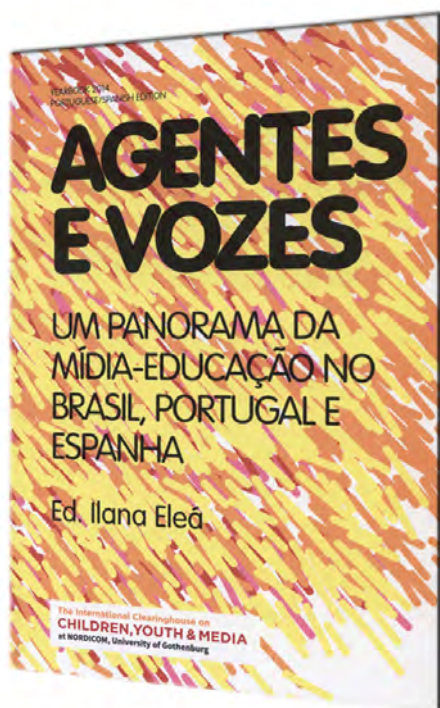


LIBROS

▼ María-Mar Rodríguez-Rosell



Agentes e Vozes. Um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha; Iliana Eleá (Ed.); Suecia, Nordicom, University of Gothenburg, 2014; 292 págs.

que entendió que estas lenguas, idiomas oficiales de más de una treintena de países de América Latina, África y Europa, fomentaría la visibilidad de las investigaciones e ideas entre países, y contribuiría al fortalecimiento de las redes internacionales. Algunas de las personalidades más relevantes en el mundo científico y de la investigación de la alfabetización mediática, han participado en este volumen que aúna enriquecedoras perspectivas, como la puramente política, que intenta explicar de forma objetiva cuáles son los planes desarrollados por diferentes gobiernos o instituciones. Así lo expresan Fantin o Bujokas de Siqueira, para el caso de Brasil; Reia-Baptista o Pinto para el caso portugués; o Aguaded, Delgado, Pérez-Tomero, Pi, García-Ruiz o Gozávez-Pérez, para España. Además de este apartado que se desarrolla bajo el epígrafe de «Educación en medios: políticas públicas, propuestas curriculares y formación de profesores», la obra se completa con otros dos grandes bloques para cada uno de los países implicados que conforman el objeto de estudio: «Niños, jóvenes y medios de comunicación» y «Panorama de prácticas». Resulta especialmente interesante la lectura detallada de las experiencias que comparten los investigadores, y que destacan —en muchos casos— la incorporación de nuevas tecnologías en los procesos de comunicación y socialización en los colegios, institutos o centros universitarios, como la incorporación del medio radiofónico en las escuelas, o aquellas que resaltan la tendencia actual de la utilización de estos medios desde un punto de vista lúdico y de ocio. A través de la lectura de este libro, descubriremos cuáles son las estrategias más destacadas para entender la relación entre núcleos familiares y de enseñanza a la hora de entender los procesos educacionales. Entre sus páginas no encontramos una crítica gratuita de la mala praxis en estos procesos, sino la intención de mostrar las buenas prácticas existentes que persiguen la mejora en la educación mediática, y que ayudan a potenciar este tipo de competencias en pequeños y jóvenes del nuevo panorama digital.

Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías se nos ofrecen como herramientas educativas y de entretenimiento hacia los más pequeños u otros colectivos sociales. Pero esa bonita intención puede desarrollarse de forma incorrecta, si no encontramos sistemas educativos y de formación que permitan a estos grupos proponer críticas constructivas rigurosas, o mensajes que permitan la comprensión sobre la flaqueza de un uso mal entendido. La intención de esta antología no es sino proporcionar una visión plural sobre el uso y educación que sobre los medios de comunicación hacen diferentes colectivos sociales. Los investigadores de tres nacionalidades diferentes (Brasil, Portugal y España) reflexionan y muestran entre las páginas de este libro, algunas de las más destacadas experiencias que se están desarrollando sobre estas cuestiones en estos países. Si bien observamos que los autores utilizan una terminología diferente (educación mediática, educación para los medios, competencia mediática y alfabetización mediática e informacional), el interés final es el mismo. Es cierto que los tres presentan realidades culturales, económicas y educativas diferentes, pero también es verdad que entre los tres pueden encontrarse aspectos comunes en el campo de la educomunicación. El propósito no es provocar una comparación entre naciones, sino mostrar la diversidad educacional de los actores implicados en los diferentes colectivos aludidos en el texto, tan diversos como los jóvenes, los maestros, los niños o los profesores, entre otros. La novedad del volumen radica, entre otras cuestiones, en los idiomas empleados en su edición. Por primera vez se edita desde Nordicom una publicación en castellano y portugués, sin duda alguna, gracias al empeño de la coordinadora científica de «The International Clearinhouse on Children Youth an Media», Iliana Eleá,

LIBROS

Patricia de-Casas ▼

La regulación de los medios de comunicación está en continuo debate en la agenda mediática de los canales públicos, debido a que estos se encuentran en crecimiento dentro del panorama audiovisual brasileño. A pesar de ser un tema complejo, las características de la televisión pueden ser discutidas a partir de los parámetros definidos de forma objetiva para que logren contribuir a mejorar la producción y el consumo audiovisual. Esta obra de Gabriela Borges propone a lo largo de seis capítulos una reflexión sobre las cualidades de la televisión a partir del análisis de los programas del segundo canal de radio y televisión portugués. Además, reafirma la necesidad de mejorar la calidad en televisión, como en cualquier medio de comunicación, a través de los profesionales y especialistas, así como del propio Estado, debido a que todo ciudadano mantiene el derecho de acceso a un buen nivel de comunicación. El primer capítulo, «A problemática da qualidade», presenta los múltiples enfoques encontrados en la problemática sobre la calidad de la televisión. Además, recoge los argumentos necesarios en torno a la regulación de los canales de servicio público portugués. El segundo capítulo, «O segundo canal do serviço público», aborda la regulación del servicio público en Portugal y la historia del canal 2: señalando sus ámbitos de actuación, así como los cambios de RTP2 cuando este comienza a operar con una subvención especial del Estado. El tercer capítulo, «Metodologia de análise de programas de televisão», despliega una metodología de análisis de programas de televisión desarrollado para evaluar la muestra seleccionada de las parrillas de programación en vigor durante la emisión del canal 2: El objetivo de este trabajo consiste en proponer una discusión sobre el análisis de las múltiples cualidades del sector audiovisual.

El cuarto capítulo, «Análise dos programas», analiza una muestra de veintidós programas de televisión exhibidos en el Canal 2: de variedad temática (social, entretenimiento, educación, infantil, periodísticos, etc.) en un período que comprende desde febrero de 2006 hasta abril de 2007. En este sentido, se realiza un análisis detallado que permite establecer unas conclusiones críticas de los formatos audiovisuales. El quinto capítulo, «Os produtores de conteúdos da 2», examina el punto de vista de los profesionales que producen los programas del canal 2: se entrevistan a los productores de contenido de diferentes programas (Biosfera, Nós, Consigo, Clube dos Jornalistas, Kulto, Pica, Diário de Sofia, ESEC-TV e 3810-UA) atendiendo a las temáticas, cualidades, contenidos, público, servicio público y asociación con el fin de señalar la práctica de estos frente al modo de trabajar la televisión. El sexto capítulo, «O consumo e a literacia mediática», establece la relación entre el consumo, el alfabetismo mediático y las cualidades del medio informativo, en este caso de la televisión. Durante los estudios realizados en esta investigación es posible percibir que el proceso de consumo no debería ser ignorado cuando se discute sobre las cualidades de televisión, debido a la estrecha vinculación que mantiene con las condiciones de producción y el producto en sí. Gabriela Borges a lo largo de esta obra nos habla del concepto de calidad y la deconstrucción sobre los gustos audiovisuales. Asimismo, nos hace reflexionar sobre la eficacia de la televisión pública portuguesa a través de los múltiples programas seleccionados, obligándonos a construir una nueva perspectiva sobre la calidad audiovisual.



Qualidade na TV pública portuguesa. Análise dos programas do Canal 2; Gabriela Borges; Ed. UFJF; 262 págs.

LIBROS

▼ Patricia de-Casas



La pantalla infinita. Manual contra el analfabetismo mediático;
Ramón Breu; Barcelona, Octaedro; 190 págs.

La proliferación física de las pantallas ha transformado de forma radical los hábitos de las personas, convirtiéndose en un instrumento indispensable y de interés para el consumidor. Las horas que dedicamos a la televisión han generado un nuevo lenguaje, un nuevo consumo y una nueva cultura de masas. Existen actividades mucho más enriquecedoras a las que dedicamos menos tiempo; sin embargo, la televisión se ha convertido en el medio social por excelencia. En esta investigación Ramón Breu establece un claro símil entre su vida cotidiana y la actividad desempeñada por Marta, una profesora de secundaria, que nos permitirá acceder a sus clases para que podamos observar cómo habla con sus alumnos de los medios de comunicación y cómo trabaja para luchar contra el analfabetismo mediático. En esta actividad, la profesora ha intentado conservar la naturalidad y espontaneidad de los alumnos a la hora de hablar sobre televisión o internet, recreando las palabras y vivencias de los escolares. El primer capítulo, «Hablar, pensar y debatir los medios de comunicación en clase», sitúa a los alumnos como los grandes protagonistas de la obra. La metodología y estructura de este relato pretende sugerir el modo más práctico para hablar y trabajar con los medios en el aula. Actualmente, el grado de interactividad es mayor debido a la información que perciben los jóvenes por los múltiples canales de comunicación. De este modo, en relación al marco teórico, es necesario iniciar una aproximación a la historia de la televisión y conocer el gusto por este instrumento socializador, los hábitos de la audiencia, así como ahondar en el funcionamiento de las nuevas pantallas a través de internet. En el segundo capítulo, «Actividades de gimnasia... crítica sobre los medios de comunicación», encontraremos un conjunto de actividades, prácticas y competencias para transportar al aula y comenzar a educar en comunicación, para educar en las pantallas. Marta trabajará con los alumnos atendiendo a los valores y contravalores de los medios informativos seleccionados, así como a los múltiples géneros informativos que pueden encontrar en un canal de televisión. Además, se realizarán actividades relacionadas con el ordenador a través de la red y las buenas prácticas en el uso del abanico de redes sociales que existen actualmente. Sin duda, existe la clara necesidad de establecer una visión crítica sobre los medios de comunicación en el aula (televisión, internet y redes sociales). A pesar que tres de las ocho competencias básicas de los escolares están encaminadas a la educación en comunicación (la competencia en comunicación lingüística, el tratamiento de la información y competencia digital, y la autonomía e iniciativas personales), existen pocas propuestas de reflexión para conseguir educar en esta dirección. Los medios de comunicación deben ser considerados como instrumentos pedagógicos tan importantes como los libros. Por lo tanto, el gran reto es que en la escuela se entienda que lo más importante no son las habilidades tecnológicas, sino educar el pensamiento crítico de los alumnos. Es un hecho que después de más de cien años de imágenes audiovisuales, nuestra sociedad no ha conseguido normalizar en la alfabetización. Por lo tanto, es indispensable tener en cuenta estas preguntas: ¿por qué en plena sociedad de la información no hemos podido articular la educación en comunicación en la escuela obligatoria?, ¿por qué no hemos podido formar aún una sola generación de niños y niñas libres e ilustrados en la comunicación? A través de ellas, Ramón Breu reflexiona sobre cómo están evolucionando los medios de comunicación en la educación de la población más joven de la sociedad.

LIBROS

Ángel Mojarro-Allaño ▼

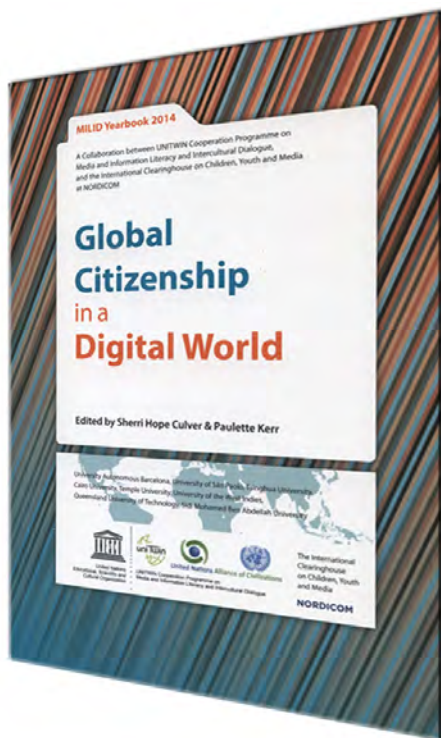
La obra que se describe se centra en los aspectos más trascendentes que se desprenden de la violencia frecuentemente inmersa en los mensajes que inundan a diario nuestra parrilla televisiva. Desde las primeras páginas, los autores hacen un recorrido, de manera general, por las implicaciones éticas y sociales que tienen para la ciudadanía los discursos neotelevisivos que fomentan los conflictos entre iguales y agravan situaciones de miedo y poder de los productores de contenidos, que son una minoría, sobre los consumidores, que podría ser la mayor parte de la población. Como se apunta durante el transcurso del libro, y tras comprobarlo de manera empírica a través de numerosas investigaciones, la influencia que ejercen los mensajes mediáticos emitidos por las distintas televisiones da lugar a la aparición de estereotipos que condicionan la forma de pensar de cada individuo, fenómeno que se ve acentuado cada vez más con la enorme proliferación de productos tecnológicos y digitales que lo facilitan. En este recorrido, se detallan las connotaciones asociadas a la concepción de los mensajes televisivos bajo el prisma del crimen y el miedo, originada justo en el mismo tiempo que la aparición de la radio, y constituyendo en sí una teoría de la comunicación extrapolable también al ámbito cinematográfico. Así, se ponen de manifiesto las pocas herramientas con las que cuenta la audiencia para hacer una distinción objetiva entre la realidad y la ficción, debido en gran parte a la vasta tipología de géneros que hoy en día están accesibles a todos los públicos, una brecha epistemológica a la hora de decodificar cualquier tipo de información que se agrava en los más jóvenes. En materia legislativa, lo que antes suponía una sobreprotección del público infantil frente a la violencia en los medios, ahora, se ha transformado en una concepción más autónoma y tipificada al amparo de las directrices emitidas tras la convención de Ginebra: según ellas, la familia ha de asumir un rol de apoyo y ayuda en el desarrollo personal de los niños y adolescentes cuando se enfrentan a cualquier tipo de información que emana de cualquier cadena de televisión. En el último capítulo se presenta el proyecto de investigación INVIOTEL, enfocado a conocer y analizar las percepciones que tienen los niños y adolescentes sobre los conflictos producidos desde 2006 a 2008 en nuestro país y que han sido narrados por los servicios informativos. Entre los hallazgos más destacados están la falta de compañía adulta en el consumo de televisión por parte de los menores, la conciencia generalizada entre estos de la influencia negativa de los mensajes violentos a los que tienen acceso y la capacidad que demuestran los más jóvenes para distinguir todos los tipos de violencia que puedan existir, no solo la física. La conclusión que se extrae de esta publicación se narra basándose en la enorme influencia sobre la violencia que tienen los mensajes emitidos en televisión debido, sobre todo, a que se aprovechan del poco esfuerzo intelectual que es necesario realizar para «consumirlos», y, en definitiva, la facilidad que tienen las cadenas de televisión para imponerlos a una audiencia que se encuentra en un estado de relajación mental. La convergencia pluridisciplinar desde la que ha nacido este manuscrito es factor crucial de un valor añadido incalculable, ya que los autores no provienen únicamente del ámbito de la comunicación, sino que también tienen presente otras ramas de conocimiento como la criminología, las ciencias económicas, la pedagogía y la sociología.



La violencia en la mirada: conflicto, infancia y televisión; Jordi Busquets, Sue Aran, Francesc Barata, Pilar Medina, Silvia Morón y Rosa Munté; España, Documentos de Estudio, 2014; 169 págs.

LIBROS

▼ Ángel Mojarro-Aliaño



MILID: Global Citizenship in a Digital World; S. Hope & P. Kerr; Suecia, UNITWIN, Clearinghouse on Children, Youth and Media, Nordicom, University of Gothenburg, 2014; 404 págs.

nuevas tecnologías de la información y la comunicación respecto de la conciencia cívica universal, constituyendo ambas un poderoso vehículo para la educación en valores de la juventud de cualquier parte del mundo; este es un escenario que se ha visto respaldado, al menos en cierta medida, por el auge de las redes de contacto que no entienden de barreras espacio-temporales. El tercer bloque lleva por título «Youth engagement», y en él se exponen cinco investigaciones independientes en las que los autores se adentran en el compromiso oculto en la expansión de plataformas virtuales de trabajo colaborativo, incidiendo en cómo lo local y lo global se pueden enriquecer entre sí en favor de la dimensión social. La cuarta parte, «Education & Educators' changing role», indaga en las necesidades y desafíos a los que se enfrentan diariamente los profesionales del ámbito de la enseñanza cuando tratan de potenciar un consumo crítico de la información que nos llega, sin distinción alguna entre educación formal e informal. Por último, la sección final, «Media and Information Literacy: a worldwide selection» recoge, a modo de conclusión, algunos de los proyectos desarrollados para mejorar la competencia informativa y mediática, alentando a participar en este proceso a estudiantes, profesores, investigadores, administraciones y gobiernos, elementos clave que pueden garantizar la efectividad del mismo. Las condiciones del entorno social, cultural, económico y técnico son tenidas en cuenta a la hora de la elaboración de las distintas actividades y propuestas que se plantean, ya que marcan ciertas necesidades que, obligatoriamente, deben ser consideradas. La obra constituye un compendio de investigaciones en las que participan expertos internacionales pluridisciplinarios y esboza, a grandes rasgos, las líneas de actuación existentes en los cinco continentes, lo que le otorga un plus de utilidad para poner en práctica futuras propuestas orientadas a la mejora del nivel de competencia mediática entre los individuos de cualquier sociedad.

El presente libro constituye una recopilación de artículos provenientes de todas las partes del mundo que ya han sido publicados, todos ellos perfectamente ensamblados bajo una misma temática, la ciudadanía global. Bajo numerosas y enriquecedoras perspectivas, esta publicación, en la que han participado numerosas universidades de contrastado prestigio, así como la UNESCO, aportan cuantiosas soluciones para mejorar la competencia mediática y el diálogo intercultural apoyándose en diversas investigaciones llevadas a cabo por distintos expertos, todos ellos investigadores y profesionales de la materia procedentes de distintos puntos de la tierra, como China, Egipto, Senegal, Marruecos, India, Hong Kong, Australia, Japón o Canadá. Este ejemplar asume cuatro grandes retos, como son el ofrecer nuevas estrategias de actuación, compartir nuevos hallazgos fruto de investigaciones rigurosas a escala internacional, exposición de buenas prácticas para afrontar con éxito todo el proceso de alfabetización digital y aportar nuevas reflexiones derivadas de las nuevas necesidades que surgen con la naturaleza cambiante de nuestra sociedad. La estructura de la obra, de marcado carácter integrador, se divide en cinco partes diferenciadas pero complementarias entre sí: la primera se titula «Global Citizenship», y aunque de manera muy general, recrea estudios de casos desarrollados para dar a conocer mejor las altas cotas a las que puede llegar la globalización, con el objeto de fomentar no solo

el diálogo intercultural sino también la importancia que adquiere la relación entre democracia y medios de comunicación que predomina en aquellos países en vías de desarrollo. La segunda parte, titulada «New media, new approaches», versa sobre el grado de implicación que tienen la competencia mediática y las

LIBROS

Luis-M Romero-Rodríguez ▼

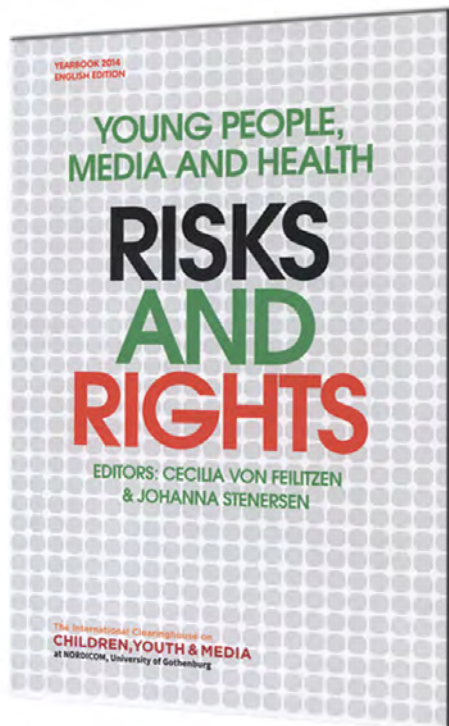
La crisis económica que impacta sobre la sociedad occidental en la actualidad ha marcado un cambio de las percepciones sociales hacia la política, otrora una posición desafectada y anómica de la vida pública ha mutado en constantes movilizaciones de una buena parte de la ciudadanía que demanda y reivindica mayor apertura y participación en la revitalización de visiones comunitarias. La presente obra, que congrega la visión de nueve autores, busca dotar al lector de claves para comprender que las denuncias sociales, además de ser voces de denuncias en contra de un sistema político basado en intereses y un modelo democrático empobrecido, quieren alejarse del concepto de sociedad de masas para tomar un papel activo en los asuntos que les conciernen, sirviendo las tecnologías de comunicación e Información como plataformas para constituir una sociedad en red que propicie la democracia deliberativa. El texto, además, busca arrojar luces sobre la vigencia atemporal del anhelo social para la participación, sobre los medios que servirían de plataformas para implementar una participación más activa del ciudadano frente a las decisiones y los cambios que se podrían conseguir a través de estas propuestas. De esta manera, se inicia la obra con un breve recorrido histórico sobre la concepción de ciudadanía desde sus orígenes, haciendo hincapié en los períodos del Renacimiento y las revoluciones burguesas hasta arribar a la sociedad mediática (pp.21-44), sin abandonar las visiones analíticas y críticas sobre la propaganda como medida de manipulación de la opinión pública y la conformación de la no-ciudadanía característica del manejo social desde la segunda mitad del siglo XX (pp.45-68). Posteriormente se revisa la obra de Walter Lippman, especialmente dos obras claves de su producción como son «Liberty and the News» (1920) y «Public Opinion» (1922), para abordar la discusión sobre la inherente desinformación ciudadana en el marco del ecosistema comunicativo imperante en el siglo pasado y la imposibilidad de conocer la realidad, fuera de la que se construye a partir del discurso de los medios (pp. 69-95). Con el fin de constituir una obra que no solo contribuye al debate, sino que también otorgue luces sobre la nueva concepción de ciudadanía, también se ha incluido un análisis de las tendencias dominantes que han tenido las tecnologías de la información y comunicación sobre la comunicación social, en el marco de una sociedad tendiente al prosumo, deteniéndose en los rasgos antropológicos, psicosociales y sociopolíticos de los nuevos públicos en red (pp. 97-126) y en las nacientes concepciones del «Ciberrealismo» y las «Democracias de código abierto» frente a las hegemónicas, los monopolios y el control informativo (pp. 163-181). Asimismo se repasa la crisis de la ciudadanía global en función del germen de la sociedad deliberativa y el participacionismo, como medios de expresión y organización comunitaria (127-162). La obra culmina analizando el ciberactivismo y la influencia tecnológica en las movilizaciones sociales en España, concentrándose en dos estudios comparativos de casos: los atentados del 11 de marzo de 2004 y el movimiento de indignados del 15M, concluyendo la existencia de dinámicas generadoras de un contrapoder que se opone a la convencionalidad del sistema actual. Por tanto, esta obra nos ofrece una visión de la morfosis del sistema que reclama la ciudadanía y de cómo la sociedad digital puede estar contribuyendo en los cambios del ecosistema informacional y de las interacciones ciudadano-poder, constituyéndose así como una importante referencia por su pluridisciplinariedad, sin abandonar la perspectiva metodológica-académica en el estudio de los medios de comunicación y los indicadores de participación ciudadana en los diversos casos estudiados.



De la democracia de masas a la democracia deliberativa. Hugo Aznar y Jordi Pérez (Eds.); Barcelona, Ariel, 2014; 204 págs.

LIBROS

▼ Margarita García-Candeira



Young People, Media and Health. Risks and Rights; Cecilia von-Feilitzen y Johanna Stenersen (Eds.); Göteborg, Nordicom, University of Göteborg, 2014; 202 págs.

municaciones y Salud, explican que el tiempo dedicado a la televisión es tiempo que se desplaza de otras actividades más dinámicas y plantean la necesidad de saber cuánto tiempo pasan los niños frente a la pantalla. Markus Dworak y Alfred Wiater explican, en el séptimo, que la excesiva exposición mediática puede perturbar el sueño y la memoria de los niños y adolescentes. Finalmente, los dos últimos capítulos de esta sección, a cargo de Susan Linn y de Moniek Buijzen, Esther Rozendaal y Simone M. de Droog respectivamente, vinculan el consumo de comida no saludable al discurso mediático. La segunda sección, centrada en las oportunidades que los medios ofrecen, se abre con un texto en el que Rafael Obregón y Ángela Rojas Martínez definen el concepto de comunicación para el cambio social y su papel en la participación activa de los ciudadanos, en especial de los niños y adolescentes latinoamericanos, en cuestiones sanitarias, a partir de dos estudios hechos en Colombia. En el siguiente, Johanna Stenersen parte de la conexión intrínseca entre salud y género para relatar una experiencia realizada en Nicaragua, en la que mujeres jóvenes discutían sobre su percepción de la salud sexual y reproductiva. El tercer capítulo de esta segunda parte trae un caso de Nepal, descrito por Arving Singhal, que explica el proyecto «Hablando con mi mejor amigo» gracias al que se promovió la conversación honesta sobre temas sanitarios e íntimos. En el cuarto, Susan Goldstein analiza el programa televisivo Soul Budyzz, creado en Sudáfrica y dirigido a niños de entre 8 y 12 años con el objetivo de intervenir socialmente en la formación de una ciudadanía pacífica. Finalmente, en el capítulo noveno, Bu Wei informa sobre la preocupante tasa de violencia dirigida contra niños existente en China y sobre el intento de frenarla a través de la realización de seminarios en los que estos son voz activa.

El libro se presenta como una antología correspondiente al informe anual de 2014 realizado por The International Clearinghouse sobre infancia, juventud y medios, y desarrollado en el centro Nordicom de la Universidad de Gothenburgo. El tema propuesto ha sido, en esta ocasión, el de la salud en la relación de niños y jóvenes con los medios, para examinar las ventajas y los riesgos que estos suponen. El volumen se divide en dos secciones diferenciadas: en la primera, «Uso de los medios y riesgos para la salud», se hace énfasis en los peligros que el discurso mediático encierra y, en la segunda, «El derecho a la participación. Comunicación para el cambio social y sanitario», se focaliza precisamente el potencial positivo que los medios pueden jugar como vehículos de transformación. Dentro de la primera sección, Leslie Haddon y Sonia Livingsstone analizan la condición distintiva de las relaciones virtuales y de las no virtuales en el primer capítulo. En el segundo, Ingrid Paus-Hasebrink y Kasmin Kulterer examinan el uso de los medios por parte de niños de familias socialmente desfavorecidas, centrándose en sus experiencias en Austria. Cecilia von Feilitzen, en el tercero, identifica el gran protagonismo que la violencia tiene en todos los contenidos mediáticos (sean de televisión, videojuegos o internet) y, en el cuarto, Ibrahim Salem estudia cómo la violencia que sufren los niños en Egipto, causada por factores sociopolíticos y económicos, puede verse reforzada por la violencia simbólica inserta en algunos tratamientos mediáticos. En el quinto, Jeanne

Prinsloo examina los efectos de sexualización temprana que los discursos mediáticos operan sobre los niños y reflexiona sobre la disfunción madurativa que esto supone. La obesidad es la cuestión abordada en el sexto capítulo, en el que la Academia Americana de Pediatras, en colaboración con el Consejo sobre Co-

LIBROS

Valeriano Durán-Manso ▼

La forma de construir relatos es un continuo reto en narrativa audiovisual que, unida a la inmediatez que representan los medios digitales, plantea nuevas formas y posibilidades de creación e innovación. El estudio de las narrativas audiovisuales más allá del formato, la reflexión sobre la tecnología como una herramienta necesaria que no debe condicionar el discurso, la consideración de que el receptor tiene un papel clave en el análisis del proceso narrativo, o la necesidad de una alfabetización audiovisual eficaz para los ciudadanos que debe tener su origen en las instituciones educativas son los cuatro pilares principales sobre los que se articula este volumen, coordinado por Ana Sedeño y Virginia Guarinos. El mismo se divide en tres bloques y consta de 17 capítulos procedentes de las investigaciones que fueron ponencias plenarias del primer Congreso Internacional de la Red INAV, Red Iberoamericana de Narrativas Audiovisuales, que se celebró por primera vez en Europa en 2012, con dos sedes, Málaga y Sevilla. En el primero, «Contexto general de la narrativa audiovisual digital», se abordan la conexión existente entre la narrativa estructuralista y la narratología cognitiva, el papel decisivo que ha adquirido el espectador en los medios digitales actuales, la crisis en las estrategias clásicas de credibilidad derivada de la función informativa que desempeñan con fuerza las redes sociales, la imperiosa necesidad de que los ciudadanos adquieran competencia mediática desde la infancia y la adolescencia a través de la educación, y la presencia de la crisis económica en espacios de entretenimiento, docudramáticos y ficcionales televisivos que conectan mejor con el público de masas que los espacios informativos convencionales. Por otra parte, el segundo bloque, «Formatos y relatos», se centra en medios concretos donde el discurso audiovisual tiene un

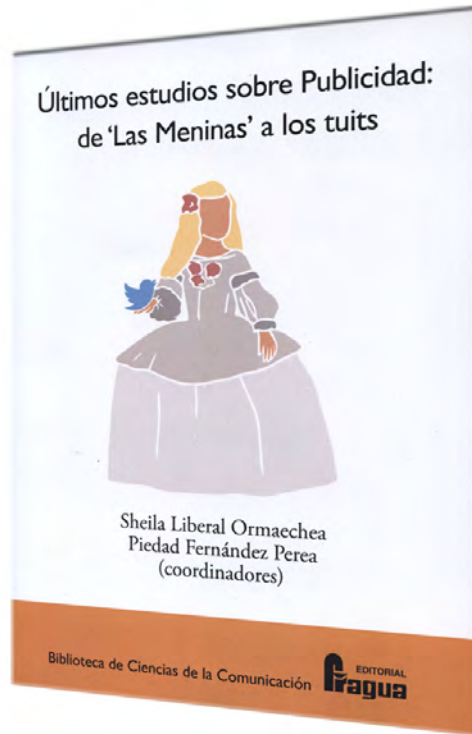
notable e interesante desarrollo y proyección. Este es el caso de los distintos formatos y la multiplicidad de pantallas en los que se expresa en la actualidad, la evolución del tráiler desde la recopilación de escenas de una película para seducir al espectador hasta su independencia del filme al fusionarse con formas propias del videoclip, el making of, o el spot publicitario, la incuestionable presencia del videojuego y la estética de la recepción del mismo, y además, la reciente dimensión del teléfono móvil como medio publicitario en el que el anunciante elige a su público objetivo y lo atiende de forma personalizada. En «Aplicaciones de las narrativas audiovisuales digitales. Casos», se afronta la situación en la que se encuentra este tema en ámbitos concretos. Los cuatro primeros se centran en Latinoamérica y abordan la hibridez narrativa del trabajo del realizador de cine documental brasileño Kiko Goifman, el estado de la investigación audiovisual y la docencia de esta materia en Argentina, la construcción de personajes héroes y villanos como seña de identidad en Colombia e Iberoamérica, y el interés por tratar en el cine mexicano el narcotráfico frente a la hegemonía de Hollywood. Este tercer bloque se completa con una propuesta pedagógica de claro carácter didáctico que consiste en la creación dentro del aula universitaria de guiones en el entorno crossmedia, con un artículo sobre la capacidad de los usuarios para crear mediante las webseries nuevas formas narrativas, una reflexión acerca de la necesidad de adaptar la asignatura de narrativa audiovisual al Espacio Europeo de Educación Superior y su heterogénea presencia en los Grados en Comunicación Audiovisual de las universidades públicas y privadas españolas, y, por último, un estudio sobre la crisis actual que viven las televisiones locales públicas de Andalucía en Internet. Este libro, marcado por la diversidad de planteamientos, enfoques y aristas, resulta muy adecuado y oportuno para conocer y comprender las narrativas audiovisuales digitales pues invita a reflexionar sobre sus múltiples posibilidades en un contexto tan marcado por la inmediatez tecnológica como el actual, dominado por la eclosión de tendencias y formatos, y en continuo cambio.



Narrativas audiovisuales digitales. Convergencia de medios, multiculturalidad y transmedia; Virginia Guarinos y Ana Sedeño (Coords.); Madrid, Fragua, 2013; 414 págs.

LIBROS

▼ Jennifer Rodríguez-López



Últimos estudios sobre Publicidad: de Las Meninas a los tuits; S. Liberal Ormaechea y P. Fernández (Coords.); Madrid, Fragua, 2014; 619 págs.

to publicitario a través de cincuenta y ocho autores expertos en investigación publicitaria procedentes de distintas universidades entre las que destacan la Universidad de Salamanca, Universidad Complutense de Madrid, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad Autónoma de Barcelona y la Universidad de Sevilla, entre muchas otras. Estos analizan distintas parcelas en este ámbito de estudio, reflexionando sobre el uso mercadotécnico de las redes sociales, entendidas como plataformas de la publicidad de nuestros días, así como se analiza la eficacia de los mensajes en campañas concretas y las estrategias comunicativas de instituciones y empresas, enfatizando su semiótica, los mecanismos persuasivos y las reacciones emocionales provocadas en los receptores. Los textos, escritos en castellano a excepción de uno de ellos en portugués, poseen la forma de artículos en los que se respeta la estructura científica (introducción, metodología, resultados) de los mismos, incluyendo el resumen, las palabras clave y su traducción al inglés y las referencias bibliográficas al final de cada uno de ellos. Así, el interés global de los distintos textos es el de analizar una parcela de la publicidad y mostrar la adaptación de los discursos persuasivos a las nuevas realidades sociales y a los nuevos medios tecnológicos existentes en la actualidad. Los artículos estudian la imagen ofrecida desde la publicidad de los objetos de lujo, las prácticas en «branded content», la imagen de marca de los clubes de fútbol españoles, los formatos publicitarios para el periodismo digital, los referentes cinematográficos en las campañas publicitarias, las estrategias de comunicación y autopromoción corporativa, la importancia de las tipografías en la construcción del mensaje, entre otras perspectivas. Se crea un mosaico de realidades publicitarias que permiten al lector obtener una panorámica de la práctica propagandística a nivel nacional y también internacional. Tras el recorrido por los diversos artículos se construye una imagen nítida de la publicidad de nuestros días tras su adaptación a las nuevas tecnologías emergentes.

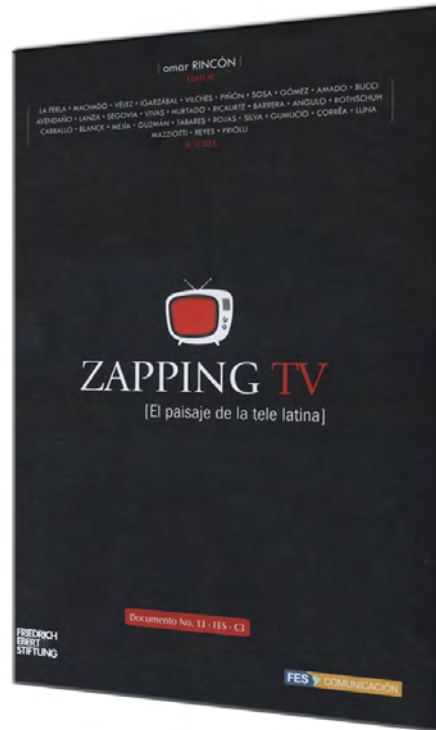
La publicidad forma parte de nuestra iconosfera ya que se encuentra presente en la sociedad de una forma muy activa. En la actualidad, con el desarrollo de la web 2.0 se ha evolucionado hacia las plataformas web como YouTube y las redes sociales, creando mensajes publicitarios más dinámicos que necesitan la interacción del usuario/espectador para llevar a cabo su aparato retórico y persuasivo. Sin embargo, siguen vigentes las formas clásicas de la retórica publicitaria en los anuncios de televisión, la publicidad deportiva y la propaganda política. Este libro es el fruto del V Congreso Internacional de Investigadores Audiovisuales a cargo de ESNE Escuela Universitaria de Diseño, Innovación y Tecnología y de la Asociación Científica Icono 14, realizado en Madrid en abril de 2014. En dicho acto se analizaron las tecnologías y los contenidos digitales aplicados, por lo que la publicidad disfrutó de su propio espacio para el debate. Esta compilación forma parte de una colección más amplia y cuenta con títulos como Contenidos digitales en la era de la sociedad conectada, coordinado por J. Sierra-Sánchez y D. Rodríguez-Parente; Miscelánea sobre el entorno audiovisual en 2014, con F. Ubierna-Gómez y J. Sierra-Sánchez como coordinadores y Tecnología y narrativa audiovisual bajo la coordinación de J. Sierra-Sánchez y F. García-García. Se trata de un libro recopilatorio en el que se recogen treinta y dos artículos, prologados por Joaquín Sotelo González, que abarcan desde anuncios de campañas políticas a los nuevos mecanismos publicitarios

desarrollados en las redes sociales como Twitter e Instagram, así como la publicidad en la telefonía móvil, el patrocinio y la comunicación comercial, entre otros aspectos relacionados con la nueva forma de hacer publicidad. Por ello se trata de una síntesis de la actualidad del ámbi-

LIBROS

Jennifer Rodríguez-López ▼

La televisión se encuentra en un momento crítico tras el auge de otras pantallas como internet, facilitando la televisión a la carta, el visionado on-line, las descargas de contenidos audiovisuales y la reproducción en streaming. Por ello, ha abandonado su lugar preeminente en el hogar en favor de otras pantallas como el ordenador, la tablet y el teléfono móvil. Sin embargo, y como apunta el propio editor de este libro particularizando en el caso de América Latina, la televisión sigue siendo el medio más popular, masivo y significativo. Este medio debe adaptarse a las nuevas necesidades y a las nuevas realidades sociales de cada contexto. La devolución de la televisión al lugar que le corresponde y el fomento de las opciones del formato suponen los pilares fundamentales de este libro. Se trata de la recopilación de los trabajos de treinta y dos autores que reflexionan sobre el medio televisivo en Latinoamérica en tres apartados: discursos, paisajes y especiales. En el primero de ellos, compuesto por cinco artículos, se realiza una defensa de la televisión devolviéndole su posición cultural y revalorizándola como medio de comunicación popular. Autores como Jorge-Lafarla, Lorenzo-Vilches y Omar Rincón, entre otros, efectúan sus aportaciones en este primer apartado en el que la televisión se plantea como un medio con valor social y cultural susceptible de la diversificación en múltiples pantallas. Estos autores inciden en los conceptos de identidad, narratividad, programa, género y formato en relación también con la ciudadanía y lo público. En el apartado denominado como paisajes, construido a partir de veinte ensayos, se definen distintas realidades de la televisión latina en torno a los monopolios, la primacía del entretenimiento y del negocio, la política nacional, la televisión pública, la relación con la televisión estadounidense y la retórica informativa. Entre los autores de esta parte se cuenta con Juan Piñón, Adriana Amado y Álvaro Hurtado entre muchos otros. De esta forma se crea un mosaico de voces que definen las realidades televisivas de diecinueve países de América Latina. Cada autor fue invitado en esta segunda parte a escribir sobre la práctica de la televisión en su país, reflexionando sobre diversas cuestiones como las siguientes: ¿Cómo describe el modelo de televisión en su país?, ¿en qué formatos, estéticas, programas ha sido más exitosa la televisión de su país? o ¿qué televisión le gustaría ver en su país?, así como otras preguntas referentes a la televisión pública, privada y digital. Por último, en el apartado de los especiales, que contiene siete artículos, se plantean nuevos modos de ver y crear televisión, de concebir nuevas pantallas televisivas. Autores como Ricardo Silva Romero, Paula Correa y María Luna, entre otros, muestran otras televisiones posibles basadas en las series, las televisiones comunitarias y en la red y el género del documental, creando nuevas experiencias en el espectador y forjando una televisión que refleje el mapa latinoamericano. A través de los distintos textos se realiza una visión panorámica de la realidad televisiva de Latinoamérica, al mismo tiempo que se plantean nuevas opciones y ofertas de dicho medio mediante formatos audiovisuales como las series, los documentales o las telenovelas, creando perspectivas de futuro y evitando lugares comunes de la televisión latina. Treinta y dos autores y treinta y dos ensayos sobre la televisión latina escritos en castellano en su mayoría a excepción de los artículos dedicados al ámbito brasileño, escritos en portugués. De esta forma, se aborda en tres partes la televisión desde el discurso, la realidad de la televisión como práctica en cada uno de los diferentes países latinos y el futuro de las mismas, aportando nuevas propuestas para una televisión de calidad, revitalizando y revalorizando este medio.



Zapping TV. El paisaje de la tele latina; O. Rincón (Ed.); Bogotá, Friedrich Ebert Stiftung FES, 2013; 331 págs.

LIBROS

▼ Ana Bermejo



Estrategias de comunicación multimedia; Carmen Costa-Sánchez & Teresa Piñeiro-Otero; Barcelona, Editorial UOC; 206 págs.

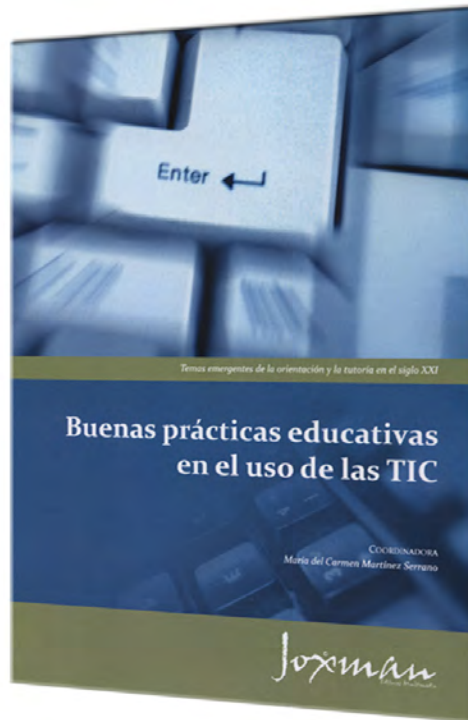
mentar todo lo anteriormente explicado. En el apartado titulado «Multiplataforma, crossmedia y transmedia. Una aproximación» las autoras realizan la definición del término multimedia, para encuadrar toda su investigación añadiéndole las nuevas narrativas creadas debido a ello. Tal y como se puede leer en este material las narrativas crossmedia y transmedia, a diferencia de la multiplataforma (que es la que cuenta la misma historia en diferentes medios y soportes) son más ricas y complejas. Así, las autoras exponen que mientras que la crossmedia es una narración integrada que se desarrolla a través de diversos medios, con diversos autores y estilos (que debe ser experimentada al completo para finalizar el relato), la transmedia va más allá al referirse a diferentes relatos interrelacionados, desarrollados en múltiples plataformas, pero que guardan independencia narrativa y sentido completo. Para concluir la publicación, se extraen en su quinto capítulo, «Estrategia de comunicación externa online», los pasos a seguir para realizar una buena estrategia de comunicación digital gracias a todo lo explicado anteriormente, añadiéndole un epígrafe sobre cómo sobrellevar una comunicación de crisis muy habitual en los entornos digitales. Cabe destacar que la estructura y lenguaje utilizados en el libro llegan a ser los idóneos para convertirse en un manual básico sobre comunicación multimedia tanto para profesionales como para iniciados y estudiantes; y es que ya las autoras del libro dejan claro que el texto está concebido como un manual de nuevas tecnologías al servicio de la comunicación y que, de hecho, se ha elaborado partiendo del material utilizado para impartir dicha asignatura en la Universidade da Coruña.

Cuando la innovación se convierte en el motor de una sociedad hace que la conjunción entre nuevas tecnologías y su aprendizaje se haga fundamental en el mundo de la comunicación. La comunicación tradicional ha dado paso a la comunicación multimedia, repleta de nuevas posibilidades y con altas expectativas para todos los implicados. Por ello, entre los propósitos principales de este libro se encuentra la definición de los nuevos escenarios audiovisuales y comunicacionales, así como las narrativas transmediáticas y su forma de componerse. El libro se divide en cinco capítulos, a su vez subdivididos en epígrafes más concretos y precisos de los temas desarrollados, intentando facilitar al lector la comprensión de estas estrategias a través de definiciones específicas y ejemplos prácticos claros y útiles. El primer capítulo trata de introducir al lector en el mundo multimedia y su comprensión a través de la definición de términos como Web 2.0 y Web 4.0 o interactividad por ejemplo, aprovechando además para presentar el conjunto del estudio en sí que se desarrolla a lo largo de toda la obra. En el segundo capítulo, «El prosumidor. El paradigma del usuario activo», las autoras se adentran en la definición de este término y todas sus aplicaciones en la narrativa multimedia; es decir, desde cómo el consumidor se ha convertido en un usuario activo a explicar todas las plataformas y/o herramientas que utilizan para ello: vídeo, audio, imágenes, mensajería instantánea, marcadores sociales, redes sociales e incluso analizan cómo la comunicación, gracias a sus acciones, se vuelve viral. Concluyen el capítulo, como cada uno de este interesante libro, con propuesta de actividades a realizar. El tercer capítulo nos ofrece cinco estudios de casos de las diferentes televisiones españolas, tanto públicas como privadas, que vienen a comple-

LIBROS

Francisca-María Rodríguez-Vázquez ▼

Son muchas las preguntas que nos podemos hacer cuando nos encontramos ante un texto sobre TIC en la actualidad, dado que es mucho lo que ya se ha escrito sobre esta temática. Sin embargo, en este libro se intenta dar respuestas a ellas porque está pensado y realizado para la formación de los docentes, pero de manera científica, amena y actual para alcanzar la alfabetización digital que tanto se requiere en las aulas. Y es aquí donde está la diferencia con otros títulos de la misma temática. Se estructura en siete capítulos organizados con una coherencia para poder llevar a la comunidad educativa hacia las e-competencias. Todos y cada uno de ellos cuentan con la gran experiencia, formación y profesionalidad de sus autores al mostrar sus bagaje docente. En el primer capítulo, mediante reflexión, se anima a los docentes a buscar nuevas estrategias partiendo de una tecnología que sea capaz de conducir a los propios docentes a cuestionarse a ellos mismos y al entorno que les rodea, y abordando cuestiones claves en la formación inicial del profesorado tales como las actitudes y/o usabilidad de los medios y sin olvidar las comunidades de aprendizaje, ya que estas son el punto primordial para unas buenas prácticas con TIC. Es en el segundo capítulo donde se detiene en todo un clásico como son los medios de comunicación de masas. Aquí se exponen los más habituales y utilizados en los centros educativos y en las aulas dado su alto valor por sus potencialidades educativas de cada uno de ellos. El tercer capítulo presenta herramientas telemáticas susceptibles de ser utilizadas en las aulas de infantil y primaria, principalmente, donde cada una de ellas ofrece diferentes aplicaciones educativas y cuenta con ejemplos para comenzar a trabajar con dichas herramientas, aunque estas no serán eficaces si no van de la mano de una vertiente pedagógica. En el cuarto capítulo se analiza y estudia el concepto de plataforma virtual, describiendo sus características y tipologías. También se ofrece el análisis de la evolución experimentada de las herramientas web 2.0 hacia la creación de entornos de aprendizaje personalizados planteados como espacios para el aprendizaje en red, facilitando de esta manera al alumnado suficiente información y recursos para que puedan elegir aquellos con los que se sientan más cómodos a la hora de realizar las actividades e interactividad. En el quinto capítulo, se exponen las herramientas de autor que dan lugar a aplicaciones multimedia, presentaciones de modelos y normas que guían su diseño, producción, distribución y explotación. El penúltimo capítulo se centra en la importancia de adquirir conocimientos mediante la informática, ya que esta puede llegar a ayudar a desarrollar las competencias de todo el alumnado que se encuentre matriculado en el sistema educativo. Define el concepto de multimedia educativo para posteriormente dar pautas a los docentes sobre cómo puede utilizarlos y seleccionarlos dentro de sus programaciones didácticas. El libro finaliza analizando, por un lado, la evolución de la institución universitaria desde sus comienzos hasta la actualidad, sin dejarnos atrás el Espacio Europeo de Educación Superior, donde se modifica de manera considerable el papel tanto del alumno como del profesorado en relación a competencia digital. De esta manera, se hace necesaria la formación tecnológica de los docentes junto a una gran cualificación de los mismos.



Buenas prácticas educativas en el uso de las TIC; M-Carmen Martínez-Serrano (Coord.); Jaén, Joxman, 2013; 282 págs.

LIBROS

▼ Jennifer Rodríguez-López



Sin muros. Aprendizajes en la era digital; M. T. Quiroz; Perú, Lima, Universidad de Lima, 2013; 160 págs.

El modelo educativo tradicional se halla en la actualidad en un proceso evolutivo debido al auge de las nuevas tecnologías y su aplicación en las aulas. Por ello, la comunicación, los medios digitales y la educación en relación a los cambios provocados por el nuevo siglo y el uso de las pantallas por los jóvenes son las temáticas expuestas en este libro. Se trata de la recopilación de distintos trabajos que recogen las conclusiones de diversas investigaciones y de una mesa redonda creada para el debate de estas ideas. Su principal fin es el de presentar un reflejo de la situación actual del aprendizaje de los jóvenes en relación a las nuevas tecnologías, acercando al lector a la realidad peruana en materia educativa. Se estructura en nueve capítulos que abarcan desde los jóvenes y los medios digitales, los efectos de las tecnologías en los niños y en los adolescentes, hasta cuestiones vinculadas con la difusión de las TIC en Lima, centrando la atención sobre la alfabetización digital que afecta a los jóvenes pero también a sus padres, planteando sus percepciones y temores. Así, la autora, doctora en Sociología y docente e investigadora en la Universidad de Lima, realiza un estudio sobre la educación de los jóvenes en la sociedad del espectáculo, rodeados de nuevos medios y nuevas tecnologías a su alcance. Por ello trata problemáticas reales y actuales en el campo de la educación, evidenciando cómo afectan a alumnos, padres y docentes. En los apartados iniciales, la autora se muestra consciente de la implicación de los medios digitales en el desarrollo del sujeto, en especial de los adolescentes, con la consecuente crisis del modelo educacional anterior basado en el modelo de la centralidad comunicativa. Del mismo modo, hace hincapié en la diversidad de las pantallas y en la libre circulación de datos, información, opiniones y entretenimiento tras el auge de internet y de su uso social en los últimos años. En el segundo capítulo define el concepto de nativos digitales como aquellos usuarios que viven inmersos en los entornos digitales, intercambiando correos electrónicos e información a través de las redes sociales como Twitter y Facebook. Este término se contraponen a los inmigrantes digitales, quienes se esfuerzan por adaptarse a las reglas del ámbito digital. El siguiente apartado reflexiona sobre las diversas pantallas, internet, los teléfonos móviles, las redes sociales y los videojuegos y cómo estas suponen una nueva forma de relación con el resto de la comunidad en el mismo rango de edad, al mismo tiempo que abren una brecha digital en torno a los jóvenes con sus padres. Por otra parte, en el cuarto capítulo se realiza un estudio sobre la formación de las identidades en los adolescentes a través de su uso de internet, influyendo en sus relaciones interpersonales y en la visión de sí mismos. Los siguientes epígrafes se centran en los efectos de las tecnologías en los niños y los adolescentes, así como en el aprendizaje de las pantallas. Quiroz subraya la importancia de la alfabetización digital y la ampliación de las competencias mediáticas hacia internet y los videojuegos. En el capítulo dedicado a la mesa redonda y en los siguientes se plantea la necesidad de crear un debate interdisciplinario en torno a la comunicación y la educación, así como la percepción de las tecnologías interactivas como instrumentos útiles en los procesos de aprendizaje de los alumnos de una manera creativa y activa. Por todo ello, se trata de una síntesis de la situación actual de la educación de los jóvenes en vinculación con los nuevos medios digitales, particularizado en el caso de Perú y extensible a Latinoamérica y al resto de contextos educativos mundiales.

LIBROS

Margarita García-Candeira ▼

El libro es una compilación de ensayos que, desde índoles y enfoques diversos, acometen el reto de intervenir en una educación abierta a los nuevos retos que la cultura actual supone para la formación de la infancia. Los editores, Monica Fantin y Gilka Girardello, dejan claro en la introducción este objetivo, explican la estructura del volumen en trabajos que conjugan el contenido teórico con la investigación empírica, y adelantan las líneas generales de cada uno de los nueve capítulos que lo constituyen. En el primero, Edmir Perrotti traslada los resultados de su proyecto de investigación, desarrollado en la Universidad de Sao Paulo, sobre las relaciones entre información y educación en el mundo contemporáneo y especialmente en Brasil, y relata la experiencia que supone la creación de la «Estação Memoria», un centro que procura la comunicación entre niños, jóvenes y personas de edad, y que funciona a un tiempo como laboratorio científico y como servicio público de información y cultura. El segundo, de vocación fuertemente teórica, introduce una reflexión que parte de perspectivas postestructuralistas para analizar la función educativa o des-educativa, por decirlo así, de las imágenes mediáticas. La autora, Rosa-Maria Bueno-Fischer, propone un nuevo acercamiento, más complejo e integral, al concepto de experiencia para dilucidar estas cuestiones. Pier-Cesare Rivoltella, en el tercer capítulo, toma como punto de partida la noción de «sociedade multitela» acuñada por Manuel Pinto para reflejar la superposición de información existente en la cultura actual, y profundiza en los diferentes significados del acto de mirar. Por otra parte, contrapone el significado de las categorías «ver», «saber» y «habitar» en la sociedad tradicional frente a esta nueva sociedad multitela, y finaliza apuntando ideas sobre cómo debe formularse el concepto de ciudadanía digital. También sobre la imagen versa el cuarto ensayo, elaborado por Telma-Anita Piacentini, y en el que llama la atención sobre la influencia que han tenido las teorías benjaminianas sobre la relación entre la imagen y la infancia y, desde esta óptica, aborda las esculturas fotografiadas del artista Franklin Cascais y los estudios críticos, capitales, de Panofski. La repercusión que las imágenes mediáticas tienen en la cosmovisión infantil se analiza en el quinto capítulo a través del estudio del papel del cuerpo: después de valorar la función de los medios como factor principal de competencia al que la escuela debe enfrentarse en su tarea educativa, Ingrid Dittich-Wiggers reflexiona sobre el carácter construido y cultural del cuerpo y aporta los datos de su investigación empírica: la mayoría de los niños y niñas entrevistados proyectaban en sus diseños corporales deseados las imágenes procedentes del «mercado de cuerpos» (mercado de cuerpos) imperante en la sociedad actual. En el sexto capítulo, Maria-Luisa Belloni parte de la necesidad de integrar el uso de las tecnologías de información y comunicación en la escuela, y compara los resultados de dos proyectos encaminados a tal objetivo, pero con un elemento distintivo: el primero estudia esa incorporación en países del denominado Primer Mundo, como Bélgica, mientras que el segundo se centra en cómo este hecho de desarrolla en Santa Catarina, una zona desfavorecida de Brasil. Llega a la conclusión de que en este segundo lugar internet actúa como un elemento que favorece la autoestima y la motivación de los niños. En el séptimo, Maria-Isabel Orofino explica que el consumo cultural de los medios instala una brecha entre niños de niveles socioeconómicos distintos y, en el octavo, Gilka Girardello reflexiona sobre el consumo de internet como sustituto de la televisión por parte de niños pequeños. Cierra el volumen una reflexión de carácter global sobre la educación en medios, a cargo de Monica Fantin.



Liga, Roda, Clica. Estudos em Mídia, Cultura e Infância; Monica Fantin y Gilka Girardello (Orgs.); São Paulo, Papirus, 2008; 171 págs.

LIBROS

▼ Ana Bermejo



A televisão em tempos de convergência; Soraya Ferreira; Juiz de Fora, Universidade Federal de Juiz de Fora (Brasil); 132 págs.

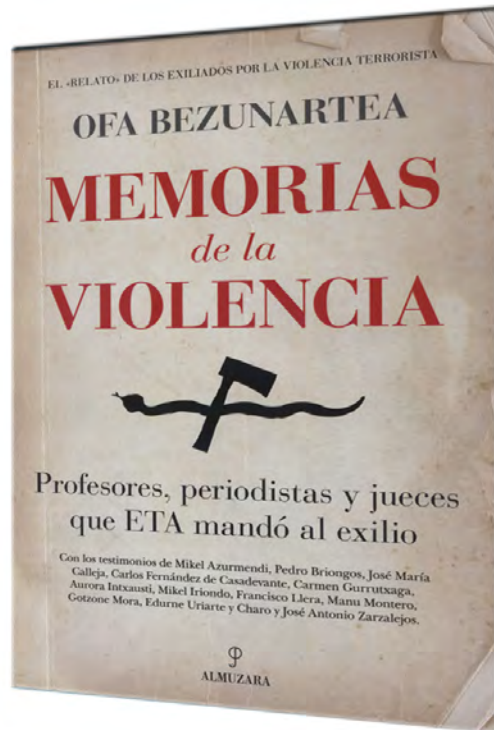
visión; la expresión «ao vivo» como lenguaje integrado e identificativo del público espectador, haciéndolo participante del mismo, y se aborda cómo la convergencia digital está transformando los procesos comunicativos. El segundo capítulo se centra en la convergencia digital en televisiones públicas y privadas de la zona de Mata Mineira y de Belo Horizonte. En el mismo se analiza la situación de cuatro de las televisiones (TV Alterosa, TV Assembleia, TV Integração, TV Rede Minas), sus acciones en redes sociales como Facebook y Twitter; cómo ven esta situación los funcionarios y trabajadores de las mismas, así como cómo es la interactividad entre los espectadores con sus televisiones. «Mudanças no conteúdo dos portais das TVs nacionais dos canais abertos e fechados» es el tercer epígrafe dedicado al análisis de las webs tanto de las televisiones públicas como de dos televisiones privadas, de pago. En el último capítulo, «Repetição e reconfiguração estética», la autora reflexiona, gracias a la base de las investigaciones realizadas, sobre cómo se han reconfigurado estéticamente y cómo trabajan las televisiones por la convergencia digital y su incursión entre los espectadores y por tanto en los medios de comunicación para interactuar con ellos. El apéndice final es una muestra perfecta de cómo realizar un estudio de estas características, mostrado con detalles y máximo cuidado por parte de la autora. A través de las preguntas ¿Estamos viviendo una fase consolidada de la integración de los recursos de los medios de comunicación?, ¿Se puede hablar de plena convergencia?, ¿Qué ha hecho la televisión para adaptarse a esta nueva era?, Soraya Ferreira reflexiona sobre cómo están evolucionando los medios de comunicación, en concreto las televisiones, debido a la introducción del mundo digital en el espectador.

Adaptarse a las nuevas exigencias tecnológicas está provocando que los medios de comunicación y, en concreto, la televisión esté en un continuo proceso de reinventarse. Aunar las nuevas herramientas digitales como las redes sociales, los blogs o webs con el formato tradicional de televisión se está convirtiendo en un reto constante en el que los profesionales tienen mucho que decir. En esta investigación de Soraya Ferreira se realiza una profunda reflexión sobre la cantidad de medios de comunicación que se ven afectados por la renovación tecnológica constante y la meditación sobre este fenómeno que se realiza en el entorno de los medios de comunicación. Tras una breve presentación de la situación actual de la televisión en la que se debate sobre cómo se le puede llamar 'televisión expandida', en la que se explica cómo ver televisión ya no solo es ponerse delante de una pantalla, sino que se complementa con la interacción de los usuarios en redes sociales, blogs especializados al respecto, o la propia televisión a la carta a través de Internet, Ferreira introduce su investigación sobre cómo se está realizando la convergencia de los medios tradicionales televisivos con los nuevos, exponiendo las funciones y signos que hacen que distingamos unos de los otros. Así, el libro se divide en cuatro capítulos más un amplio apéndice en el que se incluye todo el material extra de la investigación como son los números de publicaciones de las diferentes televisiones estudiadas en redes sociales como Facebook o Twitter, así como cuadros informativos con datos de interés al respecto de la investigación. El primer capítulo, «A expansão da TV Panorama e as mudanças na linguagem para enfrentar a convergência», se autodivide en otros tres epígrafes en los que se explica cómo surgió, creció y se ha ido consolidando esta tele-

LIBROS

Ángel Mojarro-Aliaño ▼

Este libro es un fiel y desgarrador retrato de la situación del País Vasco durante las décadas en que ETA utilizó la lucha armada para exigir a toda costa la independencia de la comunidad vasca y así apartarla del territorio español, y en menor medida, francés. La primera parte del ejemplar, a modo de contextualización de la realidad que le tocó vivir a muchas personas, está dedicada a describir y detallar las particularidades de la vida de la sociedad civil allí presente que, de manera directa o indirecta, ha visto cómo sus vidas han sido condicionadas en mayor o menor medida por la organización criminal con sus actos. Expone de forma explícita casos reales de gente que presta su testimonio en primera persona para denunciar extorsiones y amenazas que se produjeron desde el nacimiento de ETA, produciendo un sentimiento constante de miedo y una privación de la libertad individual, incluso algunas de ellas obligadas al exilio, que alcanzó cotas insospechadas, consiguiendo mantener silenciada a una población paralizada por la incertidumbre de no saber si ellos podrían ser la siguiente víctima de la banda y engrosando así una lista interminable de damnificados por un conflicto del que nunca quisieron tomar partido. Entrada en materia, Ofa Bezunartea se detiene en narrar esta problemática desde el enfoque de aquellas partes de la población más susceptibles de convertirse en el punto de mira de atentados de diversa índole, como los profesionales de la educación, la comunicación y la justicia, e incluyendo en el documento final una sección testimonial dedicada a miembros de estos tres «poderes». La autora reproduce varias entrevistas, todas ellas con un marcado carácter de resignación y respeto a la ciudadanía del País Vasco, en las que Mikel Azurmendi, Mikel Iriondo, Carlos Fernández-de-Casadevante, Gotzone Mora, Eduarne Uriarte, Manu Montero, Francisco Llera y los periodistas José María Calleja, Aurora Intxausti, Carmen Gurrutxaga, Charo y José-Antonio Zorzalejos y Pedro Briongos pormenorizan cómo ellos afrontaban el día a día del conflicto terrorista, muchos de ellos obligados al exilio por el temor de que algo dramático pudiera sucederles a ellos y a los miembros de su familia, un peligro que salpicó a todos los ciudadanos sin distinción alguna. Aunque los atentados y los secuestros hayan sido los acontecimientos que han gozado de mayor difusión en nuestros medios de comunicación, en el libro queda constancia de otro tipo de problemas quizás menos conocidos fuera del País Vasco pero igualmente flagrantes: la tiranía etarra en los juzgados en forma de coacción, la consolidación de una corriente de defensa del terrorismo por parte de algunos profesionales de la judicatura así como de la abogacía, los continuos escándalos dialécticos producidos en las aulas en un intento de imposición de la ideología independentista, profesores que se convirtieron en la voz de la organización dentro del ámbito universitario, la falta de normalidad académica provocada por un reducido número de radicales o el acceso a estudios superiores en la Universidad del País Vasco (UPV-EHU) de todos aquellos presos que habían sido condenados por delitos de terrorismo, que cuando menos, levantaba algo de suspicacia y crispación entre el colectivo vasco. Fruto de muchos años de trabajo y numerosas e incalculables colaboraciones, la autora, testigo directo del problema y obligada como muchos otros a exiliarse durante algún tiempo, es consciente de la necesidad tan imperiosa que constituye para todos los españoles el conocimiento en profundidad de una lacra intolerable como supuso ETA, a la vez que manifiesta expresamente su rechazo a la violencia y la condena de todo acto terrorista como delito contra la humanidad.



Memorias de la violencia: Profesores, periodistas y jueces que ETA mandó al exilio; Ofa Bezunartea; España, Almuzara, 2013; 341 págs.

LIBROS

▼ Luis-M. Romero-Rodríguez



Comunicación en campaña: Dirección de campañas electorales y marketing político. Julio César Herrero y Max Römer (Coords.); Madrid, Pearson, 2014; 321 págs.

de la cobertura informativa en campañas electorales (pp. 187-208) mayormente enfocada a la televisión por la primacía y relevancia que tiene este medio en países hispanohablantes. En este apartado se hace una revisión pormenorizada del marco jurídico español en materia de cobertura informativa en campañas electorales y se plantea una hoja de ruta para la planificación informativa de candidatos enfocada en Radio Televisión Española, atendiendo a sus bloques informativos y grilla de programación actual. Otra temática de importante reflexión es abordada en la obra en referencia al análisis del discurso y los tipos de audiencia a las que el candidato hará frente (pp. 239-269), ofreciendo algunas pautas para la redacción del discurso, la argumentación, y una selección de las figuras retóricas más efectivas en la persuasión y de las falacias más habituales en este campo, y finalmente dando recomendaciones y sugerencias para la puesta en escena del acto comunicativo. En relación al ciberactivismo, nuevo paradigma de la comunicación digital y participación ciudadana, este manual también ofrece una visión pragmática y analítica sobre el potencial uso estratégico de las herramientas tecnológicas para motivar los apoyos de base a través de las redes sociales (pp. 77-106). En este apartado se revisan datos estadísticos sobre el uso de la «Ciberpolítica» tanto en Latinoamérica como en Estados Unidos y se ofrece una guía estratégica para maximizar la influencia y la fuerza numérica del candidato en el ecosistema digital, haciendo referencia a casos como la campaña de Barack Obama o del ex candidato colombiano Antanas Mockus. En definitiva, este manual viene a ofrecer una visión pragmática actualizada sobre la metamorfosis que ha venido gestándose en el campo de la comunicación electoral en virtud de los cambios de hábitos de consumo informativo y participación ciudadana, por lo que lleva a considerar que el marketing político está tomando nuevas y más efectivas herramientas para favorecer la interrelación con los prospectos votantes y analiza las estrategias más novedosas en este campo del conocimiento.

La presente obra colectiva se consagra como el primer manual en castellano centrado exclusivamente en la dirección de campañas electorales y marketing político, realizado desde la óptica de académicos y profesionales del área tanto españoles como latinoamericanos. La visión pragmática es imperante en todo su contenido y se constituye como piedra angular, abordando áreas temáticas acerca de las agendas de campañas electorales, actividades de Relaciones Públicas, la propaganda y los actos políticos, la cobertura informativa, la planificación de discursos y el cabildeo, sin abandonar las nuevas modalidades de interacción social que brindan las tecnologías de información y comunicación, al dedicarle dos capítulos a las figuras del ciberactivismo y el «community manager». Con un enfoque práctico, el libro también revisa casos y experiencias acerca de las relaciones con los medios de comunicación social y el cabildeo en la Unión Europea, por lo que se convierte en una referencia obligada tanto para consultores políticos, gabinetes de comunicación, asesores de campaña, marketing y comunicación política, como para el profesorado y alumnado universitario interesado en conocer, actualizarse y reflexionar sobre las estrategias y técnicas de la gestión de campañas electorales. Aunque el enfoque del manual es mayormente práctico, no se abandona su componente académico al revisar críticamente temáticas como la propaganda electoral (pp. 129-147) y el traslado que ha sufrido el modelo tradicional y los procesos políticos a las nuevas formas de comunicación, en el cual se hace especialmente relevante la mutación que sucede de la poética aristotélica y la estética comunicativa a los paradigmas y clasificaciones de los spots propagandísticos en relación a la imagen y narrativa audiovisual actual. Asimismo se ofrece una radiografía sobre el diseño y la ejecución

LIBROS

Juan-Carlos Tójar-Hurtado ▼

Existen numerosas obras que nos informan sobre el diseño, desarrollo y evaluación de proyectos de intervención social. Sin embargo, pocas veces una pequeña obra en tamaño, como es esta, es capaz de transmitir tanto, profundizando en elementos tan relevantes, y de hacerlo además partiendo de un proyecto cooperativo que conecta infancia, cultura y emoción. Probablemente esto se consigue porque los autores han intervenido y vivido el proyecto desde dentro, y han sido capaces de reconstruir un relato en el que han hecho protagonistas a todos los participantes en el mismo. El relato se construye sabiamente desde un amplio conocimiento experiencial del campo y contexto de estudio. Pero también se enriquece a partir de testimonios de menores, en unas ocasiones, y de profundas reflexiones sobre las intervenciones socioeducativas realizadas, en otras. Los lectores interesados en menores en contexto de riesgo van a encontrar, sin duda, pautas para la intervención, bien fundamentadas y fácilmente aplicables, en sus propios proyectos actuales o futuros. Muy acertadamente los principios de acción de la propuesta parten: a) de trabajar inicialmente sobre las similitudes, que son muchas, en lugar de sobre las diferencias; b) de un conocimiento práctico-experiencial del contexto; c) del imprescindible trabajo y gestión de las emociones; d) de saber ocupar estratégicamente, con la intervención socioeducativa, el espacio que la legislación no es capaz de proteger de manera integral; e) de poner en valor el determinante periodo de la adolescencia, a menudo olvidado en estos menores; entre otros.

Los lectores interesados en la intervención socio-educativa en general van a descubrir un ejemplo de modelo de acción educativa que es transferible a otros muchos contextos sociales. El modelo se apoya en la investigación-acción e ilustra

a través de situaciones reales, estrategias de observación, reflexión y evaluación de la realidad socioeducativa. El libro comienza con un prólogo de Daniel Senovilla-Hernández (MIGRINTER-Universidad de Poitiers-Centro Nacional de Investigación Científica de Francia), una reconocida autoridad en la materia a nivel internacional por sus trabajos científicos y por su compromiso social. Antonio-Salvador Jiménez, coordinador y co-autor de la obra, nos presenta en el primer capítulo los conceptos de cultura, contexto y emoción. Su análisis tiene en cuenta el concepto de cultura y el contexto del niño en riesgo para, desde ahí, desarrollar competencias culturales y emocionales desde la intervención educativa. Su trabajo se acompaña de varios anexos clarificadores de la competencia para la acogida de estos niños y de pautas interculturales para trabajar con el menor, entre otros. Patricia González nos muestra, en el segundo capítulo, cómo el trabajo con las emociones, a través de la actividad física y el deporte, nos proporciona recursos e instrumentos de intervención educativa. Herminia Carrasco-Santos nos propone una interesante inmersión en el contexto de los menores en el norte de Marruecos. Con exhaustividad, rigor y contemplando testimonios de los propios menores, reflexiona y profundiza sobre conceptos claves para entender el fenómeno en su origen, como son la familia, la kafala musulmana, la explotación infantil, los centros de acogida y los menores en la calle. José-David Gutiérrez-Sánchez nos presenta en el cuarto y último capítulo algunas pautas, contrastadas en la práctica, sobre el planteamiento y diseño de proyectos sociales en contextos de riesgo. De igual manera, el autor nos relata un ejemplo de proyecto educativo de inserción socio-laboral que la Asociación Infancia, Cultura y Educación (AICE) está desarrollando, con mucha ilusión y resultados tangibles, en la ciudad de Tetuán. En definitiva, esta obra nos permite introducirnos en el análisis de una realidad socioeducativa determinada, aportando resultados y propuestas ya contrastadas en un contexto de menores en riesgo. Pero además, su lectura nos hace plantearnos preguntas y reflexiones que sin duda pueden contribuir a que tengamos en cuenta diversos elementos relevantes de análisis a la hora de plantear y desarrollar nuestras propias intervenciones socio-educativas.



Infancia, cultura y emoción. Un escenario internacional de formación; Antonio-Salvador Jiménez (Coord.); Granada, GEU, 2014; 96 págs.

LIBROS

▼ María-García Pérez-Calabuig



Aprender en red: de la interacción a la colaboración; Cristóbal Suárez y Begoña Gros; Barcelona, Universidad Oberta de Cataluña (UOC), 2013; 78 págs.

red. De esta forma se destaca que los participantes se convierten en miembros de una comunidad con unas intervenciones activas, ya sea como autores, cocreadores y coconstructores del propio conocimiento. Así los autores señalan que «la red no es solo un material didáctico, sino un entorno de comunicación que mediatiza la relación educativa de una forma particular y donde caben proyecciones de acción y representación conjunta de aprendizaje». En la segunda parte del libro, se analizan las buenas experiencias de aprendizaje en línea desde la óptica de la colaboración en red, y para ello se centran en el cambio de rol que debe experimentar el docente para el buen funcionamiento de las comunidades de práctica. Según los autores se deben tener en cuenta cinco criterios específicos en los contextos educativos en línea que garantizan el éxito y calidad del proceso de aprendizaje colaborativo y que son: 1) Creación de comunidades de aprendizaje que promuevan la interacción, el intercambio de conocimiento y el trabajo en grupo; 2) Mejora del diseño y organización de las actividades y estrategia de comunicación; 3) Establecimiento de una coherencia entre objetivos de aprendizaje, contenidos, tareas y la acción colaborativa que se lleva a la práctica donde las tecnologías actúan como apoyo; 4) Interacción del papel facilitador de las tecnologías durante la aplicación de las actividades didácticas colaborativas; 5) Búsqueda y aplicación de herramientas de evaluación de carácter grupal, de autoevaluación y de coevaluación. En conclusión se puede afirmar que es un libro muy original, con enfoques inéditos, rigurosos y completos, cuya lectura obliga a repensar de forma precisa la colaboración práctica en los entornos virtuales de aprendizaje y su aportación a las comunidades de práctica, por medio del análisis de los elementos estructurales facilitadores de los procesos de producción e intercambio de conocimiento y comunicación.

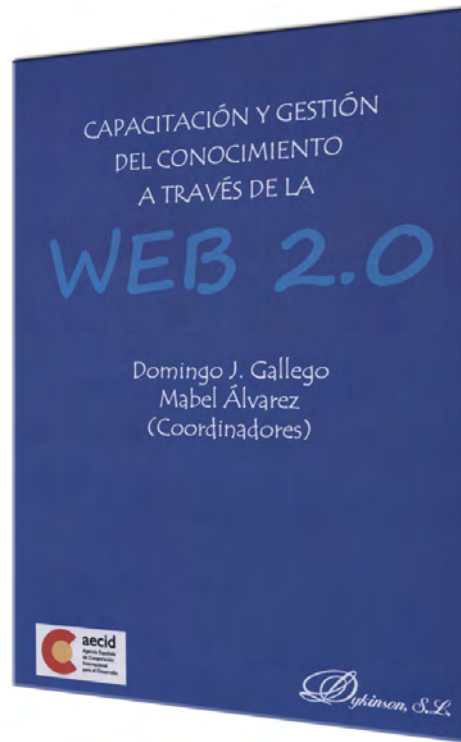
La obra que se presenta a continuación está escrita por dos autores relevantes dentro de los campos de la pedagogía y el uso de las tecnologías aplicadas a la educación, como son Cristóbal Suárez Guerrero y Begoña Gros Salvat. Ambos autores poseen una dilatada trayectoria científica y profesional dentro de esta área. Así pues contamos con un libro teórico y reflexivo, pero basado en la experiencia, que resulta de especial relevancia para la comunidad educativa implicada en la educación a distancia y en la educación apoyada en internet. En este documento se destaca la importancia de entender internet, más allá de su visión de recurso educativo, como un auténtico entorno de acción educativa que define formas de comunicación en red distintas a la comunicación en el aula. Esta singularidad comunicativa abre serias oportunidades de repensar la interacción en Internet como una condición social de aprendizaje a tener en cuenta en, como se enfatiza en la obra, la reformulación del aprendizaje colaborativo. La oportunidad del aprendizaje colaborativo en condiciones tecnológicas en red es, por tanto, el tema central que compone esta obra. No obstante, no se trata únicamente de ampliar en la red el aprendizaje colaborativo, sino también de analizar el cambio sustancial que se produce en los roles docente y discente en un entorno marcado por una comunicación en red. El libro se compone de dos partes bien diferenciadas. En la primera, se evalúan y exponen –utilizando el concepto de e-learning como paraguas conceptual– los cambios

generados sobre el concepto de entorno educativo y entorno en red. Así, se destaca cómo la noción de aula de aprendizaje cambia cuando el proceso se sostiene en un entorno de interacción global y social donde es posible consolidar el aprendizaje dentro de las acciones formativas basadas en la comunicación en

LIBROS

José-Manuel Mansilla-Morales ▼

George Steiner, gran ensayista y nada sospechoso de ser exagerado, afirmaba que la revolución sufrida en el ámbito de la creación, la comunicación y la conservación de datos producida por ordenadores, el intercambio electrónico a escala planetaria y la realidad virtual es mucho más radical y tiene un alcance mucho mayor que la revolución de Gutenberg. Por motivos similares, algunos investigadores preconizaban un nuevo paradigma para la división de la historia de la humanidad según la tecnología predominante en cada momento para la gestión de la información puesto que, a su juicio, generaba no solo nuevos conocimientos, sino determinados cambios en la cognición humana y en las formas sociales. En la actualidad, tras la aparición del lenguaje, la escritura y la imprenta, asistimos a la 'cuarta revolución' a hora de codificar, almacenar, recuperar y comunicar la información. Las tecnologías de la información y comunicación han procurado que nuestro mundo digital sea capaz de generar en un solo año tanta información como se venía haciendo en cinco mil años. La edición semanal de un periódico atesora tantos datos como los que una persona del siglo XVIII podría acumular en toda su existencia. El 90% de los científicos que han existido en la historia son contemporáneos nuestros y el saber de algunas ciencias se duplica cada dos años... En las sociedades desarrolladas no hay problemas de escasez, sino de abundancia de información. Gestionar bien esa información se ha convertido en un objetivo vital para el futuro de individuos y organizaciones, porque la «información» -transformada en conocimiento- es materia prima y nueva fuente de prosperidad en nuestro mundo globalizado. Internet y la Web han permitido democratizar parcialmente el conocimiento al procurar el acceso gratuito a la información contenida en millones de bases de datos y nuevos entornos de comunicación e intercambio. Sin embargo, la denominada «brecha digital» se interpone en este camino de progreso. Los que no tienen acceso a la educación ni a la tecnología se quedan sin acceso al conocimiento, sin poder optimizar o rentabilizar sus talentos. Este libro es el resultado de varios años de trabajo intenso, pero gratificante, según confiesan sus autores, experimentando nuevas vías para superar la brecha digital existente entre sociedades avanzadas y en vías de desarrollo. Se trata de un texto que quiere afrontar algunos de los temas más candentes en la Sociedad de la Información y del Conocimiento, presentando la experiencia de un proyecto de investigación financiado por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo-AECID: «Capacitación y Gestión del Conocimiento con herramientas Web 2.0 para Docencia Universitaria, Gestión Administrativa y Educativa y Desarrollo Profesional Continuo en Argentina, Chile y Ecuador». La publicación analiza la Gestión del Conocimiento y Gestión del Talento, presenta las experiencias en formación Web 2.0, realizadas principalmente mediante cinco cursos e-learning impartidos por la Unidad Ejecutora del Proyecto e incluye sinergias con otros proyectos de investigación que añadieron valor a los resultados del proyecto. El trabajo es fruto de la colaboración de cuatro universidades en cuatro países: Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) de Madrid, España, Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco (UNPSJB) de Argentina, Universidad de Concepción (UdeC) de Chile y la Escuela Politécnica del Ejército (ESPE) de Ecuador. El libro se estructura en tres apartados. El primero realiza una introducción al Proyecto AECID CGC Web2.0, la Gestión del Conocimiento y la Gestión del Talento. En la segunda parte, se presentan las experiencias en formación Web 2.0, realizadas principalmente mediante cinco cursos e-learning impartidos por la Unidad Ejecutora del Proyecto. Finalmente, incluye sinergias con otros Proyectos de Investigación que añadieron valor a los resultados del mismo. Un trabajo que, sin duda, podrá ayudar a diseñar otras muchas acciones de desarrollo sostenible con la Web 2.0 en la sociedad contemporánea.



Capacitación y gestión del conocimiento a través de la Web 2.0; Domingo-J. Gallego y Mabel Álvarez (Coords.); Madrid, Dykinson, 2013; 265 págs.

LIBROS

▼ Ángel De-Juanas-Oliva



Bases, mediaciones y futuro de la educación a distancia en la sociedad digital; Lorenzo García-Aretio; Madrid, Síntesis, 2014; 318 págs.

bloque de contenidos constituido por tres capítulos en los que se hace referencia a las mediaciones en las que se integran los medios, los recursos, las metodologías y la actuación docente dentro de una sociedad digital que requiere nuevas formas de aprender y, en consecuencia, nuevas formas de enseñar. De tal modo, se contemplan, en profundidad, modelos de aprendizaje tan diversos como el e-learning, b-learning, m-learning, aprendizaje colaborativo, rizomático, etc. Así mismo, se estudian diferentes herramientas integradas en los circuitos educativos y propias de la Web 2.0, tales como plataformas digitales, foros, RSS, podcast, wiki, chat, redes sociales, blog, e-portfolio, PLE, webconferencia, etc. En tercer lugar, un último bloque de dos capítulos reflexiona en profundidad sobre el futuro de la educación a distancia. Se analiza si la educación a distancia supone una disrupción en el ámbito de la educación y se valora la incidencia de las tecnologías más recientes en la enseñanza a distancia que tendrá lugar en los próximos años (aprendizaje móvil, flipped classroom, gamificación, analíticas de aprendizaje, realidad aumentada, etc.). Al respecto, se aborda el futuro educativo en la sociedad digital con un optimismo pedagógico mayúsculo que, asentado en una fundamentada realidad, se aleja de recetas educativas para reflexionar en profundidad sobre los complejos procesos de cambio que atañen a la enseñanza en la actualidad. A modo de conclusión, se presenta un último capítulo en el que se contemplan las fases esenciales de una planificación educativa en instituciones y programas de educación a distancia: fundamentación, especificación, producción, implementación-desarrollo y evaluación. En este capítulo, igualmente, se delibera sobre la interrelación dinámica de actores, acciones, recursos, etc., que tiene lugar en el proceso de planificación. En síntesis, se trata de un libro que surge ante las demandas y necesidades de la comunidad educativa y que resulta esencial, dado que ofrece una mirada vital, viable y relevante de la educación a distancia que fue, que es y que vendrá.

El director de la Cátedra UNESCO de Educación a Distancia (CUED) de la Universidad Nacional a Distancia nos presenta esta obra en la que se aborda de un modo didáctico y con sólidos fundamentos científicos las teorías, los recursos, los métodos y las tecnologías de la educación a distancia propias del contexto de la sociedad digital en la que nos encontramos. El libro que se reseña considera, completa, revisa y, sobre todo, actualiza los pilares y contenidos que tanto éxito dieron al profesor García Aretio en su anterior obra, *La educación a distancia*. De la teoría a la práctica (2001), un libro considerado de referencia dentro del ámbito y que ha recibido cerca de setecientas citas en los últimos cinco años. De tal modo, se ha constituido como manual de consulta para numerosos estudiantes, investigadores y gestores de entidades cuyo propósito es la educación a distancia. La estructura del libro que acaba de ser publicado resulta completa y coherente en su desarrollo. A su vez, presenta tres grandes ejes vertebradores sobre los que se articulan los contenidos conformando un esqueleto robusto que se muestra redondo por su desarrollo y proyección. En primer lugar, se establecen los fundamentos de la educación a distancia que comprenden los cuatro primeros capítulos del libro. En este gran bloque se tratan las bases conceptuales y la historia de la educación a distancia desde los orígenes hasta las más recientes propuestas didácticas como es el caso de los MOOC en Educación Superior. Asimismo, se atiende a los modelos teóricos que fundamentan la enseñanza a distancia y se propone un nuevo modelo de diálogo didáctico mediado. Finalmente, el bloque concluye poniendo énfasis en los elementos clave para el aseguramiento de la calidad en los proyectos de educación a distancia. En segundo lugar, se presenta un

la enseñanza a distancia y se propone un nuevo modelo de diálogo didáctico mediado. Finalmente, el bloque concluye poniendo énfasis en los elementos clave para el aseguramiento de la calidad en los proyectos de educación a distancia. En segundo lugar, se presenta un

LIBROS

Francisca-María Rodríguez-Vázquez ▼

La Fundación Dr. Antonio Esteve junto con el Instituto RTVE son los encargados de publicar este libro, para estimular la participación de los científicos en los medios. En él, se reúnen a catorce profesionales de la comunicación científica de España, que ofrecen una muy completa y detallada radiografía de las diferentes plataformas para la divulgación de la ciencia, partiendo desde los medios más tradicionales hasta llegar a los nuevos soportes, pasando en su trayecto por la comunicación corporativa e institucional. Esta obra está recogida dentro de una colección de cuadernos, «Los Cuadernos de la Fundación Dr. Antonio Esteve», y que pueden incluir tanto un conjunto de artículos publicados en una revista científica como (por citar solo un ejemplo) el contenido de una reunión no organizada directamente por la Fundación pero que de otra manera tendría quizás dificultades para ser publicado. Los cuadernos acogen también el contenido de reuniones especiales promovidas por la Fundación que no corresponden al formato de sus mesas redondas. En razón del origen de sus contenidos, los cuadernos se publican en el idioma en el que aquellos se han originado. Parte con una primera toma de contacto con el oficio periodístico que busca menguar la fobia, cada vez más anecdótica, de la comunidad científica hacia los medios. Para ofrecer una panorámica completa de los medios de comunicación, el libro amplía el foco más allá de los soportes audiovisuales y aborda desde los medios tradicionales a los nuevos soportes, pasando por la comunicación corporativa e institucional. Es el director del Observatorio de la Comunicación Científica de la Universitat Pompeu Fabra, Vladimir de Semir, quien abre la publicación contando su experiencia sobre los protagonistas y los públicos que existen en la interacción entre ciencia y sociedad. La directora de Indagando TV y coordinadora del curso, Graziella Almendral, es la encargada de inaugurar el apartado sobre la televisión explicando cómo funciona la redacción de noticias de un informativo y ofreciendo al científico algunos consejos para convertirse en un buen comunicador televisivo. Por su parte, Ana Montserrat Rosell, directora del espacio tres14 de La 2, aborda las peculiaridades del reportaje científico en televisión, mientras que Francisco Asensi, director de desarrollo de negocios interactivos de RTVE, abre el amplio abanico de posibilidades que tiene el investigador en Internet para divulgar la ciencia. No obstante, es la prensa escrita quien también expone su experiencia desde la sección de ciencia de un periódico (de la mano de Pablo Jáuregui, redactor jefe de Ciencia de El Mundo) y desde una revista de divulgación, representada por Jorge Alcalde, director de QUO. Por otro lado, Patricia Fernández de Lis explica las ventajas e inconvenientes del periodismo científico en internet y las claves del éxito de Materia, la web de noticias de ciencia que dirige y que en tan solo un año se ha posicionado como una de las mayores fuentes de información científica en español. Completa la visión sobre la red Esperanza García Molina, coordinadora y redactora jefa de la agencia SINC, la primera agencia pública de ámbito estatal especializada en información sobre ciencia, tecnología e innovación. Y es de la mano de Manuel Seara, director del espacio científico A hombros de gigantes (RNE), quien nos adentra en las peculiaridades de la radio y en la oferta científica que existe actualmente en la radiodifusión española. Marc de Semir, director de comunicación corporativa y mecenazgo de la Universidad de Vic, y Pilar Tígeras, vicepresidenta adjunta de cultura científica del CSIC, profundizan respectivamente en la comunicación corporativa y desde instituciones públicas. Por último, cierra este viaje a través de los medios de comunicación Gonzalo Casino, colaborador de «El País» y «The Lancet», con una visión crítica sobre los conflictos y complicidades entre científicos y periodistas.



El científico ante los medios de comunicación. Retos y herramientas para una cooperación fructífera; Barcelona, Fundación Dr. Antonio Esteve e Instituto RTVE, 2013; 106 págs.

LIBROS

▼ Jennifer Rodríguez-López



Latin American Television Industries; J. Sinclair y J.D. Straubhaar;
Londres, Palgrave Macmillan, 2013; 205 págs.

América Latina supone uno de los mercados más potentes del mundo en lo que respecta a la industria televisiva gracias a su poder exportador de formatos propios como las telenovelas. Sus ideas en materia audiovisual poseen influencia en los ámbitos luso-hispanos, con los que comparte una identidad cultural y lingüística, al mismo tiempo que interfieren en los programas y formatos de la televisión estadounidense. Esta cohesión lingüística y cultural ha facilitado en gran medida el desarrollo de un mercado regional para la producción y distribución del modelo televisivo. En este contexto se inserta este libro, formando parte de una colección de manuales dedicados a las industrias internacionales, particularmente en los ámbitos audiovisual y mediático. La colección, editada por Michael Curtin y Paul McDonald, se ocupa del análisis de las industrias dedicadas a los medios a nivel mundial, examinando sus prácticas y los contextos sociales en los que operan. Los diferentes títulos se acercan a la realidad de la industria cinematográfica, televisiva y de los medios digitales; entre otros están «The American Television Industry», de Michael Curtin y Jane Shattuc; «European Television Industries», de Petros Iosifidis, Jeanette Steemers y Mark Wheeler, y Video and DVD Industries, de Paul McDonald. El libro reseñado, escrito en inglés, se centra en la industria de la televisión de los países de habla luso-hispana, es decir, España, Portugal y Latinoamérica, y se estructura en seis capítulos, precedidos por una introducción y clausurados por las conclusiones tras el análisis de la industria televisiva latinoamericana. El argumento principal gira en torno a cómo América Latina ha desarrollado su propia forma de hacer televisión, con programas, formatos y géneros que incurren en lo local y popular pero también en lo regional, lo nacional y lo global, permitiendo la exportación a otros contextos. De este modo, se crean mercados internacionales que exportan e importan ideas televisivas, tomando modelos de Estados Unidos, España y Portugal e influyendo en las programaciones de estos mismos ámbitos. Así, en la introducción se alude a las características de México y Brasil como mercados dominantes en la televisión de habla hispana y portuguesa del mundo –aspectos desarrollados en el segundo y en el tercer capítulo respectivamente. Por otra parte se describen los éxitos de exportación en mercados como Rusia y China con formatos propios como la telenovela. Los diversos capítulos se dedican al desarrollo de la radiodifusión en Latinoamérica como región, el análisis de México y Brasil como mercados dominantes, los productores emergentes y los mercados en América Latina, así como la situación de Iberoamérica y los espacios de habla portuguesa como mercados globales de televisión, y los sistemas de televisión nacionales en la era global. Tras este recorrido por los distintos apartados se configura una visión global de los mercados latinos y su relación con las culturas vecinas. En las conclusiones se plantea una síntesis de las ideas principales y se trazan las distintas perspectivas sobre la industria televisiva en el ámbito descrito. En ellas, el autor afirma que el lenguaje y la cultura deben ser tenidos en cuenta en la producción y distribución de los programas de televisión y el resto de servicios ofrecidos por la industria televisiva para acceder a los mercados ajenos a países de origen apelando a las similitudes culturales e idiomáticas. Por todo ello, se trata de un texto que recopila la realidad de una industria en desarrollo: la industria televisiva en Latinoamérica, enfatizando sus características como miembro de una comunidad más amplia formada por los hablantes luso-hispano, y confirmando su liberación del yugo impuesto por la televisión norteamericana gracias a la creación de un género fiel a su propia idiosincrasia como región materializado en la telenovela.

BOLETÍN DE PEDIDO DE PUBLICACIONES

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

FORMAS DE PAGO Y SISTEMAS DE ENVÍO**España:**

- Talón nominativo adjunto al pedido a favor de Grupo Comunicar (añadir 8,00 euros de gastos bancarios)
 Transferencia bancaria IBAN ES24 1465 0100 9119 0002 5510 (Adjuntar justificante) (sin gastos de envío)
 Tarjeta de crédito VISA. Fecha caducidad Número
 Domiciliación bancaria (cumplimentar boletín inferior) (sin gastos de envío) CV2

Extranjero:

- Tarjeta VISA Fecha caducidad Número
 (agregar 15,00 € de gastos de envío) CV2

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

- Opción envío urgente (24/48 horas) (solo en España) (Agregar 15,00 € 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/Plaza Población Provincia
 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»

<input type="checkbox"/>	Suscripción anual institucional (45 y 46)	80,00 €
<input type="checkbox"/>	Suscripción anual personal (45 y 46)	70,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 01: Aprender con los medios	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 02: Comunicar en el aula	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 03: Imágenes y sonidos en el aula	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 04: Leer los medios en el aula	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 05: Publicidad, ¿cómo la vemos?	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 06: La televisión en las aulas	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 07: ¿Qué vemos?, ¿qué consumimos?	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 08: La educación en comunicación	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 09: Valores y comunicación	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 10: Familia, escuela y comunicación	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 11: El cine en las aulas	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 12: Estereotipos y comunicación	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 13: Comunicación y democracia	15,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 14: La comunicación humana	15,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 15: Comunicación y solidaridad	15,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 16: Comunicación y desarrollo	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 17: Nuevos lenguajes de comunicación	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 18: Descubrir los medios	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 19: Comunicación y ciencia	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 20: Orientación y comunicación	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 21: Tecnologías y comunicación	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 22: Edu-comunicación	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 23: Música y comunicación	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 24: Comunicación y currículum	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 25: TV de calidad	20,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 26: Comunicación y salud	20,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 27: Modas y comunicación	20,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 28: Educación y comunicación en Europa	20,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 29: La enseñanza del cine	20,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 30: Audiencias y pantallas en América	20,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 31: Educar la mirada. Aprender a ver TV	20,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 32: Políticas de educación en medios	20,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 33: Cibermedios y medios móviles	25,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 34: Música y pantallas	25,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 35: Lenguajes filmicos en Europa	25,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 36: La TV y sus nuevas expresiones	25,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 37: La Universidad Red y en Red	25,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 38: Alfabetización mediática	25,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 39: Currículum y formación en medios	25,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 40: Jóvenes interactivos	25,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 41: Agujeros negros de la comunicación	25,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 42: Aprendizajes colaborativos virtuales	25,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 43: Prosumidores mediáticos	25,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 44: MOOC en educación	40,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 45: Comunicación en mundo que envejece	40,00 €

COLECCIÓN «EDUCACIÓN Y MEDIOS»

<input type="checkbox"/>	Televisión y educación	13,00 €
<input type="checkbox"/>	Publicidad y educación	13,00 €

MONOGRAFÍAS «AULA DE COMUNICACIÓN»

<input type="checkbox"/>	Comunicación audiovisual	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Juega con la imagen. Imagina juegos	14,00 €
<input type="checkbox"/>	El universo de papel. Trabajamos con el periódico	14,00 €
<input type="checkbox"/>	El periódico en las aulas	14,00 €

COLECCIÓN «GUÍAS CURRICULARES»

<input type="checkbox"/>	Descubriendo la caja mágica. Aprendemos TV	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Descubriendo la caja mágica. Enseñamos TV	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Aprendamos a consumir mensajes. Cuaderno	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Escuchamos, hablamos... con los medios (Cuaderno)	18,00 €
<input type="checkbox"/>	Escuchamos, hablamos... con los medios (Guía)	15,00 €

COLECCIÓN «EDICIONES DIGITALES»

<input type="checkbox"/>	Comunicar 1/35 (textos íntegros de 35 números)	45,00 €
<input type="checkbox"/>	Comunicar 1/30 (textos íntegros de 30 números)	30,00 €
<input type="checkbox"/>	Luces en el laberinto audiovisual (e-book)	16,00 €
<input type="checkbox"/>	La televisión que queremos... (e-book)	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Televisión y multimedia (Master TV Ed.) (e-book)	10,00 €
<input type="checkbox"/>	Educación la mirada (e-book)	15,00 €

COLECCIÓN «AULA MEDIA»

<input type="checkbox"/>	Televisión y telespectadores	15,00 €
<input type="checkbox"/>	Aprender con el cine. Aprender de película	20,00 €
<input type="checkbox"/>	Comprender y disfrutar el cine	16,00 €
<input type="checkbox"/>	Geohistoria.net	16,00 €
<input type="checkbox"/>	El periodista moral	19,00 €

COLECCIÓN «PRENSA Y EDUCACIÓN»

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

COLECCIÓN «LA COMUNICACIÓN HUMANA»

<input type="checkbox"/>	El puntero de don Honorato... ..	14,00 €
<input type="checkbox"/>	Historietas de la comunicación.	20,00 €

COMICS INTERCULTURALES «VALORI COMUNI»

<input type="checkbox"/>	Kit de 5 cómics y guía didáctica	45,00 €
--------------------------	--	---------

<input type="checkbox"/>	Importe del pedido	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	Gastos de envío	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	Importe total	<input type="text"/>



© COMUNICAR

Registrada en la Oficina de Patentes y Marcas de España con el código 1806709

CRITERIOS DE IMPACTO DE EDICIÓN (EDITION IMPACT CRITERIA)

Normas de publicación

Resumen de normativa en página 6. Normas completas: www.revistacomunicar.com / www.comunicarjournal.com

Criterios de calidad como medio científico de comunicación

- «COMUNICAR» cuenta con un Consejo de Revisores Internacionales de 353 investigadores de 24 países, un Comité Científico Internacional de 38 investigadores internacionales (22 países: 9 europeos, 12 americanos; 1 africano), y con un Consejo de Redacción de 32 doctores, expertos en educomunicación de 23 Universidades españolas y centros de investigación (consulta 15-06-2014). El Comité Científico asesora y evalúa la publicación, avalándola científicamente y proyectándola internacionalmente. El Consejo de Redacción emite informes, propone temáticas y evalúa manuscritos. El Comité de Revisores somete a evaluación ciega los manuscritos estimados en la publicación (con una media de cinco revisiones por manuscrito).
- «COMUNICAR» ofrece información detallada a sus autores y colaboradores sobre el proceso de revisión de manuscritos y marca criterios, procedimientos, plan de revisión y tiempos máximos de forma estricta: a) Fase previa de estimación/deseestimación de manuscritos (máximo 30 días); b) Fase de evaluación de manuscritos con rechazo/aceptación de los mismos (máximo 150 días); c) Edición de los textos en preprint (digital) e impresos en español e inglés. Publica abstracts en chino y próximamente en árabe y portugués.
- «COMUNICAR» acepta para su evaluación manuscritos en español e inglés, editándose todos los trabajos a texto completo en bilingüe.

Criterios de calidad del proceso editorial

- «COMUNICAR» mantiene su edición de números con una rigurosa periodicidad desde su nacimiento en 1993. En 22 años se han editado 44 títulos de manera totalmente regular (enero y julio). Mantiene, a su vez, una estricta homogeneidad en su línea editorial y en la temática de la publicación.
- Todos los trabajos editados en «COMUNICAR» se someten a evaluaciones previas por expertos del Comité Científico y Consejo de Redacción, así como por el Consejo Internacional de Revisores, investigadores independientes de prestigio en el área.
- Las colaboraciones revisadas en «COMUNICAR» están sometidas, como mínimo requisito, al sistema de evaluación ciega, 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.
- «COMUNICAR» notifica de forma motivada la decisión editorial que incluye las razones para la estimación previa, revisión posterior, con aceptación o rechazo de los manuscritos, con resúmenes de los dictámenes emitidos por los expertos externos.
- «COMUNICAR» cuenta en su organigrama con un Comité Científico, Consejo de Redacción, Consejo de Revisores y Consejo Técnico, además del Editor, Editores Adjuntos, Coeditores Internacionales, Editores Temáticos, Centro de Diseño y Gestión Comercial.
- El Comité Científico y Consejo de Revisores están formado por profesionales e investigadores de reconocido prestigio, sin vinculación institucional, ni con la revista ni con la editorial, marcando la evaluación y auditoría de la revista.

Criterios de la calidad científica del contenido

- Los artículos que se editan en «COMUNICAR» están orientados básicamente al progreso de la ciencia en el ámbito de la «educomunicación» y se dedican básicamente a trabajos que comuniquen resultados de investigación originales.
- 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 aquellos que son miembros de la organización y de sus Consejos.

Información sobre evaluadores, tasas de aceptación/rechazo e internacionalización

- Número de trabajos recibidos para «COMUNICAR» 44: 226; Número de trabajos aceptados publicados: 20.
- Nivel de aceptación de manuscritos en este número: 8,85%; Nivel de rechazo de manuscritos: 91,15%.
- Número de Revisores en «COMUNICAR» 44: 154 (37 internacionales y 117 nacionales) (véase en www.revistacomunicar.com).
- Número de Indizaciones en bases de datos internacionales: 253 (15-12-2014) (actualización: www.revistacomunicar.com).
- Internacionalización de autores en «COMUNICAR» 44: 10 países (Alemania, Brasil, Chile, Colombia, España, Estados Unidos, México, Reino Unido, Rumanía y Turquía).

Revista de Educomunicación

Comunicar

Revista científica bilingüe en español e inglés en todos sus artículos, y abstracts en chino.

Decidida vocación internacional y latinoamericana en sus temáticas, lectores y autores.

22 años de edición y 1616 artículos publicados de investigaciones y estudios.

Presencia en 245 bases de datos internacionales, plataformas de evaluación de revistas, directorios selectivos, portales especializados, catálogos hemerográficos...

Riguroso y transparente sistema ciego de evaluación de manuscritos, auditado en RECYT; Consejo Científico Internacional y una red pública de revisores científicos de más de 350 investigadores de 25 países de todo el mundo.

Gestión profesional de manuscritos a través de la Plataforma OJS, de la Fundación de Ciencia y Tecnología, con compromisos éticos publicados para la comunidad científica de transparencia y puntualidad, antiplagio (CrossCheck), sistemas de revisión...

Alto nivel de visibilización con múltiples sistemas de búsqueda, DOIs, ORCID, pdfs dinámicos, EPUB..., con conexión a gestores documentales como Mendeley, RefWorks, EndNote y redes sociales científicas como ResearchGate y Academia.Edu.

Especializada en educomunicación: comunicación y educación, TIC, audiencias, nuevos lenguajes...; monográficos especializados en temas de máxima actualidad.

Doble formato: impreso y on-line; Digitalmente, accesible a texto completo, de forma gratuita, para toda la comunidad científica y lectores de todo el mundo.

Coediciones impresas en España para Europa, y Ecuador y Chile, para América; Editada por Comunicar, asociación profesional no lucrativa, veterana en España (25 años) en educomunicación, que colabora con múltiples centros y Universidades internacionales.

En indexaciones (2014), «Comunicar» es la única revista española en JCR en Comunicación y la segunda española en Educación. En Scopus es Q2 en «Cultural Studies» y Q3 en Educación y en Comunicación. Es Revista de Excelencia RECYT 2013/16 y está inserta en ERIH+. Es la primera revista de Comunicación y de Educación en Google Scholar Metrics y la 48 del ranking 2014 (h19) de 423 de Comunicación del mundo (primera



Colaboran:



Grupo de Investigación Ágora
Plan Andaluz Investigación (PAI-HUM-648)

Edita:



Grupo Comunicar

www.revistacomunicar.com
info@grupocomunicar.com

ISSN: 1134-3478 / e-ISSN: 1988-3293