

Infografía digital. La visualización sintética

Valero, José Luis (2012)
Barcelona: Bosch

El libro “*Infografía digital. La visualización sintética*” es el último de los libros publicados de José Luis Valero Sancho. El autor es ampliamente conocido por sus estudios sobre infografía, desarrollados en artículos académicos publicados en revistas indexadas y también en su primer libro, “*La infografía. Técnicas, análisis y usos periodísticos*.” Referencia obligada en la categorización de la infografía periodística. El título, de esta edición de 238 páginas nos aporta conocimientos de calidad sobre la infografía en los nuevos medios de difusión y formato digitales.

No hay profusión de autores en castellano sobre infografía y tampoco en el ámbito internacional hay estudios sobre la ontología de la infografía en su acepción generalmente aceptada. La línea que se sigue habitualmente atiende a cuestiones de visualización y aspectos de percepción de dichas visualizaciones. Se entiende entonces que una publicación de estas características llene un hueco importante en el estudio y comprensión de la evolución de la infografía en el medio digital.

Gracias a su experiencia en el campo de la infografía, Valero propone un recorrido gradual de acercamiento a la infografía digital en los distintos capítulos. Nos introduce en materia con una metáfora de comunicación para advertirnos del objeto a estudiar en su función comunicativa (medio, código e intérprete) y lo concreta en un esquema (infografía) que muestra la construcción de la infografía digital. No es un término en el que el autor se sienta cómodo y nos habla también de “visualización sintética” como sinónimo y que se propone como la característica

principal de la “infografía digital”, término éste más convencional y de uso común por el que se conoce el producto infográfico que se publica en el medio digital; el propósito del libro es definirlo y analizarlo en sus diferentes usos y manifestaciones digitales.

Sentadas las bases de lo que se trata en el libro, nos acerca a la actualidad de la infografía digital con un recorrido histórico que va del empleo de la imagen como lenguaje visual primigenio hasta la situación actual de un producto elaborado con el uso de diferentes códigos, medios y tecnologías, en definitiva un lenguaje de síntesis.

El autor explica las propiedades sintéticas de la infografía, su utilidad documental y la visualidad estética, fondo y forma, contenido y apariencia. Una buena exposición del permanente debate en el mundo profesional de la infografía.

El profesor Valero analiza la estructura interna de la infografía, su funcionamiento en relación al intérprete y también su adecuación al medio telemático, ya sea en conexión con otros usuarios o bien cerrado para el acceso particular o restringido.

Analiza el medio digital donde transcurre el discurso infográfico y las consecuencias del mismo en la realización de las infografías. En concreto, las de carácter informativo, ya sean en televisión o internet. Comprueba que puede ser útil la clasificación que estableció en las infografías de prensa impresa en el género periodístico y establece criterios para la ampliación a productos no periodísticos.

Uno de los capítulos más interesantes del libro es el dedicado al proyecto y diseño gráfico de las infografías. Desde el conocimiento de la realidad profesional, Valero describe los entresijos de la construcción de una infografía, los medios técnicos necesarios, así como los agentes profesionales que intervienen, tanto en la decisión del formato como en su posterior realización. Una visión de cómo funciona un departamento de infografía en una redacción.

Hemos avanzado anteriormente que el autor analiza la infografía no sólo en términos de su construcción, sino también como portadora de un mensaje. En este sentido, y con el respaldo de las investigaciones que realiza al respecto, en cuanto a la comprensión de las infografías y el incremento de conocimientos, detalla la optimización de las situaciones de creación y exposición de los documentos infográficos, así como incorpora en la narración conclusiones de sus investigaciones.

En la parte final del libro se proponen unas prácticas de cómo elaborar unas infografías y, finalmente, algún ejemplo de programación en Flash (*Action Script*) para desarrollo de algún tipo de infografía profesional.

Podemos darnos una idea de la voluntad de acometer el estudio de una cuestión tan actual como la infografía digital de una manera rigurosa y a la vez completa, mirando el elenco de colaboraciones que el autor ha recibido y que acredita en la página 234, después de la exhaustiva bibliografía. Nada menos que 21 profesionales destacados en su labor profesional han colaborado aportando su conocimiento y experiencia para la elaboración del libro.

El libro tiene especial interés por dos motivos. En primer lugar el tema a tratar, la infografía digital, es un producto que ya lleva unos años entre las comunicaciones en línea y cada vez cobra más popularidad como medio de difusión de información. En segundo lugar, no hay todavía otro libro que acometa el estudio de la infografía digital desde el punto académico y profesional al tiempo, ni en el mundo editorial en castellano ni tampoco en otro mercado editorial.

La infografía en entornos digitales evoluciona gracias a la tecnología y tiene consecuencias en la interacción social. Los postulados y argumentos que propone son de plena actualidad. No están a expensas de la tecnología, porque analiza intrínsecamente el producto, con lo que no hay riesgo de dar

visiones anticuadas. En cuanto a las vinculaciones profesionales del uso y elaboración de las infografías, hemos avanzado tanto, que olvidamos que el objetivo final no es tecnológico, sino fundamentalmente comunicativo. Éste es un valor del libro: actualidad de los conceptos y orientaciones.

Insistiendo en la poca literatura que tenemos sobre infografía y, menos sobre investigación sobre la cuestión, el valor del libro reside en la puesta en consideración de una nueva manera de crear y difundir la infografía como es el medio digital y que se trata de una obra pionera y a la vez sustentada por la experiencia que tiene el autor en ese campo de conocimiento. Por todo ello se hace imprescindible su lectura para todo aquel que acceda al mundo de la infografía o necesite orientarse en el medio digital.

Francesc Morera

Anatomía de un cineasta pasional: El cine de Manuel Mur Oti

**Zubiaur Gorozika,
Nekane (2013)**

Santander: Shangrila Textos

Tras felicitarnos de que un trabajo del valor de la tesis doctoral presentada por Nekane Zubiaur traspase el ámbito académico hacia el conocimiento general, cosa que lamentablemente no siempre ocurre, merece la pena que planteemos algunas reflexiones sobre su considerable entidad. No es novedad ya la reconsideración historiográfica a la que viene siendo sometido el cine español, sobre todo desde los años noventa, dentro de la cual se incluye la revisión de la obra de algunos cineastas antes desconsiderados o cuando menos superficialmente tratados, tal como sería el caso de Manuel Mur Oti que

centra la atención de esta investigación a lo largo de más de 600 páginas. Dentro de esa justa operación no dejan de plantearse algunos problemas, que van desde la inevitable adicción que toda investigación implica en el objeto estudiado –a la que Zubiaur no siempre escapa– hasta el énfasis excesivo de ciertas valoraciones que hacen derivar desde el territorio del análisis hacia el de la entronización cualitativa, junto –por supuesto– a los problemas de acceso a determinadas fuentes de información, etc.

La estrategia de *Anatomía de un cineasta pasional* es clara y explícita: abordar primero la singladura del cineasta en el marco del devenir del cine español entre los años cuarenta y los ochenta, para luego desarrollar amplia y exhaustivamente el análisis de la filmografía de Mur Oti, bajo los laxos parámetros del análisis textual. Esa razonable división determina, no obstante, cierta descompensación y disparidad entre la dimensión historiográfica y la analítica, en favor indudablemente de esta segunda. Algunos ejemplos al respecto: primero la excesiva dependencia del propio cineasta –o de amigos muy cercanos, como Juan Mariné– como fuente biográfica y curricular, siendo conocida su capacidad fabuladora y ensalzadora de sí mismo, aunque la autora se previene en sendas notas (la 22 y la 24); luego, la ligereza de algunas apreciaciones, como la supuesta “disidencia personal” de la llamada “generación de los renovadores” si consideramos a Ruiz Castillo o Nieves Conde (e incluso al ex-comunista del Amo) como acompañantes generacionales de Mur Oti; la propia vicisitud del futuro cineasta en la inmediata posguerra, donde aparece su padre nada menos como director de la prisión de mujeres de Málaga descoloca la reinserción del biografiado en la España nacional. Y aún podríamos añadir cierta superficialidad en algunos enfoques: así cuando se valora la recepción comercial de los principales films de Mur Oti recurriendo

lógicamente a la permanencia en cartel de estreno a falta de datos económicos, no se plantea en términos de análisis comparado con otros films¹.

El otro mayor problema que acompaña la primera parte del libro sería el esfuerzo en homologar contra natura el interés de la obra posterior a *Orgullo* (1955) o incluso *El batallón de las sombras* (1956) respecto al anterior núcleo principal de su filmografía. Un problema que se prolonga en la amplia parte analítica, esforzándose más allá de lo prudente en reencontrar ciertas estructuras de significación en títulos como *Una chica de Chicago* (1958), *Pescando millones* (1960) o *Loca juventud* (1964). Tal vez el problema radique en asimilar la dimensión analítica y la valoración crítica, cuando corresponden a campo diferentes: lo que analíticamente puede ser interesante, productivo, ajustado, riguroso y coherente no se corresponde necesariamente con los valores estéticos, comerciales o de cualquier otro tipo.

Más allá de esas objeciones, *Anatomía de un cineasta pasional* nos ofrece un brillante despliegue analítico que no debiera –ni necesita– justificarse rompiendo lo que Roger Odin caracteriza como propio del análisis textual, lejos de lo evaluativo o

¹ El “gran éxito” de *Un hombre va por el camino* (1949) con sus 17 días en Madrid (y sólo 9 en Barcelona) debe conjugarse con los de *Apartado de Correos 1010* (51 días), *Mariona Rebull* (38), *Brigada criminal* (35), *La guerra de Dios* (50), *Hay un camino a la derecha* (28), *El Judas* (35) o *Surcos* (24), sin olvidar la necesaria evaluación de la categoría de los cines de estreno, la condición de base o complemento del programa, la estación del año en que se estrena, etc. En ese aspecto, fue *Cielo negro* (1951) con sus siete semanas en cartel el mayor éxito de Mur Oti, aunque resulte algo incómoda en el esquema cuadrangular que fundamenta la aproximación analítica de la segunda parte del libro.

normativo. Con la habitual dificultad de superar el peligro en que la propia pasión del analista hacia su objeto de estudio provoca, Zubiaur sale airoso en su empeño de trazar unos parámetros de análisis basados -como ella misma señala- en la tríada constituida por el tono mítico que instauran los films, la preeminencia de los personajes femeninos (como encarnación del dúo Eva/Pandora y la idea telúrica de la “madre” tierra) y la adscripción genérica al drama rural, con extensiones hacia las estructuras del western y/o el melodrama. Cierto es que el apoyo antropológico sobre la dimensión mitopoyética queda demasiado restringida a la discutible (o tal vez ideológicamente muy pertinente en este caso) aportación de Mircea Eliade, olvidando a otros autores como Levi-Strauss, Dumézil, Grimal, Girard, Durand, Kirk o el propio Barthes; o que la posible adscripción a una dimensión manierista de la parte central de la obra de Mur Oti por delante de las opciones classicista o barroca pudiera requerir más matices. Pero en su conjunto, el esfuerzo analítico apoyado en el tratamiento de las series de imágenes seleccionadas es manifiestamente riguroso, aunque deba conjugarse con la escasa variedad de las aportaciones razonables (no las descuidadamente despreciativas en las que la distancia ideológica, la desidia o simplemente la superficialidad derivada de la escasez de espacio para tratar al cineasta) que la obra de Mur Oti ha provocado hasta ahora, tal vez demasiado determinantes de las propuestas de la autora.

Acabemos remarcando lo espléndido que sería que publicaciones como ésta se sucedieran en su abordaje de las trayectorias de numerosos cineastas cuya revisión crítica y analítica no dependiese del tono encomiástico que muchas veces acompaña a los libros-homenaje que festivales e instituciones públicas han venido editando.

José Enrique Monterde

Las mujeres en la ficción televisiva española de prime time (I Informe del Observatorio Audiovisual de Identidades de la Universidad Internacional de La Rioja)

Sánchez Aranda, José Javier; (director), Fernández Gómez, Erika; Gil Gascón, Fátima; Segado Boj, Francisco (2011)

Logroño: Universidad Internacional de la Rioja

Las mujeres en la ficción televisiva española de prime time es el resultado del I Informe del Observatorio Audiovisual de Identidades de la Universidad de La Rioja, publicado en 2011. A esta primera experiencia le ha seguido la obra *La imagen de la crisis económica en los informativos de televisión*, valedora de la viabilidad y el éxito del observatorio de medios de la UNIR.

En la obra en estas líneas analizada se toma como referencia el artículo de Shari Graydon, *The portrayal of Women in Media: the good, the bad and the beautiful*, de 2001 con la intención de realizar una doble comparativa. De un lado, permite contemplar los cambios temporales derivados de los quince años que separan una investigación de otra. Del otro, la siempre recurrente e interesante confrontación de datos entre el mundo anglosajón y el hispanohablante. Todo ello, sin perder de vista el objetivo principal que ha motivado esta publicación, conocer la imagen que de

la mujer ofrece la ficción televisiva elaborada en España en la actualidad y que goza de una mayor popularidad.

Hubiese resultado también interesante acompañar estas comparativas de otra más: analizar los cambios en las series de televisión españolas desde principios de los noventa hasta la actualidad. Si en los años 60 la televisión se convertía en la principal vía de ocio de una población hasta entonces sintonizada a las tramas de las ondas radiofónicas, no será hasta 1991 con el estreno de *Farmacia de Guardia*, cuando se produzca un cambio significativo en la oferta televisiva que a partir de ese momento comienza a crear de manera regular ficción de producción propia. Y, por tanto, qué mejor herramienta para medir la evolución que ha experimentado el papel de la mujer en la sociedad que observar las series televisivas desde los noventa hasta nuestros días. Más aún cuando entre 1983 y la década de los noventa, la presencia de las mujeres fue adquiriendo mayor protagonismo en el erario público, las instituciones, la legislación y el mundo laboral.

En cualquier caso, cabe subrayar la importancia de la difusión de estudios que analizan la imagen de las mujeres que se proyecta en los medios de comunicación de masas. Existe una amplia bibliografía sobre la representación sexista y estereotipada de las mujeres en los contenidos informativos de los medios, pero hasta ahora no se había elaborado en España un análisis tan profundo sobre la ficción televisiva. Y, ¿acaso el entretenimiento no tiene la misma capacidad de construir imaginarios en las audiencias? Pues sí, tanto o más que los telediarios.

En el análisis se han incluido la serie más vista de 2010 además de ser la producción de ficción más cara de la historia, *Águila Roja* de TVE, la serie dramática también emitida en la primera cadena de la radiotelevisión pública *Gran Reserva*, la serie fantástica de Antena 3 *Los Protegidos* y la sitcom de Tele 5, *Aída*. Todas ellas comparten el privilegio de liderar

el share en su franja de emisión y ser emitidas en horario de máxima audiencia.

La muestra la componen 54 capítulos en los que se incluye una propuesta metodológica que no solo atiende a la aparición de personajes sino también a la alusión que de ellos se hace. Las 2811 unidades resultantes de tan profuso análisis conforman el sedimento sobre el que reposan los resultados del estudio. Esta exhaustividad metodológica responde a la experiencia del director de la publicación, José Javier Sánchez Aranda, especializado en metodología de la investigación en comunicación. Su extensa trayectoria liderando distintos proyectos, sus numerosas publicaciones en el área de historia y comunicación, la dirección de másteres y seminarios periodísticos y un excelso etcétera curricular acreditan la experiencia y el conocimiento aplicado también a este trabajo. Erika Fernández, conocedora del mundo mediático, Fátima Gil, que cuenta en su haber con un amplia labor investigadora en el área de la mujer y Francisco Segado, experto en comunicación, completan el dream team encargado de analizar la ficción televisiva en España.

Los resultados obtenidos en un primer estadio nos hablan de los perfiles de mujeres representados en cada una de las series. Así, encontramos que los canales privados tienden a perpetuar el estereotipo clásico, constriéndolas a su papel de madres y de pareja sentimental de un hombre que centra la trama. RTVE, por el contrario y haciendo honor a su naturaleza de servicio público, nos ofrece una imagen de la mujer más adaptado a la realidad actual en la que ésta trabaja fuera del ámbito doméstico y se ve obligada a conciliar. Tanto es así, que este enfoque no patriarcal de la imagen de la mujer hace que las féminas de *Águila Roja* trasciendan las actitudes propias de las mujeres del siglo XVII y adopten comportamientos contemporáneos.

Si lo que nos interesa de este trabajo son los resultados derivados de la comparativa con el estudio de Graydon obtenemos que,

en este caso, las mujeres no aparecen infra-representadas en la ficción televisiva española, donde alcanzan cuotas de paridad con sus homólogos. También se rompe el binomio tradicional de hombre racional y mujer irracional en el que ellas aparecían bajo el rol de inestables emocionales. Sin embargo, y pese a los avances citados, se perpetúa la imagen de la mujer como ser no domesticado y, por tanto, no apto para la vida pública, pero sí doméstico e ideal para el desempeño de las tareas propias del reducto privado del hogar y la familia. Asimismo, se siguen manteniendo los papeles tradicionales asociados a las mujeres, siendo el más común el de madre.

En definitiva, este trabajo nos revela una información indispensable para reformular una construcción igualitaria de la imagen de la mujer emitida por los medios de masas. Además, el papel disuasorio del saberse observado puede promover un cambio para que los nuevos estereotipos de “choni” y “mujer masculinizada” no ensombrezcan la diversidad femenina del siglo XXI.

Diana Rivero

Tecnologías de la persuasión. Uso de las TIC en Publicidad y Relaciones Públicas

**Fernández-Quijada, David;
Ramos-Serrano, Marina
(eds.) (2014)
Barcelona: UOC**

La web 2.0 borra las fronteras entre el marketing, la publicidad y las relaciones públicas. Las campañas de comunicación interactiva se basan menos en los anuncios

publicitarios, y más en la facilitación de experiencias que apetece compartir.

En este contexto, esta obra se presenta como una selección de casos sobre aplicaciones de Internet en la comunicación comercial e institucional, y ofrece una perspectiva crítica para ayudar al lector a reflexionar sobre las implicaciones sociales y estratégicas del uso de las TIC en la publicidad y las relaciones públicas. Esta presentación genera grandes expectativas, y la obra las satisface en gran medida.

En una primera parte, explicitada en la introducción pero no reflejada formalmente en el índice, los capítulos II a V cubren el impacto de internet en diferentes ámbitos, tales como la comunicación de la responsabilidad social corporativa, la gestión estratégica de la marca personal, el uso electoral de internet y la evolución de los gabinetes de prensa. En una segunda parte, los capítulos VI a XI presentan investigaciones sobre el uso de distintas herramientas; en concreto, las comunidades de marca en Facebook, los blogs en la industria de la moda; YouTube y las acciones virales; el appvergainment o generación de contenidos de marca en forma de juegos para soporte móvil; Instagram en el sector del lujo; y por último, el uso de podcast por parte de las organizaciones. Los sectores representados en la obra, bien como casos desarrollados, bien como ejemplos, son múltiples: en España, empresas energéticas y operadoras de telefonía móvil, gran consumo (Coca Cola), partidos políticos e instituciones públicas (PSOE, PP, Ayuntamiento de Madrid), ONGs (Greenpeace, Amnistía Internacional), medios de comunicación (Canal +); a nivel internacional, casos de comunicación privada sobre salud y propaganda electoral en EEUU, o salud pública (prevención del SIDA) en Suecia.

Los editores han reunido a un elenco de investigadores, tanto noveles como experimentados, con un bagaje de tesis doctorales, grupos de investigación y publicaciones. La

obra es un todo coherente, y los capítulos respetan la estructura propia de los trabajos de investigación, con una introducción, marco teórico, análisis de un caso práctico, conclusiones y bibliografía. Añaden además cuatro referencias bibliográficas comentadas y preguntas para el debate. Aunque, inevitablemente, las propuestas difieren en el nivel de desarrollo del marco teórico y en el grado de profundidad y explicitación del procedimiento de investigación y de las categorías de análisis del caso práctico, en conjunto la obra ofrece una buena visión global del uso que empresas e instituciones están haciendo de las tecnologías en su comunicación persuasiva, y constituye una excelente herramienta, bien como material didáctico para sesiones prácticas de materias de Grado, bien como referencia y modelo para trabajos de investigación en programas de Postgrado.

Tal como promete, la obra aporta elementos para la crítica y la reflexión. Por un lado, se constata en varios casos el uso unidireccional, como mero escaparate, de herramientas con un gran potencial interactivo como son las redes sociales. Pervive una cultura empresarial conservadora, en la que la principal motivación continúa siendo el impacto reputacional, sin una auténtica vocación de colaboración y diálogo con los consumidores, y en la que prevalece el temor a ataques que puedan dañar la reputación de la marca. Las empresas actúan con suspicacia y rigidez ante la web 2.0 porque produce un cierto reequilibrio en las relaciones de poder entre empresas y consumidores, dotando a los activistas de una mayor capacidad de difusión de sus mensajes y acciones.

Por otro lado, se analiza el poder asumido por los nuevos prescriptores (blogueras de moda, *instagrammers*), y se pone en duda su independencia respecto a las marcas, fuente de su credibilidad, cuando se les remunera de forma oculta, en efectivo o mediante regalos. Es la vieja estrategia de reclutar líderes de opinión, pero con una tecnología que

multiplica exponencialmente su capacidad de influencia, de forma que sus acciones se convierten en campañas publicitarias encubiertas de alcance masivo con un coste económico mínimo para las empresas.

Para finalizar, animo a los lectores a reflexionar sobre el uso acrítico de términos que no son sino un ejercicio de auto-promoción de la actividad de marketing. Por ejemplo, la expresión “democratización de la moda” santifica el hiperconsumismo, promovido precios bajos, posibles gracias a unas condiciones laborales inaceptables para las trabajadoras de los países pobres, y a unas prácticas industriales medioambientalmente insostenibles. Igualmente, resulta paradójico hablar de “democratización del lujo” y explicitar a la vez el principio de exclusión en el que se basa, apuntando que el gusto creciente por publicar fotos simulando poseer marcas de lujo refuerza a los auténticos compradores, porque aumenta la conciencia de ser los únicos que pueden permitírselo. Podemos continuar: ¿puede llamarse “diálogo colaborativo” a acciones que incitan a los consumidores a poner su vida privada e imagen personal al servicio de la marca, mediante concursos que generan contenidos con un desequilibrio evidente en el beneficio obtenido por una y otra parte? ¿Constituye un “diálogo significativo” la publicación de contenidos de marca interesantes, sobre música, juventud, moda, o deportes, diseñados para ser compartidos y generar valor de marca, o se trata de una versión renovada de la clásica técnica en la que un vendedor inicia una conversación sobre fútbol y consigue así venderle un aspirador a un cliente encandilado?

Por último, está la cuestión, no mencionada en el libro, de la valiosísima información sobre los consumidores que estas herramientas generan, y que las empresas analizan, para “adaptarse al usuario y sus necesidades”, sí, pero sobre todo para aumentar los **beneficios** de sus accionistas. ¿Cómo reaccionaría el público si fuera consciente de

hasta qué punto las empresas conocen sus hábitos, preferencias y circunstancias vitales más privadas? Registrar el historial de compras de una persona y utilizar la información para ofrecerle cupones de descuento personalizados puede redundar en un beneficio legítimo para ambas partes, pero ¿qué sucede cuando se usa la información para decidir si conceder o no, y en qué condiciones, una hipoteca, un seguro o un contrato de trabajo?

Irene García Ureta

Historia de los medios de comunicación

**Rueda Laffond, José Carlos;
Galán Fajardo, Elena; Rubio
Moraga, Ángel L. (2014)**
Madrid: Alianza Editorial

Existen múltiples maneras de explicar la historia de los medios de comunicación, pero es una tarea compleja. Solo hablar de la prensa moderna nos obliga a remontarnos hasta finales del siglo XVII, y no parar hasta llegar al dilema actual del pago de contenidos digitales o al manido futuro del papel. La dificultad aumenta cuando debemos distinguir entre historia del periodismo, historia de los medios o historia de la comunicación, ya que el riesgo es contar historias parciales de cada medio.

Los autores de *Historia de los medios de comunicación* intentan clarificar y delimitar estos conceptos en un estudio introductorio que recorre de una manera amena y didáctica pero selectiva la evolución de los medios en su interrelación con las esferas de lo político, lo económico y lo cultural. Los ocho capítulos no están concebidos como compartimentos estanco exentos de solapamientos históricos, aunque a veces tienen un anclaje complicado.

El recorrido del lector comienza con la aparición de la imprenta como agente de

cambio. Aumentan las publicaciones por las nuevas técnicas de impresión, se socializan las ideas, y se empiezan a reproducir imágenes. Entre finales del siglo XVII y finales del siglo XVIII se revoca la licencia previa para poder editar y proliferan los periódicos.

En este punto del relato saltamos a 1830, y dos capítulos abordan el mismo período, de 1830 a 1914, casi un siglo de historia que abarca toda la Revolución Industrial hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial. Estos dos capítulos articulan los dos ejes que fundamentan la prensa moderna. Por un lado están las nuevas redes de comunicación (el ferrocarril y la navegación) que facilitan la creación del sistema postal, del telégrafo, del teléfono, y por tanto del teletipo y de las agencias de noticias.

Pero el segundo eje —que incluye la democratización de la política con el derecho a voto, la reducción de los impuestos sobre la publicación y las sucesivas leyes de imprenta— da el impulso definitivo para que la prensa se convierta en un medio de masas con contenidos informativos, costes de producción bajos, publicidad, venta callejera y altas dosis de sensacionalismo. El cómic entra en la prensa y la fotografía se incorpora lentamente a los periódicos en los albores del siglo XX.

En esta época también irrumpe el cine, al que el libro dedica un capítulo en el que lo más novedoso es la interrelación entre el universo cinematográfico en la década de 1930 y las prácticas transmedia. La transmediación, un concepto tan en boga en los estudios actuales de Periodismo, no es un hecho exclusivo del siglo XXI sino “la hibridación o multiexplotación de unos mismos personajes, relatos o temas en distintos medios”, según los autores.

Los ejemplos de transmediación que se muestran en el libro son del todo conocidos, aunque no sea con este término: *Flash Gordon*, Fu Manchú, Tarzán o *Mickey Mouse*. Tarzán se publicó primero en una revista

ilustrada estadounidense en 1912, después pasó por la novela popular, el cine y la revista de historietas en la década de 1920, aterrizó en el cómic en 1948, y por último en la televisión en 1966.

El personaje menos conocido y más revelador en el relato multimediático de este capítulo es el de David Sarnoff, un inmigrante bielorruso que fue el visionario de la radio, de la televisión, y hasta del vídeo en la Radio Corporation of America (RCA). En 1926 la RCA organizó la primera red radiofónica en Estados Unidos, la NBC, desde la que Sarnoff impulsó las emisiones televisivas regulares desde 1939. En 1954 el propio Sarnoff se anunciaba en la prensa con una bobina de cinta de grabación de vídeo como inicio de “una nueva era para la fotografía electrónica”, y lo hacía dos décadas antes de la implantación del vídeo doméstico.

De regreso a los albores del siglo XX llegamos al período de entreguerras entre 1914 y 1945 para abordar en el capítulo cinco la radio como el medio de movilización de las propagandas totalitarias, que ejercen el monopolio estatal de los medios; mientras que en Estados Unidos la radio y el cine exaltan el libre mercado y el patriotismo, y se consolida el fotoperiodismo.

Ningún manual de la historia de la comunicación puede obviar la historia de la televisión, que en España ha cumplido seis décadas. Pero en este caso es reseñable que el capítulo seis concluya la “edad de oro” de la televisión en 1968 en Estados Unidos cuando menciona al legendario periodista Walter Cronkite, que presentó el informativo *CBS Evening News* hasta 1981, y al show de Phil Donahue, que estuvo en antena hasta 1996.

De todos modos, el capítulo de encaje más complejo en el libro es el de la transición de los medios entre 1968 y 1991, sobre todo por la acotación de esta transición. Por un lado sitúa a los medios como factores de cambio en los procesos de transición política en Portugal, Grecia y España, y en la crisis

del sistema soviético acelerada con el papel de la televisión en la caída del muro de Berlín. Por otro lado aborda la concentración de medios en grupos multimedia y la desaparición de los monopolios estatales de radiotelevisión, con la aparición de cadenas privadas y regionales que diversifican audiencias y contenidos. Pero quizás los Estudios Culturales y los nuevos estudios de género ralentizan este relato de la transición y podrían haberse incluido en otro tipo de manual.

En todo caso, la historia de la comunicación es una historia de mezcla constante de textos, imágenes y sonidos, aunque también un epílogo inconcluso, como lo es el último capítulo de esta obra. Los logros y desafíos de la revolución digital se reducen en unas pocas páginas a la prensa digital y los videojuegos; y los autores se plantean cuestiones inacabadas como la uniformidad, la *macdonalización* o la proliferación de *contenidos basura*, que merecerían un tratamiento más detallado.

Ana Mendieta

(Re)viewing Creative, Critical and Commercial Practices in Contemporary Spanish Cinema

Wheeler, Duncan; Canet, Fernando (eds.) (2014)

Bristol: Intellect

This book consists of articles written primarily by the authors who participated in the (S)Movies: Contemporary Spanish Cinema International Conference, which was held in New York in December 2011, organized by the Department of Audiovisual Communication of the Universidad Politécnica de

Valencia, as the editors explain in the Introduction. Although the thirty chapters that compose this sizeable volume explore different periods and moments in the history of contemporary Spanish cinema, the year 1992 is chosen as the symbolic moment—marked by a series of emblematic events such as the Barcelona’s Olympics, the Expo in Seville and Madrid being named City of Culture—in which “Spain announced its democratic credentials to the world” (3). Therefore, the book focuses on two decades of Spanish cinematic production and critical discourse (1992-2012). The editors’ aim is to provide new forms of academic criticism which both include aesthetic and visual commentary and a revision of creative, commercial, and critical elements underlying the production and consumption of Spanish films. The authors of this volume come mostly from Spanish, British and North American academic institutions, and offer a combination of established names in the field with emerging scholars and researchers. As the editors mention, Spanish cinema has been described by Juan Miralles as “a chronically-ill patient with an iron constitution” (29); this collection proves the vitality of contemporary Spanish cinema and the dynamism of scholarly criticism on the topic.

This volume represents a monumental contribution to the field; it virtually covers every aspect of contemporary Spanish cinema from a variety of critical and analytical approaches. It traces tendencies that represent a constant presence throughout its history as well as new trends. It looks at the ways in which Spanish cinema has found wider audiences through a re-appropriation of American genres like the thriller, the horror film or the adolescent cinema. Among the significant contributions of this volume, the following are worth mentioning. Firstly, the authors consistently offer well researched, up-to-date, innovative and theoretically sophisticated readings of individual films. Secondly, they

offer new forms of classification and alternative paradigms regarding periods, genres, and themes; to name just a few, they critically explore films belonging to the categories of Spanish horror, crime thrillers, terrorism, eroticism, gay culture, documentary, the enigma construct, animation, and adolescent cinema, among others. Thirdly, long-established notions in the tradition of film studies, such as auteurship and stardom are revisited and redefined according to the particularities of contemporary Spanish cinema in a transnational age; therefore, figures such as Pedro Almodóvar, Alex de la Iglesia, Isabel Coixet, and Penelope Cruz are examined from an interdisciplinary perspective that remains in the area of film criticism but also includes reflections on commercial and industrial practices along with audience’s expectations and reactions. Finally, the book is open to debate and includes at the end the results of round tables in which producer and critic Luis Miñarro dialogues with critic Fernando Canet and directors José Luis Guerín and Isaki Lacuesta (whose films receive critical attention in the book). The conversation focuses on aesthetic, visual and meta filmic practices, without forgetting pressing contemporary issues linked to production and consumption of films in the era of the Internet and even sound reception conditions in a cinematic auditorium.

Additionally, this collection considers the making of commercial versus arty films and provides stimulating studies on particular authors and topics, such as the articles devoted to filmmaker Isabel Coixet, which include the delicate and attentive reading of the works by the Catalan filmmaker in “The Everyday Affect: Isabel Coixet and the Five Senses” by Jennie Rothwell, and the feminist reading of the cinematic adaptation of Philip Roth’s *The Dying Animal* in *Elegy* based on the theory of the gaze (Laura Mulvey) and the spectacularization of the female body as exposed in the article “Sex, Art and Commerce: Penélope Cruz and Isabel Coixet’ Tackle

Philip Roth in *Elegy*” by Duncan Wheeler. Finally, selected articles are devoted to the role of cinematic institutions, with an informative article on the San Sebastian Film festival and its intrinsically dual identity as a Basque and a Spanish (and one may add, international) cultural event.

In many senses, this volume seems to respond to previous studies in a similar way as one of the characters of the film *Spinnin'* (Eusebio Pastrana, 2007) does when longing for a better world, and proclaims, “The world is already filmed. Now we have to change it.” (cited on page 87). If the world of contemporary Spanish cinema has already been explored, the authors of this volume find new ways to re-energize, stimulate, and invigorate the field. No book is perfect; as is the case with most volumes resulting from a conference or any other event, the major weakness of the book lies in the diversity and at times lack of cohesive nature of the articles grouped under each category, which at times seems arbitrary and lacking unity. The articles are somewhat unbalanced in terms of length and depth on analysis. Although this is but a minor detail, the attention given to provocative journalist Carlos Boyero (mostly to dismiss his individualistic and impressionistic approach to film criticism) seems excessive and it may be indicative of the influence of such figure despite his lack of academic rigour. The book, nevertheless, constitutes a significant reference for scholars, academics and students of contemporary Spanish cinema; it includes relevant notes and complete bibliographies at the end of each chapter. Although the articles are sophisticatedly written and gather previous contributions as well as theoretical developments, they are very readable and pleasurable to follow. New developments in Spanish cinema, such as the recent announcement that *Loreak* (José Mari Goenaga and Jon Garaño, 2014), a Basque-Language film has been selected by the Spanish Film Academy to represent Spain in the

Best Foreign Language Film category at the 88th Academy Awards, opens new doors to further exploration of contemporary issues concerning Spanish cinematography.

María Pilar Rodríguez

Gure (zinemaren) Sor Lekua

Martinez, Josu (2015)

Bilbao: UPV/EHU.

Komunikazio Bilduma

2013ko azaroaren 30ean, prentsaurrekoa eman zuten Iñaki Goirizelaia EHUKo errektoreak, Josu Amezaga EHUKo Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultateko irakasleak eta Josu Martinez ikerlari doktoregaiak. Aurkikuntza garrantzitsu baten berri eman nahi zuten: Martinezek, bere doktoretza ikerketaren bidezidorretan barrena, euskaraz inoiz egindako lehen filmaren lehen kopia topatu berri zuen. Ordura arte euskal zinemaren historiografiak Gotzon Elortzak 1959tik 1963ra taxaturiko lau dokumental labor jotzen zituen aitzindarizat, baina Martinezek topaturiko *Gure Sor Lekua*, ordura arte galdutzat ematen zena eta euskaraz egina izan zitekeen inork erreparatu ez ziona, lehenagokoa zen, 1956koa. Aurkikuntzaren berri emateaz gain, laguntza eskaria ere luzatu zuten: audiorik gabeko kopia bat zen Martinezek topaturikoa (garaiko prentsatik eta lehen eskuko testigantzetatik frogatu ahal izan zuen euskarazkoa zela) eta audio horren berri izan zezakeen norbaiten bila zebiltzan. “Zorritzarrez, oraindik, euskal kultura ez dago artxibategi nazional handi batean jasota, baizik eta etxe partikularretan: ganbaretan, kutxa zaharretan, ezkutuan. Gure beldurra eta esperantza da soinua ere hala egongo dela (...) Beste batzuek hilobiak zabaltzen dituzten bezala, gu kultur hilobiak ari gara zabaltzen, eta

argitara ateratzen” azaltzen zuen Amezagak, Martinezen tesi zuzendari gisa.

Ekarpen berezia egiten duen lana da, bada, prentsaurreko hark nabarmendu zuen bezala, Josu Martinezen ikerketaren emaitzak jasotzen dituen *Gure (zinemaren) Sor Lekua* argitaratu berria.

Buruturiko deskubrimenduaren berezitasuna dela eta, deskubrimendu hori nola gauzatu zen azaltzeko baliatzen da lanaren sarrera. Honela, kontatzen da alorreko historiografian M. Madré delako egile ezezagunaren filma galduaren aipamena topatu ondoren, eta aipamenaz haratagoko informaziorik ez dagoela ikusirik, garaiko Ipar Euskal Herriko prentsan arakatzea erabakitzen duela ikerlariak eta filma euskaraz egina dela eta egilearen izen osoa André Madré dela deskubritzen duela. Euskaraz eginiko lehen filma dela jabeturik, kopia baten bilaketari ekiten zaio: ohiko artxibo eta dokumentazio zentroetan alferrik arakatu ondoren, iragarkiak jartzen dira prentsan, sarean ere egiten da saiakera, egilearen jaioterrian, Hazparden, pistarik topatzen ez denez, Frantziako telefono-aurkibideko Madré guztiei eskutitz bana bidaltzen zaie... Azkenean, jada etsipena gailentzen ari zenean, beste bide batetik eta ezustean, 93 urtetako alargunaren deia jasotzen du Martinezek Parisko etxeko ganbaran senarrak egindako filmaren kopia bat topatu duela esanaz.

Abentura ez da hor bukatzen. Kopia horrek ez du audiorik eta bilaketa Argentinan egindako estantzia batekin eta Kalifornia egindako bidaiarekin osatzen da. Euskal diasporari zuzenduriko filma da *Gure Sor Lekua*, eta hango Euskal Etxeetan audiodun kopiaren bat topa dezakeelakoan dago ikerlaria, baina ez da horrelakorik gertatzen. Azken ahalegina errektorearekin egindako prentsaurrekoa izango da, baina honek ere ez du emaitzarik ematen. Honako gogoeta eragiten dio aferak Martinezi: “Euskarazko filmarik zaharrena aurkitu dugu, bai... baina gormutua da. Patuaren jokaldi petrala dirudi,

edo agian, gure historia ikusezinaren metafora perfektua” (419 or.).

Sarrera honen ondotik, lehen atalean (*Madréren Sor Lekua*) egilearen biografia eskaintzen da. Eta sarrera bera bezainbat kargatzen du irakurlea honek ere, André Madréren bizitzak abentura eleberri batetik ateratakoa baitirudi: Hazparneko baserri batean jaioa, garaiko Iparraldeko euskaldun fededun prototipikoa, Frantziako Aire Armadan sartu eta jeneral izatera iritsiko da, besteak beste, II. Mundu Gerran Frantziaren errendiziorako negoziatioetan parte hartzea eta erresistentziaren antolakuntzan aritzea edota Afrikako deskolonizazioa prozesuan frantziar kolonia guztien Aire Armadako buru izatea tokatuko zaiolarik. Bestalde, aldi berean, Parisko euskal komunitatearen baitan oso pertsonaia aktiboa eta garrantzitsua izango da, eta garai hartan Ipar Euskal Herrian euskal kulturaren inguruan eman ziren hainbat mugimendutan parte hartuko du.

Bitasun hau eta *Gure Sor Lekua* ideiatu zuen pentsamendua hobeto ulertzeko atalaren lehen erdian garaiko Ipar Euskal Herriko marko sozial eta historikoan sakontzen da. Akulturazio prozesua, Aberri handi-Aberri tiki (politikoki frantziar eta kulturalki euskaldun) ideologia...

Bigarren atalean (*Zor Genion Lekua*), zinema eta herri nortasun kolektiboari buruzko gogoeta mamitsu zenbaiten ondotik EiTb sortu bitarteko Euskal Herriari buruzko dokumentalen errepaso egiten da. Frankistek suntsitu zuten *Euzkadi*, erbestetik gauzatu zen *Gernika*, nazien *Im lande der basken*, Orson Wellesen *The land of Basques*... Hamar filmaren sorrera, ekoizpena, iruditeria eta zabalpenaren azterketarekin, *Gure Sor Lekuari* dagozkionak alderatu eta baloratzeko bitarteko garrantzitsua eskaintzen da bertan.

Azterketa honi hirugarren atalean (*Euskarazko Lehen Filma*) heltzen zaio. Aurrekoen eskema jarraituaz egiten da (sorrerakoizpena-analisia-emanaldiak), baina askoz ere modu sakonagoan. Gainera, audioa ez

ezik, gidoirik (lehen eta azken orria bakarrik topatu ahal izan dira) eta krediturik ez dagoenez, ikerketa ahalegin gehigarri bat egin behar izan du Martinezek, zenbait erabaki burutsu hartuta, guzti hauek, ahal den neurrian behintzat, berreraikitzeke.

Filmaren kopiaren, audioaren, gidoiaren bila dabilela imajina daitezkeen tiradera guztiak ireki ditu ikerlariak, eta lan osoan zehar nabari da bide horretan gutxika pilatzea lortu duen aberastasuna. Honela, esaterako, Madrénen biografia osatzeko Frantziar Armadako artxiboetako dokumentuez gain, alargunaren ganbaran topaturiko jeneralaren memoriak erabiltzen ditu ikerlariak. Edota bibliografia eta hemerografiaren ondotik argitaratu gabeko 24 eskuizkribu eta zazpi eskutitz zerrendatzen dira. Edota liburuaren laugarren atalean (*Beste Zenbait Aurkikuntza*), aurreko hiru atalak osatzeko baliatu ez dituen arren interesgarriak suerta daitezkeen beste zenbait dokumentu ere ematen ditu ezagutzera: filmaren frantsesezko laburpena, zaharberritu ezin izan diren soinu bobinak, Madrénen Euskal Herriko eta Afrikako argazkiak, *Usine de fabrication de chaussures* eta *Une abbaye Benedictine au Pays Basque* dokumental laburrak...

Bikain dokumentatuta dagoen lan baten aurrean gaude, bada, baina ez hilobi kulturalak irekitzetik bakarrik. Ikerlariak 42 elkarrizketa pertsonal burutu ditu tesia gauzatzeko, eta horrek ere asko jantzi du lan guztia. Lehen eskuko testigantzen aberastasuna oso nabarmena da, esaterako, Ipar Euskal Herriak XX. mendearen lehen erdian izandako bilakaeraz burutzen den testuan. Oso pieza interesantea da hau, Iparraldeari buruzkoak geurean ezohikoak suertatzen direlako bategatik, eta erakusten duen osotasun eta zorrozta-sunagatik bestetik.

Doktore izan aurretik bertsolari, zinemagile (*Itsasoaren alaba*, *Sagarren denbora*, *Prohibido Recordar* eta *Barrura begirako leihoak* dokumentalak), kazetari (hainbat

mediotan kolaboratu du eta *Bertsolari Aldizkaria* zuzendu) eta idazle (*Hitzezko txalupak* eta *Tunelak, izarak, mozorroak eta bafleak*) izan da Josu Martinez. Eta nabari zaio doktoretza lan honi hori guztia. Komunikatzeko diseinaturiko tramankulu gisa ongi funtzionatzen du *Gure (zinemaren) Sor Lekuak*. Egitura eta kontakizuna oso zainduta daude, idazkera txukuna da, tarteko umore ukitu politak ere topa daitezke eta testua ongi laguntzen dute irudiek.

Doktore izan aurretik ere bazen ikerlari Josu Martinez. Zinegile bezala dokumentala eta idazle gisa kronika taxuz jorrazteko ezinbestekoa da hori. Kazetari bezala ere erakutsia zuen hainbatetan ikerketarako eta dokumentaziorako sena. *Gure (zinemaren) sor Lekua* bada konfirmazio bat, ordea, lanak maila akademiko sendoa erakusten baitu.

Antxoka Agirre

Cronología de la neolengua española

Martín Corvillo, J. M. (2015)

Castellón: Universitat Jaume I

Cronología de la neolengua española es un estimulante libro que lleva al terreno de la reflexión crítica la utilización del lenguaje por parte de las instancias de poder y los medios de comunicación de masas. Inspirado en la famosa crítica de Orwell a la utilización de la neolengua como herramienta de manipulación política, esta obra profundiza en 51 términos empleados en el contexto español desde la irrupción de la crisis en 2008. Términos y expresiones como “banco malo”, “desaceleración”, “cambio de ponderación”, “objetivo del déficit”, “minijob”, son analizados como conceptos que están lejos de tener un significado meramente descriptivo de la realidad. En este libro del joven académico y doctor

en Teorías del Lenguaje, José Manuel Martín Corvillo, queda evidenciado cómo detrás de determinados usos del lenguaje se da una profunda carga moral y política. La utilización de unos términos en lugar de otros, la descontextualización, el empleo de tecnicismos y las falsas asociaciones son estrategias comunes dirigidas a inducir a confusión a los lectores. El objetivo del *Cronología de la neolengua española* consiste precisamente en provocar la reflexión en torno a este tema central.

No es difícil observar como este tema adquiere especial relevancia en el contexto político y económico reciente de España. Desde que estallara la crisis económica la esfera pública se ha visto inundada de numerosos términos económicos –prima de riesgo, marca España, flexibilización, racionalización o prima de riesgo- que pocos somos capaces de interiorizar en la medida que se emplean de tal forma que aportan más sombras que luces para interpretar y entender el contexto histórico político.

Asimismo, el terreno del lenguaje ha sido un campo de batalla para partes de la ciudadanía que organizados en torno al 15M empezaron a cuestionar y reivindicar términos desprestigiados o abandonados por la compleja realidad que les rodea. Palabras tan fundamentales como política, democracia, participación y transparencia, se incluyen entre estas. La “batalla lingüística” –o de creación de sentido en términos gramscianos- ha sido contestada a su vez por ciertos estamentos de poder que no han dudado en introducir términos como antisistema, antipolítico o perroflautas para descalificar a un movimiento que buscaba (y sigue buscando) la revitalización del sistema político. La batalla de las palabras se ha recrudecido en los últimos años y no se ha dudado en calificar, desde algunos estamentos políticos y ciertos medios de comunicación, a plataformas como la PAH (Plataforma de Afectados por la Hipoteca) como terroristas, etarras y nazis (como si de términos equiparables se tratara).

La utilización del lenguaje atraviesa momentos intensos en nuestro contexto y de ahí la relevancia de esta obra de poco más de 160 páginas. Orwell ya avisó en su momento de esta cuestión en su archifamosa distopía 1984. *Cronología de la neolengua española* representa, por su parte, un llamamiento a la ciudadanía para que descifre la neolengua del escenario político y mediático de España. Además, este llamamiento se realiza de tal manera que no deja indiferente a nadie pues el autor obliga a tomar posición y a pensar en aquellos secretos presentes detrás de las palabras. Aunque el Martín Corvillo no lo exprese en dichos términos, e incluso se muestre crítico con el concepto de la opinión pública, en este libro se apela a la necesidad de construir una opinión pública crítica y autónoma, diferenciada de una opinión publicada que no tiene más finalidad que el de imponer “el prisma que una minoría”.

Ramón Feenstra

Periodismo en la red: Géneros, estilos y normas

**Núñez Ladevéze, Luis
(coord.) (2015)**

Madrid: Editorial Universitas, S.A.

En los últimos veinte años hemos presenciado la evolución de una nueva forma de periodismo que tomó vida en Internet y que se ha denominado ciberperiodismo. No han sido pocas las definiciones para describirlo, pero después de dos décadas la originalidad no radica tanto en definir su función, sino en comprender, categorizar y entender su éxito e impacto. Es ahí donde reside el verdadero reto actual de los estudiosos de la comunicación en línea, en interpretar acorde a nuevos

critérios e indicadores. Coordinada por el profesor Luis Núñez Ladevéze, uno de los profesores con más trayectoria docente e investigadora en el Estado español, esta obra nos llega en un momento determinante para el ciberperiodismo. Aunque *a priori* la era Internet ha significado una revolución de los sistemas de producción y difusión de la información, no podemos obviar las actuales crisis conceptuales y de práctica derivadas de este mismo fenómeno. Uno de los aspectos más interesantes a resaltar de este libro se halla justamente en el esfuerzo de categorización que han realizado los autores, a fin de ofrecer un cuadro general, a la par que exhaustivo, de cada uno de los engranajes que intervienen en dar forma al periodismo en red.

Nos encontramos ante una obra compuesta por catorce aportaciones firmadas por veintiún expertos investigadores pertenecientes a diversas universidades públicas y privadas de España. El primer bloque está compuesto por tres capítulos que funcionan como introducción a las funciones del periodismo, “en el entorno digital en una sociedad interconectada”. En esta parte se abordan las características y tendencias de los cibermedios, lo que desde un principio confiere una disposición lógica y bien organizada a la obra. Concretamente, se reflexiona sobre la incidencia en la práctica periodística de las posibilidades interactivas desde una perspectiva conceptual que tiene en cuenta la trascendencia histórica y social de la tecnología comunicativa y sus implicaciones en la interacción social. Si otras obras desarrolladas a finales de los noventa ofrecían una introducción al tema de los medios y la modernidad, *Periodismo en la Red: géneros, estilos y normas* ofrece una visión considerablemente trabajada y sustentada por ejemplos de la dinámica actual de los medios de comunicación, explicando de manera concisa los fundamentos sobre los que se alimenta la creación de un espacio público de información para las audiencias,

conectadas entre sí por un medio de comunicación como Internet.

Este bloque también resalta las tendencias y los posibles escenarios informativos del futuro. Lejos de hacer previsiones de manera aventurada en un escenario tan cambiante como el de la información en red, se apuntan tendencias útiles. Los autores hilan fino para registrar los cambios desde la perspectiva del trabajo periodístico destacando por ejemplo el concepto de *Big Data*. Asimismo, se abordan las tendencias que apuntan a una creciente contratación de periodistas corresponsales para medios digitales en diferentes países y, al mismo tiempo, una disminución en la cobertura global de los medios tradicionales. Cambios dirigidos a fomentar nuevas formas de llegar a la audiencia, más que en asegurarse una organización de ingresos sostenible.

El segundo bloque está compuesto por cinco capítulos y se ocupa de los cibergéneros. Se abordan así aquellos prototipos que impulsan la profundización informativa y el diálogo (reportaje, crónica, entrevista y otros). También se examinan fórmulas de éxito como los blogs de los cibermedios, el periodismo de datos, el video informativo en la red. Este apartado destaca las nuevas oportunidades para el estilo informativo-interpretativo, tan imprescindible para el desarrollo de las narrativas hipermedia, multimedia y transmedia que influyen en la actividad periodística.

El tercer bloque, compuesto por tres capítulos, sirve para profundizar en la retórica y el estilo en el ciberperiodismo actual. Con este objetivo se analiza el periodismo profesional en la era digital y las funciones, cualidades y perfiles del periodista en la Sociedad Red. Se explican minuciosamente los cambios que Internet ha provocado en el ecosistema informativo y cómo responden a estos cambios estructurales en el panorama informativo. Así, esta parte de la obra trata cuestiones económicas, empresariales, profesionales y de estructura de los medios. Este

bloque además llega a ofrecer la definición más completa que se ha podido ultimar hasta la fecha y que complementa la de medio digital –el libro recoge la excelente definición que publicó Vidar Falkenberg de ella en 2006–, en un discurso alejado de la visión de que la abundancia de información significa mejor información y subraya la importancia de no caer en determinismos en cuanto a las nuevas tecnologías y a los avances ligados a ellas.

El cuarto bloque cierra la obra con otros tres capítulos desde una perspectiva dirigida más al campo legal que profundiza en el “derecho a la información” en la red y la “deontología periodística digital”. En esta parte al lector se le ofrece un concepto del derecho a la información adecuado al campo específico de la comunicación. Es cierto que el Derecho de Internet se ha ido moviendo en estos últimos 20 años entre la anarquía y el caos, y sin embargo a partir del año 2000 asistimos a la época de la hiperregulación, lo

que ha restado flexibilidad al sistema informativo y a los propios ciudadanos. ¿Cómo actuar frente a ello? La lectura de este libro ofrece respuestas y aptitudes interesantes para cualquier profesional, estudiante o interesado en el tema de los medios de comunicación, mediante los cuales entendemos y construimos nuestra percepción sobre el mundo que nos rodea.

En definitiva, nos encontramos ante uno de los últimos trabajos científicos sobre un tema en constante transformación fruto del trabajo investigador que los y las autoras han venido llevando a cabo en los últimos años. Este libro destaca por ser una aportación fresca y renovada, útil tanto a nivel académico, como profesional. De manera especial, esta obra conjunta se plantea como un manual imprescindible a utilizar hoy en las aulas para la formación de los estudiantes de comunicación.

Irati Agirreazkuenaga
