



Comunicar

ISSN: 1134-3478

info@grupocomunicar.com

Grupo Comunicar
España

Fernández Martínez, María Teresa
Reseña de "Hoy ya es mañana" de J.M. Sancho y L.M. Millán
Comunicar, núm. 8, marzo, 1997
Grupo Comunicar
Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15800838>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

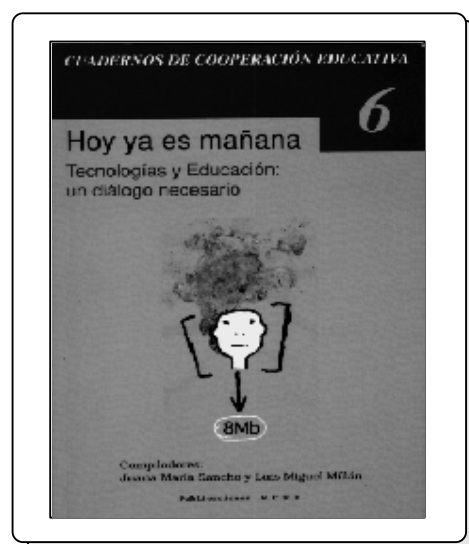
redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

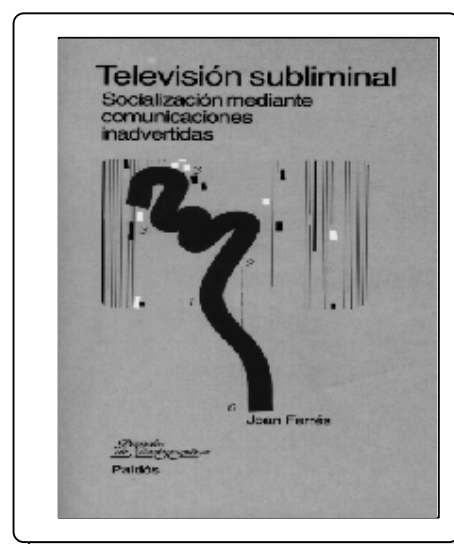
Publicaciones

R e s e ñ a s

M^a Teresa Fernández Martínez



- *Hoy ya es mañana*
- J.M. Sancho y L.M. Millán (Comp.)
- Sevilla, MCEP, 1995
- 338 páginas



- *Televisión Subliminal*
- Joan Ferrés
- Barcelona, Paidós, 1996
- 320 páginas

Este libro se expone una interesante serie de reflexiones sobre los medios de comunicación en el aula, llevados a cabo por docentes de todos los ámbitos y niveles, para los que—como la introducción nos aclara, «hoy ya es mañana»—, aludiendo a su trabajo en un campo que para muchos docentes todavía puede situarse en el futuro. Los compiladores deseaban un libro que respondiese tanto a la necesidad como a la dificultad de trabajar con una enorme diversidad de soportes como los que hoy en día disponemos para el tratamiento de la información y su uso en educación. El libro recoge resultados de investigaciones y reflexiones sobre ellos de gran variación tanto en niveles, como en medios y metodología. Un texto ameno que reflexiona pausadamente sobre la tan deseada como necesaria integración de los medios de comunicación en la enseñanza, desde la óptica plural que ofrecen sus muchos colaboradores que analizan los más variadas facetas y medios de la comunicación.

El autor parte del convencimiento de que gran parte de los efectos socializadores de la televisión no son evidentes sino de carácter subliminal. No podemos acercarnos al análisis de este poderoso medio de forma racional y verbalizada, sino a través de las emociones y del inconsciente. Ferrés nos ofrece las claves para el descubrimiento de la lógica de estas comunicaciones inadvertidas, que pasan por un análisis detallado de sentimientos como la seducción, la fascinación, la excitación... tanto como por una investigación rigurosa del funcionamiento de los medios. El libro repasa temas tan interesantes como falsos mitos en la autocomprensión, el proceso de la seducción, la fascinación de las estrellas y los parámetros de belleza de nuestro tiempo, los estereotipos, la información como una forma más de seducción y el ámbito rey en el campo de lo subliminal: la publicidad. En definitiva, un texto recomendable para todos aquellos que quieran profundizar en los vericuetos de la publicidad.