

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Amor Pérez Rodríguez

La premisa básica que se defiende en este texto es que el hecho de mirar la televisión no garantiza ni su conocimiento ni necesariamente su consumo inteligente. Las investigaciones parecen demostrar que a mayor consumo de televisión, menor grado de distanciamiento se genera. Frente al código escrito, donde unos mayores índices de lectura, van acompañados generalmente de un más alto grado de comprensión y gusto por leer, en el visionado de la televisión, su consumo automático y pasivo sólo genera un mayor ensimismamiento con los mensajes del medio.

Por ello, el autor indica que al igual que la lectura y la escritura tradicional demandan un período de aprendizaje formal, la televisión, como discurso específico, «puede y tiene que ser aprendida», para garantizar su consumo inteligente y racional. En otros trabajos, Aguaded ya ha demostrado que es posible «aprender a ver la televisión» con programas didácticos específicos para desarrollar de forma sistemática en la escuela, en el hogar o en los propios medios, y mediante campañas de sensibilización y formación que permitan reflexionar y verbalizar las interacciones con esta «absorbente pantalla» se producen.

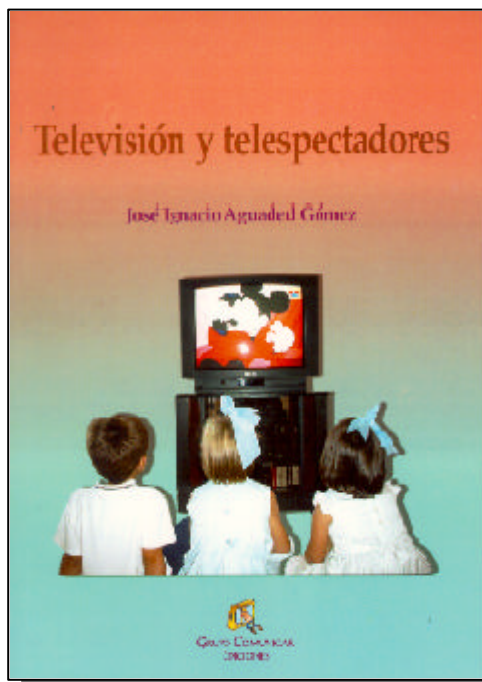
En el texto que reseñamos se plantean dos líneas para entender el «universo televisivo»: el medio como objeto en sí mismo considerado y las interacciones que provoca con sus clientes, los telespectadores, desde la doble perspectiva de análisis del medio como tal y en su implementación social. La comunicación televisiva en el mundo

contemporáneo es el eje central del primer capítulo, que sitúa a la televisión en el contexto de la sociedad actual a partir de su desarrollo diacrónico.

Esta «historia» de la televisión ofrece el enlace oportuno para analizar el medio desde el punto de vista de sus distintas dimensiones: sus fundamentos tecnológicos, sus principios lingüísticos, sus engranajes programáticos, sus coordenadas semiológicas y su dimensión social.

El segundo capítulo del texto se dedica, no tanto al análisis del medio en sí mismo, como a la perspectiva de su impacto social en la población en general y en los jóvenes y niños en particular. Las investigaciones y estudios sobre la televisión y los telespectadores conducen al análisis de los efectos e influencias en el contexto del consumo actual de la televisión.

Nos encontramos ante una contribución de suma importancia para aquellos interesados y estudiosos del medio televisivo, preocupados por los impactos de esta «caja mágica».



- **Televisión y telespectadores**
- **José Ignacio Aguaded Gómez**
- **Huelva, Grupo Comunicar, 2000**
- **181 páginas**

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Amor Pérez Rodríguez

U El desarrollo y la potenciación de políticas saludables y de promoción de la salud, en un sentido social y cultural, se ha convertido en un objetivo prioritario del Ayuntamiento de Huelva que en los últimos años ha desarrollado el «Plan de Salud de la ciudad», dentro del contexto de las «ciudades saludables» y con el objeto de fomentar en los diversos sectores poblacionales de la ciudad una amplia promoción de la salud.

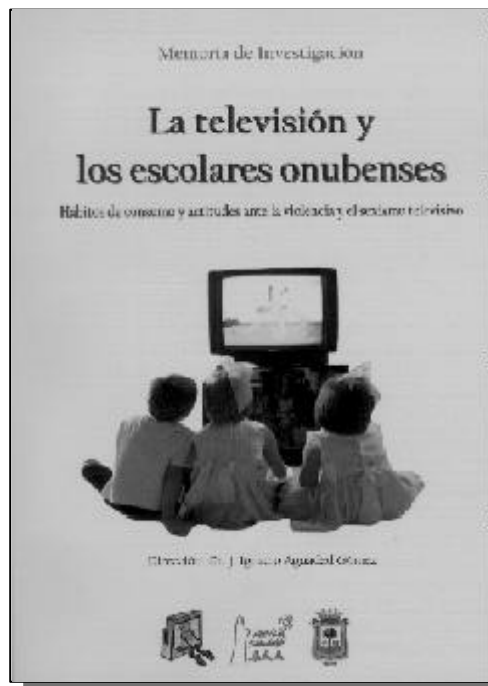
El texto que reseñamos aboga por la consecución de «estilos de vida» más saludables en los chicos y chicas lo que, sin duda, es un gran reto para consolidar la mejora de sus entornos. En esta línea, los autores consideran las actuaciones en los centros escolares, con los padres y las familias y en los propios entornos urbanos como piezas básicas de intervención.

Así se analiza el consumo de la televisión como el prisma catalizador de otros consumos, debido a que éste es uno de los hábitos más extendidos entre los escolares onubenses, al igual que los de otras regiones y nacionalidades, demostrándose que la televisión se ha convertido en un bien de consumo universal en las sociedades contemporáneas, y especialmente entre las poblaciones más jóvenes.

El texto es el resultado de las actuaciones que se realizaron dentro de la campaña «Haz de la tele tu colega» dirigida tanto a los centros escolares como a la ciudadanía onubense en general. Actuaciones de sensibilización y formativas culminadas con una investigación en profundidad que permite conocer los hábitos televisivos de los escolares

onubenses con el objetivo de tener elementos sólidos y razonados que guíen intervenciones futuras, al tiempo que se da a conocer a la población el estado del consumo de los medios en los niños. Dicho trabajo de investigación, dirigido por el doctor J. Ignacio Aguaded consta de una primera parte donde se fundamenta la temática del trabajo ofreciéndose un análisis pormenorizado de cuestiones generales sobre el medio como: la situación actual de la comunicación televisiva y el impacto social de la misma; o cuestiones más vinculadas al mundo educativo y la población infantil y juvenil entre las que se estudian: la violencia en la televisión, el rol de género y la televisión y la educación.

La segunda parte se centra en la investigación realizada sobre una muestra de casi 1.000 escolares de Sexto de Primaria en torno a sus hábitos de consumo, percepciones y actitudes ante la televisión aportándose valiosísimas conclusiones.



- **La televisión y los escolares onubenses**
- **J. Ignacio Aguaded (Dir.) y colaboradores**
- **Ayuntamiento de Huelva/Grupo Comunicar**
- **306 páginas**

Publicaciones

R e s e ñ a s

J. Ignacio Aguaded Gómez

A cercar el trabajo diario del periodista a todos los lectores interesados en esta profesión es el objetivo básico que se marca esta publicación que pretende poner al alcance de educadores y alumnos/as un instrumento útil y práctico para conocer por dentro el funcionamiento de un periódico.

«Construyendo un periódico» sale a la luz como un proyecto de «Aula de *El Mundo*», programa didáctico de este diario nacional dedicado a fomentar el uso de la prensa en la escuela, puesto en marcha en el curso 1999/2000, dirigido a escolares de 14 a 18 años y a profesores de Secundaria y de Bachillerato de todo el Estado. En total, el programa abarca a más de mil centros educativos y a más de 200.000 lectores.

El Programa analiza durante los días lectivos de la semana diversas áreas: deportiva, musical, científica y cultural, así como el tratamiento didáctico de temas de actualidad relacionados con las asignaturas escolares de estas etapas educativas.

Se cuenta además con una página web (www.elmundo.es/aula), donde los escolares pueden enviar sus mensajes y encontrar volcado todo el contenido que se publica diariamente en las páginas.

Dentro de este Programa de Prensa-Escuela se han editado también ya una serie de materiales complementarios como el libro de láminas «Un universo de imágenes», el cuaderno de apoyo didáctico «Economía» y el texto que reseñamos en esta página.

«Construyendo un periódico» es un interesante

manual orientado tanto a alumnos de Secundaria y Bachillerato como a profesores que quieran conocer el funcionamiento de un diario en sus diferentes secciones. En primer lugar, se analiza la redacción del periódico, sus componentes, tareas y formas de organizarse; para luego situarse en la publicidad, la rotativa y la distribución del diario (publicidad, impresión, distribución y marketing). En otro capítulo, el texto nos introduce en los distintos tipos de periódicos según sus características y contenidos (por área de influencia, forma de difusión, de distribución, por sus contenidos y por sus formatos). El cuarto capítulo analiza las secciones en que se divide un diario (primera página, opinión, internacional, nacional, cultura, deportes, sociedad...), los géneros periodísticos, las fuentes de información, el lenguaje de la prensa escrita, los principios fundacionales de un periódico... En suma, un viaje por el interior de la prensa escrita.

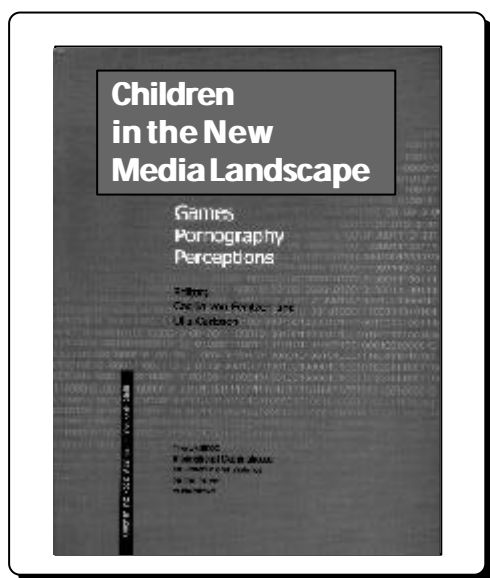


- **Construyendo un periódico**
- **Varios autores**
- **Madrid, El Mundo, 2000**
- **43 páginas**

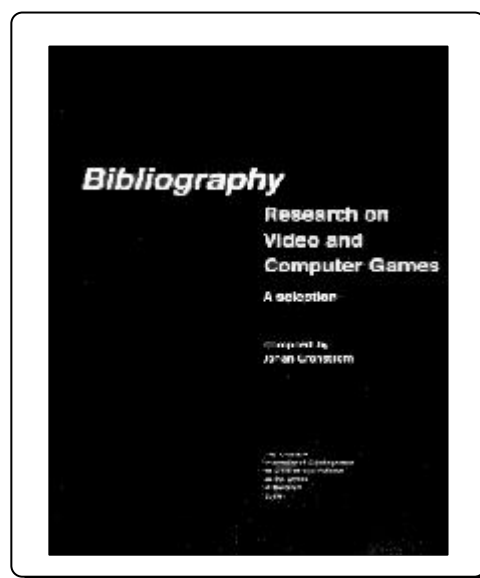
Publicaciones

R e s e ñ a s

Tomás Pedroso Herrera



- **Children in the Media Landscape**
- Cecilia Von Feilitzen y Ulla Carlson (Eds.)
- Unesco International Clearinghouse
- Estocolmo, 2000; 379 páginas



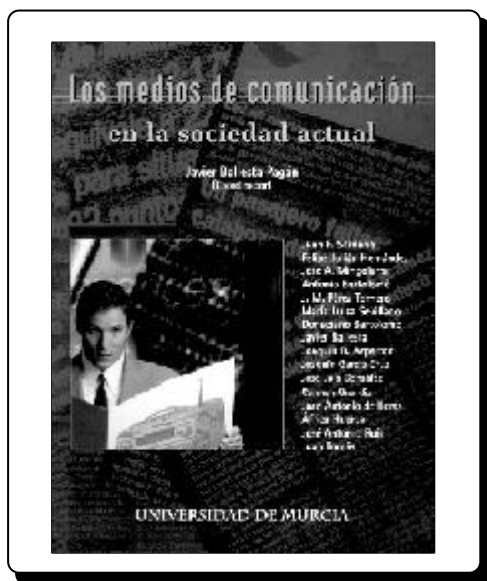
- **Bibliography: Video and computers games**
- Johan Cronström (Eds.)
- Unesco International Clearinghouse
- Estocolmo, 2000; 21 páginas

Este completo e interesante volumen se atreve a tratar sin cortapisa algunos de los temas tabúes de las sociedades actuales. Partiendo de que el avance de la digitalización está llevando a los hombres a una nueva fase cultural en el que los sistemas culturales tradicionales están en entredicho, los diversos autores profundizan en el hecho de que quienes están sufriendo de manera más brusca estos cambios son los niños y los jóvenes. Internet se está convirtiendo hoy en día en el medio preferido por todos los jóvenes del mundo. Incitado por estas ideas en 1995 surgió un proyecto cofinanciado por la UNESCO y por el Gobierno sueco que se proponía analizar la violencia y la pornografía en Internet y en la televisión por cable, por considerar que es en estos medios donde existe una menor regularización por parte de los diversos gobiernos.

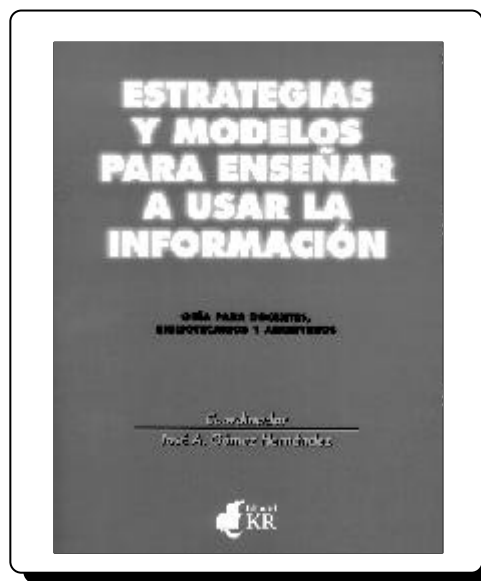
Publicado por la Universidad de Goteborg (Suecia) y con el patrocinio de la UNESCO, recientemente se ha publicado una excelente bibliografía donde se seleccionan las investigaciones sobre vídeo-juegos de ordenadores más representativos de su campo. Se recogen en la selección bibliográfica las investigaciones referidas a sus posibles efectos dañinos (agresividad e influencias en los terrenos cognitivos y emocionales), así como su contribución al desarrollo cognitivo, habilidades motoras y perceptivas... Todo el material incluido es muy reciente. Se añaden además otros dos estudios: uno sobre las influencias de los juegos de ordenador en niños y otro donde se relacionan tecnología y comunicación. Todo ha sido realizado con las mejores bases de datos de ciencias y humanidades, tanto con catálogos tradicionales (periódicos y libros) como Internet.

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Teresa Fernández Martínez

- **Los medios de comunicación en la sociedad actual**
- **Javier Ballesta Pagán**
- **Universidad de Murcia, 2000; 246 pág.**



- **Estrategias y modelos para enseñar a usar la información**
- **José Ángel Gómez (Coord.)**
- **Murcia, KR, 2000; 290 páginas**

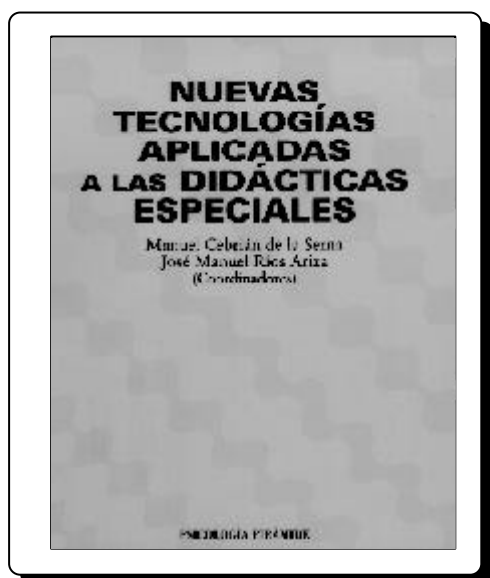
Este libro nace del trabajo conjunto de dos grupos de profesionales: docentes y periodistas. Ambos han trabajado juntos a partir de un debate generado en la Universidad del Mar en Murcia. De ahí que el tema a debate, la enorme influencia que ejerce el ámbito comunicativo y mediático en la sociedad actual, se beneficie en este caso de la reflexión conjunta. Este azaroso origen da pie a una estructura dividida en dos grandes apartados. El primero, escrito por profesionales de la docencia universitaria y del periodismo, aporta reflexiones sobre la configuración actual de las empresas de comunicación. El segundo, escrito exclusivamente por profesionales del periodismo, se centra en la valoración desde la práctica periodística. En definitiva, un libro amplio y rico donde cabe encontrar un análisis lúcido y reflexivo sobre la manipulación de la percepción que realizan los medios.

Este libro se dirige fundamentalmente a dos tipos de público que en principio pudieran parecer muy diferentes, pero a los que une un objetivo común: la necesidad de guardar y disponer de la información en todo momento. Profesionales de la documentación y profesionales de la docencia pueden encontrar en sus páginas elementos imprescindibles para el tratamiento de la información en una sociedad que cada vez demanda más estrategias para almacenarla y recuperarla de una forma eficaz y rápida. En este sentido, especialistas en documentación y docencia se han unido para explicarnos las formas más útiles para el acceso y el uso de la información, lo que los autores han dado en llamar la «alfabetización informacional». En resumen, un libro que interesa mucho a todos aquellos profesionales, pero también a un público más amplio, conocedor de que la información es poder.

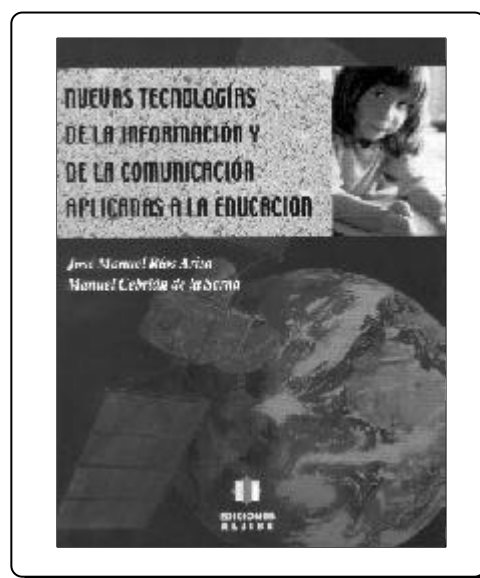
Publicaciones

R e s e ñ a s

Francisco Casado Mestre



- **Nuevas tecnologías aplicadas a las didácticas especiales**
- **Manuel Cebrián y José M. Ríos (Coords.)**
- **Madrid, Pirámide, 2000; 259 páginas**



- **Nuevas tecnologías de la información y de la comunicación aplicadas a la educación**
- **José M. Ríos y Manuel Cebrián (Coords.)**
- **Málaga, Aljibe, 2000; 242 páginas**

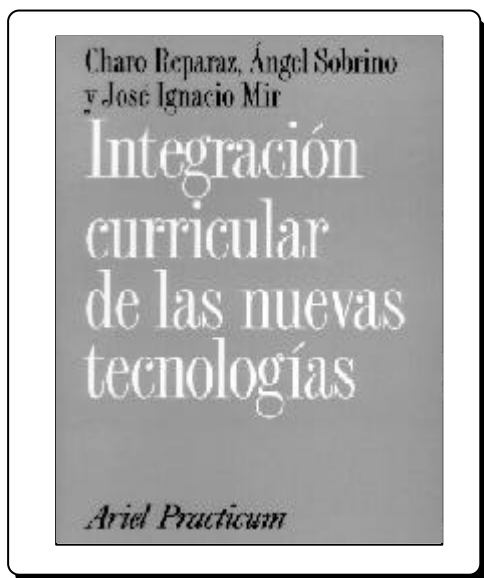
Las nuevas tecnologías están afectando, en grado sumo, a la cultura y a la educación, creando nuevas formas de concebir la enseñanza. En el mundo de la educación, y especialmente en el tratamiento de los alumnos con necesidades educativas especiales, las nuevas tecnologías permiten comunicar a los chicos con otros compañeros de su misma clase o fuera de ésta, mediante sistemas electrónicos. Esta obra, elaborada por un grupo de profesores especializados en cada una de las didácticas específicas, informa a los educadores en activo y a los que están en formación, de modelos y posibilidades que permiten la utilización de las nuevas tecnologías para favorecer el cambio y la mejora en las aulas, y especialmente en aquellos campos específicos de la educación y las didácticas especiales. La estructura de este libro se divide en diez bloques según las diferentes materias.

El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación lleva consigo tanto sentimientos de euforia, como de temor en las instituciones, debido quizás a la falta de control de este auge. Esta euforia afecta en particular a la población juvenil e infantil, que son objetivo principal de su consumo. Por ello, frente a este fuerte desarrollo tecnológico, los autores analizan la relación existente con el mundo de la educación, los profesores y las posibilidades de desarrollo de éstos en la escuela. Es, a su vez, una respuesta a la formación del profesorado en estas nuevas tecnologías, detectada en distintas investigaciones, que intenta ayudar a satisfacer estas necesidades formativas, ofreciendo elementos y pautas para la reflexión. En suma, esta obra se dirige a los alumnos que estén en fase de formación, así como, a los profesores y educadores.

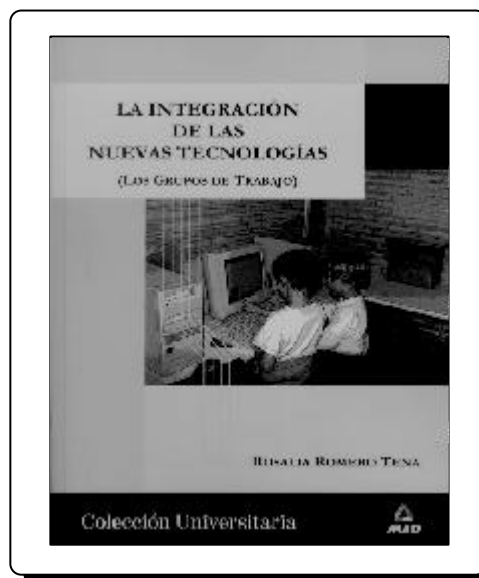
Publicaciones

R e s e ñ a s

Marina Chacón Sánchez



- Integración curricular de las nuevas tecnologías
- Charo Reparaz y otros
- Barcelona, Ariel, 2000



- La integración de las nuevas tecnologías
- Rosalía Romero Tena
- Sevilla, MAD, 2000
- 441 páginas

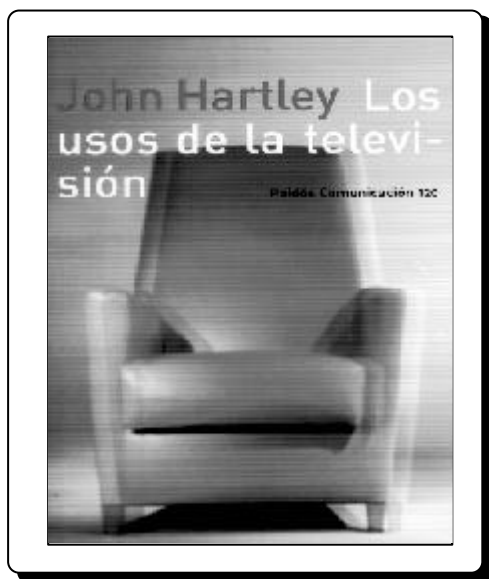
Éste es un libro que se escribe a raíz de una profunda reflexión sobre la práctica docente en el ámbito de las nuevas tecnologías y su integración eficaz en el currículum. Pretende tres objetivos fundamentales: iniciar al profesorado en esta integración, ayudarle a plantearla con una actitud investigadora y abrir nuevos cauces de comunicación entre los centros. Para ello los autores recogen una serie de trabajos en los que se muestran las posibilidades didácticas de las nuevas tecnologías, su aplicación, virtualidades educativas de las redes... todo esto asumiendo el reto de la formación y motivación permanente del profesorado en este área y de una forma conjunta entre los profesores con el objeto de que respondan a las necesidades y demandas educativas. De esta forma será más fácil hacer realidad la integración de la tecnología multimedia en el aula.

Este amplio trabajo recoge una investigación que pretende indagar en cómo se produce la incorporación de los medios a la práctica docente, explorando la percepción del profesorado sobre los medios que utilizan y los criterios que siguen para seleccionarlos, además de cómo afectan a su planificación docente, qué procesos generan y qué resultados se obtienen. La investigación se realiza con el fin de descubrir los conocimientos tecnológicos de los profesores de nuevas tecnologías a partir del análisis del programa de autoformación. Para ello se proponen una serie de objetivos entre los que se encuentran, aparte de lo ya mencionado anteriormente, cómo se ha realizado la integración de las nuevas tecnologías en las aulas a través de los proyectos de autoperfeccionamiento convocados por la Junta de Andalucía, estudiando así el perfil de este profesorado.

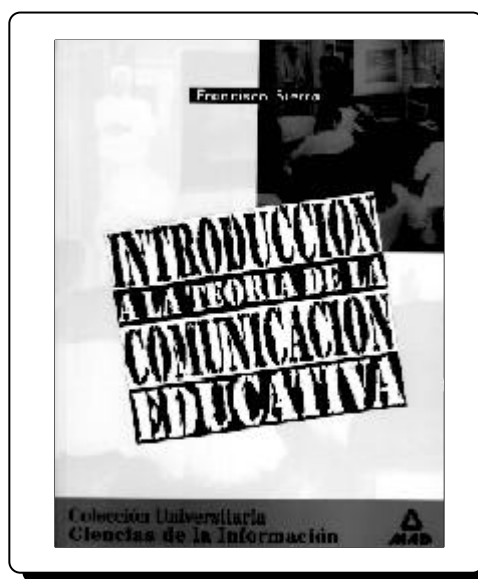
Publicaciones

R e s e ñ a s

J. Ignacio Aguaded Gómez



- **Los usos de la televisión**
- **John Hartley**
- **Barcelona, Paidós, 2000**
- **325 páginas**



- **Introducción a la teoría de la comunicación educativa**
- **Francisco Sierra**
- **Sevilla, MAD, 2000; 270 páginas**

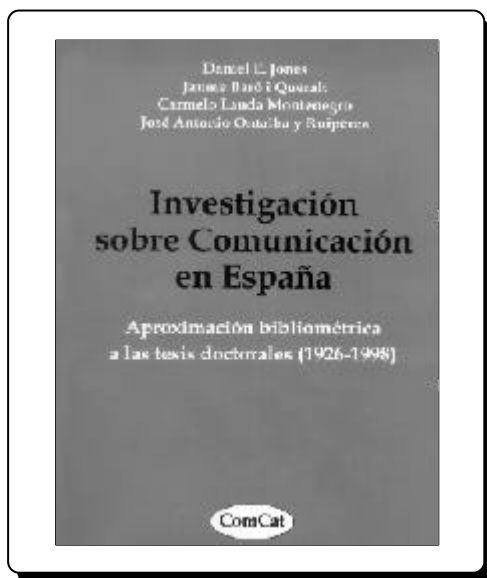
Si bien ha sido mucho lo que se ha escrito sobre la televisión es bien difícil encontrarse textos en los que se plantee la utilidad de la televisión y de los estudios que de ella se realizan. Con un estilo original y lleno de agilidad, Hartley plantea en este trabajo múltiples interrogantes que cuestionan las relaciones entre la televisión y los telespectadores, llegando a sumergirse en las tortuosas interacciones entre este «cuatro poder electrónico» y la democracia. Se trata de un libro especialmente recomendado para todos aquellos estudiosos del mundo televisivo que quieran acercarse a una visión distinta y distante del fenómeno mediático, no exento de críticas profundas al modelo televisivo en boga, pero también con originales elogios al poder de este medio para profundizar en las bases democráticas de las sociedades modernas.

Sin duda alguna, comunicación y educación serán los dos polos sobre los que se vertebrará, en gran parte, el potencial de desarrollo cultural y social de los pueblos. Tras esta premisa, el trabajo del Dr. Sierra se adentra en el conocimiento de este nuevo ámbito de conocimiento que constituye la «comunicación educativa» como compleja integración entre la información, la tecnología, la educación y la cultura. Para este autor, hasta ahora, el estudio científico de las relaciones entre el proceso educativo y la práctica comunicacional no ha merecido la atención teórica que se merece en el ámbito de las Ciencias de la Información y la Educación. Por ello, considera esencial esta análisis adentrándose en el campo de la comunicación educativa, sus paradigmas y modelos teóricos y la pedagogía de la comunicación.

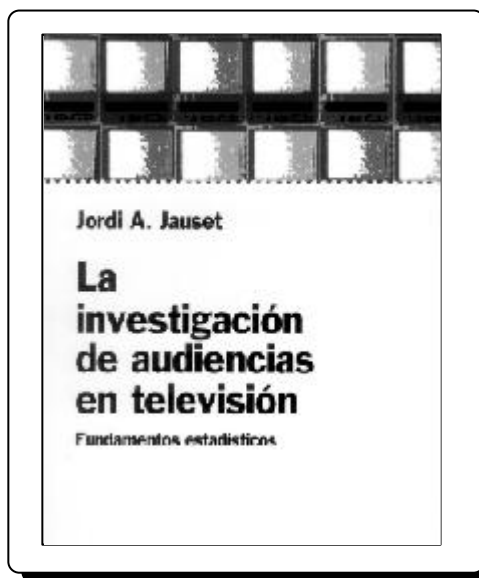
Publicaciones

R e s e ñ a s

Ramón Ignacio Correa García



- **Investigación sobre comunicación en España**
- **Daniel Jones y otros**
- **Barcelona, Comcat, 2000; 152 páginas**



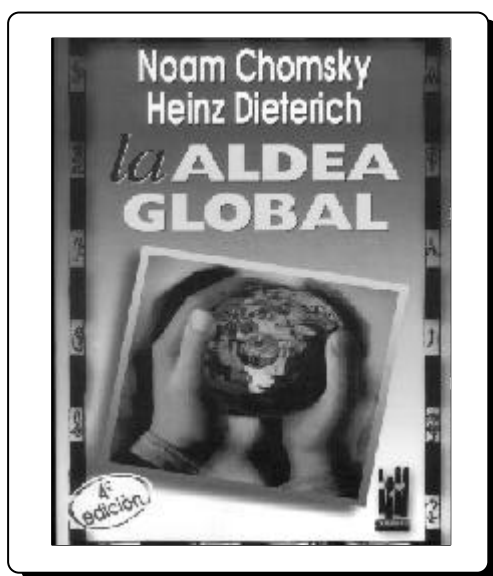
- **La investigación de audiencias en televisión**
- **Jordi Jauset**
- **Barcelona, Paidós, 2000**
- **342 páginas**

El texto que reseñamos recoge un interesante estudio donde se citan las investigaciones de tesis doctorales sobre comunicación en España durante un período que va desde 1926 hasta 1988. Prácticamente un siglo de investigación sobre medios y comunicación en esta útil y práctica base de datos impresa que se nos antoja imprescindible para aquellas personas que vayan a adentrarse en tan intrincado como complejo campo de estudio. Los autores presentan un modelo de análisis bibliométrico que quiere reflejar lo más fielmente posible la evolución de la investigación académica especializada en la materia de referencia en las 1.550 tesis doctorales citadas. Nos imaginamos que el futuro de esta información pasará por la necesaria digitalización que posibilite su difusión en la Red lo que permitirá que la obra trascienda los límites actuales.

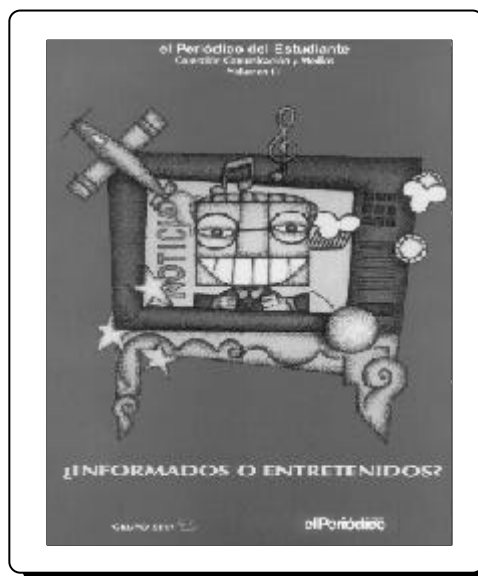
La finalidad de esta obra no es otra que explicar el origen y significado de las cifras de audiencia del medio televisión o, lo que es lo mismo, el proceso de obtención de datos, su tratamiento e interpretación, junto con los fundamentos estadísticos, a la vez que ofrece una visión global de todo el proceso. La dictadura de las audiencias, dictaminadas por los sondeos de opinión y por los audímetros, impone una oferta mediática televisiva que ofrece, cíclicamente, parrillas de programación clonadas y de dudosa estética (cuando no de dudosa ética si consideramos que la televisión consumida de forma inconsciente es también una escuela de consumidores). Pensamos que esta obra es un excelente manual de referencia y consulta para los estudiosos o público en general que desee informarse de los entresijos de unos datos esenciales para entender el mundo de la televisión.

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Dolores Guzmán Franco

- **La aldea global**
- **Noam Chomsky y Heinz Dieterich**
- **Navarra, Txalaparta, 1999**
- **207 páginas**



- **¿Informados o entretenidos?**
- **J. Antonio Gabelas y Carlos Gurpegui**
- **Zaragoza, El Periódico de Aragón, 2000**
- **129 páginas**

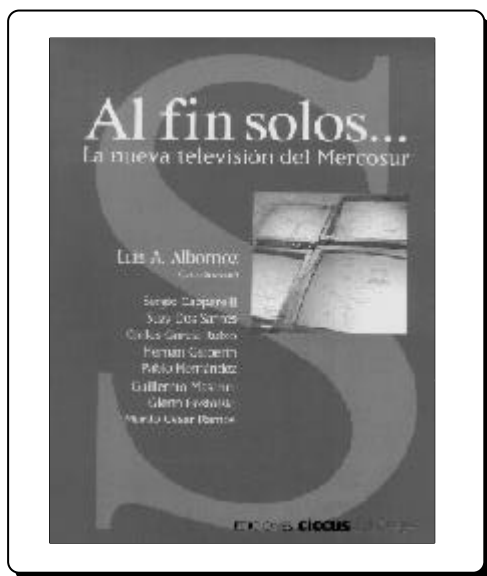
Recibir en el panorama bibliográfico en lengua hispana otra obra del intelectual más citado del mundo siempre es un motivo de satisfacción. En este caso, Chomsky comparte la autoría con Heinz Dieterich, profesor de Sociología de México. Los autores diseccionan el fenómeno de la globalización provocado por el capitalismo financiero para dejar descubiertas otras verdades que no son otras que aquellas que se refieren a las desigualdades que existen en el mundo y las consecuencias que los dogmas neoliberales están produciendo. En síntesis, se trata de un libro destinado a la reflexión con suficientes cargas de profundidad contra el sistema como para arañar nuestras conciencias adormecidas por el espectáculo, el libre mercado y el nuevo orden mundial. Es uno de esos libros, en definitiva, que se nos antoja de una lectura tan imprescindible como urgente.

La integración de los medios de comunicación de masas en las aulas y la explotación didáctica de éstos desde una óptica educativa se convierte en el reto por el que apuesta la Colección «Comunicación y Medios». Bajo el lema «¿Informados o entretenidos?» se ha editado el tercer volumen que facilita un análisis crítico en torno a los informativos, desde un punto de vista funcional y consumista. Se ofrece en el interior de estas páginas un recorrido por la prensa, la radio, Internet... La estructura que presenta esta colección responde a dos bloques claramente diferenciados. En el primero de ellos se aborda una fundamentación de gran interés que versa sobre el tema monográfico del volumen y en el segundo se recogen experiencias didácticas complementarias a la parte inicial, realizadas por profesionales de ámbito nacional e intercultural.

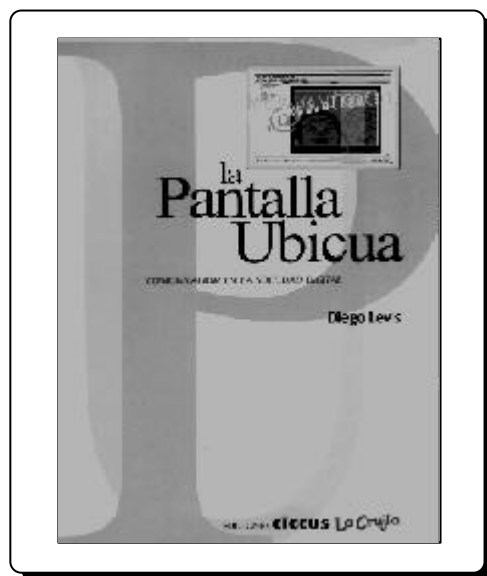
Publicaciones

R e s e ñ a s

Francisca Rodríguez Vázquez



- **Al fin solos. La nueva televisión de Mercosur**
- **Luis Albornoz**
- **Buenos Aires, La Crujía, 2000; 295 pág.**



- **La pantalla ubicua**
- **Diego Levis**
- **Buenos Aires, La Crujía, 2000**
- **237 páginas**

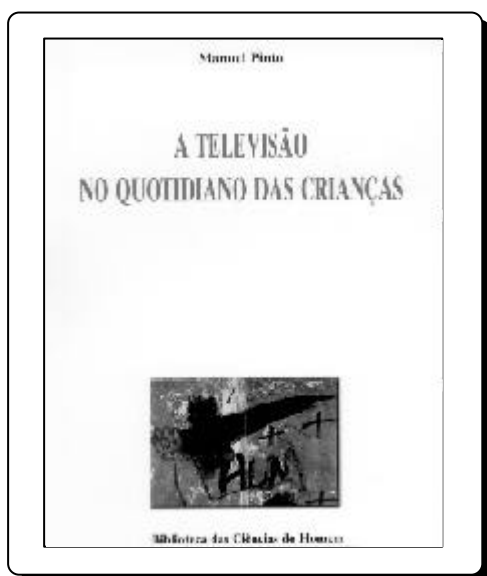
Este texto se estructura en nueve partes donde se realiza un exhaustivo análisis desde la «periodización en los estudios de televisión» a la «televisión digital en la Argentina», pasando por un estudio comparado de la televisión y la expansión del cable entre otros. El tema que se aborda en esta obra se centra en la constitución de las bases sobre las que los investigadores deben avanzar en la comunicación para enfrentar los retos planteados por las nuevas realidades, tanto en Europa como en América latina. Dicho material principalmente está enmarcado en el nuevo escenario de la televisión de tres países latinoamericanos (Argentina, Brasil y Uruguay). En definitiva, se incide en la trascendencia de los últimos años como testigos de los procesos de privatización, concentración e internacionalización en de las comunicaciones de los grandes grupos audiovisuales y de telecomunicación.

El libro que nos ocupa hace un recorrido sobre la expansión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y su profunda transformación tecnocultural. Alrededor de esta temática, las técnicas de comunicación y simulación digital representan una nueva etapa en el empeño del ser humano por superar los límites impuestos por el tiempo y el espacio. En definitiva, lo que el autor persigue es situar el proceso de desmaterialización de lo real, dentro de un marco teórico que toque los posibles riesgos y desafíos acaecidos por la rápida digitalización de una parte reciente de las relaciones sociales en el marco de la globalización económica, política y cultural. Además aporta una cuidada crítica sobre los orígenes intelectuales y los problemas sustanciales que lleva consigo el cambio tecnológico dentro de la sociedad de finales de siglo.

Publicaciones

R e s e ñ a s

Manuel Monescillo Palomo



- La televisión en la vida de los niños
- Manuel Pinto
- Oporto, Fundamentos, 2000
- 396 páginas



- El futuro de la televisión en España
- A. Duránz y Alfonso Sánchez (Coords.)
- Madrid, Arthur Andersen, 2000
- 238 páginas

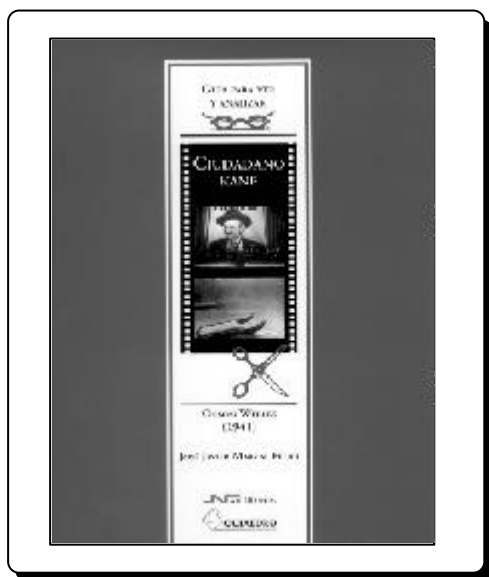
La mayor parte de las investigaciones educativas sobre televisión se centran en la incidencia que este poderoso medio de comunicación tiene en la formación de las personas. En el presente estudio se parte de la idea de que no sólo se da una relación unidireccional, de causa-efecto, entre la televisión y la vida cotidiana de los consumidores de sus mensajes. Según el autor, también existe una clara y determinate influencia del conjunto de normas y valores del propio contexto de recepción en el medio televisivo. La obra presenta las conclusiones de un trabajo realizado con 780 alumnos de edades entre los ocho y los doce años, pertenecientes a diferentes puntos geográficos y de variados niveles socioeconómicos. En ellas se pone de manifiesto la evidente influencia de la televisión en los hábitos de los escolares y se confirma el interés por estos mensajes.

La industria de la comunicación ha experimentado en los últimos tiempos una majestuosa transformación. Dentro de este gran marco de cambios rápidos y continuos se encuadra la televisión que, sin duda, ha evolucionado notablemente y se prevé que siga haciéndolo a lo largo del presente siglo. En esta obra se presentan los resultados de un estudio riguroso que tiene como objetivo hacer un análisis prospectivo de la televisión, dando a conocer las características y tendencias de su futuro en España. Para desarrollar este trabajo de investigación se ha contado con la colaboración de los directivos de las principales empresas del sector. Sus opiniones reflejan la posible evolución que puede seguir la televisión española y su entorno a medio plazo. Los autores del informe nos aportan un material útil acerca de las posibles tendencias de este medio.

Publicaciones

R e s e ñ a s

Natalia Martínez Mojarro



- **Guía para ver y analizar Ciudadano Kane**
- **J. Javier Marzal Felici (Ed.)**
- **Valencia, Nau Llibres/Octaedro, 2000**
- **143 páginas**

«Ciudadano Kane» marcó un hito en la historia del cine a nivel mundial. Aunque en los años cuarenta no tuviera el éxito esperado, debido principalmente a la naturaleza escasamente comercial de la misma, ha sido en épocas posteriores cuando la película de Welles ha adquirido especial relevancia, fruto en gran parte de su extraordinaria complejidad. En el texto se realiza un análisis de las condiciones de producción, distribución y exhibición de la película, al tiempo que un recorrido por la vida y obra del director Orson Welles. Posteriormente se analizan secuencias, la estructura de la película desde el punto de vista del encuadre, los recursos expresivos y narrativos, como son el sonido, la dirección, el montaje, el guión, la música... El texto es de máximo interés para todos aquellos profesionales de la comunicación interesados en el análisis crítico del film.



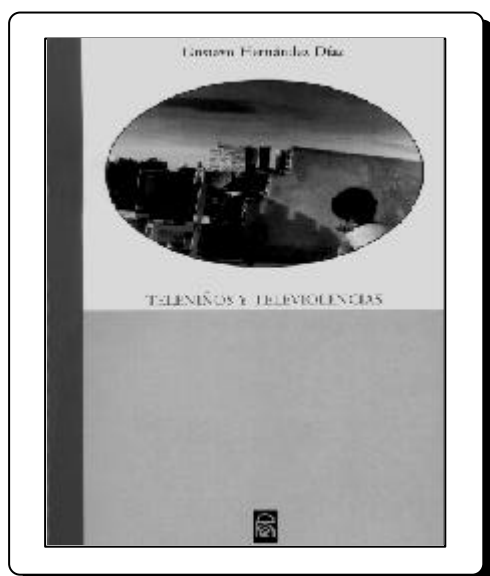
- **Billy Wilder: El crepúsculo de los dioses**
- **Adolfo Bellido López (Ed.)**
- **Barcelona, Paidós, 2000**
- **157 páginas**

Este texto nace de una investigación que el autor realizó sobre la obra de Wilder. La estructura del libro se encuentra dividida en dos partes debidamente diferenciadas. En el primer bloque, el autor realiza un recorrido detallado sobre la vida y obra de Billy Wilder. En el segundo, dedicado al estudio crítico del film, se analizan el modo de seleccionar a los actores, cómo se eligieron los escenarios, la elaboración de los guiones... De esta forma, el análisis que el autor realiza se convierte en un compendio de experiencias del rodaje, de la producción de la película y de la interpretación de cada uno de los actores, que le servirán al lector para entender de forma crítica y amplia el visionado de la obra de Wilder. Este libro, escrito de una forma sencilla, resulta especialmente útil, puesto que refleja de una manera excepcional lo que el director quiere transmitir a su público.

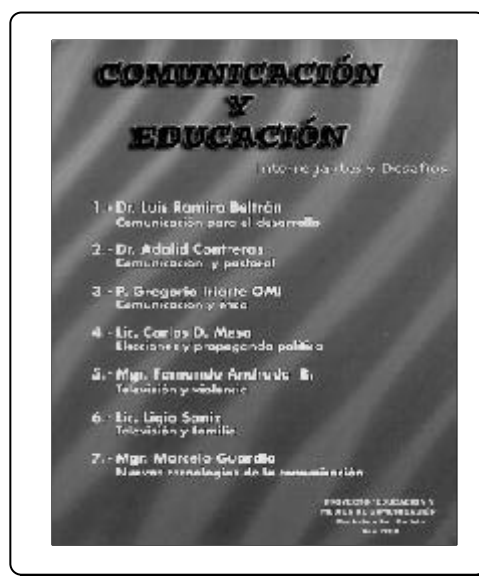
Publicaciones

R e s e ñ a s

María Eugenia Martínez Mojarro



- Teleniños y televiolencias
- Gustavo Hernández Díaz
- Caracas, Universidad Central, 1998
- 190 páginas



- Comunicación y educación: interrogantes y desafíos
- Marta Orsini (Ed.) / Proyecto Medios
- Bolivia, Cochabamba, 2000; 161 páginas

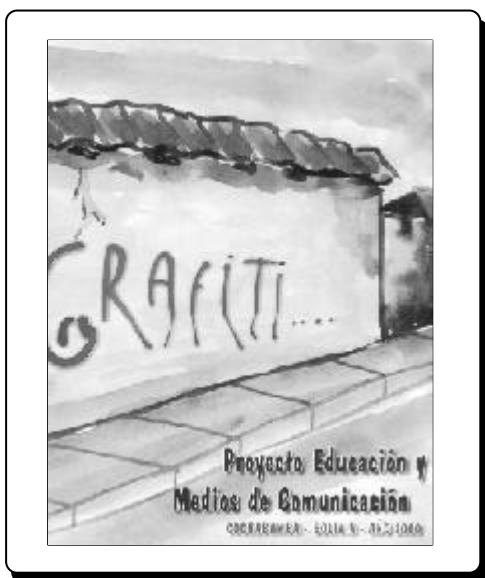
El interés de que la escuela se convierta en uno de los ámbitos donde ofrecer una educación para entender y ver la producción televisiva, es una de las mayores preocupaciones que multitud de profesionales relacionados con el mundo educativo y de la comunicación, en general, se plantean en la sociedad de hoy. A lo largo de toda la geografía mundial y más concretamente en Venezuela, caracterizada principalmente por carecer del apoyo necesario del Estado en ofrecer una política de educación en medios sistematizada, observamos cómo de manera paralela se ofertan proyectos para integrar dentro de la educación formal, contenidos de una educación para los medios. En este libro el autor indaga sobre las posibilidades pedagógicas y didácticas que este medio tan cotidiano y accesible posee dentro de la educación formal.

Este libro es el resultado del trabajo realizado en una serie de foros destinados a reflexionar y debatir sobre temas relacionados con la educación y la comunicación. Encuentros entre profesionales promovidos por el Proyecto «Educación y Medios de Comunicación» que se proponen como objetivos principales desarrollar la capacidad comunicativa de los individuos, alfabetizar audiovisualmente a los sujetos, contribuir a que los receptores pasivos se conviertan en perceptores críticos, así como motivar al profesorado en el uso y en la incorporación de los diversos medios de la comunicación y de la información dentro de sus aulas. Su incorporación dentro del currículo puede hacerse aplicándolos como fuente de información-comunicación para los alumnos a la vez que como recurso didáctico en cualquier área dentro del currículo formal para los maestros/as.

Publicaciones

R e s e ñ a s

Juan Manuel Méndez Garrido



- **Grafiti, Proyecto de Educación y Medios de Comunicación Social**
- **Marta Orsini (Ed.)**
- **Cochabamba (Bolivia), 2000**

El proyecto «Educación y Medios de Comunicación» de Cochabamba (Bolivia), que tiene como objetivo el desarrollo de la actitud crítica ante los medios de comunicación, recoge en este folleto el resultado de un concurso de «grafiti», llevado a cabo por los alumnos de 17 centros educativos de esta ciudad. Como se indica en la introducción, los grafitis constituyen uno de los lenguajes con los que algunos humanos dan a conocer lo que piensan y sienten, mediante signos, símbolos y frases que «censuran actitudes, alaban virtudes, expresan los sentimientos más profundos o los problemas sociales». En el folleto, se realiza una amplia recopilación de la capacidad creativa, comunicativa y crítica de los alumnos, recreándonos con una gran variedad temática como el amor, la libertad, la amistad, la política, la sociedad, la justicia, la paz, la vida, etc.

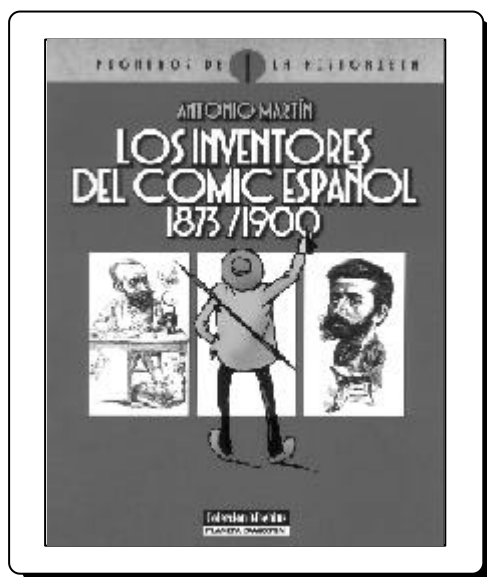


- **El harén pedagógico**
- **M. Ángel Santos Guerra y otros**
- **Barcelona, Garó, 2000**
- **164 páginas**

Con este libro, sus autores pretenden acercarnos al mundo de la organización escolar desde la perspectiva de género, influenciado extraordinariamente por los mensajes transmitidos desde los medios de comunicación. Se muestra el discurso que subyace en nuestros centros, a fin de que se provoque la tan necesaria reflexión crítica, para que todos los sectores implicados en la comunidad educativa aprendan a conocerse, a aceptarse y a convivir de forma justa y respetuosa. Se intenta, por ello, transformar las prácticas profesionales en pro de una verdadera educación no sexista, enclavada en un ambiente de respeto e igualdad. En definitiva, una obra que hará cuestionar muchas de las actuaciones habituales en las aulas y que incidirá positivamente en una verdadera coeducación con un cambio real de actitudes, valores y formas pedagógicas.

Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Teresa Fernández/Pacurri Martínez

- **Los inventores del cómic español**
- **Antonio Martín**
- **Barcelona, Planeta/De Agostini, 2000**
- **127 páginas**



- **Técnicas de comunicación eficaz para profesores y formadores**
- **Salvador Camacho y Óscar Saénz**
- **Alcoy, Marfil, 2000; 166 páginas**

Este libro, nueva entrega de la colección Moebius, es una bella antología de los comienzos del cómic español y se inscribe en el deseo de esta colección por profundizar en la historia de la prensa española ampliando el panorama de la cultura española mediante la recuperación de nuestras raíces. El libro se inicia con una breve historia de los inicios del cómic en nuestro país, con especial referencia a autores tan consagrados como Pellicer, Mecáchis, Cubas... para dar paso de inmediato a una bella colección de facsímiles que constituye una interesante antología de los años de referencia del título, facsímiles que no olvidan las cabeceras de los medios donde aparecieron en su día. Este atractivo formato convierte esta obra, no sólo en un trabajo para profesionales del tema, sino en una amena lectura para cualquiera que busque un rato de entretenimiento.

No es un libro más sobre la comunicación. Está llamado a ser un manual de referencia, imprescindible para los no iniciados e ideal para los expertos, dentro de las coordenadas educación-comunicación. Fruto de abundante lectura enriquecedora y de una experiencia de más de 40 años de ejercicio docente, es un libro sugerente, provocador, audaz, persuasivo, ameno. A las numerosas ilustraciones, se unen testimonios y ejemplificaciones que permiten distinguir al profesor relacional, amable y entregado del profesor distante, descuidado o agresor. A través de estas páginas, Camacho y Saénz, catedráticos universitarios, predicán que la esencia de la acción docente es la comunicación, toda vez que la relación educativa ha sido siempre comunicativa. En resumen, un libro de gran calidad, inteligentemente estructurado y con planteamientos didácticos altamente novedosos.

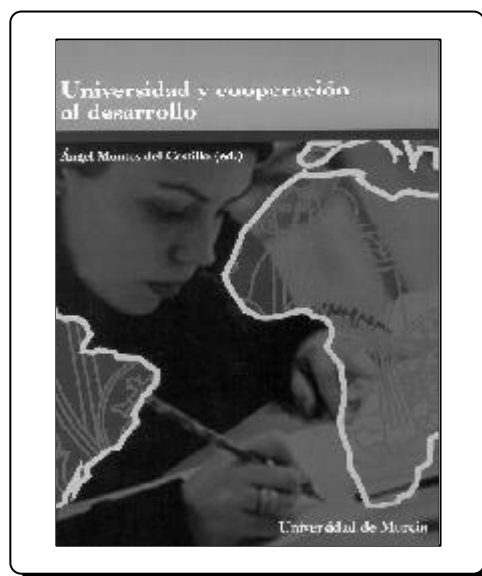
Publicaciones

R e s e ñ a s

Ilda Peralta Ferreyra



- **El discurso social sobre drogas en la prensa de Murcia**
- **María José Martínez Martínez**
- **Universidad de Murcia, 2000; 458 páginas**



- **Universidad y cooperación al desarrollo. Nuevas perspectivas**
- **Ángel Montes del Castillo (Ed.)**
- **Universidad de Murcia, 2000; 458 páginas**

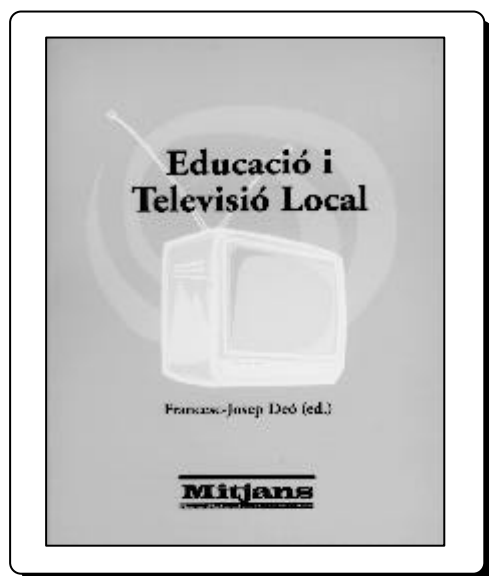
Esta investigación, que analiza 2.280 titulares de la prensa de Murcia de los cinco años anteriores a la puesta en marcha del Plan Nacional sobre Drogas (1981-1985), se sitúa en el marco teórico y metodológico de la sociología de la comunicación y de la antropología cognitiva, siguiendo la metodología cualitativa (técnicas de análisis de contenido y análisis crítico del discurso). La novedad principal de este trabajo es que describe el contenido del discurso social sobre drogas en la prensa, ofreciendo una propuesta de interpretación cultural de los datos textuales desde la perspectiva de la Antropología Social. Así pues, se propone un esquema cognitivo interpretativo del fenómeno social de las drogas basado en la dicotomía legal/ilegal, en la que las diferentes dimensiones (económica, legal, psicosocial, sociocultural, sanitaria y política) se ven implicadas.

Este interesante e imprescindible texto sirve para adentrarse, desde el mundo de la docencia y la investigación universitaria, en la problemática de la igualdad, del desarrollo y la cooperación. Los autores del texto ofrecen una respuesta académica a la pregunta: ¿qué puede hacer la Universidad para cooperar al desarrollo de los países del Sur? Los distintos autores, engranando cuestiones, proponen acciones que pueden realizarse desde la docencia, la investigación, el asesoramiento técnico y las publicaciones sobre el desarrollo y la cooperación. El libro se estructura en tres partes complementarias: las líneas de la cooperación de la Universidad al desarrollo, la propuesta curricular e información sobre la situación actual de la cooperación española al desarrollo. Los autores comparten una especial sensibilidad intelectual y ética por los problemas de las poblaciones del Sur.

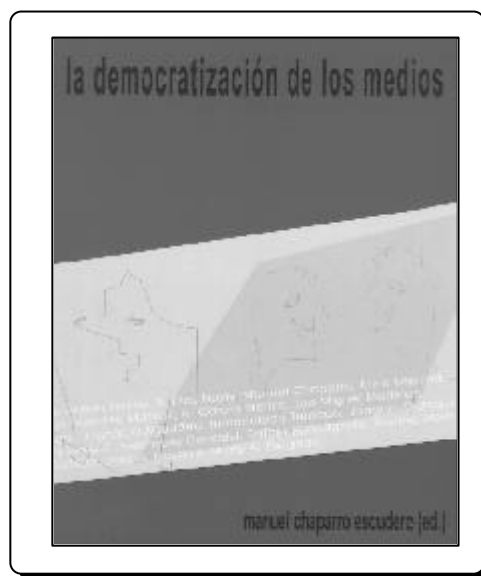
Publicaciones

R e s e ñ a s

J. Ignacio Aguaded Gómez



- **Educació i televisió local**
- **Francesc-Josep Deó (Ed.)**
- **Barcelona, Mitjans, 2000**
- **101 páginas**

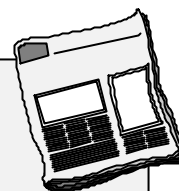


- **La democratización de los medios**
- **Manuel Chaparro (Ed.)**
- **Sevilla, EMA-RTV, 1999**
- **323 páginas**

El dinámico colectivo catalán «Mitjans, xarxa d' Educadors i Comunicadors», nos presenta este breve e interesante texto sobre las interacciones entre la educación y la televisión local, a través de un conjunto de experiencias y propuestas para dinamizar el uso de este medio de comunicación en el sistema educativo. Partiendo de las transformaciones de las televisiones locales en los últimos años, esto es, el ecosistema de comunicación audiovisual local, los autores del libro plantean un conjunto de reflexiones para su uso en Educación Secundaria y Primaria. En este último nivel destacan las propuestas de acercamiento de los niños y niñas de estas edades a la televisión local de sus comarcas. En Secundaria se da cuenta del concurso de este colectivo «Vine i fes TV» (Ven y haz televisión), además de la realización de talleres audiovisuales.

La Asociación de Emisoras de Radio y Televisión de Andalucía (EMA-RTV), que congrega a más de 83 centros emisores de todas las provincias de la Comunidad, ha editado al hilo de su II Congreso de Radios y Televisiones Locales Públicas y Alternativas, un magnífico texto centrado en la necesidad de que los medios de comunicación se abran a la sociedad haciéndose más plurales y permitiendo que las voces (y por lo tanto los titulares de los mismos) sean más plurales, permitiendo que colectivos y entidades sociales tengan posibilidad de acceder a la concesión de plataformas mediáticas que tengan entronque en su comunidad local. Manuel Chaparro, presidente de la citada Asociación y director del texto, alude a las hipocresías de nuestras democracias que impiden observar el carácter participativo de las sociedades civiles para demandar una auténtica democratización.

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura



Estamos en Red...

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

• **ANALISI**

Universitat Autònoma de Barcelona
Facultad de Ciencias de la Información
08193 Bellaterra. Barcelona (España)
Fax: 00-34-93-5812000

• **ANUARIO ININCO**

Instituto de Investigaciones de la Comunicación
Universidad Central de Venezuela
Avda Neverí, Centro Comercial Los Chaguaramos, piso 13
Los Chaguaramos. Apartado Correos 47.339
Caracas 1041 (Venezuela)
Fax: 6622761; E-mail: ininco@conicit.ve

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

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

• **ARANDU**

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

• **BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO**

Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação
Universidade Federal do Rio Grande do Sul
Rua Ramiro Barcelos, 2705-90035-007
Porto Alegre, RS (Brasil)
Fax: 951-3306635; E-mail: bibfbc@vortex.ufrgs.br

• **CHASQUI**

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

• **COMUNICAÇÃO & EDUCAÇÃO**

Universidade de São Paul. Dpto. de Comunicações
Av. Prof. Lúcio Martins Rodrigues, 443 Predio Central
2º andar sala B-17 Cidade Universitária
05508-900 São Paulo (Brasil)
Fax 5511-8184326; E-mail: comueduc@usp.br

• **COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE**

Instituto Metodista de São Paulo
Rua do Sacramento 230 Rudge Ramos.
09735-460 São Bernardo do Campo, SP (Brasil)
Fax: 5511-76647228
E-mail: c&spocom@emesp.com.br

• **COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN (C + I)**

Centro de Investigación de la Comunicación
Universidad del Zulia. Maracaibo (Venezuela)
Fax: 58-61-598085; E-mail: cmasi@hotmail.com

• **COMUNICACIÓN Y MEDIOS**

Universidad de Chile.
Tapia, nº 10, Santiago-Centro (Chile)
Fax: 22299616; E-mail: periodismo@uchile.cl

• **COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD**

Centro de Estudios de Información y Comunicación
Universidad de Guadalajara
Paseo Poniente 2093, Apartado Postal 6-216
44210 Guadalajara, Jalisco (México)
Fax: 8237631; E-mail: comysoc@fuentes.csh.udg.mx

• **COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD**

Universidad de Navarra. Facultad de Comunicación
Edificio de Ciencias Sociales. 31080 Navarra (España)
Tfno: 34-948-425664; E-mail: cys@unav.es

• **COMUNICACIÓN UPB**

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

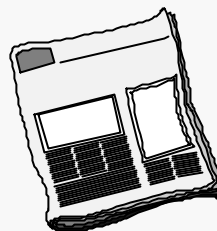
• **COMUNICACIÓN. ESTUDIOS VENEZOLANOS**

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

• **COMUNICAR**

Grupo Comunicar
Colectivo Andaluz de Educación en Medios de Comunicación
Apartado 527. 21080 Huelva (España)
Fax: 00-34-959-248380
E-mail: comunica@teleline.es

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura



• **CONSTELACIONES DE LA COMUNICACIÓN**

Fundación Walter Benjamin
C/ Mansilla, 2686, 1, 4º. 1425 Buenos Aires (Argentina)
Fax: 541148655773; E-mail: aentel@ciudad.com.ar

• **CONTRATEXTO**

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

• **CONVERGENCIAS**

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

• **DIA-LOGOS DE LA COMUNICACIÓN**

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

• **ESTUDIOS SOBRE LAS CULTURAS CONTEMPORÁNEAS**

Programa Cultura. Universidad de Colima
Apartado Postal 294. 28000 Colima, Col. (México)
Fax: 27581; E-mail: pultura@volcan.ucof.mx

• **IN-MEDIACIONES DE LA COMUNICACIÓN**

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

• **INTERAÇÃO**

Universidade Estadual de Minas Gerais
Fepesmig, UEMG, Varginha, Brasil
Fax: 35-3219-5251; E-mail: comunicacao@fepesmig.br

• **INTERSECCIONES/COMUNICACIÓN**

Universidad Nacional del Centro de la Prov. de Buenos Aires
Avda. del Valle, 5737. Olivarría. Prov. B.A. (Argentina)
Fax: 54-0284 450331; E-mail: cbaccin@soc.unicen.edu.ar

• **INTERCOM**. Revista Brasileira de Comunicação

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

• **NEXOS DE LA CULTURA BAHIENSE**

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

• **OFICIOS TERRESTRES**

Facultad de Periodismo y Comunicación Social
Universidad Nacional de La Plata.
Av. 44, nº 676. 1900 La Plata (Argentina)
Fax: 54-1-82992; E-mail: perio-01@isis.unlp.edu.ar

• **OJO DE BUEY**

Arcos. Instituto Profesional de Arte y Comunicación
Campo del Deporte, 121; Ñuñoa. Santiago (Chile)
Fax: 2252540; E-mail: arcos@arcos.cl

• **PERSPECTIVAS DE LA COMUNICACIÓN**

Universidad de la Frontera. Carrera de Periodismo
Avda. Francisco Salazar. 01145 Temuco (Chile)
Fax: 56-45-325379; E-mail: delvalle@ufro.cl

• **SIGNO Y PENSAMIENTO**

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

• **SINERGIA**

Colegio de Peridistas de Costa Rica
Apdo postal 5246-1000 San José (Costa Rica)
Tfno: 506-2215119; E-mail: medios@sol.racsa.co.cr

• **TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN EDUCATIVAS**

Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa
Calle del Puente, nº 45 Col. Ejidos de Huipulco, Delg.Tlalpan
14380 México DF (México); Fax: 7286554

• **TEMAS DE COMUNICACIÓN**

Universidad Católica Andrés Bello. Escuela Comunicación
Montalbán. Apdo. postal 20332. 1020 Caracas (Venezuela)
Fax: 4074265; E-mail: mromer@ucab.edu.ve

• **TEMAS Y PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN**

Universidad Nacional de Río Cuarto
Agencia Postal 3, 5800 Río Cuarto (Argentina)
Fax: 5458676285; E-mail: encamiglia@hum.unrc.edu.ar

• **REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN**

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

• **REVISTA DE LITERATURA HISPANOAMERICANA**

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

• **VERSIÓN. ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN**

Departamento de Educación y Comunicación
Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco
Col.Villa Quietud, Deleg. Coyoacán
México DF (México)

COMUNICAR

Revista de Comunicación y Educación

Próximos títulos

Temas monográficos



17. Los nuevos lenguajes de la comunicación

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



18. ¿Cómo investigamos en la Educación en Medios?

Tatiana Merlo. Universidad de Buenos Aires (Argentina)



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

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



20. Medios de comunicación y orientación escolar

Manuel Monescillo y Juan Manuel Méndez. Universidad de Huelva



21. Comunicación y divulgación de la ciencia

Carolina Moreno. Universidad de Málaga



22. Nuevas Tecnologías para la Educación Especial

Víctor Amar. Universidad de Cádiz

COMUNICAR es una plataforma de expresión abierta a la participación y colaboración de todos los profesionales de la educación y la comunicación.

Si está interesado/a en colaborar en los próximos números, puede remitirnos sus trabajos y comunicaciones (ver normas de colaboración, pág. 231).



En tiempos de comunicación...

COMUNICAR

Un foro abierto para la Educación y la Comunicación

**Suscríbase y
colabore con sus trabajos**

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

FICHA DE PEDIDOS

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

España:

Formas de pago:

- Talón nominativo adjunto al pedido a favor de Grupo Comunicar (sin gastos de envío)
- Giro postal c/c Caja Postal 1302 2390 72 0019089614 (Adjuntar justificante) (sin gastos de envío)
- Transferencia bancaria c/c 2098 0101 84 0135930218 (Adjuntar justificante) (sin gastos de envío)
- Contrarreembolso (se añadirán 695 pts. de gastos envío)
- Tarjeta de crédito Visa Master Card Número Fecha caducidad

Extranjero:

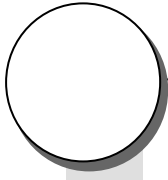
- Talón en pesetas adjunto al pedido (se añadirán 1.395 pts. gastos envío)
- Contrarreembolso (se añadirán 1.995 pts. de gastos envío)
- Tarjeta de crédito Visa Master Card Número Fecha caducidad

Sistemas de envío:

Los servicios se tramitan por vía postal ordinaria.

- Opción envío urgente (Agrega 1.500 pts al pedido)

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



Publicaciones

Grupo Comunicar

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

DESCRIPCIÓN DE LA PUBLICACIÓN	PRECIO	CANT.	IMPORTE
REVISTA «COMUNICAR»			
• Suscripción bianual (números 17, 18, 19 y 20)	5.950 pts.	—	—
• Suscripción anual (números 17 y 18)	3.395 pts.	—	—
• Comunicar 01: Aprender con los medios	1.750 pts.	—	—
• Comunicar 02: Comunicar en el aula	1.750 pts.	—	—
• Comunicar 03: Imágenes y sonidos en el aula	1.750 pts.	—	—
• Comunicar 04: Leer los medios en el aula	1.750 pts.	—	—
• Comunicar 05: Publicidad, ¿cómo la vemos?	1.750 pts.	—	—
• Comunicar 06: La televisión en las aulas	1.750 pts.	—	—
• Comunicar 07: ¿Qué vemos?, ¿qué consumimos?	1.850 pts.	—	—
• Comunicar 08: La Educación en medios de comunicación	1.850 pts.	—	—
• Comunicar 09: Educación en valores y comunicación	1.850 pts.	—	—
• Comunicar 10: Familia, escuela y comunicación	1.950 pts.	—	—
• Comunicar 11: El cine en las aulas	1.950 pts.	—	—
• Comunicar 12: Estereotipos y medios de comunicación	1.950 pts.	—	—
• Comunicar 13: Comunicación, educación y democracia	2.200 pts.	—	—
• Comunicar 14: La comunicación humana	2.200 pts.	—	—
• Comunicar 15: Comunicación, educación y solidaridad	2.200 pts.	—	—
• Comunicar 16: Comunicación y educación para el desarrollo	2.300 pts.	—	—
COLECCIÓN «EDICIONES DIGITALES»			
• Comunicar 1/15 (textos íntegros de la revista de los 15 números)	8.995 pts.	—	—
COLECCIÓN «GUÍAS CURRICULARES»			
• Descubriendo la caja mágica. Aprendemos TV. Cuaderno de clase	1.950 pts.	—	—
• Descubriendo la caja mágica. Enseñamos TV. Guía Didáctica	1.850 pts.	—	—
MONOGRAFÍAS «AULA DE COMUNICACIÓN»			
• Comunicación audiovisual	1.750 pts.	—	—
• Unidades didácticas de prensa en Educación Primaria	1.600 pts.	—	—
• El periódico en la Educación de Adultos	1.750 pts.	—	—
• Juega con la imagen. Imagina juegos	1.600 pts.	—	—
• El universo de papel. Trabajamos con el periódico	1.750 pts.	—	—
• El periódico en las aulas	1.750 pts.	—	—
COLECCIÓN «AULA MEDIA»			
• La mujer invisible. Una lectura de mensajes publicitarios	2.200 pts.	—	—
• Televisión y telespectadores	2.200 pts.	—	—
COLECCIÓN «LA COMUNICACIÓN HUMANA»			
• El puntero de don Honorato, el bolso de doña Purita	1.850 pts.	—	—
COLECCIÓN «MEMORIAS DE INVESTIGACIÓN»			
• La televisión y los escolares onubenses	3.500 pts.	—	—
COLECCIÓN «PRENSA Y EDUCACIÓN»			
• Il Congreso andaluz «Prensa y Educación»	1.995 pts.	—	—
• Profesores dinamizadores de prensa	1.950 pts.	—	—
• Medios audiovisuales para profesores	2.350 pts.	—	—
• Enseñar y aprender con prensa, radio y TV	2.700 pts.	—	—
• Cómo enseñar y aprender la actualidad	2.200 pts.	—	—
• Enseñar y aprender la actualidad con los medios	2.200 pts.	—	—
COLECCIÓN «EDUCACIÓN Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN»			
• Televisión y educación	1.600 pts.	—	—
• Publicidad y educación	1.600 pts.	—	—
MURALES «PRENSA ESCUELA»			
«Investigamos el cine» (11), «El cómic» (12), «La radio» (13), «Géneros periodísticos» (14), «Derechos Humanos» (15), «Internet» (16), «Solidaridad y Comunicación» (17)	Gratis	—	—

Cumplimente la ficha de pedidos de la página anterior, indicando forma de pago y remítala a:

Grupo Comunicar. Apdo 527. 21080 Huelva (España) comunica@teleline.es

SUBTOTAL	<input type="text"/>
Gastos de envío	<input type="text"/>
TOTAL	<input type="text"/>



Colaboraciones

Normas de publicación

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

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

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

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

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

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

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

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

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

• **Correspondencia:** Se acusará recibo de los trabajos recibidos, y su correspondiente aceptación –en su caso–, pero no se devolverán los originales de los artículos publicados.

• **Envío:** Los trabajos se remitirán postalmente o vía Internet, especificando la dirección y el teléfono –y en su caso, correo electrónico– de contacto, a la sede de COMUNICAR.

COMUNICAR. Apdo. 527. 21080 Huelva. España
E-mail: comunica@teleline.es / www.teleline.es/personal/comunica/

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