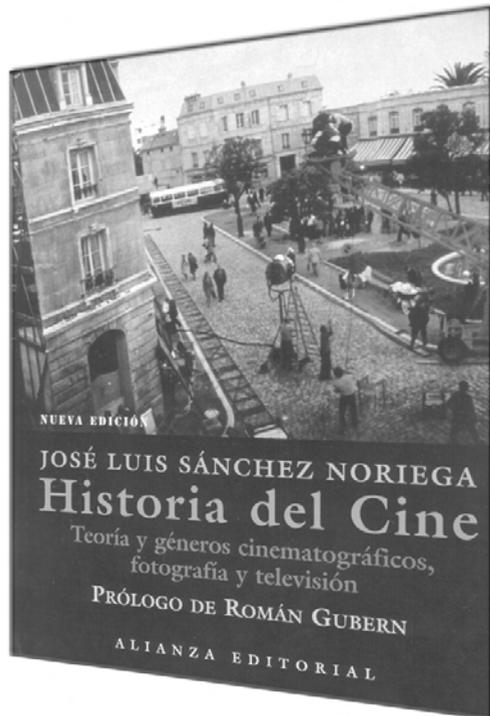


LIBROS

◆ Tomás Pedroso Herrera



Historia del cine; José Luis Sánchez Noriega; Madrid, Alianza, 2006; 760 págs.

fuera de los manuales. La parte fundamental de la obra, aunque sólo sea por el espacio que ocupa, es un repaso a la historia del cine, que aquí se engloba bajo el epígrafe «Evolución histórica del cine». Dividida en tres grandes partes («La época silente», «De la aparición del sonoro a los años 60» y «De la modernidad a la imagen digital»), se presenta un panorama cinematográfico que analiza los movimientos estéticos y los sucesos históricos en capítulos como, por poner algunos ejemplos, «El expresionismo alemán y su evolución», «La dialéctica del cine soviético», «El Neorrealismo y los grandes directores italianos» y «El nuevo cine español y la Escuela de Barcelona».

En cada capítulo se ofrece una recensión del tema en cuestión, centrándose en las películas, directores y rasgos estilísticos más relevantes de cada movimiento. Después de analizar el denominado cine posmoderno de la mano de Almodóvar, Atom Egoyan o Lars Von Trier, el texto se centra en otras manifestaciones que no son cine pero que están próximas: la fotografía, el documental, la televisión y el videoarte. Se trata, en definitiva, de un libro riguroso y muy ameno que presenta, además, una muy cuidada selección de ilustraciones. Otro de los aciertos de este volumen es el comentario exhaustivo de numerosas películas sobre todo clásicas, lo cual puede servir de guía a los interesados por adquirir una cultura cinematográfica lo más rica posible. Muy interesantes son los anexos y las citas bibliográficas y filmográficas con que se cierra cada apartado.

Se ofrece al lector especializado o a los alumnos de asignaturas audiovisuales una magna obra en la que se abarca todo lo referido al cine, o como se señala en la introducción este enjundioso libro se persigue «un saber suficiente sobre el cine», es decir, un acercamiento desde todas las perspectivas (estética, histórica, formal, etc.) a un arte joven que va camino de ser viejo por su prolija historia. El lector se halla ante cinco grandes capítulos: «Teorías y lenguajes», «Los géneros cinematográficos», «Historia industrial, tecnológica y sociocultural», «Evolución histórica del cine» y «Fotografía, televisión y arte multimedia». Sin duda es el primer capítulo el que puede interesar más a estudiantes o a profesores de educación primaria y secundaria, ya que en estas páginas se trata de los elementos del lenguaje audiovisual, de los rasgos y características del relato cinematográfico, del análisis del filme, etc.

Se exponen con claridad cuáles son los elementos «gramaticales» del cine y cómo su combinatoria da lugar a formas de expresión muy dispares. Después de estas enseñanzas mínimas iniciales, el autor clasifica las obras según sus géneros y, combinando características e historia, se acerca al cine de animación, al «western fundacional», al documental, al drama, a la comedia, al musical, al terror, al cine bélico... Se señalan los rasgos definitorios de cada uno de ellos y se mencionan las películas, actores o directores más importantes.

En su intento por acercar al lector todas las facetas del cine, el autor centra su discurso en la producción cinematográfica (la producción, los guiones, los equipos técnicos y artísticos, el rodaje, la postproducción, el montaje y los efectos especiales...), asuntos todos ellos de enorme importancia que, con frecuencia, se quedan

LIBROS

♦ Tomás Pedroso Herrera

Dentro del programa «Invitación al cine» que llevan a cabo el Gobierno de Aragón, la Caja Inmaculada y el Centro de Profesores y Recursos Juan de Lanuza, aparece este interesante libro que recopila siete artículos que, siguiendo la información de la contraportada «ahondan en el significado del séptimo arte como medio de comunicación social, desde un uso y una perspectivas educativas». El artículo «Un recuerdo mozartiano. El artista en el cine con motivo de su aniversario», escrito por Latorre Fortuño, repasa la figura del genial músico en las distintas películas que han intentado ahondar en su persona o en su incomparable obra. Le dedica el autor especial peso a «Amadeus» de M. Forman, basada en una obra de teatro homónima de P. Shaffer. Pero también describe y enumera otras películas en las que se utiliza la música de Mozart como banda sonora; o las adaptaciones cinematográficas de óperas de este autor. F. J. Millán Agudo en «Reflejos que van a dar en la mar» pretende, según sus propias palabras «abrir una reflexión a partir de un tema (el agua y sus usos) sobre el que pocas veces se han establecido

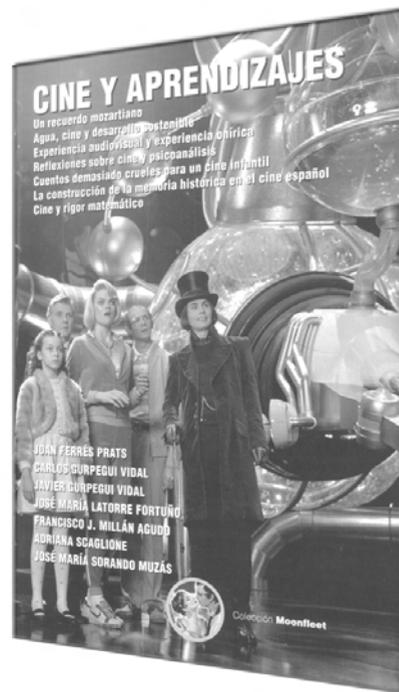
líneas de análisis y estudio».

Partiendo de lo que el agua ha significado en las distintas mitologías y en las variadas religiones, y tomando como base que el agua va a convertirse en el eje temático central de la próxima Exposición de Zaragoza, nos hallamos

ante un escrito en el que, con diferentes apartados, se presentan y comentan películas en las que el agua es elemento esencial: el agua como frontera, el agua que corre como metáfora de la vida, el agua como trasunto de la pasión... y el agua contaminada como centro de las películas protesta como «Erin Brockovich», que son «un buen aliado para reflexionar sobre estas cuestiones a partir de un uso racional del agua y lo que ésta representa en nuestras vidas».

«Experiencia audiovisual y experiencia onírica» es un artículo de J. Ferrés i Prats en el que en forma de decálogo el autor reflexiona sobre las analogías que existen entre el sueño y el cine: el carácter ritual, el afloramiento del subconsciente, la oposición ficción-realidad, la fuerza de la pasión, etc. De todo ello se vale el autor para llegar a una integración de ambos constructores, única forma de descubrir la verdad del cine y lo onírico. A. Scaglione escribe un artículo titulado «El perpetuo retorno de lo mismo. Reflexiones sobre cine y psicoanálisis» en el que se analizan dos conceptos que están «en el corazón de la teoría psicoanalítica: el inconsciente y la repetición».

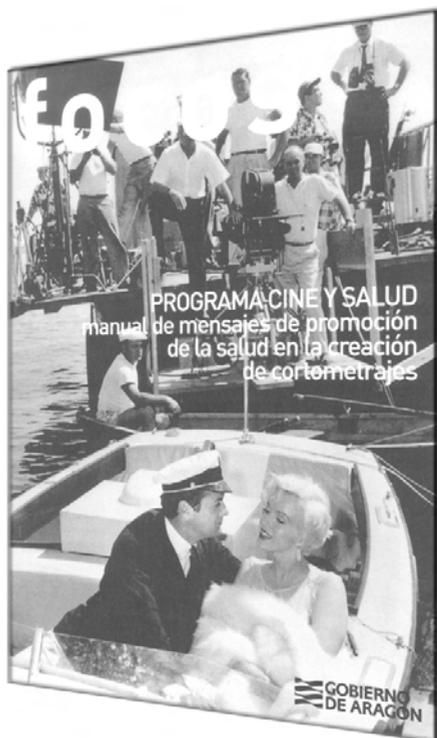
Para ejemplificar esa vuelta del pasado al presente, esa presencia continua del recuerdo de lo reprimido, la articulista se ayuda de las películas de S. King, de A. Hitchcock y de las películas denominadas como «el melodrama de la mujer desconocida de Hollywood». Las películas en las que se aborda el tema de la infancia desde la poco habitual perspectiva de la crueldad y la muerte es el tema del artículo «Y no comieron perdices. Cuentos demasiado crueles para un cine infantil» de C. Gurpegui, centrado principalmente en el análisis de las películas de Tim Burton, Walt Disney y S. Spielberg. J. Gurpegui Vidal escribe «La tentación del bien. La construcción de la memoria histórica en el cine español» con el deseo de realizar «un breve recorrido de cómo el cine español ha contribuido a la construcción del pasado histórico». Así pues, se comentan películas que abarcan desde el «cine fascista» de los años 40 hasta películas como «Soldados de Salamina» o «La niña de tus ojos». Aunque Matemáticas y cine son dos campos diametralmente opuestos porque se basan en el rigor y la emoción, es posible utilizar el cine para la enseñanza de las matemáticas. Ésta es la idea en la que se basa el artículo «Cine y rigor matemático. Dos medios de conocimiento con distintos discursos», escrito por J. M. Sorando Muzás. Se trata en definitiva de utilizar todos los recursos que pueden dar «vivacidad y atractivo» a la enseñanza de las matemáticas. Además de todo lo comentado, cada capítulo presenta una interesante información bibliográfica.



Cine y aprendizajes; varios autores; Zaragoza, Tierra Ediciones, 2007; 124 págs.

LIBROS

♦ Julio Tello Díaz



Programa Cine y Salud; Dirección General de Salud Pública; Zaragoza, Gobierno de Aragón, 2006; 35 págs.

comunicación educativa; claves que para esta autora se concretan en la investigación, el encanto y la confianza, elementos que considera las tres patas de una mesa llamada comunicación educativa. En una línea similar a este texto, pero abundando aún más, responde a una entrevista en la que cuenta el proceso que sigue su equipo de investigación para la creación de materiales didácticos y profundiza en la relación existente entre los interlocutores y entre éstos, y los temas más candentes en nuestra sociedad. Además, hace un llamamiento a las entidades encargadas de promover la salud desde los medios de comunicación para que se planteen la elaboración de materiales de comunicación saludables.

En un segundo apartado de este documento se encuentra una encuesta a la que contestan los principales responsables y especialistas implicados en el Festival. Profesorado de enseñanzas no universitarias, profesorado universitario de Comunicación Audiovisual, periodistas y coordinadores de los programas «Cine y salud» y «Pantallas sanas» aportan sus experiencias y expresan sus opiniones en un breve cuestionario, cuyo contenido versa sobre temas relacionados con los aspectos más relevantes de los mensajes para la promoción de la salud, sobre qué es preciso evitar en la construcción de los mensajes para, finalmente, solicitar a los entrevistados que recomienden tres películas de cine que por su historia, sus personajes o su contenido, puedan servir de referentes en esta materia.

Las respuestas son muy variadas, en función del ámbito laboral de cada entrevistado, pero todos ellos matizan con claros fundamentos profesionales, mostrándose así la riqueza plural de cuantas personas participan en proyectos comunes, cuyas vertientes profesionales son diferentes, pero confluyen en un mismo vértice de encuentro.

En formato de boletín informativo, la Dirección General de Salud Pública del Gobierno de Aragón edita la Colección «Focos» con la intención de ofrecer pequeños textos de apoyo sobre contenidos de educación para la salud, que pueden ser de utilidad para los programas «Cine y salud» y «Pantallas sanas», de los que también es responsable el Gobierno de Aragón. Los programas educativos de la Dirección General de Salud Pública siguen los criterios de la Red Latinoamericana y de la Red Europea de Escuelas Promotoras de Salud. Ambas redes buscan potenciar el papel protagonista del profesorado en cuestiones relativas a la educación para la salud.

El primer número de esta colección, publicado en noviembre de 2006, se centra en los mensajes de promoción de la salud en la creación de cortometrajes, dentro del marco del Festival de Cortometrajes y Spots «Cine y Salud», que se viene celebrando en Aragón con motivo del Día Mundial de la Salud, fijado en abril de cada año. Los cortometrajes y spots deben estar enmarcados en el concepto de promoción de la salud, entendida como el proceso mediante el cual las personas y los grupos se capacitan para ejercer un mayor control sobre los determinantes de la salud, como pueden ser los estilos de vida, entornos saludables, etc.

En este número de arranque se presenta un texto de Gladys Herrera, experta colombiana en comunicación social para la promoción de la salud y creadora de materiales didácticos, y una entrevista a esta misma autora, además de un breve cuestionario, que consta de tres preguntas, al que responden dinamizadores y especialistas cercanos al Festival. El texto de Gladys Herrera se centra en desvelar las claves para concebir una

LIBROS

♦ Julio Tello Díaz

El programa «Cine y salud» se diseña desde el Gobierno de Aragón por la Dirección General de Salud Pública en colaboración con la Dirección General de Política Educativa. Con esta propuesta se busca facilitar al profesorado, principalmente de Secundaria, la tarea de trabajar los contenidos de la salud, convirtiendo el cine en un medio educativo para ello.

En el marco de este programa, se cuenta con una nueva iniciativa bajo el sugerente título de «Pantallas sanas», dirigida a toda la comunidad educativa, donde se aborda la fenomenología de las pantallas mediante la creación de nuevos materiales y publicaciones, además de realizarse cursos, talleres y seminarios.

En este libro se edita la totalidad de las ponencias del Seminario «Pantallas sanas», en el que especialistas en medios de comunicación y nuevas tecnologías comparten conocimientos y diálogo junto con el resto de los sectores de la comunidad educativa y de la sanidad, en un foro donde la educación para la salud junto con las tecnologías de la información y la comunicación ocupan el centro del debate.

Televisión, cine, ordenador, videojuegos, telefonía móvil, reconocidos como nuevas pantallas que forman ya parte de nuestra vida cotidiana, han focalizado la reflexión sobre la educación para la salud a través de las pantallas, considerando que de su uso, del tiempo y de la dosis adecuada depende la salud de los jóvenes.

A lo largo del curso 2005-06 estos medios han ido desfilando por la sala

«Amparo Poch», de la Dirección

General de Salud Pública, y de cuyo análisis surge este Seminario, en el que se han presentado catorce ponencias que abarcan diferentes puntos de vista

de concebir los medios, además de aportar conclusiones sobre su repercusión social, las nuevas formas de entender la comunicación, la publicidad, la familia, la sociedad, la convivencia, la moda, la infancia, etc., todo ello mediante las pantallas, y proponer nuevos entornos que favorezcan la educación y la alfabetización digital. Los títulos de las diferentes ponencias invitan al lector a adentrarse en el libro y profundizar en su contenido, ya que en cualquiera de ellas se indica un reconocimiento pleno

a la necesidad de implicarse en una temática que no puede dejar impasible ningún profesional de la educación, de la sanidad o de los medios de comunicación.

Junto con este libro también se ha editado, en similar formato, por parte de las Direcciones Generales de Salud Pública y Política Educativa, una guía multimedia sobre «Pantallas sanas», como material didáctico elaborado especialmente para el profesorado, con el propósito de que se trabaje un itinerario formativo entre tercero y cuarto de Educación Secundaria

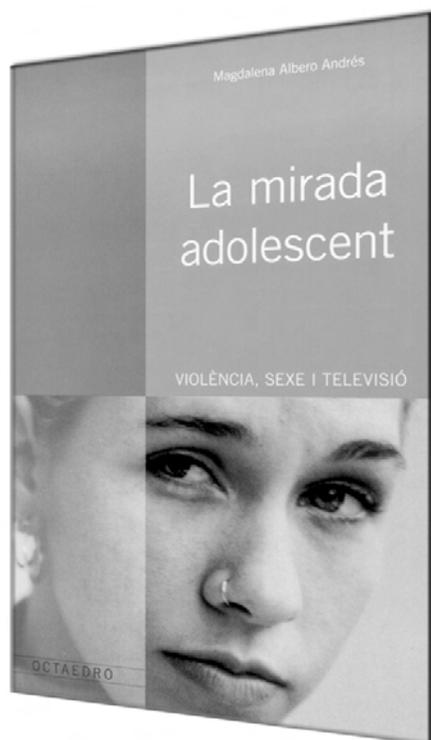
Obligatoria. Esta guía, de 135 páginas, tiene como autores a José Antonio García e Isidro Moreno, y en ella se recoge un amplio repertorio de actividades para trabajar en cinco bloques, los cuales coinciden con la televisión, publicidad, Internet, videojuegos y telefonía móvil. Cada entorno cuenta con varios niveles de intervención en el aula, en función del grado de conocimiento que el estudiante tenga sobre el medio. A la guía la acompaña un DVD con recursos audiovisuales y un cd-rom con actividades en formato pdf para trabajar con el alumnado. Con estos dos libros nos encontramos ante un material de interesante contenido formativo, así como de aplicación en el aula por parte del profesorado implicado en la educación en medios de comunicación.



Seminario Pantallas sanas. TIC, salud y vida cotidiana; Marisa Aísa y otros; Zaragoza, Gobierno de Aragón, 2007; 181 págs.

LIBROS

♦ M^a Dolores Degrado Godoy



La mirada adolescent: violència, sexe i televisió; Magdalena Albero; Barcelona, Octaedro, 2006; 174 págs.

y cómo y por qué se han escogido los jóvenes que van a participar. En la segunda parte «veure», se explica cuándo, cómo y por qué ven la televisión; cómo interpretan los contenidos de violencia y cómo y qué aprenden sobre sexo en la televisión. En esta parte se descubren aspectos sobre violencia que los jóvenes no entienden, dudas sobre sexualidad y pistas importantes de como la escuela y la televisión podrían generar espacios donde los adolescentes pudieran encontrar respuestas a algunas de sus dudas a lo largo del proceso de transición de la infancia al mundo de los adultos.

En la tercera parte, «pensar y hacer», se resume los puntos más importantes de lo que han dicho los jóvenes sobre hábitos televisivos, percepción y expectativas hacia este medio y sobre la forma en que entienden la violencia y el sexo a partir de todos los elementos que constituyen su entorno sociocultural. También se presenta lo que han dicho los adolescentes para diseñar unos posibles puntos de partida para orientar la educación en medios de comunicación dirigidos a este grupo de edad. Es un libro muy recomendable, de fácil y amena lectura para educadores y todas las personas relacionadas con el mundo televisivo, al mismo tiempo sería interesante poderlo dar a conocer a las familias por medio de los centros educativos, escuelas de madres y padres, etc.

Este libro surge de la necesidad de dar respuesta a una serie de preocupaciones generales que padres y educadores manifiestan respecto al comportamiento de los adolescentes que se concreta en apatía, violencia y precocidad en la manifestación de conductas adultas. A la televisión se le acusa a menudo de haber provocado esta situación. Por ello, la sociedad demanda a la escuela hablar de los contenidos de los medios de comunicación para que éstos no tengan una influencia negativa en las audiencias más jóvenes y sobre todo en temas en los que los adolescentes pueden ser más vulnerables, como la violencia y el sexo. La posible intervención de la institución escolar se orienta cara a la necesidad de crear campañas de información dirigidas a la familia. Paralelamente la escuela debería disponer de programas de educación en medios de comunicación. Esta línea de trabajo tiene como objetivo ayudar a los jóvenes a interpretar los medios de comunicación desde una posición más informada.

El texto se centra en explicar los resultados de la observación sistemática de la relación de los adolescentes con la televisión, con una muestra reducida de adolescentes de 12 a 16 años. La información que se presenta no pretende aportar datos generalizables de cuál es a situación de los adolescentes respecto a la televisión, pero sí descubrir cuáles son los elementos fundamentales que hay detrás de sus preferencias televisivas y de la forma de interpretar los contenidos que les llegan a través de este medio.

El libro está dividido en tres partes: en la primera «mirar», se explica brevemente de qué formas se ha intentado estudiar las audiencias de los más jóvenes con la televisión, se explica como se ha estructurado la observación de los adolescentes que es la base de este libro

LIBROS

♦ Juan Bautista Romero Carmona

El texto es consecuencia de una investigación sobre la influencia que tienen los medios de comunicación, especialmente la televisión, y más concretamente las series de ficción en la representación mediatizada de la realidad. Si se pregunta en la calle a las personas, se puede comprobar que la mayoría de las percepciones se relacionan con experiencias mediáticas antes que con un conocimiento directo de la realidad. El interés de este estudio se centra en la edad adolescente, con un convencimiento de que sobre esta edad existe una alta concepción estereotipada. Para algunos autores la estereotipación es una característica bien extendida en la televisión de hoy. Una revisión exhaustiva teórico-crítica de las teorías sobre la adolescencia ha llevado a la convicción de que, a lo largo del tiempo, se han ido formando una serie de estereotipos en torno a esta etapa del desarrollo humano que han calado hondo en la percepción que sobre ella poseen tanto los adultos como los mismos adolescentes. El modo de producción rápido y barato que caracteriza a este tipo de producciones, hace prever que en la serie «Al salir de clase» proliferarían este tipo de ideas preconcebidas. Y es que, mientras otras narrativas como la novela o el cine se estructuran a partir de un número limitado de personajes imprescindibles, el serial televisivo abarca toda una comunidad de la que constantemente entran y salen personajes, o al menos se deja la puerta abierta para ello, altamente prescindibles. Es decir, no posee protagonistas fijos, puestos que su importancia cambia con el tiempo y lo que prima es la narración. Esta estereotipación caracterológica de los personajes hace facilitar un rápido reconocimiento por parte del público. Académicamente el vocablo en castellano más apropiado para designar al sucesor español de la «soap opera» norteamericana y la telenovela latinoamericana es serial televisivo, si bien es cierto que su uso

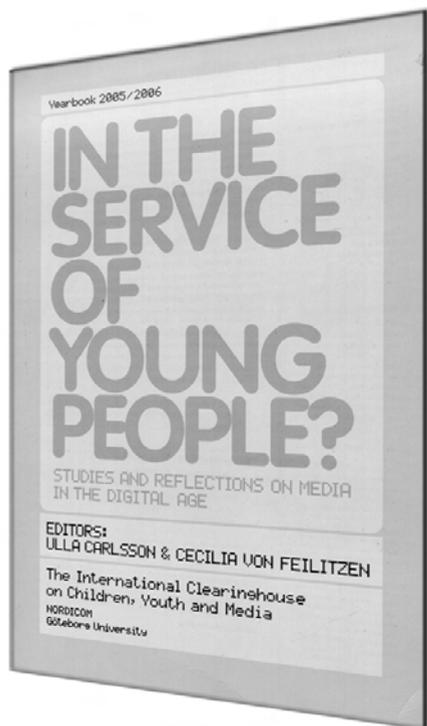
no está muy extendido entre la audiencia española, por ello se utilizará en este libro el término serie para aludir a «Al salir de clase» y el de serial para referirse al género.

El texto consta de tres grandes capítulos. En el primero se hace un análisis exhaustivo sobre las teorías de la adolescencia. Se destacan las teorías de fundamento biológico, psicoanalíticas, antropológico-cultural, psicosocial, evolutivas, etc. Un segundo capítulo en el que se desarrolla diferentes metodologías de análisis aplicables a telenovelas, métodos narrativos y filmográficos, método de análisis establecidos, teoría crítica del personaje de ficción, teoría crítica del estereotipo, etc. En el tercer y último capítulo se realiza una lectura crítica de «Al salir de clase», con una descripción de todos los personajes, análisis de los estereotipos de la serie; una lectura situacional de la serie destacándose índices de audiencia, informe de agrupación de telespectadores; además de una valoración de la serie en cuanto a identificación y representación de la realidad, conceptualización de los personajes y representación de la adolescencia. Es un libro muy recomendable para maestros y profesionales del mundo de la educación, además sería interesante poder conocer su estudio y análisis a las familias por medio de los centros educativos, escuelas de madres y padres, a toda la comunidad educativa.



Seriales, adolescentes y estereotipos. Lectura crítica de «Al salir de clase»; Yolanda Montero; Univ. Pontif. Salamanca, 2006; 200 págs.

LIBROS

♦ M^a Rocío Cruz Díaz

In the service of young people? Studies and reflections on media in the digital age. U. Carlsson & C.V. Feilitzen; Nordicom, Göteborgs University (Suecia), 2006; 437 págs.

jóvenes polacos»; Banerjee & Seneviratne: «Economía, categorías y clases: la televisión infantil en Asia»; Wie: «La protección de los menores en los medios chinos»; Abu-Fadil: «Jóvenes libaneses y medios de comunicación: influencias sociales y políticas»; Cheung & Rother: «Aprender de los colonizadores: desarrollo de la educación en medios en Hong Kong y Canadá»; Rother: «Jóvenes y medios de comunicación: la educación en medios como agentes de transformación social»; Bracey: «XXI siglos de aprendizaje: una necesidad para los profesores de tecnología-savvy»; Schultz & Held: «Sujetando la tormenta: regulación sobre la violencia y la pornografía en los medios para la protección de menores en la UE»; Carlsson: «Violencia y pornografía en los medios: opiniones sobre la influencia que la violencia mediática y la pornografía ejercen sobre la población juvenil»; y finalmente, Reia-Baptista: «Ambientes de violencia en los medios: Internet y las estructuras narrativas: desde la educación mediática hasta la alfabetización en medios».

Estos artículos presentan visiones teóricas y ejemplos empíricos sobre qué constituir por los medios y cómo mejorar el servicio que dan a los jóvenes. Las investigaciones también reflexionan sobre las medidas a adoptar para mejorar la situación de dicha población en la era digital. Asimismo, un segundo bloque de contenidos se centra en el intercambio de información internacional sobre infancia y juventud, y los esfuerzos que se están haciendo para incrementar el conocimiento y el acceso a los medios, especialmente dirigida a personas jóvenes, padres, educadores y profesionales en medios de comunicación suministrando ejemplos o actividades, proyectos y recursos de diferentes países.

El documento publicado por la Nordic Information Centre for Media & Communication Research recoge las aportaciones de investigadores de reconocida relevancia de diversas partes del mundo que dan una clara cobertura a temáticas de esencial importancia en orden a interrogarnos por el uso y el servicio que de los medios hacen los jóvenes. La compilación del anuario ha sido paralelo a otro proyecto, auspiciado por la UNESCO, centrado en la violencia en los medios electrónicos y digitales, y sus efectos sobre los jóvenes. Los proyectos se han realizado de forma tangencial; cruzar datos ha sido no sólo interesante, sino también aplaudido entre la comunidad científica.

Los frutos de esta interacción han quedado evidenciadas en las publicaciones como es el caso del documento que presentamos. El «Anuario 2005-06: ¿al servicio de los jóvenes?» consta de dos grandes bloques. La primera parte aglutina los artículos de activos investigadores. Recoge las aportaciones de Frau-Meigs «El servicio público sobre medios de comunicación digital: ¿mantener la situación de los jóvenes condiciona la estructura y el tiempo?»; Schor: «Cuando se comercializa con los niños: ¿los niños están protegidos?»; Livingstone & Millwood Hargraves: «¿Perjudicamos a los niños?»: conclusiones de un estudio empírico sobre los efectos de los medios de comunicación; Masmoudi: «El niño árabe y la sociedad de la información»; Warah: «Una ciudad dividida: la

pobreza de información en los barrios pobres de Nairobi»; Lealand & Zanker: «El mundo de los sueños y el mundo de los medios: usar dibujos para la perspicacia de los niños de Nueva Zelanda»; Raycheva: «Bulgaria: la televisión versus los niños»; Kirwil: «La televisión como soporte en la socialización de niños y

LIBROS

♦ M^a Rocío Cruz Díaz

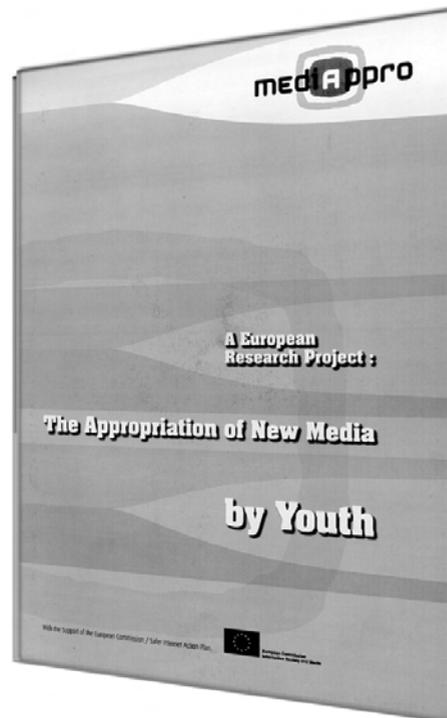
Entre enero de 2005 y junio de 2006, un equipo de profesionales han estado realizando un estudio sobre los medios y los jóvenes resultado el actual informe, que recoge la síntesis de los datos aportados universidades, gobiernos, asociaciones y fundaciones de nueve países europeos: Bélgica, Dinamarca, Estonia, Francia, Grecia, Italia, Polonia, Portugal y Gran Bretaña. Mediapro es un proyecto internacional sobre cómo las personas jóvenes (12-18) destinan los nuevos medios de comunicación en la Red, incluyendo nuevos entornos de sonido-scripto-material visual portátiles (teléfono móvil, la Internet, los videojuegos los soportes multimedia).

Este proyecto ha resultado en una investigación aplicada en tres fases. La primera, recolección y análisis de estudios existentes: se comienza con la recolección y el análisis de los resultados existentes y se estudia los intentos de considerar e identificar las impresiones a nivel nacionales, relativas a creencias, valores y comportamientos sobre el uso de la Internet y las nuevas tecnologías en los jóvenes;

encuesta internacional que pretende cubrir brechas y defectos, y prolongar el análisis a nuevas tecnologías. La segunda fase consistió en aplicar una encuesta en países europeos con el objetivo de identificar mecanismos cualitativos de la apropiación de los nuevos medios de comunicación de la juventud en la Red, a través del estudio de sus protestas, sus actitudes y sus prácticas de estos medios de comunicación; Finalmente, la tercera fase se ha centrado en la elaboración y difusión de las recomendaciones educativas concluidas

en el estudio. Esas orientaciones han adoptado el modelo de una publicación tanto en formato impreso como en formato digital (cd-rom anexo a la publicación impresa).

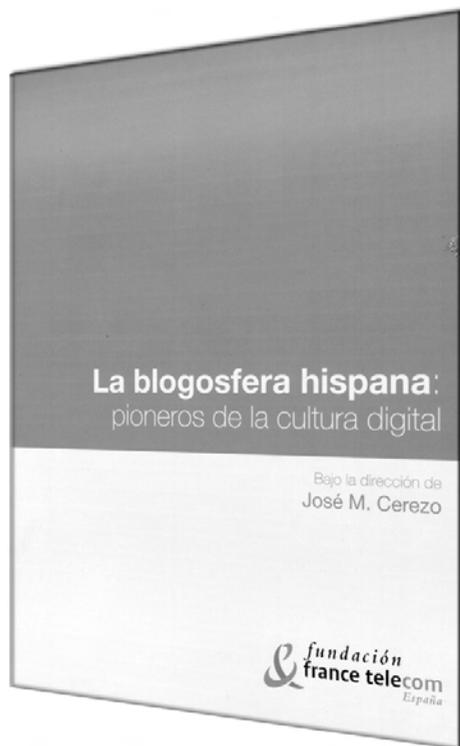
El informe incluye tres partes, cada uno incorpora diferentes comentarios sobre las temáticas: estadística y visiones generales sobre la tradición de las ICT entre las personas jóvenes; las investigaciones sobre este tema; y las iniciativas educativas presentes en cada uno de los países. Los tópicos consultados han sido, básicamente, sobre el analfabetismo mediático y los nuevos enfoques culturales; y sobre la globalización de medios de comunicación y mercados de comunicación. En formato digital se pueden consultar diversos archivos multimedia «Media Animation: communication & education», haciendo un recorrido por noticias de actualidad, presentación de proyectos vinculados al estudio realizados por los diferentes países, comunicados oficiales de los gobiernos, instituciones colaboradoras y recursos puestos en marcha por cada uno de estos países, así como publicaciones, vídeos editados y otros documentos que se clasifican en torno a las categorías de cine, televisión, Internet y música entre otros. Cierra las posibilidades de consulta una detallada base de datos sobre los centros participantes en el estudio y sus representantes datos de especial relevancia para todo profesional de la educación y los medios que se sienta atraído por la problemática de los jóvenes y su relación con los medios de comunicación social. Recomendamos la consulta de este informe por su carácter aplicado y recordamos el respaldo al mismo por parte de la Comisión Europea desde el «Safer Internet Action Plan».



A European Research Project: the appropriation of new media by youth. MediAppro, European Commission Information Society & Media, 2006; 61 págs; cd-rom

LIBROS

♦ Julio Tello Díaz



La blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital; J.M. Cerezo (Dir.); Madrid, Fundación France Telecom España, 2006; 222 págs.

Tras la crisis de las empresas llamadas «punto.com» a finales del siglo pasado, y con el protagonismo que están adquiriendo los usuarios de Internet como creadores, los weblog se constituyen como el fenómeno más representativo del resurgir de la World Wide Web en los últimos años. Un weblog es un sitio web periódicamente actualizado que recopila textos, con una temática concreta, donde el más reciente aparece primero, editado por uno o varios autores, permitiéndose la libertad de dejar publicado lo que se crea más conveniente. Su facilidad de edición, el escaso o nulo coste, además de su potencialidad de propagación, están convirtiendo los weblogs en un acontecimiento emblemático de la sociedad de la información. De esta manera, y con este nuevo formato, el usuario pasa a convertirse en parte activa de Internet, favoreciendo y retomando el evocado espíritu de participación colaborativa a través de la Red, donde el individuo deja de estar solo y enfrentado a sí mismo para abrirse camino al mundo compartido a través de los blogs.

El hecho de su fácil manejo, a través de unas sencillas herramientas de edición, ha contribuido a su difusión y expansión, donde profesionales de todos los ámbitos, así como aficionados con los más dispares niveles de competencia digital, se han lanzado por igual a comentar, opinar o informar a través de los weblogs.

En este libro se transmite, a través de una recopilación de breves artículos, una visión pormenorizada de los

weblogs, como una de las manifestaciones más representativas de la sociedad digital, desde los diferentes ámbitos y campos profesionales, contados a partir de la propia experiencia por diferentes autores, aludiendo especialmente a la situación y evolución de los weblogs en

España, donde se ha experimentado un positivo incremento de comprometidos talentos creativos, cuestionando gran parte de la estructura tradicional de la empresa, la política o la comunicación.

Los diferentes textos que componen el libro se agrupan en diferentes apartados, según aborden aspectos más generales o más específicos, comenzando por la teoría de los blogs y su historia, con dos artículos que nos acercan a los conocimientos preliminares de esta herramienta virtual. Conforme se avanza en los contenidos, se va profundizando en aspectos más concretos, como pueden ser el volumen que está alcanzando la blogosfera –el universo de los blogs–, con un crecimiento de progresión exponencial, la vinculación con la política y la participación periodística, los blogs y su relación con la empresa y el marketing, así como los diferentes géneros que se están creando en la Red. Un último bloque pone al alcance del lector una información muy clarificadora sobre la estructura de un blog y el proceso que se debe seguir para su elaboración y apertura, concluyéndose con un glosario de términos relacionados con esta temática.

Con un contenido de marcada actualidad y presentado con un formato novedoso y atractivo, este libro da la palabra a creadores de blogs, como representantes relevantes en cada uno de los campos profesionales, quienes han conseguido transmitir el mensaje sobre la potencialidad que tiene la Red para servir como herramienta de comunicación, información, opinión y actualización. En definitiva, un fenómeno que no deja indiferente a quien a los blogs se aproxime, y con este ejemplar se puede el lector hacer una clarísima idea de cuál es el estado de la cuestión, e incluso iniciarse en los preliminares de su elaboración.

LIBROS

♦ Julio Tello Díaz

En poco más de cien páginas, y con un cómodo formato para su manejo, el autor de este texto realiza una propuesta curricular sobre cómo afrontar el ciberperiodismo en la universidad. Un modelo pedagógico, sistemático y completo que deja la puerta abierta al debate y al trabajo que tiene que predominar en la universidad y en la profesión periodística. El presente trabajo va más allá de un mero análisis sobre cómo enseñar periodismo; se constituye, además, como una excelente síntesis del saber científico sobre la cuestión. Siguiendo las referencias de los pioneros en este campo, se inserta en un ámbito de colaboración que en España e Iberoamérica está dando buenos resultados.

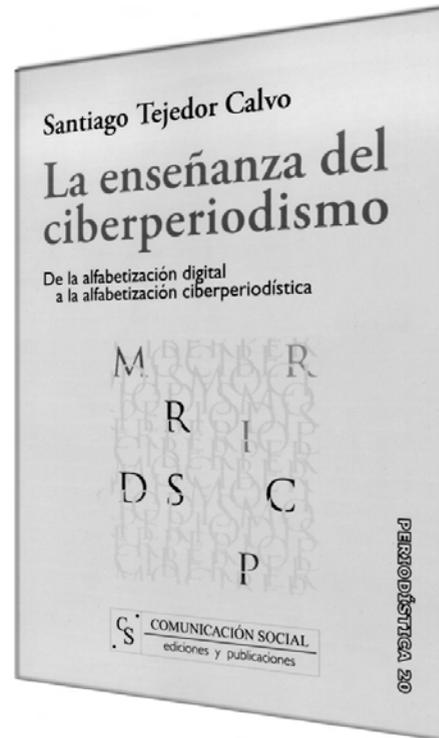
La existencia del periodismo on-line no consiste sólo en una nueva forma de presentar la información a través de la Red, transformando ligeramente la estructura del periodismo tradicional. Con el ciberperiodismo, los cambios afectan a otras dimensiones; el lenguaje, la tecnología, la forma de presentar la información, y hasta el propio discurso, se ven sustancialmente modificados. Con estos cambios, las habilidades necesarias a los nuevos profesionales del periodismo difieren sustancialmente de aquéllas del paradigma tradicional de la difusión masiva.

Si en 1994 eran veinte diarios los que irrumpían en Internet, en la actualidad son más de diez mil los diarios electrónicos que ofrecen la información y la comunicación de forma virtual. Este fenómeno está creando la necesidad de incluir la formación ciberperiodística en los planes de estudios de

la licenciatura de Periodismo; y este libro trata de ello, con un discurso que facilita la comprensión de las claves del ciberperiodismo, sus claves, su estructura, las posibilidades y dificultades

que presenta. A lo largo del texto se muestran sólidos argumentos sobre la formación del periodista digital, que exige adaptarse a las posibilidades del medio on-line, a las fases del proceso productivo y a la organización interna de los medios digitales. Con una minuciosa revisión literaria, el capítulo primero recorre el proceso que se sigue desde la alfabetización, en su concepción tradicional, pasando por la alfabetización digital para, finalmente, concluir con la alfabetización ciberperiodística, acabando en un diagnóstico general del ciberperiodismo en las universidades españolas, ofreciendo datos relevantes al respecto. El capítulo segundo ofrece unas pautas generales para la creación de un currículum formativo de ciberperiodismo, aportando modelos curriculares concretos e, incluso, el diseño conceptual de una materia de ciberperiodismo y la denominación de una asignatura. Una apuesta de presente y de futuro, donde se señala el papel de la universidad en la experimentación, la innovación y los cambios en la sociedad de la información. En el tercer y último capítulo se realiza una propuesta concreta de e-actividades para el ciberperiodista que favorezca su ejercitación práctica en la formación.

En definitiva, el presente libro se dirige a diferentes sectores y se presta, por tanto, a diversas lecturas, todas de gran utilidad. El profesorado tiene a mano una propuesta de un diseño de programas orientados a la innovación. El alumnado puede obtener información sobre el futuro del periodismo. Al profesional del periodismo se le sitúa ante las novedades y propuestas futuras de la información y la comunicación virtual. El investigador puede abrir nuevas líneas de investigación sobre su repercusión en diferentes ámbitos, dimensiones y cambios sociales que provoca.



La enseñanza del ciberperiodismo; Santiago Tejedor; Sevilla, Comunicación Social Ediciones, 2007; 126 págs.

LIBROS

◆ Franciso Casado Mestre



Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda;
Antonio Pineda Cachero; Sevilla, Alfar, 2006; 406 páginas

En este nuevo milenio formamos parte de una sociedad cada vez más globalizadora, nos despreocupamos de unos mínimos valores comunes y nos vamos convirtiendo en una sociedad más consumista e individualista, provocado quizás en gran parte a la realidad mediática a la que estamos sometidos diariamente. La publicidad y los medios de comunicación nos van dirigiendo hacia inalcanzables estilos de vida, en la mayoría de los casos porque solamente sólo nos quedamos con el mensaje superficial de la publicidad, debido en parte a una falta de comunicación entre los creativos publicitarios y los receptores de esta publicidad, a los cuales le llega una información muy atenuada del mensaje propagandístico original.

Ante este hecho social han surgido infinidad de trabajos e investigaciones sobre la relación sociedad-publicidad, pero esta publicación tiene de especial que recoge los resultados de un trabajo investigativo en el cual se adentra en el concepto de propaganda, y se centra en los elementos de la teoría de la comunicación, dejando a un lado los recursos mediáticos o propagandísticos. En esta publicación los investigadores sobre publicidad pueden encontrar un valioso material sobre la definición de propaganda desde sus primeros inicios, así como el control que de ésta se puede hacer desde el poder alterando nuestros pensamientos, ideas y formas de vida dentro de cualquier sociedad. Nos encontramos pues frente a una publicación, en la cual su autor, Antonio Pineda Cachero, docente en

Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura en la Universidad de Sevilla, nos presenta una investigación sobre la propaganda siguiendo un único objetivo de estudio, el comunicacional, y desde un punto de vista, el formal. En este texto, por tanto, no cabe la propaganda

como el estudio de un conjunto de técnicas o procedimientos de comunicación, ni se concibe como una amenaza manipulativa ante la cual tenemos que proponer consejos para defendernos de sus efectos. Con el propósito de conseguir el objeto de estudio en esta investigación, se analiza la propaganda como una relación específica de los dos extremos de la comunicación, el emisor y el receptor, así como la intención que rige dicha relación. Esta relación entre ambos extremos de la comunicación específica de la propaganda, como la intención que rige dicha actividad comunicativa del emisor, se conciben en este libro como elementos transhistóricos, universales y aislables, de forma independiente sin tener que recurrir a los nuevos recursos y medios de la tecnología de la comunicación, considerando por tanto a la propaganda, y la estructura de su mensaje como un fenómeno comunicativo universal, sin necesidad de recurrir a los elementos que rodean al mensaje.

La estructura de esta publicación queda dividida en dos grandes bloques. En el primer bloque se profundiza en los componentes conceptuales y en la definición comunicacional de la propaganda, subdividiéndolo en apartados como: precisiones etimológicas sobre el término propaganda; revisión crítica de algunas definiciones de propaganda; el poder y la ideología, como elementos conceptuales de la propaganda; y concluye este bloque con la definición de propaganda.

En un segundo bloque nos describe un análisis de las estructuras formal y comunicacional del mensaje propagandístico, subdividiéndolo en dos apartados: el primero donde analiza la estructura formal de dicho mensaje, analizando aspectos como: el propagado, el «propagandema», la conexión propagado-propagandema, las condiciones de recepción, y los elementos estético-expresivos, y en el segundo apartado nos analiza la estructura comunicacional del mensaje propagandístico, desde la estructura formal a la estructura comunicacional de dicho mensaje; para culminar con un programa de investigación en propaganda derivado de la estructura comunicacional del mensaje.

LIBROS

♦ M^a Carmen Espínola Rosillo

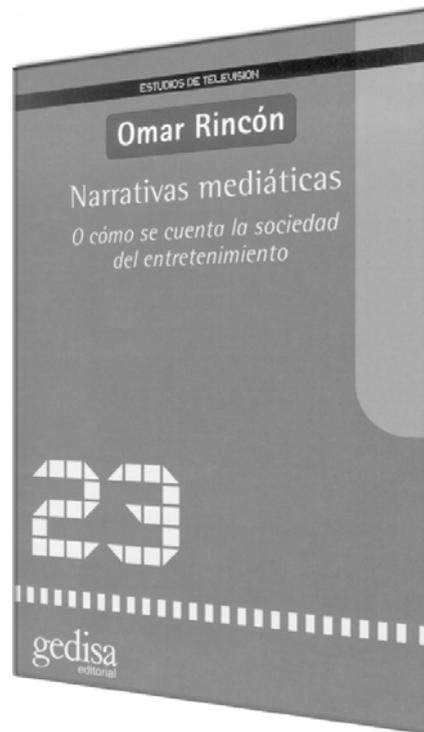
Omar Rincón es el actual director del postgrado en televisión en la Universidad Javeriana de Bogotá y del de periodismo en la Universidad de Los Andes. Al mismo tiempo dirige el Centro de Competencias en Comunicación para América Latina de la Fundación Alemana Friedrich Ebert. Con estas credenciales y una importante labor investigadora en el campo de los estudios de televisión y comunicación reflejada en diversas publicaciones y libros sobre la materia, el prof. Rincón nos presenta un estudio de las narrativas mediáticas y el papel que desempeñan en la comunicación social.

El autor parte de la idea de que en los tiempos que nos ha tocado vivir emergen nuevas historias caracterizadas por un mayor énfasis en las narraciones y afectividades que supera a los contenidos y argumentos de las mismas. Como consecuencia, vivimos rodeados de culturas mediáticas que actúan como espejos donde nos reflejamos. Esto nos lleva a una exposición caracterizada por la relatividad y variación donde el protagonista central es la imagen: necesitamos ver para poder creer, convirtiéndose así la televisión en nuestro referente narrativo más importante. Todos los estudiosos del tema parecen estar de acuerdo en que la virtud principal de la cultura mediática ha sido el paso de la irreflexión a la mediación, en donde la lógica reinante es la del entretenimiento. Aunque queda por determinar la naturaleza e inventario de los factores que establecen las culturas mediáticas.

La obra se presenta como un manual en el que cualquier interesado o estudioso de la materia puede encontrar un buen punto de partida. Los ocho capítulos se pueden agrupar en cuatro grandes bloques perfectamente encadenados: Un primer bloque «Culturas mediáticas»,

donde se analizan las características del paso de la cultura de masas a las culturas mediáticas. El segundo bloque, «Las estéticas del entretenimiento», nos propone una reflexión más centrada en el terreno artístico analizando lo que caracteriza a las estéticas del entretenimiento dentro de las culturas mediáticas. Un tercer bloque sobre «Narraciones mediáticas» nos acerca a las distintas formas en las que el material narrativo es reciclado dentro de la cultura mediática. Finalmente un último bloque abarca los modos narrativos los distintos medios de comunicación, tales como el periodismo, la publicidad, la radio y el video. Las referencias ofrecen al final de cada capítulo una adecuada y precisa selección de trabajos recientes que

permitirán al lector ampliar los distintos temas tratados. En el conjunto, y aunque no aparezca citada directamente, se deja ver la herencia de la narratología francesa convenientemente adaptada al impulso audiovisual que caracteriza la narración en la era de Internet, el satélite, el iPod, o el mp4. Se trata por tanto de un manual muy atractivo para todos aquellos interesados en los estudios culturales y más concretamente en la función narrativa de los medios de comunicación como soportes culturales y creadores de una comunidad donde productores y receptores comparten reglas narrativas teniendo en cuenta todas las prácticas creativas de la sociedad. Lo que no se cuenta no ha sucedido en realidad. Esta frase de Virginia Woolf sigue teniendo plena vigencia y trabajos como el de Rincón ayudan a explicar el modo en el que las narrativas mediáticas organizan los datos en modos que representan y explican la experiencia.



Narrativas mediáticas o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento; Omar Rincón; Barcelona, Gedisa, 2006; 224 págs.

LIBROS

♦ Juan Bautista Romero Carmona



Infancia, TV y género. Guía para la elaboración de contenidos no sexistas en programas infantiles; M.A. Martínez y M. Román; Madrid, IORTV-RTVE, 2005; 46 págs.

Esta guía es la consecuencia de un trabajo de análisis en el que han intervenido un nutrido grupo de profesionales con vinculación a la programación y producción televisiva, a organismos públicos que promueven políticas de igualdad entre mujeres y hombres, a asociaciones de telespectadores y al ámbito de la investigación académica o empresarial. En primer lugar, un equipo multidisciplinar elaboró un primer documento sobre los distintos aspectos que influyen en la programación infantil de televisión: sexismo, lenguaje, violencia, estereotipos, roles de género, etc. Y realizó así mismo un análisis pormenorizado de los contenidos infantiles y de la publicidad incluida durante su emisión. Con esta documentación el equipo de edición compuso un documento base que sirviera como pauta de reflexión y discusión en posteriores mesas de trabajo. El documento se presenta a personas expertas, profesionales e investigadoras que hicieron sus aportaciones y sugerencias, siempre en la búsqueda de posibilidades creativas (integración de valores, nuevos contenidos y formatos) y la incorporación de las líneas de conducta expuestas en todas las televisiones, tanto públicas como privadas. Por último, con la documentación estudiada, el equipo de edición analizó y estructuró todas las propuestas y conformó y dio coherencia a esta guía. El texto consta de cinco grandes apartados. El primero de ellos «Televisión, género y desarrollo de las niñas y de los niños», se analiza los modelos y expectativas básicos entre

sexismo y televisión; la influencia de la televisión en la infancia y la influencia de contenidos violentos, características de los programas que suponen un mayor riesgo de violencia, representaciones e imágenes que también incrementen el riesgo de violencia y la influencia de la televisión en la supera-

ción del sexismo; la televisión y dificultad de autorregulación de las y los menores; la comprensión de las diferencias de género en la infancia; los programas infantiles y la protección de la infancia en la revolución tecnológica: los programas infantiles como punto de partida de las actividades educativas y la alfabetización audiovisual como objetivo educativo.

Un segundo bloque «Representación, estereotipos y roles de género en la programación infantil», donde se describe la responsabilidad social de los medios de comunicación y su contribución para lograr de la igualdad entre mujeres y hombres; el concepto de representación en los medios de comunicación, la estereotipación y los roles sociales de género, quién o quiénes crean los estereotipos y sus efectos; cómo superar los estereotipos y roles sociales de género.

En el tercer epígrafe sobre «El lenguaje verbal de la televisión y la programación infantil» se analizan los comentarios estereotipados; el lenguaje y la presencia femenina y masculina: igualdad de derechos, igualdad de trato; y los diálogos en series e historias. El cuarto apartado analiza la «Programación infantil y publicidad: contenidos» y detalla esta programación para niños, su consumo y representación de género, la publicidad infantil, la programación infantil no sexista. Por último, se ofrece un quinto bloque con recomendaciones sobre los temas tratados. Es un texto muy apropiado y cercano para educadores y todas las personas relacionadas con el mundo televisivo, además sería acertado poderlo divulgar a las madres y padres por medio de los centros educativos, para su análisis y reflexión.

LIBROS

♦ Juan Bautista Romero Carmona

El Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), desde su fundación hace cincuenta años, ha sido pionero en el uso y aprovechamiento de las tecnologías de la información y la comunicación aplicadas a la educación. Ejemplos notables de su labor han sido el desarrollo de la red EDUSAT, dedicada a la educación y la cultura, con alcance a toda América, Norte y Sur; la conexión de escuelas mediante computadoras e Internet; numerosos proyectos de desarrollo educativo en los países de América Latina.

El proyecto «Enciclomedia» parte de una idea ingeniosa concebida sobre la aplicación de las tecnologías de la información y la comunicación a la educación.

Se trata de una enorme base de datos relacionada que explica y ejercita los contenidos de los libros de texto gratuitos de primaria, a través de enlaces de hipertexto y diversos recursos tecnológicos, como audio y video, operados en computadora por maestro y el alumno. El

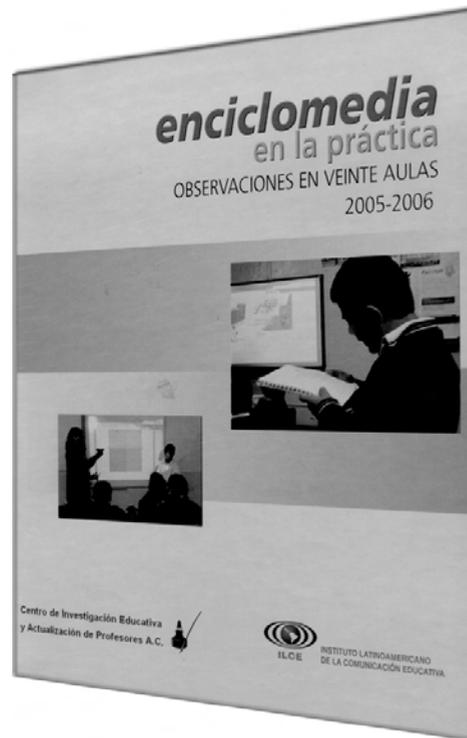
Instituto está muy satisfecho con los contenidos de «Enciclomedia» como un software que desarrolla el currículo y apoya a los maestros y maestras de primaria en su importante tarea educativa. Muchas personas han colaborado en esta obra, con entusiasmo en su elaboración, en la copia o adaptación de materiales digitales para incorporar al software, más allá de los libros de texto. Por disposición presidencial, en menos de dos años se logró instalar «Enciclomedia» en todas las aulas de 5° y 6° grados de primaria del país. El equipo consiste en el software instalado en una computadora, junto con un pizarrón electrónico, un cañón proyector y una impresora.

Este acelerado proceso hace indispensable una evaluación minuciosa de su uso y de cómo están recibiendo los maestros

y maestras esta gran novedad. En este texto se pueden apreciar y valorar los resultados de esta primera evaluación que se llevó a cabo durante el año escolar 2005-06 en veinte aulas de nueve escuelas de primaria de una zona popular del Distrito Federal de México. Diez aulas tenían instalada «Enciclomedia» y otras diez, que sirvieron de control, no la tenían. También se instalaron cámaras para filmar algunas clases y se obtuvieron cerca de cuatro mil horas de filmación que podrán ser utilizadas como fuente de investigaciones futuras. Quizá las dos conclusiones más importantes de este estudio sean que «Enciclomedia» goza de un prestigio bien ganado entre los profesores de primaria y ofrece, por primera vez, una oportunidad histórica de modificar las costumbres de los maestros y maestras, para que se conviertan en verdaderos facilitadores del aprendizaje de sus alumnos y alumnas.

Esta obra es muy interesante y aconsejable a toda la comunidad educativa, sobre todo al profesorado, ya que nos muestra las posibilidades y resultados de la implantación y uso de las nuevas tecnologías en las aulas escolares en otros contextos educativos, para así poder comparar y aprovechar todas las estrategias de uso que pueden ofrecer. Como todo proyecto educativo, sobre todo en educación básica, su éxito dependerá de la habilidad y entusiasmo del maestro o maestra que lo aplique.

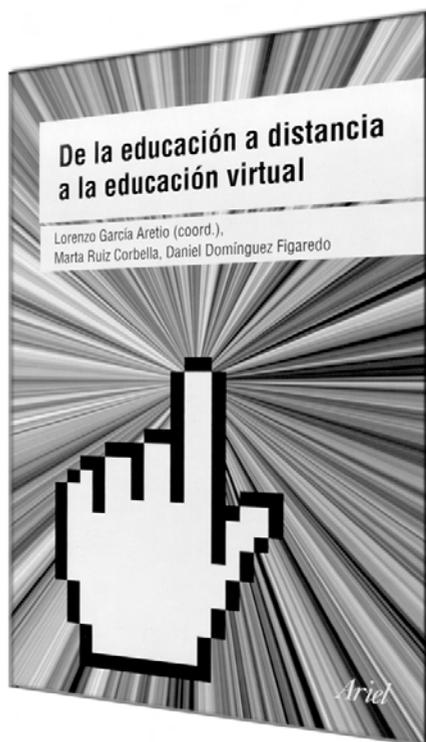
Debería ser analizada este tipo de investigaciones por todo el profesorado para tenerlas en cuenta, ya que nuestras escuelas están inmersas en la implantación de las tecnologías de la información y comunicación.



Enciclomedia en la práctica; R. Díaz y otros; México, ILCE; 2006; 474 págs.

LIBROS

♦ Tomás Pedroso Herrera



De la educación a distancia a la educación virtual; Lorenzo García Aretio (Coord.), Barcelona, Ariel, 2007; 303 págs.

Según confiesa el propio autor en la introducción el presente libro es la continuación de «La educación a distancia. De la teoría a la práctica», publicado en 2001. En este volumen se presenta al lector el paso que sigue a la educación a distancia tradicional: la educación virtual sustentada por el potentísimo desarrollo de las nuevas tecnologías, en especial de Internet. Para ello, el libro se adentra en la exposición muy pormenorizada de las teorías comunicativas y tecnológicas de este importante salto cualitativo. Para L. García Aretio ya se han superado los conceptos de «sociedad de la información» y de «sociedad del conocimiento» y el hombre actual se halla inmerso en la «sociedad del aprendizaje», en la que el sujeto reelabora e interpreta la información, al tiempo que desarrolla sus destrezas y competencias.

La educación a distancia virtual se diferencia de la educación a distancia tradicional en que la primera posibilita la interacción y la multidireccionalidad. Pero, principalmente, la educación virtual se caracteriza porque es sujeto es un «elemento activo y responsable, central en el proceso de aprendizaje».

Mediante Internet es posible que aparezcan nuevas formas de aprendizaje y así son recogidas en este libro: el e-learning (aprendizaje que utiliza los medios electrónicos), el m-learning (mobile-learning), que se fundamenta en el uso de servicios móviles o inalámbricos para el «aprendizaje en movimiento» y, por último, el «blended-learning» («b-learning»), que mezcla las características de la enseñanza presencial y de la enseñanza a distancia. Todos estos nuevos elementos técnicos y humanos en los que se basa la sociedad actual se organizan, según el autor, en comunidades virtuales que tienen características

propias, que no son siempre positivas: frente a las comunidades educativas o el reciente fenómeno de los «blogs», aparecen también las comunidades de «hackers» que intentarán dificultar los intercambios de información. En este punto al autor del libro se pregunta por qué hay que enseñar, es decir, por los contenidos y por los objetivos de esta forma de enseñanza.

Resumiendo sus propuestas es necesario aprender a aprender, saber enfrentar la creciente cantidad de información y cualificarse laboralmente para el uso de las nuevas tecnologías. Si todo son cambios en la educación tecnológica actual, el profesor también debe incorporar nuevos hábitos laborales y tiene la obligación de adaptarse a la educación virtual. En primer lugar resulta necesaria a la conveniente sensibilización que propicie un «cambio de actitudes» y, posteriormente hay que hacer que el profesorado adquiera la adquisición de conocimientos y habilidades «para acometer esa ingente tarea». Para explicar lo anterior, el libro incluye tablas de datos muy clarificadoras en las que se comparan las funciones y las necesidades de la educación tradicional y la virtual. La planificación de la enseñanza aparece asimismo recogida en este volumen: qué, por qué, para qué, dónde, cuándo, a quién y cómo son las preguntas a las que hay que responder en toda organización educativa virtual.

Por último, es necesaria la evaluación de todo proyecto educativo. Para ello se ofrecen numerosos ejemplos de programas que «miden» la excelencia de la educación a distancia y de la educación virtual. El libro incluye además un extenso capítulo de «Referencias» donde se mezclan los títulos de las últimas tendencias bibliográficas y numerosas direcciones web.

LIBROS

♦ Julio Tello Díaz

Bajo la dirección de Araceli Estebanz, un equipo de investigación presenta el resultado de un estudio llevado a cabo entre 2001-03, cuyo proyecto fue aprobado en la convocatoria de Proyectos de Investigación correspondiente al año 2000 del Plan Nacional I+D+I. El trabajo llevado a cabo identifica factores de éxito en el aprendizaje que propician los programas de teleformación y propone un nuevo modelo efectivo basándose en los resultados del estudio.

La toma de conciencia respecto a las desigualdades de género está propiciando en los últimos años iniciativas encaminadas a desarrollar acciones que posibiliten la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres. Una de estas iniciativas es la teleformación, como modalidad formativa relacionada con las nuevas necesidades laborales y sociales, así como un innovador proceso que permita un igual acceso a la formación a través de las TIC, sin que el género sea un factor discriminatorio. En este libro se presenta el desarrollo de una investigación sobre la teleformación en la formación de mujeres, como medio para potenciar el aprendizaje de competencias necesarias para su incorporación a la sociedad de la información y para su incorporación al mercado laboral. Se ofrecen respuestas a cuestiones sobre las características de las personas adultas que participan en cursos de e-learning, especialmente mujeres, relacionadas con el perfil, motivaciones, estilos de aprendizaje, dificultades y valoraciones de la teleformación, así como sobre los componentes de los ambientes virtuales, como pueden ser las características de los programas y las plataformas, las diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a las herramientas preferidas o las funciones de tutores y

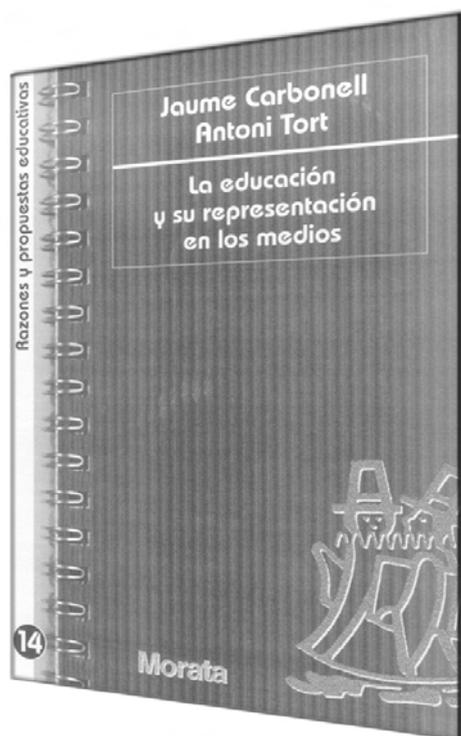
tutoras en la construcción de los aprendizajes. A lo largo de seis capítulos se aporta una densa información del proceso investigador. En el primero se presenta el marco teórico en que se fundamenta el estudio, clarificando los tópicos que se integran en la investigación y el enfoque metodológico seguido para afrontar los problemas que se plantean. En el segundo capítulo se explican los objetivos y se describe el proceso de construcción y validación de los instrumentos, así como los sistemas de tratamiento de la información. El capítulo tercero presenta los resultados relativos a la identificación de los programas de formación para las mujeres de las Comunidades Autónomas de Madrid y Andalucía, además de ofrecer los resultados acerca de las características de las personas que participan en cinco cursos de teleformación. El cuarto capítulo se dedica a proporcionar la información relativa al análisis de la comunicación on-line llevada a cabo en los cinco cursos estudiados de teleformación. El quinto capítulo ofrece el estudio de casos, centrándose en las plataformas virtuales y los programas, analizando los componentes conceptuales, psicológicos, tecnológicos y didácticos. En el sexto y último de los capítulos se aportan las conclusiones y propuestas para programas de teleformación que favorezca y fomente la igualdad de oportunidades de la mujer en el empleo. A partir del análisis de la información obtenida en el proceso de investigación se deriva una propuesta de modelo de teleformación que puede ayudar desde el punto de vista didáctico a quienes diseñan y desarrollan programas de teleformación. Igualmente, se detalla la metodología seguida, así como los instrumentos elaborados para la investigación, lo cual puede resultar de utilidad para la evaluación de este tipo de programas, sobre todo si se pretende aplicar el enfoque de género.



Teleformación para la igualdad de género en el empleo; Araceli Estebanz (Dir.); Sevilla, Universidad de Sevilla, 2006; 379 págs.

LIBROS

♦ Juan Ramón Jiménez Vicioso



La educación y su representación en los medios; Jaume Carbonell y Antoni Tort; Madrid, Morata, 2006; 127 págs.

Llamamos la atención sobre el interés de este último apartado, ya que en los momentos de intenso debate político se multiplican las noticias del mundo educativo, ora para resaltar la necesidad de cambios urgentes, ora para desprestigiar las medidas reformistas que el gobierno de turno esté intentando aplicar. Algunos acontecimientos, tales como la aparición de algún episodio de violencia escolar o la publicación de un informe sobre el «bajo nivel» de los aprendizajes del alumnado en determinada materia, pueden ser empleados, mediante su amplificación alarmista o un tratamiento tergiversado para arremeter contra una ley educativa o una medida concreta o para promover una «vuelta a lo básico». Otros aspectos que también se tratan en el libro «La educación y su representación en los medios», y que tienen su origen o proyección en el campo educativo, son los que se refieren a la imagen pública de los niños y jóvenes –que suelen verse como rebeldes, conflictivos y violentos–, el «malestar docente» que, si nos dejásemos llevar por la opinión «publicada» llega a unos extremos autodestructivos, y los tradicionales rituales del inicio y fin del curso escolar, que año tras año se centra en idénticos tópicos: los precios de los libros de texto, las obras inacabadas de los centros, las tensiones de los exámenes de selectividad... El índice se completa con un capítulo dedicado a la publicidad en el que el lector no tiene por más que esbozar una sonrisa al comprobar la imagen tan pobre que muestran los anuncios del mundo de la escuela y todo lo que le rodea: el esfuerzo personal y el estudio vistos como ridículos y poco útiles en una sociedad en la que se puede triunfar con una buena imagen, el profesorado que aparece como aburrido frente a los nuevos medios tecnológicos o la visión tan estereotipada en la que una escuela equivale a una pizarra. Los autores, Carbonell y Tort, son buenos conocedores tanto del mundo de la educación como del de los medios de comunicación ya que parte del desarrollo profesional, más de 30 años, del primero de ellos ha transcurrido en un medio divulgativo sobre la educación, «Cuadernos de Pedagogía». El segundo autor dispone de una trayectoria en la que se observa su preocupación por las conexiones entre la escuela y la sociedad, así como por los estudios en el ámbito de la opinión pública sobre la educación.

El encuentro entre el mundo de los medios de comunicación y el de la educación no ha sido nunca sencillo. En tanto los medios suelen buscar lo novedoso, lo extraordinario, lo llamativo, la imagen sencilla que resume una idea («el hombre que muerde al perro»), las escuelas se mueven en el mundo de la cotidianidad rutinaria, con modificaciones muy pausadas y, en consecuencia, de lo poco noticiable. Será quizás por esto que no abundan las noticias sobre la educación en los diarios ni en los noticiarios de televisión, o que las referencias de los medios a este importante ámbito de la vida cultural y social se dediquen más a aspectos periféricos y anecdóticos que a cuestiones de fondo del interior de las instituciones escolares.

La educación y su representación en los medios da un repaso a los principales contenidos y formas de presentar las informaciones, en periódicos y otros medios de comunicación, sobre el mundo de la escuela, llegando a la conclusión de que construyen una interpretación de éste bastante homogénea, llena de tópicos, noticias negativas y alarmistas –que son las que más venden– y obviando la contextualización y complejidad de lo que sucede en las aulas o de las innovaciones que se producen en el sistema educativo. De esta forma, se analizan aspectos tales como la selección de aquellos acontecimientos que se consideran noticias –generalmente «son noticias las malas noticias»–, el perfil de los articulistas y tertulianos –procedentes en su inmensa mayoría de medios universitarios y cuyos únicos conocimientos sobre el mundo escolar se basan en las experiencias propias que tuvieron en su infancia–, y sobre todo, en qué medida las posiciones políticas de los medios de comunicación se proyectan en los grandes debates sobre las reformas educativas.

LIBROS

♦ Francisco J. Encinas García

La Red ha provocado un cambio sociocultural en las prácticas comunicativas. Durante milenios, la comunicación era un círculo cerrado, vinculante y estático. De forma muy acelerada, este círculo se ha roto abriéndose. Los individuos comparten ahora espacios con desconocidos, la sociedad se hace cada vez más dinámica y cambiante. La «comunicación» ha iniciado un proceso de metamorfosis para llegar a significar «transmisión». La aparición de un nuevo y rico léxico repleto de términos nos indica una nueva realidad que hemos de hacer nuestra, imágenes y metáforas que determinan una forma de vivir, nuestra relación en torno a lo que a ellas se está definiendo. Se plantean cuestiones tales como, por ejemplo, qué realidades simbólicas se están tejiendo en torno a las nuevas tecnologías de la comunicación. Estas realidades se instalan en lo cognitivo, lo vivencial y experimental,

lo pragmático, lo emocional, pasional y lo sensorial. El autor se fija en fenómenos de todo tipo en los que se implica al cuerpo, los sentidos, la mente o las relaciones sociales. La cuestión básica es desentrañar los universos míticos y los rituales que se están configurando en torno a las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Todo esto dota de sentido a nuestras nuevas formas de vidas rescatándolas de la sima a la que nos asomamos.

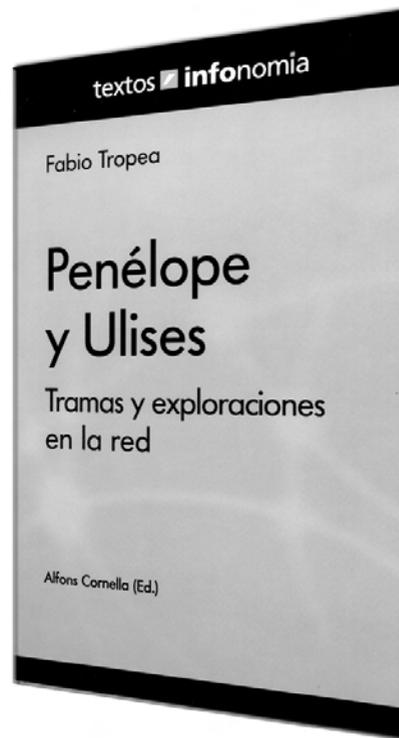
Mérito importante del autor es la denuncia, unas veces implícita y otra explícita, de que un acercamiento a la realidad configurada por las nuevas tecnologías (desatendiendo su dimensión simbólica, mítica y ritual) es un acercamiento que, bajo la falsa apariencia del cientificismo y objetivismo, la mutúa y traiciona.

La obra, de temática heterogénea, se organiza en 59 sugerentes artículos breves llenos de imágenes y analogías que

nos llevan a la sorpresa y comprensión, reflexiones fragmentarias y puntuales que, de manera incisiva y brillante, iluminan parcelas de realidad, tienen su raíz teórica y metodológica en la semiótica. Presenta también fuerte influencia antropológica y sociológica al centrar su estudio en la vida cotidiana.

La metáfora del título tiene un estímulo generador, aventuras y exploraciones que todo internauta ha tenido y tiene que vivir cuando se conecta y actúa en la Red de redes, nuevos magos on line que proporcionan ayuda y soluciones, espléndidas mansiones y palacios que se convierten en laberintos tortuosos, sirenas que nos atraen, islas y continentes fabulosos y utópicos en los que sumergirse. Las amenazas y peligros al exponernos a virus o espías, hacen que el pánico se adueñe de nosotros cuando éstos quieren tomar posesión de nuestro ordenador.

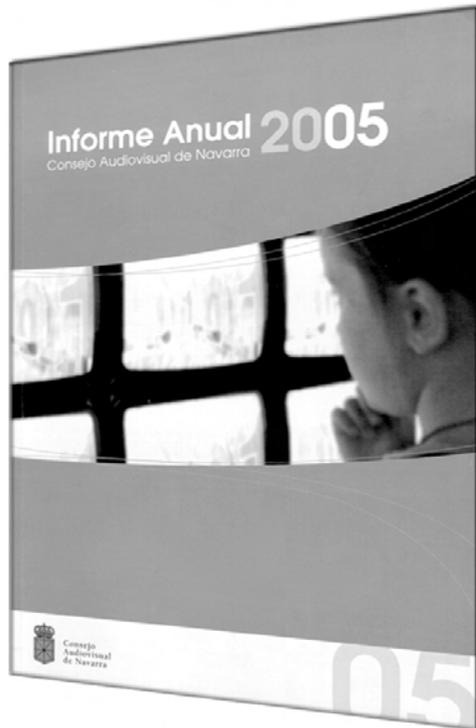
«Ulises y Penélope», solventando con éxito cada uno de los retos que se le iban presentado y que con astucia resolvían, nos muestran el camino a seguir cuando los mensajes que se muestran a los internautas que se conectan a la Red de redes se tornan cada vez más complejos y los obstáculos parecen insalvables, experiencias de acción y estrategias apropiadas que nos hacen poder sortearlos aprendiendo a manejar las herramientas dominándolas con efectividad y proporcionándonos soluciones efectivas y creativas. Internet obra el gran milagro de reunir sincréticamente dos innovaciones tecnológicas fundamentales: del texto al hipertexto y del espacio al ciberespacio. Nos da la oportunidad de tomar la iniciativa sobre qué escuchar y visitar, realizar una libre y placentera excursión a terreno abierto. Viajes, libros e Internet, por tanto, se viven y se alimentan de la «Aventura del saber» compartiendo muchos rasgos simbólicos en esta nueva economía del conocimiento.



Penélope y Ulises: tramas y exploraciones en la Red;
Fabio Tropea; Barcelona, 2005; 246 págs.

LIBROS

♦ M^a Dolores Degrado Godoy



Informe Anual 2005; Consejo Audiovisual de Navarra; Pamplona, 2006; 127 págs.

vicio de televisión de calidad que responda plenamente a sus necesidades e intereses. En cuanto al sector radiofónico, el «Informe Anual 2005» ha pretendido esclarecer el confuso y fragmentado panorama legal que afecta a la radio en general, aportando además una gran cantidad de datos relativos a la propiedad y a la programación emitida por las emisoras que operan en Navarra. Toda esta información dibuja un paisaje muy representativo del grado de pluralidad y el tipo de contenidos que se difunden en Navarra en la actualidad. En este sentido, hay que señalar que, en los próximos años, el sector de la radio-difusión va a experimentar un cambio sustancial porque es presumible que el gobierno central modifique el Plan Técnico Nacional de FM, incrementando en gran medida el número de frecuencias disponibles en las Comunidades Autónomas. Sin duda, el Consejo Audiovisual de Navarra estará pendiente de estas reformas para garantizar los derechos de los usuarios y velar por la transparencia y la pluralidad de los medios radiofónicos en Navarra.

En definitiva, como se demuestra con este Informe, el Consejo Audiovisual de Navarra afronta con ilusión estos años próximos llenos de retos, en los que se espera poder contribuir positivamente al desarrollo de un sector social, tan importante para la ciudadanía como es el de los medios de comunicación. Este Informe es una interesante evaluación y análisis sobre los medios de comunicación en Navarra y puede servir de referencia para otros estudios que pudieran llevarse a cabo en otras Comunidades.

Como cada año, el Consejo Audiovisual de Navarra presenta ante el Parlamento de Navarra un informe Anual que, en esta ocasión, da cuenta de las actividades realizadas por el Consejo y de las principales novedades acaecidas en torno al sector audiovisual navarro a lo largo del año 2005. Es un informe-texto, que atestigua cómo la labor del Consejo, ha continuado profundizando y consolidándose entre operadores, las instituciones y los ciudadanos de Navarra, y por otro lado, plantea las principales bases con las que se pretende afrontar los próximos años, en la misma línea de progreso y proyección. Respecto a las principales novedades del sector, en este «Informe Anual 2005» se ha querido presentar una completa panorámica sobre los sectores televisivos y radiofónicos forales, para comprender las circunstancias pasadas y la situación actual de los medios de comunicación social en Navarra. En cuanto al sector televisivo, los datos y las conclusiones que arroja la panorámica pretende convertirse en un llamamiento, dirigido tanto a los operadores como a las administraciones públicas autonómicas, para que se procure activamente el desarrollo y la estabilidad del modelo de televisión de proximidad que se ha elegido para Navarra. A diferencia de otras Comunidades Autónomas, Navarra ha optado por disponer únicamente de un modelo de gestión indirecta del servicio de televisión digital a través de concesiones, sistema que implica un menor gasto presupuestario del que entrañaría una televisión

pública autonómica, pero que no por ello está exento de necesitar apoyo y atención para su correcta implantación. Éste es un camino que el Consejo Audiovisual de Navarra se compromete a recorrer para garantizar que los ciudadanos de Navarra dispongan de un ser-

PRIMERAS NOTICIAS

El Periódico Juvenil



50 años de televisión en España



COMUNICACIÓN Y PEDAGOGÍA

La revista «Comunicación y Pedagogía» pone a su alcance materiales, recursos pedagógicos y las opiniones y experiencias más destacadas en relación con la aplicación de Internet, la informática y los medios de comunicación en el aula.

MAKING OF

«Making Of», Cuadernos de Cine y Educación ofrece a los lectores amplia información sobre acontecimientos relacionados con la aplicación del cine en las actividades de enseñanza-aprendizaje. Además, incluye, en todos sus números, el coleccionable curso de cine y una guía didáctica sobre una película específica.

REVISTA DE LITERATURA

La revista «Primeras Noticias de Literatura» recoge en sus páginas novedades editoriales, experiencias, información sobre todo lo que acontece en el mundo del libro infantil y juvenil y la animación a la lectura.



PUBLICACIONES DEL CENTRO DE COMUNICACIÓN Y PEDAGOGÍA

CC&P

CENTRO DE COMUNICACIÓN Y PEDAGOGÍA

www.educared.net www.prensajuvenil.org

Información: Tel. 93 207 50 52. E-mail: info@comunicacionypedagogia.com

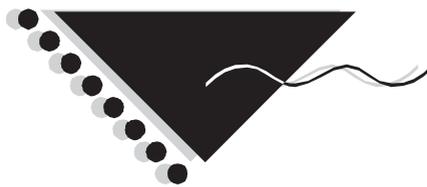


Revista Científica Iberoamericana
de Educación y Comunicación

Comunicar Digital 1-25

Comunicar Digital 1-25

Más de 900 artículos y trabajos de expertos de todo el mundo
Revista científica iberoamericana de Comunicación y Educación
www.grupocomunicar.com / www.revistacomunicar.com



Comunicar

Próximos títulos (Next titles)

Temas monográficos en proyecto



COMUNICAR 30

Audiencias y pantallas: aportaciones desde América

Coordinación: Dr. Guillermo Orozco. Universidad Iberoamericana de Guadalajara (México)



COMUNICAR 31

Educación la mirada. Propuestas para aprender a ver la TV

Coordinación: Dr. José Ignacio Aguaded. Universidad de Huelva y
Miguel Ángel Ortiz Sobrino (IORTV-RTVE) (España)



COMUNICAR 32

Software libre: hacia una nueva sociedad hiperconectada y participativa

Coordinación: Dr. Jordi Adell. Universitat Jaume I de Castellón (España)

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 en página 4).



Si te interesa
la comunicación
en educación

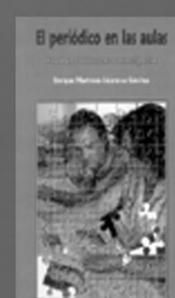


www.grupocomunicar.com

Publicaciones, investigaciones, materiales didácticos,
guías curriculares, campañas informativas, murales,
actividades de formación, variadas colecciones de textos, talleres...

Un sinfín de recursos y propuestas para integrar de forma crítica y
plural los medios de comunicación en la enseñanza

¿Te apuntas?



BOLETÍN DE PEDIDO DE PUBLICACIONES

Nombre o Centro

DomicilioPoblación

CódigoProvinciaTeléfono

Persona de contacto (para centros)

FechaCorreo electrónico

CIF (sólo para facturación) Firma o sello:

Formas de pago y sistemas de envío

España:

- Talón nominativo adjunto al pedido a favor de Grupo Comunicar (sin gastos de envío)
- Transferencia bancaria o/c 2098 0101 84 0135930218 (Adjuntar justificante) (sin gastos de envío)
- Tarjeta de crédito VISA. Fecha caducidad [][] Número [][][][] [][][][] [][][][]
- Domiciliación bancaria (cumplimentar boletín inferior) (sin gastos de envío)

Extranjero:

- Talón adjunto al pedido (se añadirán 12,00 € por gastos de envío vía terrestre y 30,00 € vía aérea)
- Tarjeta VISA Fecha caducidad [][] Número [][][][] [][][][] [][][][] (agregar 12,00 € de gastos de envío: vía terrestre) (agregar 30,00 € para envío aéreo)

Sistema de envío: Los servicios se tramitan por vía postal ordinaria (tarifa editorial).

- Opción envío urgente (24/48 horas) (sólo en España) (Agregar 12,00 € adicionales al pedido)

Boletín de domiciliación bancaria para suscripciones

Exclusivamente para suscripciones en el territorio estatal (España) para períodos bianuales (cuatro números).

Nombre o Centro

Banco o Caja

Calle/PlazaPoblaciónProvincia

Código Cuenta Cliente: Entidad [][][][] Oficina [][][][] DC [][] Cuenta [][][][][][][][][][][][][]

Firma del titular y sello (en caso de empresas o instituciones)

Señor Director, le ruego atiendan con cargo a mi cuenta/libreta y hasta nueva orden, los recibos que le presentará el Grupo Comunicar para el pago de la suscripción a la revista «COMUNICAR».

En tiempo de comunicación...

Comunicar

Un foro de reflexión para la comunicación y la educación

www.revistacomunicar.com e-mail: info@grupocomunicar.com

Publicaciones



Grupo Comunicar Ediciones

Relación de colecciones, títulos y precios

REVISTA CIENTÍFICA «COMUNICAR»

- Suscripción bianual institucional (nº 30, 31, 32 y 33) 65,00 €
- Suscripción bianual personal (nº 30, 31, 32 y 33) 50,00 €
- Suscripción anual institucional (nº 30 y 31) 40,00 €
- Suscripción anual personal (nº 30 y 31) 30,00 €
- Comunicar 01: Aprender con los medios 13,00 €
- Comunicar 02: Comunicar en el aula 13,00 €
- Comunicar 03: Imágenes y sonidos en el aula 13,00 €
- Comunicar 04: Leer los medios en el aula 13,00 €
- Comunicar 05: Publicidad, ¿cómo la vemos? 13,00 €
- Comunicar 06: La televisión en las aulas 13,00 €
- Comunicar 07: ¿Qué vemos?, ¿qué consumimos? 14,00 €
- Comunicar 08: La educación en comunicación 14,00 €
- Comunicar 09: Valores y comunicación 14,00 €
- Comunicar 10: Familia, escuela y comunicación 14,00 €
- Comunicar 11: El cine en las aulas 14,00 €
- Comunicar 12: Estereotipos y comunicación 14,00 €
- Comunicar 13: Comunicación y democracia 15,00 €
- Comunicar 14: La comunicación humana 15,00 €
- Comunicar 15: Comunicación y solidaridad 15,00 €
- Comunicar 16: Comunicación y desarrollo 16,00 €
- Comunicar 17: Nuevos lenguajes de comunicación 16,00 €
- Comunicar 18: Descubrir los medios 16,00 €
- Comunicar 19: Comunicación y ciencia 16,00 €
- Comunicar 20: Orientación y comunicación 16,00 €
- Comunicar 21: Tecnologías y comunicación 16,00 €
- Comunicar 22: Edu-comunicación 16,00 €
- Comunicar 23: Música y comunicación 16,00 €
- Comunicar 24: Comunicación y currículum 16,00 €
- Comunicar 25: TV de calidad 20,00 €
- Comunicar 26: Comunicación y salud 20,00 €
- Comunicar 27: Modas y comunicación 20,00 €
- Comunicar 28: Educación y comunicación en Europa 20,00 €
- Comunicar 29: La enseñanza del cine 20,00 €

COLECCIÓN «EDICIONES DIGITALES»

- Comunicar 1/25 (textos íntegros de 25 números) 40,00 €
- Luces en el laberinto audiovisual (e-book) 16,00 €
- La televisión que queremos... (e-book) 16,00 €
- Televisión y multimedia (Master TV Ed.) (e-book) 10,00 €

COLECCIÓN «GUÍAS CURRICULARES»

- Descubriendo la caja mágica. Aprendemos TV 16,00 €
- Descubriendo la caja mágica. Enseñamos TV 16,00 €
- Aprendamos a consumir mensajes. Cuaderno 16,00 €

- Escuchamos, hablamos... con los medios (Cuaderno) 18,00 €
- Escuchamos, hablamos... con los medios (Guía) 15,00 €

COLECCIÓN «AULA MEDIA»

- La mujer invisible. Lectura de mensajes publicitarios 14,00 €
- Televisión y telespectadores 15,00 €
- Aprender con el cine. Aprender de película 20,00 €
- Comprender y disfrutar el cine 16,00 €
- Geohistoria.net 16,00 €
- El periodista moral 19,00 €

MONOGRAFÍAS «AULA DE COMUNICACIÓN»

- Comunicación audiovisual 14,00 €
- Juega con la imagen. Imagina juegos 14,00 €
- El universo de papel. Trabajamos con el periódico 14,00 €
- El periódico en las aulas 14,00 €

COLECCIÓN «MEMORIAS DE INVESTIGACIÓN»

- La televisión y los escolares onubenses 22,00 €
- Infoescuela 22,00 €
- Internet y los jóvenes 22,00 €

COLECCIÓN «PRENSA Y EDUCACIÓN»

- II Congreso andaluz «Prensa y Educación» 15,00 €
- Profesores dinamizadores de prensa 15,00 €
- Medios audiovisuales para profesores 16,00 €
- Enseñar y aprender con prensa, radio y TV 17,50 €
- Cómo enseñar y aprender la actualidad 15,00 €
- Enseñar y aprender la actualidad con los medios 15,00 €
- Luces en el laberinto audiovisual (Actas) 16,00 €

COLECCIÓN «EDUCACIÓN Y MEDIOS»

- Publicidad y educación 13,00 €
- Aulas en la pantalla 16,00 €
- Atención educativa a ciegos y deficientes visuales 13,00 €

COLECCIÓN «LA COMUNICACIÓN HUMANA»

- El puntero de don Honorato 14,00 €
- Historietas de la comunicación 20,00 €

COMICS INTERCULTURALES «VALORI COMUNI»

- Kit de 5 cómics y guía didáctica 45,00 €

MURALES «PRENSA ESCUELA» Gratis

- Importe del pedido
- Gastos de envío
- Importe total



Apdo. Correos 527
21080 Huelva (España)



e-mail
info@grupocomunicar.com



Formulario electrónico
www.revista.comunicar.com



Teléfono
(00-34) 959 248380



Fax
(00-34) 959 248380

Comunicar[©]

Criterios de Calidad (Quality criteria)

© COMUNICAR es

- Miembro de la Asociación de Editores de Andalucía (AEA)
- Miembro de la Asociación de Revistas Culturales de España (ARCE)
- Socio del Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO)
- Miembro de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura
- Registrado en la Oficina de Patentes y Marcas con el código 1806709

Criterios de impacto de edición en «Comunicar» (Edition impact criteria in Comunicar):

Normas de publicación

Resumen de las normas de «COMUNICAR» en página 4. Normas extensivas y de estilo en www.revistacomunicar.com.

Criterios de calidad informativa de la revista como medio de comunicación científica

1. «COMUNICAR» cuenta con un Comité Editorial formado 50 expertos, 28 de los cuales son investigadores internacionales (16 países), 14 de universidades españolas y 5 de medios de comunicación. Del total, 35 de ellos son doctores universitarios. Todos los miembros pertenecen a instituciones universitarias de educación superior, centros de investigación de excelencia y medios de comunicación prestigiosos.
2. «COMUNICAR» ofrece instrucciones detalladas a los autores que publican con sus créditos de referencia, centros de trabajo y correos electrónicos de localización.
3. «COMUNICAR» informa a sus colaboradores sobre el proceso de evaluación y selección de manuscritos, incluyendo los criterios, procedimiento y plan de revisión de los revisores o jueces.
4. «COMUNICAR» ofrece en inglés los títulos, abstracts (resúmenes) y key words (palabras clave) de todos sus artículos.

Criterios sobre la calidad del proceso editorial

5. «COMUNICAR» mantiene su edición de números con una rigurosa periodicidad desde su nacimiento en 1993. En 15 años se han editado 29 títulos de manera totalmente regular (en los meses de marzo y octubre, meridianos de los semestres). Mantiene, a su vez, una estricta homogeneidad en su línea editorial y en la temática de la publicación.
6. Todos los trabajos editados en «COMUNICAR» se someten a evaluaciones previas por expertos del Consejo Editorial, investigadores independientes.
7. Las colaboraciones revisadas en «COMUNICAR» están sometidas, como mínimo requisito, al sistema de evaluación ciega por pares, que garantiza el anonimato en la revisión de los manuscritos. En caso de discrepancia entre los evaluadores, se acude a nuevas revisiones que determinen la viabilidad de la posible edición de las colaboraciones.
8. «COMUNICAR» notifica de forma motivada la decisión editorial que incluye las razones para la aceptación, revisión o rechazo de los manuscritos, así como los dictámenes emitidos por los expertos externos.
9. «COMUNICAR» cuenta en su organigrama con un Consejo Editorial, Consejo Científico y Consejo Técnico, además de la Dirección, Subdirección, Secretaría, Centro de Diseño y Gestión Comercial.
10. El Consejo Editorial de «COMUNICAR» está formado por profesionales e investigadores de reconocida solvencia y prestigio, sin vinculación institucional, ni con la revista ni con la editorial, marcando la evaluación y auditoría de la revista.

Criterios sobre la calidad científica de la revista

11. Los artículos que se editan en «COMUNICAR» están orientados básicamente al progreso de la ciencia en el ámbito de la «edu-comunicación» y se dedican básicamente a trabajos que comuniquen resultados de investigación originales.
12. Los trabajos publicados en «COMUNICAR» acogen aportaciones variadas de expertos e investigadores de todo el mundo, velándose rigurosamente en evitar la endogamia editorial, especialmente de aquéllos que son miembros de la organización y de sus consejos.

Información estadística

Número de trabajos recibidos para este número: 42

Número de trabajos aceptados publicados en este número: 24 (57%)

Países implicados en los trabajos de este número: 4

Comunidades Autónomas (España) implicadas en este número: 7

Número de indizaciones en bases de datos internacionales especializadas (ver en contraportada): 31