

**Publicaciones**

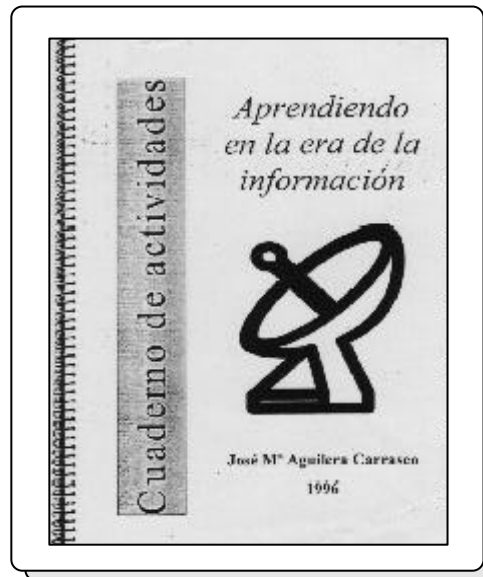
R e s e ñ a s

Julio Jiménez Sánchez



- **Ética en la información**
- **Francisco Muro de Íscar**
- **Asociación de Periodistas de Información Económica**

El autor reúne en este libro los más importantes códigos de conducta y estatutos profesionales relacionados con los medios de comunicación, abarcando tanto los de nuestro país como otros de más allá de nuestras fronteras. Se recogen más de cuarenta códigos éticos, completándose con los artículos de nuestro Código Penal directamente referidos al periodista o al medio (libertad de expresión) como al sujeto de la información (derecho a la imagen y el honor). Se trata por lo tanto de un texto válido e interesante para todos los que se acercan a los medios de comunicación desde muy diferentes ángulos, así: periodistas en ejercicio o en vías de serlo, en ambos casos como oportuno acercamiento al contraste entre los diferentes códigos que se aportan, profesionales del mundo de la comunicación con el fin de entender los comportamientos que cada medio de comunicación marca a sus profesionales y, en consecuencia, valorar si lo recogido en tales códigos es sólo un catálogo de buenas intenciones o un ojo crítico sobre cada contenido que aparece en los medios.



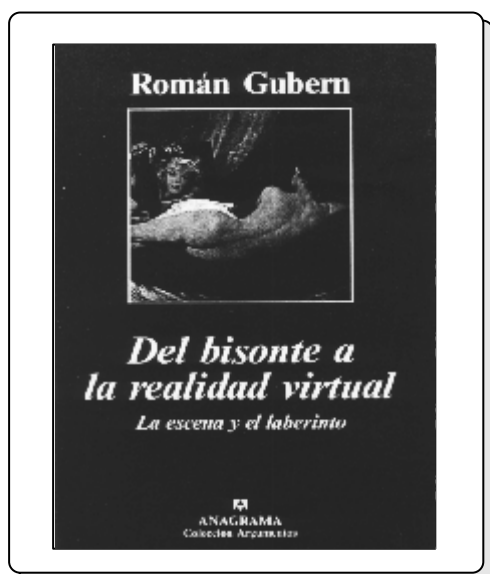
- **Aprendiendo en la era de la información**
- **José Mª Aguilera**
- **La Coruña, Cefocop**
- **1996**

Inicia su autor este cuaderno con la premisa de que gran parte de nuestro bagaje, tanto en aspectos formativos como informativos, es debido a los medios de comunicación. Por ello nos plantea una serie de interrogantes como aldabonazo de nuestras conciencias y con la intención de que reflexionemos si tal bagaje hace que estemos mejor informados y si esa información ha cambiado nuestra concepción de la aldea global, haciéndola diferente de la de nuestros antepasados y, por otra parte, cuál es la que nos ofrecen los medios. Por último, reflexiona a propósito de cómo afecta todo ello al mundo educativo y en qué medida éste se ha visto influenciado por los medios. A la respuesta de tales interrogantes va destinada la colección de propuestas, que se presentan como ampliamente experimentadas, con la pretensión de que el estudiante sea consciente del papel que los medios ocupan en su vida y sea capaz de enjuiciar de forma crítica y autónoma dicho papel. Tras estas reflexiones iniciales, se nos ofrece una amplia gama de fichas.

## Publicaciones

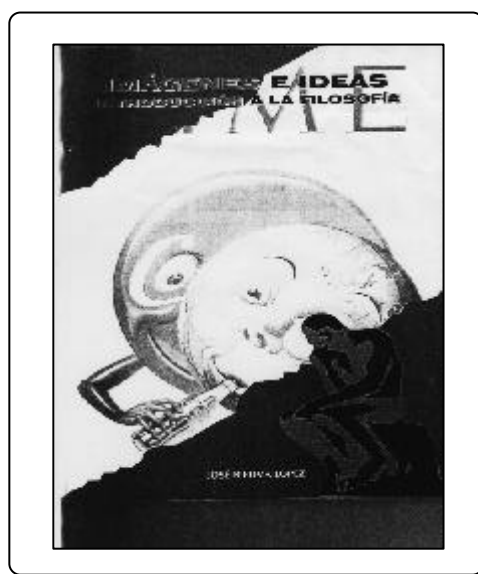
## R e s e ñ a s

Enrique Martínez e Ilda Peralta



- Román Gubern. *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto.*
- Anagrama. Colección Argumentos.
- Barcelona, 1996

El autor —maestro de la comunicación en nuestro país— realiza una lectura de la imagen interpretándola culturalmente desde la historia, y fundamentalmente en la expresión, desde dos concepciones básicas que la caracterizan: la imagen, desde su doble vertiente de imagen-escena e imagen-laberinto, que durante este siglo ha ido al compás de lo que ya llamamos realidad virtual. La reflexión que en el texto se realiza sobre este mundo ficcional que es la realidad virtual, que prioriza el espectáculo sobre la imagen, explica la eliminación de la narrativa audiovisual tradicional; confundiendo originales y copias y planteando en toda su profundidad la crisis del concepto de representación heredado desde los clásicos, que hoy está en cuestionamiento, a partir de estos nuevos lenguajes y tecnologías. El libro, con la característica integradora de su autor, se convierte en indispensable para aquellos docentes, periodistas y ciudadanos que deseen profundizar en los fundamentos, valores y técnicas del lenguaje icónico a través de los siglos.



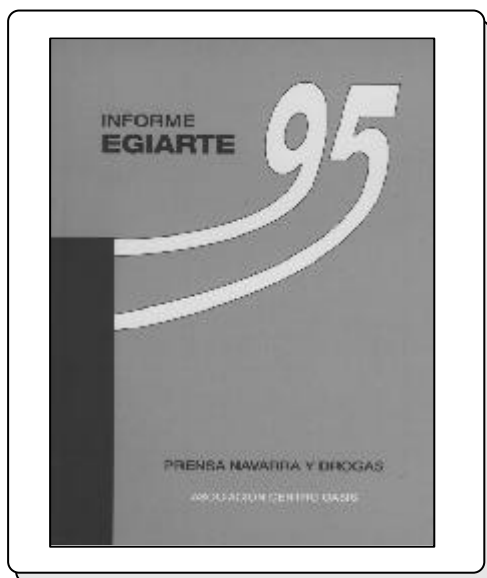
- *Imágenes e ideas*
- José Biedma López
- Jaén, Gráficas Úbeda
- 1997

Este libro ha nacido desde la práctica del autor en las aulas de Bachillerato, enseñando filosofía en un mundo en el que la saturación de los mensajes publicitarios e icónicos han confundido lo real con lo imaginario. Los valores, los sentimientos, las fantasías, las ilusiones y las motivaciones inconscientes, son analizadas desde el prisma de la influencia de los medios de comunicación. La reflexión rigurosa e instrumentos básicos de análisis pretenden enseñar a comprender el sentido y el propósito de las imágenes y los mensajes persuasivos. El autor se ha basado en la nueva estructuración de la enseñanza secundaria para la asignatura de filosofía. No obstante, el profesor de todos los niveles, encontrará elementos imprescindibles, curiosos y didácticamente preparados para adaptarlos a sus aulas en todo lo que se refiere al mensaje icónico y su relación con los sentidos, las facultades personales y el camino que va de la imagen como objeto al símbolo y al concepto. En definitiva, un texto recomendable para su lectura.

Publicaciones

R e s e ñ a s

M<sup>a</sup> Teresa Fernández Martínez



- Prensa navarra y drogas
- Asociación Centro Oasis
- Navarra, Altafaylla Kultur Taldea
- 100 págs.



- Tratamiento periodístico de las drogas y de las drogodependencias
- Coordinadora de ONGs
- Madrid, 1996; 131 págs.

Con este documento –presentado a la opinión pública en febrero de 1997– pretenden los autores del mismo «ofrecer un instrumento de análisis y reflexión cuyo objetivo final está encaminado a una necesaria normalización y adecuación del discurso social sobre el fenómeno drogas». A partir de la idea de que todos somos responsables del actual discurso social sobre este tema, y apoyados por una rigurosa investigación cuyos datos recoge este informe –basado en el análisis del tratamiento que recibieron las drogas en la prensa navarra durante casi un año–, concluyen los autores que este discurso social sobre las drogas que todos construimos y que encuentra su eco más sonado en los medios de comunicación, está lleno de estereotipos, miedos, tópicos, sensacionalismo... elementos todos ellos que no dejarán de repercutir negativamente en las campañas de prevención. Los autores insisten en que el informe no presenta ninguna conclusión, pues consideran los resultados obtenidos suficientemente esclarecedores.

Los autores de este libro parten de la idea de que los medios de comunicación social son la principal fuente de información sobre las drogas y que, por tanto, es esencial conocer el tratamiento que en estos medios se hace de la problemática de las drogas. Con este planteamiento, se adentran en una investigación en la que se concluye que la visión que los medios nos ofrecen es parcial e interesada, mezcla de desinformación y control social, demostrable a través de numerosos ejemplos que se nos ofrecen en las páginas de este libro, y que se concreta en el enfoque predominante que los medios ofrecen ante el tema de las drogas: centralismo absoluto del tráfico de drogas, la tensión entre el Estado y las organizaciones ilegales dedicadas al narcotráfico... y sobre todo, la imposición de que es adecuada la respuesta del Estado, centrada en la acción policial. Los autores se plantean si son posibles unos medios de comunicación que eviten esta visión sesgada de la realidad y nos propongan una reflexión más rigurosa y veraz sobre esta problemática social.

## Publicaciones

## R e s e ñ a s

Tomás Pedroso Herrera



- **Comunicación y educación**
- **Armando Jiménez (ed.)**
- **Granada, Colegio Doctores, 1996**
- **2 volúmenes**

El III Congreso Internacional sobre «Educación y Sociedad», organizado por los Colegios de Doctores y Licenciados de Andalucía, se sintetiza en el presente libro, con todas las actas e intervenciones: conferencias, mesas redondas y comunicaciones. En la primera parte se analizan con enfoques diversos la televisión («La revolución TV» de Francisco Ayala), reflexiones sobre comunicación («La comunicación en el mundo de hoy» de José Luis Pinillos), o la literatura («La literatura como comunicación» de A. Bryce Echenique), teniendo todas las intervenciones como hilo temático la meditación en torno al problema de la comunicación. Las mesas redondas recogen las intervenciones de diversos especialistas que debatieron sobre «Las nuevas tecnologías en la enseñanza», «La lengua española en el siglo XXI» y, por último, «Medios de comunicación y manipulación». Finalmente se recogen múltiples comunicaciones con reflexiones teóricas y experiencias y propuestas para la práctica en los centros escolares.

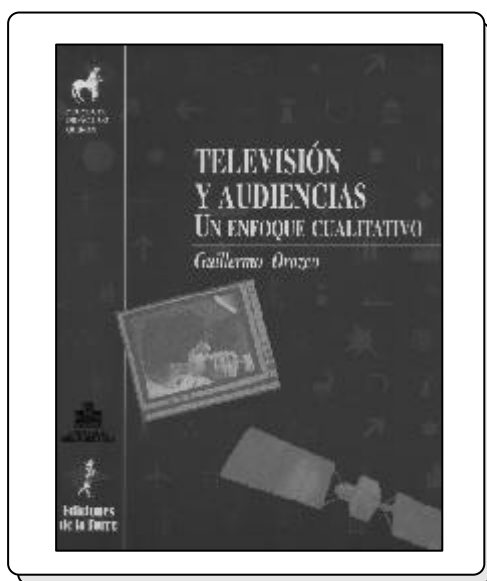


- **Lenguajes y enseñanza**
- **A. Romero López (Coord.)**
- **Granada, Fundación Educación y Futuro**
- **386 págs.**

Los trabajos que se recogen en este heterogéneo libro provienen en su mayoría de las ponencias y comunicaciones que fueron presentadas en las «Jornadas de Andalucía Oriental sobre Lenguajes y Comunicación», celebradas en diciembre de 1993 en Granada. La heterogeneidad del libro se halla en que en él aparecen reflexiones sobre temas variados: literatura, psicología, informática, matemáticas, etc. Sin embargo, todos estos temas aparecen unidos con el hilo conductor del lenguaje: en todas las colaboraciones se indaga en el «conjunto de señales que pueden dar a entender alguna cosa» que permiten que la comunicación humana no se realice sólo desde el punto de vista lingüístico. De entre todos los artículos, dos son los que por su temática entran especialmente en esta páginas: «Lenguaje de la prensa y didáctica del discurso periodístico» de M. Cerezo Arriaza y «Cine y comunicación» de J. Martínez Morales. Se trata, en definitiva, de un interesante manual para estudiar las relaciones entre el lenguaje gráfico y el mundo audiovisual.

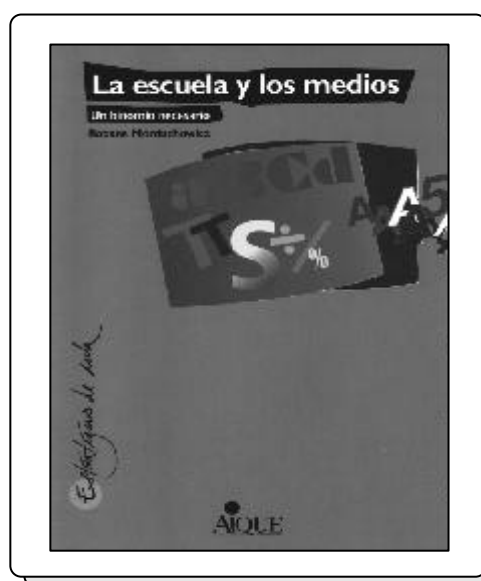
## Publicaciones

## R e s e ñ a s

M<sup>a</sup> Amor Pérez Rodríguez

- **Televisión y audiencias**
- **Guillermo Orozco**
- **Madrid, de la Torre, 1996**
- **207 págs.**

Según confiesa el propio autor en las palabras introductorias, este libro se presenta como «incursión y excursión» en el proceso de vertelevisión («televidencia»). Para ello, el contenido se divide en dos partes muy claramente diferenciadas: La investigación de la televidencia y la educación televisiva de las audiencias. En la primera de ellas, se propone una línea de investigación y reflexión que abarca los más diversos campos de la «televidencia»: un marco teórico inicial en el que se asienta el libro, reflexiones sobre la audiencia, sobre la televisión y la familia, etc. En la segunda parte, se produce un giro que encauza el contenido del libro hacia las relaciones existentes entre educación y televisión, desarrollándose una propuesta para vincular a ambas instituciones. La finalidad última del libro es «conocer para intervenir», es decir, no se trata tan sólo de un texto teórico, sino que en él se persigue que la «televidencia», además de ser una actividad placentera, se convierta en un medio de fortalecer la democracia y la participación ciudadana.



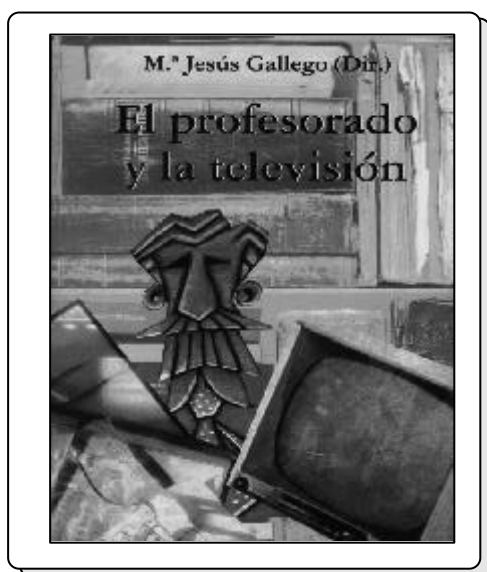
- **La escuela y los medios**
- **Roxana Morduchowicz**
- **Buenos Aires, Aique, 1997**
- **151 págs.**

La presencia de los medios de comunicación en todas las esferas de nuestra vida es sin duda una de las características más señaladas de nuestra civilización. En cualquier rincón del mundo la problemática de la inserción de los medios de comunicación en el currículum escolares y una preocupación y un reto. El texto de la argentina Roxana Morduchowicz nos pone un vivo ejemplo de la importancia que esta problemática ha tenido en este país del cono sur en los últimos diez años, que ha supuesto la concreción de un modelo práctico y fructífero de uso didáctico de los periódicos y los medios en las aulas a través del Programa «El diario en la escuela» de la Asociación de Diarios de la República Argentina. El texto define la «Educación en Medios de Comunicación» y nos sugiere múltiples pistas para su inserción curricular en los diferentes niveles del Sistema Educativo, de un enfoque transversal que analice los medios como contenidos, objetos de estudio y ofrezca una lectura formal y significativa de sus mensajes.

## Publicaciones

## R e s e ñ a s

Manuel Monescillo Palomo



- **El profesorado y la televisión**
- **M.ª Jesús Gallego Arrufat (Dir.)**
- **Granada, Universidad, 1997**
- **397 págs.**

A raíz del concurso nacional de proyectos de investigación sobre «Educación y Televisión», convocado por el CIDE del Ministerio de Educación en 1994, el equipo de investigación «Profesorado y programación televisiva» de la Universidad de Granada, dirigido por la profesora M.J. Gallego, desarrolla una amplia investigación para analizar las relaciones entre el profesorado y el medio televisivo. El planteamiento de la investigación apareció publicado en *COMUNICAR*, 4 (pp. 118-127). Ahora sale a la luz el texto que recoge la investigación íntegra, planteando las líneas de investigación que se han desarrollado (revisión de estudios), así como los objetivos, fases en el estudio, metodología y especialmente los resultados en torno a las visiones que los profesores participantes del estudio tienen respecto a la programación televisiva. En definitiva, un texto riguroso y ejemplificador que responde impecablemente a la metodología de la investigación educativa actual, con procedimientos cualitativos de búsqueda de información.



- **Pixel Bit, 8; enero de 1997**
- **Revista de Medios y Educación**
- **Secretariado de Recursos Audiovisuales**
- **Sevilla, 1997**

Este número de *Pixel Bit* nos ofrece actualizada información sobre la relación cada vez más inevitable en una sociedad fuertemente mediatizada, entre medios y educación. Los diferentes artículos analizan temas actuales como el uso del satélite en la educación universitaria o las redes telemáticas como instrumentos de educación a distancia; pero también aportan nuevas perspectivas a temas ya «clásicos», como la formación del profesorado—para la que se proponen nuevos canales y recursos—o la educación especial, campo que puede beneficiarse muy especialmente de estas novísimas tecnologías para poner al alcance de muchas personas el acceso a la información. Además, este número nos ofrece una apasionante experiencia de desarrollo multimedia interuniversitario en el que han trabajado profesores de cinco universidades españolas y que ha consistido en el desarrollo de un CD-ROM con contenidos multimedia orientado a la enseñanza. La revista se completa con el listado de los nuevos materiales producidos por este Secretariado.

## Publicaciones

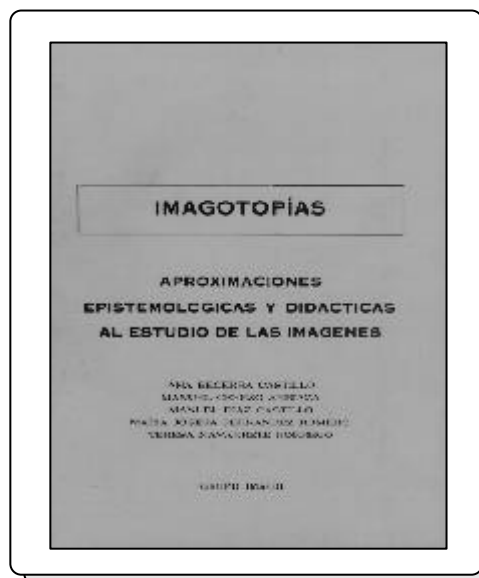
## R e s e ñ a s

Francisco Casado Mestre



- **Mediatecas Escolares**
- **Rui Canario (Coord.)**
- **Lisboa, Instituto Inovação Educacional**
- **1ª ed. 1994; 139 págs.**

Con el subtítulo de «Génesis e desenvolvimento de uma inovação», este texto expone detallada y metódicamente la creación experimental de cuatro mediatecas (dos en centros de Primaria y dos en centros de Secundaria) en las inmediaciones de Setúbal. El libro se abre con un conjunto de reflexiones en las que se argumenta el necesario cambio e innovación en la relación existente entre información y alumnos que se manifiesta en el salto de la biblioteca tradicional a la mediateca. Más abajo se analizan cuáles son los diferentes modelos existentes de mediatecas y sus formas de organización. En la parte final del libro se recogen las conclusiones que se han derivado de la puesta en práctica de la experiencia: la mediateca exige, en principio, un proyecto pedagógico más vasto que el proyecto tradicional porque modifica la forma del aprendizaje de los alumnos y procesos de formación de los profesores. La clave del éxito se halla en que el establecimiento de enseñanza debe ser capaz de organizar de modo radicalmente diferente todos los recursos que posee.



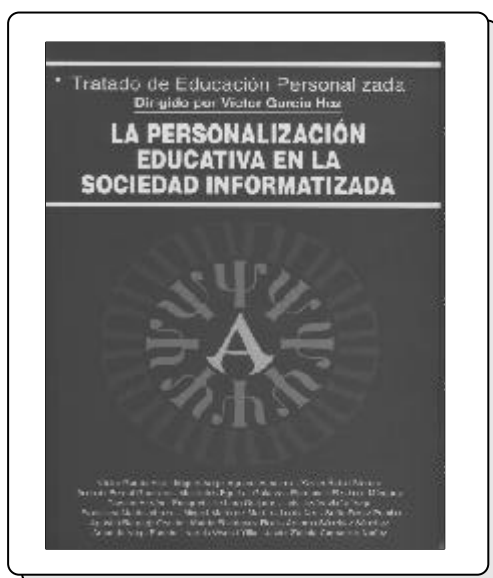
- **Imagotopías. Aproximaciones al estudio de las imágenes**
- **A. Becerra Castillo y otros**
- **Grupo Imago, Granada, 1993; 160 pág.**

Después de una breve presentación en la que se apunta que el concepto de utopía es «una de las entidades mentales más indomables de la historia del espíritu humano» porque aún tiene vitalidad y capacidad de estímulo, los contenidos del libro se dividen en dos grandes apartados: las reflexiones y las experiencias didácticas. En cuanto a las primeras, aparecen tres artículos: «Epistemología y didáctica de la imagen», «La quimera de las Indias» e «Imágenes publicitarias en televisión». El primero de ellos es una meditación sobre el concepto de imagen y sobre sus posibilidades didácticas, con un somero repaso de la «historia de las utopías». En el segundo, se analiza el modo en que se conformaron, durante el Siglo de Oro, las imágenes de las Indias Occidentales. En el último, se incluye una aproximación a la publicidad en la que se alerta a los educadores para que fomenten el espíritu crítico. La primera experiencia lleva por título «Imágenes mitológicas en el léxico español» y «Walt Disney: la infancia recuperada» es el título de la segunda experiencia.

## Publicaciones

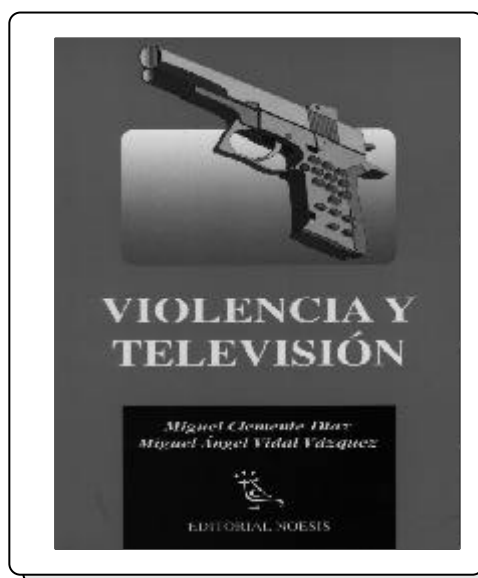
## R e s e ñ a s

Nuria García García



- **La personalización educativa en la sociedad informatizada**
- **V. García Hoz (Dir.)**
- **Madrid, Rialp, 1995; 400 págs.**

Este libro tiene como finalidad inmediata «describir y valorar las características propias de la sociedad actual en su relación o función educativa» y como finalidad mediata «intentar que esta comprensión sea uno de los elementos que contribuyan a avizorar lo que la educación puede ser». En esta doble perspectiva deben encuadrarse los distintos artículos de este libro, que se presentan al mismo tiempo como reflexiones sobre los conceptos de información y educación, y como propuestas de trabajo directas que pueden ayudar a enriquecer el panorama actual en este entorno, contribuyendo de esta manera a transformar las características que los mismos autores analizan. Los campos trabajados son muchos destacando por la enorme variedad de medios y temas. Así, se mueven en medios muy diferentes, desde el humilde periódico escolar hasta las últimas tecnologías informáticas, como el correo electrónico, trabajando al tiempo una gran diversidad de temas, como la educación para la paz, o la prevención de la drogadicción, el uso de bases de datos...

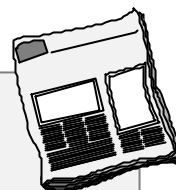


- **Violencia y Televisión**
- **M. Clemente Díaz y M. Vidal Vázquez**
- **Madrid, Noesis, 1996**
- **165 págs.**

Los autores de este libro—expertos en psicología jurídica y profesores de la Universidad Complutense—nos invitan a una interesante reflexión sobre el acuciante problema de la influencia que la violencia de los medios de comunicación y, en concreto, de la televisión, puede tener sobre los miembros más jóvenes de nuestra sociedad. Tras repasar las teorías explicativas sobre la violencia y resumir algunos aspectos generales de los medios, se adentra este estudio de lleno en el problema crucial del cambio de actitudes, reflexionando sobre las distintas teorías sobre los efectos de estos medios y, en concreto, de la violencia «mediatizada» sobre los espectadores. A partir de aquí, se inicia una investigación sobre la televisión como productora de violencia, así como sobre la importancia que el entorno familiar ejerce. Todas las reflexiones vienen avaladas por resultados de investigaciones, lo que confiere a esta obra un inestimable valor. Se completa con aspectos legales sobre la protección del menor y datos sobre la violencia en la programación televisiva.



# Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura



*Creada en Brasil en septiembre de 1982, la Red de Revistas de Comunicación y Cultura—entre las que se encuentra COMUNICAR— se propone apoyar a las diferentes instituciones dedicadas a la reflexión teórica, a la investigación y a la enseñanza de la comunicación. El principal objetivo de esta Red es constituirse en agente movilizador de la producción, distribución e intercambio de revistas vinculadas con la comunicación en el ámbito iberoamericano.*

*La Red se encuentra actualmente formada por las siguientes revistas:*

• **MEDIOS EDUCACIÓN COMUNICACIÓN**

Casilla de Correos 3277  
1000 Buenos Aires (Argentina)

• **OFICIOS TERRESTRES**

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

• **REVISTA BOLIVIANA DE COMUNICACIÓN**

Casilla 5946. La Paz (Bolivia)

• **INTERCOM. Revista Brasileira de Comunicação Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação**

Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443,  
Bloco A, sala 1, Cidade Universitaria  
05508-900 São Paulo, SP (Brasil); Fax: 8130596

• **REVISTA DE COMUNICAÇÕES E ARTES**

Escola de Comunicações e Artes  
Universidade de São Paulo  
Caixa Postal 8191-05508-900  
São Paulo, SP (Brasil); Fax: 8130596

• **REVISTA COMUNICARTE**

Instituto de Artes e Comunicações e Turismo  
Pontificia Universidade Católica de Campinas  
Caixa Postal 317 13100 Campinas, SP (Brasil)

• **COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE**

Instituto Metodista de Ensino Superior  
Rua do Sacramento 230 Rudge Ramos  
09735-460 Sao Bernardo do Campo, SP (Brasil)  
Fax: 4553349; Email: metodpgp@eu.ansp.br

• **UCBC INFORMA**

União Cristã Brasileira de Comunicação Social  
Av. Jabaquara 2400, Loja 03,  
CEP 04046 Sao Paulo, SP (Brasil)

• **REVISTA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Departamento de Comunicação Social  
Universidades Federal de Ceará  
Av. da Universidade 2762, Campus de Benfica,  
60.020-180 Fortaleza, CE (Brasil)

• **COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO**

Universidade de São Paulo  
Departamento de Comunicações e Artes -ECA/USP  
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 prédio  
central, 2º andar sala B-17 Cidade Universitaria  
055508-900 São Paulo, SP (Brasil)  
Fax: (5511) 8184326; Email: comueduc@usp.br

• **BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
Rua Ramiro Barcelos, 2705.90035-007  
Porto Alegre, RS (Brasil)  
Fax: 3306635; Email: bibfbc@vortex.ufrgs.br

• **SIGNO Y PENSAMIENTO**

Facultad de Comunicación y Lenguaje  
Pontificia Universidad Javeriana  
Carrera 7ª N° 43-82, Edificio Angel Valtierra,  
piso 7 Santafé de Bogotá (Colombia)  
Fax: 2871775; Email: alalinde@javercol.javeriana.edu.co

• **COMUNICACIÓN UPB**

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

## Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura



### • COMUNICACIÓN Y MEDIOS

Escuela de Periodismo  
Universidad de Chile  
Belgrado 10, Santiago (Chile); Fax: 2229616

### • ARANDU

Revista Cuatrimestral de las  
Organizaciones Católicas de Comunicación  
(OCIC-AL, UCLAP y Unda-AL)  
Alpallana 581 y Whimper,  
Apartado Aéreo 17-21-178  
Quito (Ecuador); Fax: (593-2) 5011658  
Email: scc@seccom.ec

### • CHASQUI

CIESPAL: Centro Internacional de Estudios  
Superiores de Comunicación para América Latina  
Av. Diego de Almagro 2155 y Andrade Marín  
Casilla 17-01-584, Quito (Ecuador)  
Fax: 502487; Email: chasqui@ciespal.org.ec

### • TELOS

FUNDESCO Fundación para el Desarrollo de la  
Función Social de las Comunicaciones  
Plaza de la Independencia, 6  
28001 Madrid (España)  
Fax: 34-1-3300675; Email: revitelos@fundesco.es

### • COMUNICAR

Grupo Comunicar  
Colectivo Andaluz de Educación en  
«Medios de Comunicación»  
Apartado 527. 21080 Huelva (España)  
Fax: 34-59-260757; Email: aguaded@uhu.es  
E-mail: h116966700@abonados.cplus.es

### • ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORÁNEAS

Programa Cultura. Universidad de Colima  
Apartado Postal 294. 28000 Colima, Col. (México)  
Fax: 27581; Email: pultura@volcan.ucol.mx

### • TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN EDUCATIVAS

Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa. Calle del Puente, n° 45  
Col. Ejidos de Huipulco, Delg. Tlalpan  
CP 14380, México DF (México); Fax: 7286554

### • VERSIÓN ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

Departamento de Educación y Comunicación  
División de Ciencias Sociales y Humanidades  
Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco  
Col. Villa Quietud, Deleg. Coyoacán,  
México DF (México); Fax: 7245149

### • COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

Centro de Estudios de la Información  
y la Comunicación  
Universidad de Guadalajara  
Paseo Poniente 2093, Apartado Postal 6-216  
44210 Guadalajara, Jalisco (México)  
Fax: 8237505/8237631

### • REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN

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

### • CONTRATEXTO

Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Universidad de Lima (Perú)  
Apartado 852, Lima 100 (Perú); Fax: 4379066

### • DIA-LOGOS DE LA COMUNICACIÓN

FELAFACS-Federación Latinoamericana  
de Facultades de Comunicación Social  
Apartado Postal 180097, Lima 18 (Perú)  
Telefax: 4754487  
Email: wneira@felafacs.org.pe

### • CANDELA

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

### • ANUARIO ININCO

Instituto de Investigaciones de la Comunicación  
Facultad de Humanidades y Educación  
Universidad Central de Venezuela  
Av. Neverí, Centro Comercial Los Chaguaramos,  
piso 13, Los Chaguaramos Apartado Correos 47.339  
Caracas 1041 (Venezuela)  
Fax: 6622761; Email: ininco@conicit.ve

### • COMUNICACIÓN. ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACIÓN

Centro Gumilla. Edificio Central de Valores, local 2,  
Esquina Luneta, Altigracia  
Apartado 4838, Caracas 1010-A (Venezuela)  
Fax: 5647557

# COMUNICAR

Revista de Educación en Medios de Comunicación

---

## Próximos títulos

Temas monográficos

---

La Familia, los Medios y la Escuela



Mujeres y Hombres en los Medios



Los medios de los Medios  
Mediatecas en las aulas



Educación para la Salud  
y Medios de Comunicación



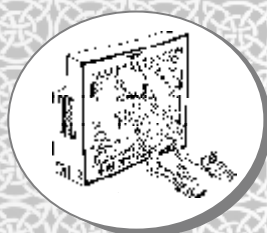
El Tutor y los Medios de Comunicación



Democracia y Medios de Comunicación

*«COMUNICAR» es una plataforma de expresión abierta a la participación y colaboración de todos los profesionales de la educación y la comunicación. Si está interesado/a en colaborar en los próximos números, puede remitirnos sus trabajos y comunicaciones (ver normas de colaboración, pág. 219).*

En tiempos de  
comunicación...



## **“COMUNICAR”**

Un foro abierto para la  
Educación en Medios de Comunicación

Para conocer y comprender los nuevos lenguajes...  
Para crear y recrear con los nuevos medios...

Suscríbase y  
colabore con sus trabajos

P u b l i c a c i o n e s	PUBLICACIÓN	PRECIO	CANT.	IMPORTE
	<b>Revista «Comunicar»</b>			
	• Suscripción anual 1998 (números 10 y 11) .....	2800 pts.	—	_____
	• Comunica 1: Aprender con los medios .....	1500 pts.	—	_____
	• Comunica 2: Comunicar en el aula .....	1500 pts.	—	_____
	• Comunicar 3: Imágenes y sonidos en el aula .....	1500 pts.	—	_____
	• Comunicar 4: Leer los medios en el aula .....	1500 pts.	—	_____
	• Comunicar 5: Publicidad, ¿cómo la vemos? .....	1500 pts.	—	_____
	• Comunicar 6: La televisión en las aulas .....	1500 pts.	—	_____
	• Comunicar 7: ¿Qué vemos? ¿Qué consumimos? .....	1650 pts.	—	_____
	• Comunicar 8: La Educación en Medios de Comunicación .....	1650 pts.	—	_____
	• Comunicar 9: Educación en Valores y Comunicación .....	1650 pts.	—	_____
	<b>Colección «Prensa y Educación»</b>			
	• II Congreso Andaluz Prensa Educación .....	1950 pts.	—	_____
	• Profesores Dinamizadores de Prensa .....	1850 pts.	—	_____
	• Medios audiovisuales para profesores .....	2250 pts.	—	_____
	• Enseñar y Aprender con prensa, radio y TV .....	2600 pts.	—	_____
	• Cómo enseñar y aprender la actualidad .....	2000 pts.	—	_____
	• Enseñar y aprender la actualidad con los medios .....	1850 pts.	—	_____
	<b>Monografías «Aula de Comunicación»</b>			
	• Comunicación audiovisual .....	1600 pts.	—	_____
	• Unidades didácticas de Prensa en Primaria .....	1450 pts.	—	_____
	• El periódico en la Educación de Adultos .....	1600 pts.	—	_____
	• Juega con la imagen. Imagina juegos .....	1450 pts.	—	_____
	• El universo de papel. Trabajamos con el periódico .....	1600 pts.	—	_____
	• Televisión y educación .....	1500 pts.	—	_____
	• Publicidad y educación .....	1500 pts.	—	_____
	<b>Murales «Prensa Escuela»</b>			
	«Imágenes de la prensa» (6), «Tuciedad y los medios» (7), «Publicidad» (8), «E. Ambiental y Medios» (9), «La tele y nosotros» (10), «Investigamos el cine» (11), «El cómic» (12), «La radio» (13) .....	Gratis	—	_____
	<b>Importe total:</b> _____			

Ficha de pedidos	<b>Forma de pago:</b>
	<input type="checkbox"/> Talón nominativo adjunto a favor de «Grupo COMUNICAR» (sin gastos de envío) (Sólo España)
	<input type="checkbox"/> Contrarreembolso (se añadirán 495 pts. de gastos envío (España) y 995 pts. (otros países))
	<input type="checkbox"/> Giro postal o transferencia bancaria: c/c Caja Postal 1302 2390 72 0019089614 (Adjuntar fotocopia)
	Para facturación, adjuntar número CIF <input type="text"/>
	En renovaciones a «COMUNICAR», indiquen, por favor, el nº suscriptor <input type="text"/>
	Nombre o Centro .....
	Domicilio .....
	Población ..... Código .....
	Provincia ..... Teléfono .....
Persona de contacto (para centros) .....	
Importe total (incluidos -si procede- los gastos de envío del reembolso) <input type="text"/>	
Fecha ..... Firma o sello (centros):	
<b>Enviar a: Grupo COMUNICAR. Apdo. Correos 527. 21080 Huelva</b>	

El Grupo COMUNICAR es una asociación de profesores y periodistas de Andalucía que, sin ánimo lucrativo, pretende incentivar a la comunidad educativa (profesores, padres y alumnos) para el uso didáctico crítico, creativo y plural de los medios de comunicación en las aulas.

## Colaboraciones

# Normas de publicación

«COMUNICAR» es una revista educativa de carácter internivelar (desde Educación Infantil, Primaria y Secundaria, hasta Universidad y Adultos) que pretende fomentar el intercambio de ideas, la reflexión compartida entre periodistas y docentes y el auto-perfeccionamiento de los profesionales en el ámbito de los medios de comunicación en la educación.

• **Temática:** Serán publicados en «COMUNICAR» los trabajos y artículos inéditos enviados por los suscriptores, colaboradores y lectores de la revista que versen sobre proyectos, investigaciones, reflexiones, propuestas o experiencias en la utilización didáctica, plural e innovadora, de los medios de comunicación en la enseñanza, en sus diferentes vertientes y niveles.

• **Soporte:** Los trabajos se presentarán obligatoriamente en doble soporte: copia en papel y disco informático para PC (WordPerfect, Word o cualquier otro procesador de textos del entorno Windows).

• **Extensión:** Los artículos tendrán una extensión de entre cuatro y ocho folios, incluyendo referencias bibliográficas (con un máximo de veinte), tablas, gráficos y fotografías. Estos últimos tendrán que ser necesariamente originales, con calidad gráfica para su reproducción.

• **Estructura:** En cada colaboración, figurará en la primera página el título, autor/es (con un máximo de dos), así como un resumen –entrada– del artículo de seis/ocho líneas. Al final del texto se incluirá nuevamente el nombre del autor/es, centro/s de trabajo, así como varios sumarios (textos literales entresacados del artículo para resaltarlos).

• **Referencias:** Al final del artículo se recogerá –en caso de que se estime oportuno– la lista de referencias bibliográficas empleadas por orden alfabético, siguiendo los siguientes criterios:

• **Libros:** Apellidos e iniciales del autor en mayúsculas, año de edición entre paréntesis: título de la obra en cursiva. Lugar de edición, editorial.

• **Revistas:** Apellidos e iniciales del autor en mayúsculas, año de edición entre paréntesis: título del trabajo entrecomillado, nombre y número de la revista en cursiva; página primera y última del artículo dentro de la revista.

• **Publicación:** El Consejo de Redacción se reserva el derecho a publicar los trabajos en el número que estime más oportuno, así como la facultad de introducir modificaciones conforme a estas normas. Los trabajos que no vayan a ser publicados, por estimarse ajenos a la línea editorial, serán devueltos a sus autores. Los autores de los artículos publicados recibirán un ejemplar.

• **Correspondencia:** Se acusará recibo de los trabajos recibidos, pero no se mantendrá otro tipo de correspondencia ni se devolverán los originales de los artículos publicados.

• **Envío:** Los trabajos se remitirán postalmente, especificando la dirección y el teléfono de contacto, a la sede de «COMUNICAR».

Revista «COMUNICAR»  
Apdo. 527. 21080 Huelva. España

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