. Ciudad Universitaria
Toluca, México CP 50001, Tfno (0172)150494
E-mail: convergencia@coatepec.uaemex.mx

• CONTRATEXTO

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad de Lima (Perú)
Apartado 852, Lima 100 (Perú); Fax: 4378066
E-mail: fondo-ed@ulima.edu.pe

• DIA-LOGOS DE LA COMUNICACIÓN

FELAFACS-Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social
Calle F, nº 261, Urb. Betelgeuse, San Borja
Lima 41 (Perú); Apdo Postal 180097 Lima 18 (Perú)
Telefax: 4754487; E-mail: wneira@felafacs.org.pe

• CANDELA

Santiago de Chile, 1180, Esc. 301
11200 Montevideo (Uruguay)
Fax: (05982) 9011406

• IN-MEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN

Universidad ORT-Uruguay
Facultad de Comunicación y Diseño
Mercedes, 1199; 1100 Montevideo (Uruguay)
Fax 9086870

• 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 Centro de Valores, local 2, Esquina
Luneta, Altagracia
Apartado 4838, Caracas 1010-A (Venezuela)
Fax: (02) 5647557; E-mail: cengumi@conicit.ve

• REVISTA DE LITERATURA HISPANOAMERICANA

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

COMUNICAR

Revista de Comunicación y Educación

Próximos títulos

Temas monográficos

.....

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

Coordina: Milagros Paseto. 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. 239).



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 Correo electrónico
 CIF (sólo para facturación) Firma o sello:

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)

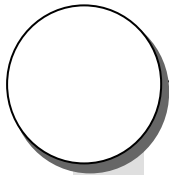
Extranjero:

- 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@teletel.es



Publicaciones

Grupo Comunicar

	DESCRIPCIÓN DE LA PUBLICACIÓN	PRECIO	CANT.	IMPORTE
P u b l i c a c i o n e s	REVISTA «COMUNICAR»			
	• Suscripción bianual (números 16, 17, 18 y 19)	5.950 pts.	—	—
	• Suscripción anual (números 16 y 17).....	3.395 pts.	—	—
	• Comunicar 1: Aprender con los medios	1.750 pts.	—	—
	• Comunicar 2: Comunicar en el aula	1.750 pts.	—	—
	• Comunicar 3: Imágenes y sonidos en el aula	1.750 pts.	—	—
	• Comunicar 4: Leer los medios en el aula	1.750 pts.	—	—
	• Comunicar 5: Publicidad, ¿cómo la vemos?.....	1.750 pts.	—	—
	• Comunicar 6: La televisión en las aulas	1.750 pts.	—	—
	• Comunicar 7: ¿Qué vemos?, ¿qué consumimos?.....	1.850 pts.	—	—
	• Comunicar 8: La Educación en medios de comunicación	1.850 pts.	—	—
	• Comunicar 9: Educación en valores y comunicación	1.850 pts.	—	—
	• Comunicar 10: Familia, escuela y comunicación	1.950 pts.	—	—
	• Comunicar 11: El cine en las aulas	1.950 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.	—	—	
• Comunicar 15: Comunicación, educación y solidaridad	2.200 pts.	—	—	
	COLECCIÓN «GUÍAS CURRICULARES»			
	• Descubriendo la caja mágica. <i>Aprendemos TV. Cuaderno de clase</i>	1.950 pts.	—	—
	• Descubriendo la caja mágica. <i>Enseñamos TV. Guía Didáctica</i>	1.850 pts.	—	—
	MONOGRAFÍAS «AULA DE COMUNICACIÓN»			
	• Comunicación audiovisual	1.750 pts.	—	—
	• Unidades didácticas de prensa en Educación Primaria	1.600 pts.	—	—
	• El periódico en la Educación de Adultos	1.750 pts.	—	—
	• Juega con la imagen. Imagina juegos	1.600 pts.	—	—
	• El universo de papel. Trabajamos con el periódico	1.750 pts.	—	—
	• El periódico en las aulas	1.750 pts.	—	—
	COLECCIÓN «AULA MEDIA»			
	• La mujer invisible. Una lectura de mensajes publicitarios	2.200 pts.	—	—
	• Televisión y telespectadores	2.200 pts.	—	—
	COLECCIÓN «LA COMUNICACIÓN HUMANA»			
	• El puntero de don Honorato, el bolso de doña Purita	1.850 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	2.200 pts.	—	—
	• Enseñar y aprender la actualidad con los medios	2.200 pts.	—	—
	COLECCIÓN «EDUCACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN»			
	• Televisión y educación	1.600 pts.	—	—
	• Publicidad y educación	1.600 pts.	—	—
	MURALES «PRENSA ESCUELA»			
	«Investigamos el cine» (11), «El cómic» (12), «La radio» (13), «Géneros periodísticos» (14), «Derechos Humanos» (15), «Internet» (16), «Solidaridad y Comunicación» (17)	Gratis	—	—
	Cumplimente la ficha de pedidos de la página anterior, indicando forma de pago y remítala a: Grupo Comunicar. Apdo 527. 21080 Huelva (España) comunica@teletel.es			
	SUBTOTAL <input type="text"/>		Gastos de envío <input type="text"/>	
	TOTAL <input type="text"/>			



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 de 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.