

Las mil y una televisiones europeas

por Jaume Risquete

De Moragas, M., Garitonandía, C. y López, B. (1999): *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la era digital*. Barcelona: Servei de Publicacions UAB.

Cuatro años después de la publicación de *Decentralization in the Global Era* (John Libbey, 1995), estudio que abordó por vez primera la televisión en las regiones, nacionalidades y pequeños países de la Unión Europea, los directores de aquella investigación, los catedráticos Miquel de Moragas Spà y Carmelo Garitonandía, han vuelto a acercarse a la realidad de las emisoras de televisión que reflejan la realidad más próxima a los ciudadanos, aquellas que huyen del referente nacional-estatal, tradicional durante décadas en las cadenas públicas y privadas de los Estados-nación de Europa.

Si en 1995 se analizó el conjunto de experiencias de descentralización de los sistemas televisivos en la Europa de los Doce, cuatro años después el estudio se actualiza e incorpora los casos de los tres nuevos Estados de la UE: Austria, Suecia y Finlandia. El resultado es una completa radiografía de la compleja realidad de la llamada "televisión de proximidad", una realidad descentralizada en la UE que se traduce en una cada vez mayor proliferación, sobreposición e hibridación de los espacios de comunicación. Para los directores del trabajo, por "televisión de proximidad" se entiende que entre la emisoras y sus receptores existe un "escenario de experiencias compartidas", que se refleja en los contenidos de la programación. Bajo el concepto de descentralización televisiva, los directores de este estudio incluyen realidades diversas y una amplia tipología que van de las llamadas "televisiónes autonómicas" en España hasta las emisoras locales de la red TV Danmark, en Dinamarca. Las experiencias son muy diversas y oscilan entre la riqueza española hasta la fuerte centralización de Portugal, los primeros años de televisión de proximidad en Holanda o el predominio de las emisoras locales en Grecia e Italia.

A pesar de que las experiencias son diferentes y dependen, entre otros factores, del grado de homogeneidad de los países, es clave la voluntad política y un cierto grado de complicidad de los ciudadanos. El estudio también revela que esta riqueza contrasta con la falta de presencia -a excepción de los casos español e irlandés- de las 30 lenguas minoritarias que se hablan en la UE. También se demuestra que la información es el género que cuenta con mayor aceptación.

Existe un fuerte contraste entre países, que depende en gran parte de la voluntad política junto a la homogeneidad cultural y lingüística del territorio. Alemania tiene un grado de descentralización muy importante, aunque la realidad regional que se transmite resulta bastante folklórica. Austria todavía vive una tímida regionalización de su televisión, caso parecido al de Dinamarca. Bélgica cuenta con dos modelos diferenciados de televisión que emiten para dos países: Valonia y Flandes. Portugal y Finlandia comparten la falta de experiencias. Irlanda basa su esperanza en TV3, que desde finales de 1998 emite íntegramente en irlandés. Los suecos se deben conformar con informativos regionales de la televisión estatal, mientras que los italianos tienen que ver las emisoras urbanas para conocer su realidad más próxima. Francia y Reino Unido, dos de los grandes Estados-nación en Europa, junto a España, ofrecen una diversidad de experiencias en este terreno. Holanda, con una rica experiencia en el fenómeno de la proximidad comunicativa en la prensa escrita y radio, vive desde 1992 con intensidad la aparición de las televisiones de provincia.

Esta Europa diversa que apuesta por la proximidad no solamente lo hace en el ámbito televisivo de los informativos que hacen referencia al territorio próximo, sino también a la emisión de géneros y formatos como programas de investigación periodística, tertulias, talk shows o magazines de actualidad. En este sentido, los directores del estudio, elaborado en cada país por equipos de investigadores en comunicación, remarcan que la tendencia en los últimos cuatro años ha sido satisfacer demandas de programas de ficción, que hasta este momento era "territorio exclusivo de las grandes televisiones nacionales", a pesar de que estas experiencias se reducen sobre todo a las experiencias de las televisiones autonómicas españolas.

En este sentido, el capítulo que aborda el caso español presenta una realidad rica y compleja solamente comparable con el caso alemán. Los autores del informe de España (coordinado por Bernat López) califican de "espectacular" la transformación del sistema televisivo español, donde se dan todas las tipologías posibles de "televisión de proximidad": la "televisión descentralizada" -como la mayoría de centros regionales de TVE-, las "televisiones autonómicas", las "televisiones regionales con cobertura suprarregional, nacional e internacional" -caso de las autonómicas que emiten vía satélite- hasta la "televisión local" con cobertura regional, que de hecho se han acabado convirtiendo en televisiones de alcance regional por la ausencia de televisiones autonómicas propias. Este panorama rico y complejo se acaba por redondear con las "televisiones urbanas" - alrededor de 700 en todo el Estado- y las experiencias de las televisiones privadas estatales (Tele 5 y Antena 3 TV), con la puesta en marcha de delegaciones territoriales que en desconexión están apostando por informativos, programas de reportajes y retransmisiones de acontecimientos locales. El caso español lejos de estabilizarse se va haciendo cada vez más rico y complejo, y en el tiempo que ha transcurrido desde el cierre de la publicación de este informe Canarias ya cuenta con su televisión autonómica y otras comunidades autónomas como Asturias parece que muy pronto tendrán su propia emisora.

El estudio del caso de las televisiones autonómicas españolas se completa con un interesantísimo apartado en el que se recogen las entrevistas con directivos y ex directivos de estas emisoras. Para el conjunto de los responsables el principal factor de proximidad es la información y la lengua en que se expresa -en aquellas comunidades que cuentan con idioma no castellano-. Las entrevistas reflejan que algunas de estas emisoras se han convertido en auténticas vertebradoras del territorio e incluso en espejo de una realidad que anteriormente estaba ausente o pasaba por el prisma exclusivo de Madrid. Los autores del informe acaban afirmando que las televisiones autonómicas "han desarrollado una tarea insustituible de vertebración y cohesión de sus respectivas comunidades (...) Tras siglos de periferialidad respecto a Madrid, e incluso de desconocimiento mutuo entre ciudadanos de una misma región, algunos de estos canales se han erigido en los principales productores, difusores y promotores de la realidad simbólica de las respectivas comunidades autónomas".

© Jaime Risquete

De ceros y unos a unos y ceros

por Emilio Fernández Peña

Bustamante, E. y Álvarez Monzoncillo, J. M. (Eds.) (1999): *Presente y futuro de la Televisión Digital*. Madrid. Edipo.

En los últimos dos años locuciones como pago por programa o su equivalente en inglés "pay per view" y términos como canales "premium" o paquete básico han pasado de ser patrimonio de expertos en la televisión de pago a formar parte del lenguaje cotidiano de los españoles. Ello no debe extrañar a nadie, pues la televisión multicanal de pago ya llega a tres millones y medio de individuos en España a través Canal Satélite Digital, Vía Digital y los operadores de telecomunicaciones por cable. Presente y Futuro de la Televisión Digital reconoce la supremacía de los contenidos en esta nueva televisión multicanal y de peaje, trata de los cambios en la economía de la televisión que introduce y aborda los aspectos de regulación, a la vez que proyecta en el futuro el fenómeno de la digitalización de las imágenes de televisión que convierten a la televisión en el medio total.

Esta obra de la que son editores Enrique Bustamante, Catedrático de Comunicación Audiovisual y experto en el fenómeno de la convergencia entre telecomunicaciones y audiovisual y José María Álvarez Monzoncillo, Profesor Titular y gran conocedor del mundo de la televisión de pago, tiene su origen en un curso del ciclo de

otoño de Comunicación de la Complutense dirigido por ambos investigadores. Sin embargo, las ponencias de aquel foro han sido actualizadas y enriquecidas con aportaciones de varios expertos europeos en la materia.

Tras una introducción de los coordinadores, el trabajo aborda los diferentes cambios acaecidos con el advenimiento de los servicios televisivos multicanal y de pago. Este capítulo tiene como título "el reto de los videoservicios", un término el de videoservicios que engloba a todos los productos televisivos en la nueva televisión multicanal y de pago y que utiliza, con gran fortuna, Giuseppe Richeri en su ya conocida obra La transición de la televisión. Los videoservicios, suponen el paso de la lógica de la oferta a la lógica de la demanda, la transición de un modelo económico de flujo a uno editorial y una tendencia clara al pago por consumo. En este sentido el cénit de los videoservicios lo constituiría el pago por programa y su modelo avanzado de vídeo bajo demanda.

En ocasiones se señala a las innovaciones tecnológicas como impulsoras de los cambios, si embargo Enrique Bustamante mantiene que "la digitalización ha de ser entendida (...) como una evolución técnica que viene a catalizar los procesos anteriores, a incentivar sus tendencias, a extremar y acelerar sus procesos", huyendo así de todo determinismo tecnológico tan en boga en algunos ambientes. En este apartado tampoco faltan las referencias a las políticas comunes y la mención a la necesidad de una regulación que analice si el concepto de servicio público tradicional es válido en esta nueva sociedad de la convergencia. El apartado se cierra con un análisis pormenorizado de la legislación sobre satélite, cable y televisión digital terrestre en España.

El siguiente apartado se centra en los dos canales de transmisión de imágenes digitales: el satélite y el cable. El satélite digital lleva en España una considerable ventaja al cable como modo de distribución de productos televisivos, entre otros factores, por el retraso en la aprobación de la legislación y la lentitud en el tendido de las redes, propio de la industria del cable. Por otro lado, ofrece un análisis histórico y de mercado de los servicios satelitales en España, a la par que desmenuza las ofertas multicanales por satélite en España. No falta tampoco en este libro la aportación de los dos principales consorcios de satélites europeos, EUTELSAT y ASTRA, que ofrecen su visión del mercado. La situación del cable en Europa, las perspectivas de este soporte frente al satélite digital y el estado del proceso de convergencia entre telecomunicaciones y audiovisual es otro de los temas abordados en Presente y Futuro de la Televisión Digital. El capítulo se cierra con un análisis histórico y regulatorio del cable en España.

Los contenidos de esta nueva televisión multicanal y de pago son el tema abordado en el capítulo cuarto. Ello es muestra de la visión alejada de todo integrismo tecnológico que muestra la obra en su estructura y los autores particulares en sus aportaciones. Al final el consumidor de los canales temáticos de peaje no se fija si éstos le llegan por cable, por satélite o por ondas hertzianas, sino que lo que le importa es la calidad de esos contenidos. La fusión entre la televisión y el ordenador tantas veces anunciada, brinda grandes posibilidades a los productos multimedia interactivos, mientras que la televisión digital terrestre, que en España comenzará muy pronto a emitir, se constituye en una seria amenaza para el satélite y el cable. Desde el punto de vista de la producción audiovisual el surgimiento de los videoservicios ha supuesto, y lo seguirán suponiendo en un futuro, una inflación en el coste de los programas de mayor atractivo (películas y deportes) y una revitalización de las películas, series y documentales antiguos que en la nueva televisión multicanal alcanzan nuevos bríos.

El último de los capítulos es una prospección del futuro. Por lo pronto, parece que la televisión de siempre tiene en la digitalización de sus señales grandes posibilidades de mantener en parte su estructura actual y erigirse a la par en vendedora de videoservicios. Por otro lado, las empresas buscan con sus alianzas, absorciones o joint ventures ser más competitivas en esta tierra prometida de la convergencia digital, como nos cuenta Juan Carlos Miguel.

En resumen, nos encontramos ante una completa obra que ahonda en los diferentes aspectos de un fenómeno, el de la televisión multicanal de pago, que en estos momentos tiene un protagonismo nada desdeñable en el sistema televisivo español, con algo más de un millón de hogares abonados.

La globalización de las empresas de telecomunicaciones.

por Jaime Gutiérrez Alonso

Huidobro Moya, J. M. y Conesa Pastor, R. (1999): *Sistemas de telefonía*. Madrid. Paraninfo.

La telefonía, tal y como indica su etimología, ha servido para enviar a distancia los sonidos, la voz, las mas de las veces. El servicio telex supuso un avance capaz de hacer llegar un servicio allá donde Telégrafos no tenía acceso, al bucle de abonado.

El télex junto con el Hilo Musical han sido los únicos servicios de valor añadido que han sido servidos por Telefónica durante mucho tiempo.

Las infraestructuras que fueron necesarias crear y mantener para ofrecer estos servicios, han hecho de la Telefónica una de las empresas con mayor patrimonio inmobiliario - edificios de oficinas, centrales, almacenes, garajes, etc. - y con una red canalizada y aérea que la convierten en una mina de cobre de dimensiones insospechadas.

Y, toda esta infraestructura, ¿para qué?. Según estudios realizados a comienzos de la presente década, el uso del teléfono no superaba los doce minutos por aparato y día. Escasa rentabilidad para empresas con un gran potencial humano y tecnológico.

La aparición de nuevos servicios de transmisión soportados sobre nuevas infraestructuras, nuevas técnicas y nuevos equipos, han actuado de revulsivo en el mundo de las telecomunicaciones.

Estamos viviendo un tiempo en el que la utilización de los medios de transmisión se están invirtiendo. La TV por cable en breve será una realidad mientras que el uso de la telefonía celular (inalámbrica) ha aumentado de manera vertiginosa. La TV por cable, Internet y otros servicios de valor añadido, resultado de una tecnología derivada de la utilización de la fibra óptica y de técnicas como la RDSI o ATM, van a permitir un uso mas racional de esas enormes infraestructuras a las que nos hemos referido.

Los cambios que en los años ochenta comenzaron a experimentar las telecomunicaciones son, sin duda, los más importantes de su historia desde que se inventó el teléfono. La desregulación de Post Office en 1981 promovida por la primera ministra Margaret Thatcher en Inglaterra y la desintegración en enero de 1984 de AT&T por el acuerdo de enero de 1982 entre el Departamento de Justicia y la propia AT&T por el que se crearon las llamadas "baby bell", dieron paso a una nueva era en las telecomunicaciones correspondiente al modelo económico neoliberal que se venía implantando y que ha desembocado en las privatizaciones en más de 70 países de las empresas públicas, pasando por Nippon Telephone and Telegraph en Japón en 1985, la Compañía de Telecomunicaciones de Nueva Zelanda en 1987, la Empresa de Telecomunicaciones de Argentina en 1990. Perú, Brasil, Bolivia, Colombia, Uruguay en América del Sur se han ido sumando o se sumarán en breve a ese tren y cada vez más son excepciones los países que no lo han hecho. La liberalización del sector en España ya es una realidad desde el 1 de Diciembre de 1998.

Al mismo tiempo se ha ido conformado un mercado mundial abierto, pero con prácticas de proteccionismo fomentadas por los grandes bloques comerciales, a los cuales no les han sido suficientes el Banco Mundial y la UIT, para ponerse de acuerdo sobre como hacer accesibles los mercados a sus empresas y disputarse los emergentes.

Vivimos un presente de alianzas entre operadores y fabricantes que van a permitir competir mejor en este mundo cada día más complejo. Estas alianzas junto al mayor y mejor uso de las infraestructuras permitirán un abaratamiento de los sistemas de telecomunicación con los que estamos abocados a convivir. Teleconferencia, teletrabajo, telecompra, telemedicina, etcétera, son términos cotidianos con los que nos

hemos ido familiarizando. En este final de milenio se está haciendo realidad el paradigma de "la aldea global" del canadiense McLuhan:

"A la velocidad del instante, escribía en 1974, la audiencia se transforma en actor, y los espectadores se convierten en participantes. En la nave Tierra o en el teatro global, la audiencia y la tripulación se convierten en actores, en productores antes que en consumidores [...]."

Lo que se ha venido conociendo como audiencia está pasando a ser parte del propio escenario de la comunicación. El espectador puede pasar a ser generador de mensajes a través de la red. Para ello hay que ir conociendo esa red, sus usos, su tecnología y su mecánica. Si "el medio es el mensaje" también podemos decir que "el espectador es el mensaje".

Los autores de "Sistemas de Telefonía", Huidobro y Conesa, analizan los fundamentos, las técnicas y las tecnologías de los equipos y servicios telefónicos fijos y móviles que poco a poco nos van invadiendo. Sin análisis matemáticos profundos, con un lenguaje sencillo y claro, han sido capaces de transmitir los conocimientos teóricos suficientes para comprender su funcionamiento y los servicios que prestan.

Si en el prólogo advierten que se trata de una obra compuesta con la idea de ser un libro de texto para los alumnos del ciclo formativo de grado superior de FP, en la rama de Telefonía, en mi opinión, la lectura de la obra bien puede servir para otras disciplinas bien distintas.

Recientemente tuve la oportunidad de impartir un curso sobre las aplicaciones de la telefonía en el mundo del periodismo para alumnos de tercer ciclo. Si bien he detectado en estos profesionales cierta familiaridad, tanto en el lenguaje como en la utilización de todo lo concerniente a Internet, no es menos cierto que me sorprendió un alumno con la siguiente pregunta: "¿Qué tipo de módem es el más utilizado en la RDSI?". Esta pregunta denota un desconocimiento de lo que es la Red Digital de Servicios Integrados o bien cual es la función del módem en la Red Telefónica Básica.

En "Sistemas de Telefonía" se explica claramente cuales son las distintas maneras de transmitir la información, ya sea voz o datos. Desde sistemas de transmisión ya desaparecidos hasta el modo de transmisión asíncrono (ATM) y las diferentes aplicaciones de la RDSI, sin olvidar la transmisión vía satélite, el GPS, etc., son explicados de manera clara y sencilla, haciendo de este libro un instrumento útil, no solamente para los especialistas en el mundo de la telecomunicación sino para los que han de hacer uso de los mismos.

La obra está estructurada en diez capítulos de los que los seis primeros están destinados al aprendizaje de los distintos elementos de conmutación, equipos, medios y métodos de transmisión, telefonía básica, celular, satélites, digitalización de la señal, etc., así como una visión somera de la legislación vigente. Conceptos como el de operadora dominante, liberalización - que a menudo se confunde con el de privatización - quedan aclarados en el capítulo dedicado a la legislación. Estos serían, sin duda, los capítulos mas aprovechables para los profesionales no especializados en los sistemas de la telecomunicación. Los últimos capítulos explican como se realiza la instalación de los sistemas de telefonía, los sistemas de energía para alimentarlos, la normativa y reglamentación vigente sobre electrotecnia y telecomunicaciones, y los procedimientos de instalación, montaje, puesta en marcha, diagnosis de averías y reparación de las mismas. Son capítulos de clara vocación técnica y tecnológica, destinados a los futuros técnicos de las telecomunicaciones. En cualquier caso, una obra a tener en cuenta en la preparación de los nuevos profesionales de los medios de comunicación.

© Jaime Gutiérrez Alonso

Cara a cara a través de la Red

por Juan Carlos Pérez

Zurdo Saiz, D. (1999): *Videoconferencia en Internet*. Madrid. Paraninfo.

Mediante el término "videoconferencia" se ha convenido denominar al sistema de transmisión bidireccional de información en tiempo real que maneja simultáneamente todo tipo de datos digitales, ya se trate de imágenes (fijas o en movimiento) o sonidos, y que, además, permite transmitir cualquier tipo de archivo digital, compartir aplicaciones e interactuar con las mismas. Así por ejemplo, en el campo de la enseñanza, merced a un sistema de videoconferencia, es posible realizar actividades imposibles de desarrollar de otra manera, tales como la impartición de la docencia simultáneamente a grupos distintos y distantes entre sí o la actualización e intercambio permanente del material didáctico y práctico de una determinada asignatura.

Hasta hace relativamente muy poco tiempo, estos sistemas de videoconferencia sólo resultaban asequibles a las grandes empresas y a particulares de gran capacidad adquisitiva. En estos momentos la enorme expansión experimentada por la red Internet ha posibilitado su uso -con un coste razonable- a una gran cantidad de usuarios. Concretamente, un sistema de videoconferencia básico no precisa de más requisitos que un ordenador doméstico -provisto de micrófono, altavoces y de una tarjeta de sonido-, una cámara digital de vídeo y un programa de software específico que, en la mayoría de los casos, se distribuye gratuitamente a través de Internet.

No obstante, existen algunos aspectos que constituyen una verdadera rémora en su desarrollo: la lentitud en la velocidad de transmisión de datos a través de las redes de comunicación, su calidad visual excesivamente baja y el tamaño de las ventanas de vídeo, que no puede ser muy grande. En efecto, si bien el sistema de videoconferencia a través de Internet es ya asequible (al precio de una llamada telefónica de ámbito local) para una gran cantidad de potenciales usuarios, la frecuente recepción retardada y ralentizada de los sonidos e imágenes, y la ínfima calidad resolutive de éstas, suelen hacer desistir en muchas ocasiones de su utilización. No obstante, parece que en poco tiempo la calidad de la red Internet mejorará considerablemente y estos aspectos negativos pasarán a mejor vida.

En el libro *Videoconferencia en Internet* se expone todo lo necesario para establecer comunicación con otros usuarios a través de la Red, en directo, con imágenes, sonido y la posibilidad de compartir simultáneamente aplicaciones o transferir ficheros. En él se enumeran y explican cada uno de los elementos necesarios para una correcta utilización del sistema de videoconferencia. A saber:

- Un ordenador lo más potente posible y con un monitor de, al menos, 14 pulgadas.
- Una videocámara digital.
- Un módem lo más rápido posible y una conexión a Internet.
- Una tarjeta de sonido y una capturadora de vídeo.
- Un micrófono y un par de altavoces.

También se explica cómo localizar usuarios de Internet de todo el mundo con sistema de videoconferencia.

Videoconferencia en Internet está concebida como una obra eminentemente didáctica, como lo demuestra el que se dedique un capítulo a explicar los conceptos fundamentales de Internet y otro a ofrecer una guía o diccionario de términos útiles relacionados con la videoconferencia que, aunque muchos de ellos son ya habituales en la amplia literatura sobre la Red, son aún bastante infrecuentes en el léxico de las conversaciones normales.

Otra prueba del didacticismo con el que el autor pretende impregnar la obra lo constituye también el apéndice con varias informaciones de interés, como son el listado con las extensiones de dominio - genéricas y por países-, los "smilies" o combinaciones de caracteres y signos de puntuación ortográfica - obtenidas mediante el teclado- que asemejan figuras y que tienen un específico significado convencionalmente aceptado, o las abreviaturas más habituales empleadas en las conversaciones ("chats") en inglés a través de la Red.

© Juan Carlos Pérez

El periodista ante el nuevo milenio.

por Simón Peña Fernández

Díaz Noci, J. y Meso, K. (1999): *Periodismo en Internet*. Bilbao. UPV.

La progresión del periodismo en Internet o, si se prefiere, del periodismo electrónico ha sido imparable durante los últimos cinco años. Disponemos ya al alcance de nuestro teclado de cinco mil diarios online, que tratan de satisfacer las necesidades informativas de más de 200 millones de personas. Los periodistas, como ya es bien sabido, tienen entre sus manos un nuevo instrumento con el que enfrentarse a un número de receptores progresivamente mayor y que les ofrece unas posibilidades de interacción y multimedialidad de la que otros medios carecen. La fuerza con la que emerge este nuevo medio es tal que, en muchos casos, el debate no se centra en lo que tardará el nuevo soporte en afianzarse, sino en los años de vida que le quedan a la prensa impresa tal y como la conocemos ahora. Al margen de estos debates futurológicos, los autores de este libro tratan de analizar este nuevo medio en su faceta de nuevo modelo comunicativo para los periodistas. El libro de los profesores Díaz Noci y Meso analiza en sus siete capítulos, que recogen los contenidos de otras tantas conferencias, jornadas y cursos, la evolución del periodismo en Internet desde la ya digitalmente lejana fecha de 1994 hasta la actualidad, recorrido en el que puede comprobarse en qué medida este nuevo modelo ha cumplido con las expectativas y el desarrollo que se le auguraba.

De los siete capítulos recogidos, cuatro de ellos tienen un carácter más general, en el que se tratan las características generales del medio, los ejemplos que de su utilización se han dado en nuestro entorno inmediato, completados con un avance de algunas de pautas que los autores consideran que va a seguir en un futuro inmediato. Junto a estos, podemos encontrar tres textos más, que tratan de aspectos más específicos del periodismo en la red de redes, tales como el periodismo científico, los fanzines en Internet y los derechos de autor en el periodismo electrónico. Es bien conocido que una de las predecesoras más inmediatas de la actual Internet era la red universitaria Arpa-net, cuyo espíritu ha conocido una continuidad en el tiempo con productos cercanos a todos nosotros, tales como la Red-Iris. El impulso y el desarrollo que ha experimentado esta red telemática en el ámbito universitario e investigador, puede hacernos comprender el interés y la difusión que ha tenido en la comunidad científica y el generalizado uso que se ha hecho de sus diferentes aplicaciones para la divulgación e intercambio de conocimientos.

En el extremo opuesto a las publicaciones científicas o, al menos, en un lugar distante a los anteriores, debemos situar a los fanzines o publicaciones marginales editadas por colectivos reducidos que se editan, habitualmente, con una gran precariedad de medios y se distribuyen en un ámbito muy reducido. Este fenómeno, también se ha aprovechado de la eclosión de la Red, ya que de todos es conocido el bajo coste de producción que suponen las páginas web, cuya edición en un nivel básico está al alcance de cualquier

persona con unos conocimientos básicos de informática y cualquiera de los programas y servidores gratuitos existentes. Esta facilidad en la creación de contenidos y su posterior tratamiento gráfico y distribución dentro de una comunidad en creciente expansión ha provocado la aparición de numerosas publicaciones, impulsadas por pequeños colectivos, asociaciones, etc. que han encontrado en estas facilidades de difusión un cauce para la expresión de los contenidos que producen.

Nos encontramos por tanto, ante siete contribuciones que tratan de aportar algo de luz sobre algunos de los temas más interesantes sobre el periodismo e Internet que, dada su extensión cronológica desde los inicios del periodismo electrónico en España, contribuyen a clarificar el panorama en este incipiente medio. Los temas tratados, por supuesto, no agotan las posibilidades de este modelo comunicativo, cuyas tendencias se irán afianzando y ampliando de manera paralela al desarrollo tecnológico y el modo en el que este se implante en la sociedad, pero constituyen, pese a sus lagunas, un referente interesante sobre algunas de las posibilidades más significativas que ofrece este nuevo medio desde el punto de vista periodístico.

© Simón Peña Fernández

El amigo Win Wenders

por Carmen Arocena

Marzabal, Iñigo (1998): *Win Wenders*. Madrid. Cátedra.

Este libro se inscribe en el ya consolidado proyecto de la editorial Cátedra de realizar monografías de los cineastas más importantes tanto de la historia general del cine como de la más específica del cine español. En esta ocasión, el elegido ha sido el cineasta alemán Wim Wenders quién se había convertido en un habitual objeto de estudio de los analistas cinematográficos pero que en nuestro país sólo había sido merecedor de una monografía realizada por Antonio Weinrichter hace más de diez años que el recientemente publicado trabajo de Iñigo Marzabal completa y actualiza.

El autor, ya desde las primeras páginas de su obra, deja claro el objetivo de ésta, que no es, ni más ni menos, que el de determinar el estilo o, si se prefiere, la identidad visual de la cinematografía del alemán Wim Wenders. Para ello, va a deshacerse de los tópicos utilizados en el estudio de las obras del cineasta alemán y rechaza tanto la calificación de manierismo como la idea de muerte de la narración tradicional aplicadas al cine de Wenders.

El trabajo de Marzábal realiza un estudio diacrónico de la filmografía del realizador alemán apoyandose en el concepto psicoanalítico conocido como "Trabajo del duelo" para expresar la imposibilidad de contar una historia sin confrontarse con todo un patrimonio cultural. Y ésa es la estrategia seguida por Wenders: partir de un modelo perfectamente codificado para negar su posibilidad y liberarse de él. Marzábal desgana las referencias omnipresentes en la obra del cineasta como son las continuas referencias a América, el recurso al viaje, la mirada como elemento central de sus obras y la influencia del escritor Peter Handke cuyas obras literarias ha adaptado y cuyas incursiones cinematográficas ha producido.

A partir de un primer capítulo introductorio, el resto del libro consistirá en un análisis pormenorizado de cada de una de las películas que componen la filmografía del cineasta alemán, intentando destacar los aspectos esenciales que configuran la obra de Wim Wenders que abarca tanto las películas que han sido

calificadas como "cine de autor" como aquellas obras, escasas por lo demás, que se engloban dentro de los paradigmas del cine comercial.

Un último capítulo dedicado a la ficha técnica de cada una de las películas del cineasta alemán y una bibliografía desglosada por temas cierran el volumen.

Si el cine de Wim Wenders es un cine para iniciados en el séptimo arte, el trabajo de Iñigo Marzabal pretende hacérselo más asequible al desgranar sus constantes sin por ello caer en el pecado de la excesiva vulgarización, utilizando para ello los recursos que le proporciona el análisis textual y un exhaustivo trabajo de documentación, imprescindible en este tipo de textos, lo que le convierte en la monografía que con mayor rigor aborda la obra del alemán.

© Carmen Arocena

El documento audiovisual. ¿ Divulgación o reescritura ?

por Eneko Lorente

León, B. (1999): *El documental de divulgación científica*. Madrid. Paidós Papeles de Comunicación 24.

Hay teorías que, además de consistentes y predictivas, manifiestan con belleza y precisión procesos fundamentales y profundos. Tomemos como ejemplo la tesis por la que los holandeses Gerardus 't Hooft y Martinus Veltman han recibido el premio Nobel de Física, según la cual "se construyen modelos renormalizables en los cuales una invarianza de gauge no abeliana se rompe espontáneamente". Cuando el informador o el divulgador se enfrentan a este enunciado de abracadabra, donde se encierra el esqueleto matemático de una teoría que describe el microcosmos, se plantea la necesidad no sólo de hacerlo comprensible, sino además de señalar su rentabilidad en el mundo cotidiano del público al que se dirige.

El divulgador procede discursivamente construyendo metáforas y proponiendo ejemplificaciones accesibles para el lector medio. De esta manera, trata de activar la enciclopedia del interlocutor remitiendo su propuesta textual al conjunto de saberes y creencias acumuladas a lo largo de la experiencia cognoscitiva del mundo por parte del destinatario, disponible también a través de otros textos. Para explicar las teorías basadas en potenciales o de gauge, aquellas en las que sólo las diferencias son significativas, el divulgador recurrirá a la paráfrasis de su enunciado advirtiéndole al lector acerca del fenómeno por el cual los pájaros no se electrocutan al posarse en los cables de alta tensión, dado que lo determinante en la situación no es el voltaje que circula por el cable, sino las diferencias de voltaje entre el cable y el suelo. El divulgador ilustrará, así mismo, una teoría no abeliana mediante diversos ejercicios físicos, experimentables por el propio público, según los cuales el resultado de diversas operaciones dependerá del orden en que se realicen los saludables ejercicios, o explicará la capacidad de una teoría renormalizable para escudriñar un fenómeno más allá de los límites a partir de los cuales el modelo estándar sólo proporciona visiones borrosas, debido a la progresiva complejización de los microcosmos objeto de análisis.

La expresión "divulgar" encierra diversos significados que el DRAE reúne en las expresiones "publicar, extender, poner al alcance del público una cosa o hacer comprensible algo". Desde este punto de vista, la divulgación científica podría entenderse como texto inocuo, facilitador, un simple intermediario destinado a hacer más legibles los enunciados del texto científico de referencia. Pero la actividad comunicativa implicada en las prácticas divulgativas tiene más de producción que de mera difusión o facilitación.

El texto divulgativo, en tanto que texto comunicativo, se caracteriza por la puesta en práctica de una estrategia enunciativa y por una finalidad. El divulgador no limita su actividad al mero resumen o descripción del proceso de indagación científica, sino que, por el contrario, enfatiza los productos de la ciencia y subraya su relevancia en la vida cotidiana del público, proponiéndose a sí mismo y su actividad narrativa como el principal potencial del texto divulgativo. El divulgador, en nombre de la legibilidad del texto, discrimina lo pertinente de lo accesorio, abre nuevas incógnitas pero no ya referidas al objeto de la investigación científica, sino cuestiones relativas a la actividad cognoscitiva del lector y a su itinerario a través del texto divulgativo. La práctica divulgativa es actividad eminentemente narrativa narrativa mediante la cual el enunciador reformula el texto científico de referencia e introduce mecanismos de intriga y suspense conducentes a regular las expectativas cognoscitivas de un interlocutor que confía en su efectiva resolución por parte de esa nueva figura intermediaria, la del narrador-divulgador, erigida en el interior del texto.

La actividad de divulgación científica entraña un problema de adaptación o de reformulación del texto científico de referencia e implica, también, la puesta en práctica de recursos retórico-estilísticos destinados a satisfacer las expectativas de los diferentes destinatarios. Algunas de las transformaciones que sufre el texto científico de referencia ponen de manifiesto el carácter y los compromisos del dispositivo divulgador. En el nivel más superficial, el texto divulgativo recurre a procedimientos de expansión y de condensación, mediante los cuales se introducen en el texto reformulado elementos emotivos o referencias a la vida cotidiana del público mediante ilustraciones, narraciones, ejemplificaciones, etc.-, los cuales no se hallan presentes en el texto de referencia, o bien se opta por la selección de los aspectos más "pertinentes" interesantes, prácticos, cotidianos, etc.- con el fin de asegurar la comprensibilidad del nuevo texto. El divulgador selecciona objetos cognitivos en el interior del texto científico de referencia, estableciendo entre ellos nuevas relaciones de jerarquía y de causalidad. De esta manera el discurso divulgativo organiza su propio universo doxológico, su red de valores, gracias a la cual un discurso enunciado como probable o inseguro modalizaciones características de los discursos científicos- pasa a formularse en términos de proposiciones apodícticas, seguras. En el plano discursivo, se sustituyen los procedimientos de desconexión enunciativa connotadores de la "objetividad" de los enunciados- por procedimientos de conexión que organizan en torno a la relación pedagógica así instaurada entre el divulgador y su público la pertinencia de los enunciados. Y es que el divulgador, consciente de la volatilidad del interés del público e incapaz de presuponer una competencia receptiva en su interlocutor, suficiente para salvar los escollos que plantea la comprensión del texto científico de referencia, vuelca sobre el establecimiento y el mantenimiento de la propia relación comunicativa su estrategia discursiva.

La divulgación se revela, de esta manera, como un dispositivo perfectamente diferenciado de producción discursiva comprometido con el objetivo de persuadir al público acerca del interés, importancia y utilidad de los temas científicos. Para ello, el discurso divulgativo manipula el perfil del destinatario con el fin de hacerle creer en la excelencia de la ciencia y en la necesidad de la figura "mediadora" que señala al divulgador como sujeto competente y garante de la comprometida accesibilidad al conocimiento científico. Todo un repertorio de manipulaciones pasionales señala las carencias presupuestas y atribuibles al destinatario, en tanto que el divulgador se presenta a sí mismo dispuesto y competente para subsanarlas. Así, según el público sea caracterizado como interesado en los avances de la tecnología, en la exploración del planeta o del universo, etc.-, inquieto por los problemas del medio ambiente, por la salud, etc.- o apasionado por las innovaciones en el mundo de la informática, o del "motor", entre otros posibles perfiles-, toda una estrategia de actuaciones discursivas pautarán y balizarán el texto divulgativo con el fin de asegurar la inscripción del destinatario en el texto y satisfacer convenientemente sus expectativas.

El libro "El documental de divulgación científica" responde al proyecto de analizar las técnicas narrativas y argumentativas que caracterizan esa modalidad discursiva conocida como documental, prácticamente restringida en la actualidad al medio televisivo. El autor se ha servido de la obra y conversaciones con prestigiosos divulgadores y documentalistas audiovisuales, como David Attenborough, para analizar los

recursos y procedimientos discursivos capaces de despertar el interés del público por la relación entre una realidad desconocida y supuestamente inaccesible para el espectador medio el saber científico- y la experiencia cotidiana de los espectadores. Aspectos como el subrayado de los elementos inusuales de los fenómenos documentalizados, el recurso a los procedimientos de condensación, a la señalización de pertinencias mediante su adscripción a un hilo conductor, o la supresión de controversias, son tratados en este ensayo como recursos propios del texto divulgador en favor de la inteligibilidad del texto científico de referencia, los cuales, a juicio del autor, no tienen porqué estar necesariamente reñidos con el rigor del texto adaptado, siempre que se respete el compromiso con la construcción de enunciados eficaces en la transmisión del conocimiento.

Sin embargo la propia idea de eficacia aquí empleada no escapa a la paradoja de que, elaborar un enunciado eficaz implica el diseño de estrategias textuales más comprometidas con el proceso mismo de transmisión y su mantenimiento que con los procedimientos propios del conocimiento científico. Y es que, de la misma manera que no hay información sin modalizaciones, no hay procedimiento de adaptación que no implique la remodelación de toda la arquitectura discursiva, una reformulación que afecta tanto a la actuación y presupuestos del enunciador como a la previsión estratégica de las operaciones que el lector modelo está llamado a realizar sobre el nuevo texto. El objeto del documental de divulgación científica no versa necesariamente sobre el procedimiento científico, sino sobre sus productos y más específicamente sobre la actividad dialógica que los señala como pertinentes, interesantes, necesarios o simplemente prácticos para la experiencia cotidiana del telespectador. Y es precisamente al hilo argumental- de estas modalizaciones del objeto de conocimiento y de las carencias supuestas en el destinatario y estratégicamente dispuestas en el texto divulgativo por el enunciador como se teje la red de implicaciones y seducciones con que el documental de divulgación científica atrapa la figura esquiva del telespectador.

El valor del texto divulgativo no reside en su carácter mediador sino en su potencial para transformar un universo cognoscitivo en una experiencia apasionante y su análisis reclama una teoría de gauge, capaz de dar cuenta de las diferencias de potencial existentes entre el enunciado científico, aquél al que la comunidad científica recurre para la comunicación inter pares y el enunciado divulgativo presto para seducir al espectador con la ilustración del documento audiovisual.

© Eneko Lorente

Una nueva propuesta sobre el Derecho de la Información y de la Publicidad

por Iñigo Lazkano

Rodríguez Pardo, J. (1999): *Derecho de la Comunicación. Manual básico para periodistas*. Santiago de Compostela. Laverde Ediciones.

Con el presente libro se ha conseguido sintetizar con acierto los aspectos fundamentales de las cuestiones jurídicas que atañen a las actividades de comunicación, una tarea sin duda difícil de realizar, como indica Ana Azurmendi, profesora titular de Derecho de la Información de la Universidad de Navarra, en el prólogo que realiza a esta publicación.

La presente obra de Rodríguez Pardo es (según se menciona en el subtítulo de la obra) un manual básico para periodistas y publicitarios. Hay que señalar, pese a esta sencilla pretensión inicial, que la

recopilación de los fundamentos de una disciplina como la abordada resulta, sin lugar a dudas, un trabajo más laborioso y complejo (y por tanto más difícil de culminar) que la elaboración detallada de un aspecto parcial y singular del ordenamiento jurídico de la información. La necesaria selección de fuentes, la abundancia de bibliografía especializada o la "motorización" normativa, entre otros factores, impiden muchas veces abordar en plazos razonables trabajos de esta índole. Pese a lo que inicialmente pudiera parecer, la dificultad es aún mayor si el trabajo va dirigido a un público no especializado en Derecho, pues ello obliga a superar (como hace en este caso Rodríguez Pardo) importantes obstáculos en la misma redacción final del texto y en su propia ordenación interna, dado que ha de prescindirse del habitual bagaje de conocimientos del público con especialización jurídica en la materia.

El manual se divide en tres partes. La primera aborda la fundamentación jurídica de las actividades informativas y publicitarias, para dar paso a una segunda y tercera partes destinadas a exponer, en sus trazos más esenciales, el Derecho de la Información y el Derecho de la Publicidad, respectivamente. Así examinada la propuesta, cabe plantearse si el propósito inicial de la obra no resulta demasiado ambicioso. En efecto, estas dos partes últimas del libro, se configuran en numerosos planes de estudios de las distintas Facultades de Ciencias de la Comunicación como disciplinas académicas diferenciadas y netamente separadas. Ambas pretenden aquí ser unidas bajo el epígrafe genérico de Derecho de la Comunicación. Pese a tener aspectos indudablemente comunes (y la normativa comunitaria europea sobre televisión bastaría como botón de muestra de tal afirmación), lo que resulta original en el presente libro es tratar de reconducir a una cierta unidad dogmática ambos sectores, hasta ahora -todo sea dicho- bastante diferenciados en su tratamiento (incluso en cuanto al origen de quienes se dedican a los mismos: juristas publicistas en un caso; privatistas, en el contrario). ¿Sirve el concepto de comunicación, para entrelazar en un todo coherente la actividad informativa y la publicitaria? La regulación de la actividad informativa realizada a través de los medios, ¿ha de ser equiparable en sus bases a la correspondiente a la actividad publicitaria? ¿Es la publicidad manifestación de la libertad de expresión -como en casos muy puntuales han venido a admitir el Tribunal Supremo de los Estados Unidos y el Tribunal Europeo de Derechos Humanos- o existe un cierto grado de diferencialidad que impide un tratamiento unitario de la materia? Las respuestas a estos y otros interrogantes nos habrán de servir para valorar la corrección de la premisa metodológica presentada por el autor, siendo necesaria -en cualquier caso- una reflexión más profunda por parte de quienes nos dedicamos a la docencia e investigación universitaria en alguno de estos sectores del ordenamiento. A mi juicio (diferente al del autor, pero también discutible) cuesta trabajo admitir que la posición de las "empresas anunciantes" haya de gozar de idénticas garantías jurídicas que la de los "profesionales de la comunicación", al ejercer cada grupo su actividad respectiva. Dado que el autor de esta reseña es profesor de Derecho de la Información, el análisis de la obra va a centrarse en las partes primera y segunda ya mencionadas, debiendo ser los especialistas en el ordenamiento jurídico de la publicidad quienes tengan que entrar a valorar los contenidos de los apartados correspondientes a ese sector del ordenamiento.

A la hora de examinar el Derecho de la Información (parte segunda del libro), el autor parte de una división ya habitual en algunos manuales y programas de la asignatura, estableciendo un análisis cuatripartito, a saber: el sujeto universal (I), el sujeto profesional (II), el sujeto organizado o los medios (III) y el mensaje informativo (IV). Esta división programática de la disciplina tiene claras ventajas expositivas, pero plantea también importantes inconvenientes. Una de las ventajas es la facilidad a la hora de distinguir los bloques de materias a explicar: la posición del ciudadano como titular de los derechos a la libertad de expresión y de información; la posición del profesional de la información; el papel de los medios o empresas de comunicación; y la regulación específica de los contenidos en cuanto al mensaje que incorpora. Con ello se abordan todos los posibles temas que son naturalmente englobables en el objeto del Derecho de la Información. Otra cosa es si éste orden puede seguirse didácticamente. Las normas que regulan la actividad del sujeto universal y del sujeto profesional son, en la mayor parte de los casos, las mismas: el Código Penal, la Ley Orgánica de Protección Civil del Honor, etc. y resulta difícil diferenciarlas en cuanto a su aplicación al sujeto universal y al profesional. Las diferencias sólo se plantean en aspectos concretos y singulares, por ejemplo, en el tema de la responsabilidad de la empresa o en el del valor jurídico que haya de darse al ejercicio profesional de esas libertades frente a su ejercicio no profesional. En el libro se observan algunos inconvenientes precisamente derivados de la adopción de este esquema teórico. Así, se explica el derecho de rectificación en dos partes diferenciadas de manual (pags. 72 y 106, respectivamente) al haber atribuido parte de la regulación al régimen de actividades del sujeto universal (quien envía el escrito) y otra parte al sujeto general (el que recibe el escrito de rectificación) ¿Es lógico partir la explicación del tema a efectos docentes?. O también suscita dudas el incluir aspectos relativos al acceso a bases de datos autorizadas (el régimen de la LORTAD) o a los secretos oficiales, en el apartado relativo al sujeto profesional. ¿Por qué no hacerlo en el epígrafe relativo

al sujeto universal si los límites derivados de tales normativas son comunes a todos los ciudadanos en general, sin establecerse distinción alguna -ni en más, ni en menos- con respecto al profesional de la información? Asimismo se incluyen en el manual los derechos laborales del periodista establecidos en el Estatuto de los Trabajadores (pags. 99 y siguientes), pero ¿no sería más lógico centrarse exclusivamente en los aspectos laborales que diferencian su actividad -la cláusula de conciencia, los requisitos para el ejercicio de la profesión o de determinados puestos en la empresa, etc- en lugar de exponer un resumen de la normativa laboral vigente, común -por otra parte- al régimen general de los trabajadores por cuenta ajena?

Estimo que en el Derecho de la Información que se imparte en las Facultades de Ciencias de la Comunicación falta aún por realizar una reflexión profunda sobre el objeto, el método, el contenido, los principios y el significado de nuestra disciplina. Ello se debe a diversas causas: el distinto origen de quienes a ellos nos dedicamos (unos somos administrativistas, otros constitucionalistas, algunos menos civilistas o penalistas, hay quien procede de la Filosofía del Derecho, etc), la ausencia de un órgano común de expresión específico que sirva de aglutinante (no hay una revista periódica consolidada, al estilo de la revista francesa *Legipresse* u otras europeas similares, aunque tentativas no han faltado) y un último dato al que el propio autor alude (pag. 55): "la naturaleza del Derecho de la Información como un área de estudio interdisciplinar, a mitad de camino entre el Derecho y la Información". Frente a esta postura existe la contraria, esto es, la que defiende que el Derecho de la Información no es sino Derecho. De carácter interdisciplinar, pero limitando ésta a la concurrencia de los saberes de diferentes ramas jurídicas: el Derecho Internacional, el Constitucional, el Penal, el Administrativo, el Civil -entre otras- pero Derecho al fin y al cabo, es decir, aplicación del método jurídico. Si nos adentramos en las exigencias derivadas de especialidades como la Teoría de la Comunicación, la Opinión Pública, la Deontología Informativa y similares, nos alejamos del método jurídico y desnaturalizamos nuestra disciplina de forma tal que resultará difícil diferenciar los mandatos normativos y las interpretaciones jurisprudenciales de meras teorías subjetivas, que pueden ser científicamente impecables pero sin gozar de respaldo jurídico alguno.

La enseñanza del contenido del Derecho de la Información se halla notablemente vinculado a la casuística, lo que el propio autor reconoce al mencionar que la resolución de conflictos en materia de mensajes informativos se ha basado en "la ponderación de derechos caso por caso" (pag. 151). Es precisamente esa referencia al casuismo lo que se echa en falta en gran medida en una obra de estas características. El examen detallado de la jurisprudencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos, del Tribunal Constitucional y (aunque en menor medida) del Tribunal Supremo, es una pieza básica para exponer el estado actual de las libertades de expresión y de información, en especial en lo relativo al contenido lícito e ilícito de los mensajes informativos. La referencia a los textos legales, que en este trabajo se realiza de manera casi exhaustiva (aunque con algún olvido aislado, dado el volumen de normas con las que se opera: así, el párrafo 7º del art. 7 de la Ley Orgánica 1/1982 se proporciona en la redacción anterior al nuevo Código Penal de 1995), puede ser insuficiente para explicar las soluciones que se adoptan en sede judicial. El grado de ambigüedad y generalidad con el que las normas se hallan redactadas es una de las causas de esa insuficiencia. La exposición de la jurisprudencia del Tribunal Constitucional sirve, además, para matizar algunas afirmaciones que se realizan en la obra, que -seguramente- por la limitación de espacio de que dispone el autor pueden inducir al error. Así (pag. 127) es discutible que, a la vista de la sentencia del Tribunal Constitucional 88/1995, de 6 de junio, pueda defenderse (salvo que se trate de un deseo no de la constatación de la realidad jurídica) que lo expresado en la sentencia de 31 de enero de 1994, en referencia a la televisión local por cable, sea trasladable al ámbito de la televisión local por ondas.

En suma, la presente obra constituye un notable intento de reunir y sistematizar una materia compleja y extensa, como lo es en el momento actual el Derecho de la Comunicación. El objetivo inicial que pretende el autor en su prólogo es alcanzado con creces. Difícilmente se expone en nuestras Facultades esta disciplina con tal amplitud y minuciosidad como la que el autor incorpora al trabajo. El libro puede servir también para provocar un cierto grado de debate sobre los límites externos de nuestra disciplina y para reflexionar sobre sus mismas bases metodológicas.

Un recorrido por la estética.

por Carmen Peñafiel

Huertas Bailén, A y Perona Paéz, J.J. (1999): *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona. Bosch.

Tras el hechizo y la fuerte atracción que representan los mensajes audiovisuales se precisa un gran conocimiento de los medios para comunicar a través de estos, es necesario tener una formación y una especialización para ponerse delante de un micrófono o de una cámara. Es preciso conocer no sólo el medio, sino, también, los géneros con los que se trabajan. Hay que evitar tener dudas y errores en la expresión, hay que construir frases sintácticas correctas, tener buena vocalización en la locución, entonación y ritmo adecuado, etc. además de una buena calidad de sonido en la emisión.

En esta línea, Amparo Huertas y Juan José Perona, profesores titulares de la Universitat Autònoma de Barcelona, nos presentan las claves imprescindibles de la redacción y locución audiovisual fijándose, en particular, en el medio radiofónico.

Se trata de un manual bastante innovador en la elaboración y producción de textos que van a ser escritos para ser contados al oído.

De una manera ágil y sistemática van encadenando elementos teóricos y prácticos para conducirnos por la estética del discurso radiofónico. Lo hacen con habilidad, agilidad y claridad, fruto de una probada y dilatada experiencia docente. Son innumerables los ejemplos que dan brillo a los razonamientos del uso y análisis del contenido de los mensajes. El lector de este libro Oirá encontrando listados de consejos y de posibles soluciones a problemas dados, acompañados de la advertencia de que se trata de apuntar lo básico y lo más habitual, y cuya utilidad final dependerá del contexto en el que se halla de incluir el mensaje.

El libro está dividido en dos partes: una, trata la redacción en medios audiovisuales; otra, la locución. Y, aunque, en particular se fijan en la radio muchos de los aspectos tratados sirven tanto para televisión, cine o aplicaciones multimedia. De una forma metódica han estructurado la obra en diez capítulos que narran todo el recorrido por los mensajes audiovisuales.

Comienzan dando un repaso a las diferentes etapas del proceso de comprensión de textos sonoros en el medio radiofónico, seguidamente, abordan el contexto comunicativo (extensión temporal, audiencia, objetivos, género y estilo) para llegar a la macroestructura que analiza la conexión y coherencia de un texto de forma que tenga sentido en su conjunto -por tanto, inciden en la selección y organización de los contenidos como partes garantes de la semántica global-. En cuanto a la microestructura, tratan de hacer ver la implicación tanto de aspectos sintácticos como semánticos. Y, como decía anteriormente, con abundante material que clarifica estructuras, oraciones, palabras, etc. razonando, siempre, la elección semántica o sintáctica, porque esa frase y no otra, etc. Para llegar, finalmente, a la revisión del texto.

En la parte dedicada a la locución, se señalan los principios básicos que, de alguna manera, nos van a detallar la estética discursiva. Se hace una breve exposición del proceso fisiológico y de la acústica de la voz para dotar a la locución de un verdadero halo de naturalidad con la que afrontar la tarea verbal. En este proceso se analiza el valor expresivo del tono, timbre e intensidad. A continuación, los autores advierten que Junto a las características acústicas estudiadas, sobre cualquier locución audiovisual se encabalgan otros rasgos no verbales que estructuran sintácticamente el discurso e intervienen de manera decisiva en el sentido final que acabará adquiriendo una palabra, una frase o una oración. En este sentido, se dan algunos consejos para la entonación, las pausas, la puntuación en la locución, el ritmo y la impostación. Finalmente, el capítulo diez recoge una serie de modos y formas de locución dependiendo

de una serie de factores que condicionan de una u otra manera la actitud del radiofonista como son el programa, el género, los temas a tratar, la franja horaria... entre otros.

Esta obra pretende clarificar el estudio teórico y práctico a los alumnos de las titulaciones universitarias de las áreas de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad para que redunde en un mayor conocimiento de su futura actividad profesional. Igualmente, este manual va dirigido a las personas que estén interesadas en iniciarse y familiarizarse con los medios audiovisuales.

El objetivo inicial con el que iniciaron este trabajo los Doctores Huertas y Perona ha quedado totalmente superado en la publicación de esta obra: Oexponer, con la máxima claridad posible, las cuestiones esenciales relativas a la redacción y locución audiovisual, en general, y radiofónica en particularÓ.

Tras la lectura de este libro resultará mucho más fácil hacer radio. Y como comenta Iñaki Gabilondo, encargado de prologar esta obra, Antonio Calderón se va a poner contento (...) porque con paciencia y meticulosidad de entomólogos, Amparo Huertas y Juan José Perona, analizan cada capa del proceso de la comunicación, el viaje casi mágico del sonido que sale y del sonido que llega (...).

© Carmen Peñafiel

La paja en el ojo ajeno.

por Javier Díaz Noci

Vilches, F. (1999): *El menosprecio de la lengua. El español en la prensa*. Madrid: Dykinson.

Es cosa sabida que buena parte de la sociedad considera, desde hace tiempo, que los medios de comunicación, y por ende los periodistas, son algunos de los principales custodios linguae y responsables y modelos de la corrección lingüística entre las clases si no alfabetizadas (en nuestro caso, prácticamente todo el mundo), sí al menos entre las mínimamente letradas. La responsabilidad que sobre sus espaldas cae no es desde luego menor que la que se hace descansar en los hombros generalmente sufridos de literatos, académicos y filólogos, por citar sólo a algunos grupos de himbres y muejres de letras. Es por ello lógico que aparezcan, cada vez con más asiduidad, libros como el que nos ocupa, que se dedican fundamental o exclusivamente (el de Vilches, exclusivamente) a denunciar los vicios y errores que los profesionales de la lengua cometen en su quehacer cotidiano, en especial los periodistas, cuyo quehacer es más cotidiano que el de otros OdescribidoresÓ o OdescribientesÓ. De manera que el voluminoso y documentado catálogo de errores, erratas y deslices de Fernando Vilches se une a, entre otros, el famoso Dardo en la palabra de Lázaro Carreter, al algo menos famoso pero de ventas también holgadas que es La perversión del lenguaje del sociólogo (lo que faltaba) Amando de Miguel o a ese otro libro que, con algo menos de humor, publicó hace algún tiempo Ibon Sarasola para el caso del euskera o vascuence (Euskara batua ren ajeak).

En realidad, la moda no es nueva. Al menos en fecha tan temprana como 1871, alguien escondido bajo el seudónimo de Ana-Oller publicó en Barcelona un pequeño librito titulado Vocabulario de disparates, extranjerismos, barbarismos y demás corruptelas, pedanterías y desatinos, introducidos en la lengua castellana (q.e.p.d.) recopilados de muchos periódicos políticos y literarios, novelas y libros más o menos científicos, discursos parlamentarios, documentos oficiales y anuncios particulares. Ahí es nada. Algunos de los errores que la tal o el tal Ana-Oller denunciaba entonces continúan, por cierto, apareciendo con cierta regularidad en los periódicos (y, dicho sea de paso, aunque se denuncie menos, en O novelas y

libros más o menos científicos, discursos, etc.Ó), y de ello da buena cuenta Vilches en el libro que comentamos. Por ejemplo, ese *absorver con v o ese galicismo Oes por ello queÓ, que, con humor, Oller denomina OparoxismoÓ (QuOest-ce que cOest que ça).

Volviendo a Vilches y su muy apadrinado libro (el prólogo lo firma nada más y nada menos que Alonso Zamora Vicente, de la Real Academia, y parece que lo ha revisado poco menos que la plana mayor de la filología española), el volumen tiene unas cosas útiles y otras de las que muy bien puede prescindirse. Decía no sé quién que ningún libro tiene cosa mala y de todos puede aprovecharse algo (alguno podría añadir, con aquel conspicuo periodista, aquello de que, Olas exclusivas de hoy envuelven el pescado de mañanaÓ), y, aunque sea una afirmación discutible, no lo es de este de Vilches. El libro recoge muchos (a veces, con perdón, incluso demasiados) errores, faltas, gazapos y frases malsonantes (al menos lo son para el autor). No creo yo que meter en el mismo saco faltas (que suponen OdelitoÓ de ignorancia) y gazapos (que en todo caso serían OfaltasÓ debidas a la prisa que el propio Vilches reconoce ha de ser una de las razones de que los periodistas las cometan) sea lo más apropiado científicamente, pero cada cual es muy libre de ordenar su propio libro como mejor le venga en gana. Faltaría más. Tampoco me parece a mí que lo de condenar el uso de tacos y palabras zafias y malsonantes, ordinarias que diría alguno, sea lo mismo que masacrar el idioma español sacudiendo todo tipo de patadas al diccionario y la sintaxis. Al fin y a la postre, esas palabras (o OpalabrotasÓ), con ser feas o parecérselo a algunos (opinión que, por cierto, comparto en muchas ocasiones) no dejan de pertenecer al rico vocabulario español, hace tiempo que han sido recogidas por las sucesivas ediciones del diccionario de la Real Academia de la Lengua y, por triste que les o nos parezca a algunos, son lícitamente utilizables para construir la personal retórica de cada uno. Quiero decir, que transgredirán normas morales, sociales o de cortesía, e irán contra la buena educación, pero no contra la lengua. Creo que Zamora Vicente así se lo dijo al autor, según deja éste entrever en la introducción a este su libro. Pero dejemos eso.

Leyendo el volumen, uno vuelve a reencontrarse con Oviejos conocidosÓ: acentos donde no debe haberlos (en palabras como OvioÓ o OdioÓ, que no precisan tilde), mayúsculas sistemáticamente sin acentuar, latinajos mal citados, neologismos pedantes e innecesarios, géneros cambiados (Olos antípodasÓ, que no OlasÓ; en su día, Ana-Oller recordaba que no es Oel trípodeÓ sino Ola trípodeÓ, quién lo diría hoy en día), expresiones no por comunes menos horrorosas (el archiconocido Oa nivel deÓ) y otras muchas lindezas.

El catálogo de errores de Vilches Vivancos, con todos sus OperosÓ, sería un libro muy recomendable por determinados aspectos para clases como las que quien firma estas líneas imparte en la Universidad como preparación de futuros periodistas. Pero, ¡ay!, un somero repaso a la redacción del volumen desbarata todas las buenas intenciones (de las cuales, se dice, está empedrado el infierno). No quisiera pecar de corporativo ni de corporativista, pero antes de buscar la viga en propio ojo, que buena falta me hará, a mí y a mis escritos, y visto que es deporte de moda, divertido y provechoso a lo que parece, andar con la lupa tras los deslices ajenos, sí quisiera destacar algunos errores (los gazapos son disculpables) que Fernando Vilches comete en su libro. Sin hacer nada sistemático, por supuesto, aunque a lo mejor no estaría de más intentar publicar un libro con errores y gazapos aparecidos en los libros sobre errores y gazapos que por esos mundos de Dios pululan. En fin, que, por ejemplo y a vuelapluma: tras dar lecciones sobre la utilización de la coma, y escandalizarse debidamente por el mal uso que de ella hacen los periodistas, Vilches la utiliza yo creo que erróneamente en frases como (página 309 del libro) Oel breve, que exponemos a continuación, refleja...Ó (¿no sería mejor Oel breve que exponemos a continuación refleja...Ó?), Odad al César, lo que es del CésarÓ (página 350, e insisto, yo creo que sobra la coma), Oy, el segundo, pedante, esÓ (página 352; me temo que entre el OyÓ y Oel segundoÓ algún duende de imprenta ha colado una virgulilla traidora e innecesaria), mientras que falta (página 374) en OO tempora, o moresÓ (que Vilches, que por cierto también guarda sus palos para quienes usan y abusan malamente de los latinajos, escribe, todo seguido, OO tempora o moresÓ). Esto otro será un gazapo, pero ya puestos, está claro que, en la página 375, se echa de menos una letra en Oal que tampoco le falta sus erratas correspondientesÓ. Y, siguiendo con los latinajos y la práctica académica, más bien será (página 531), Oop. cit.Ó que Ob. cit.Ó.

Más cosas (en efecto, esto está empezando a resultar divertido): el uso que hace de determinadas mayúsculas, que no recoge la última edición (la de 1999) de la Ortografía de la lengua española, es más que dudoso. Por ejemplo, en la página 530, los OmediosÓ son, para Vilches, los OMediosÓ (¿tan descomunal es su importancia?). La prensa es minúscula (en ortografía, digo) casi siempre en el libro de Vilches, y desde luego en su introducción, pero mayúscula en la página 26 (que pertenece igualmente a

esa misma introducción). Sistemáticamente incumple, dos veces en la introducción y muchas otras a lo largo del libro (como muestra estos botones: en las páginas 337, dos veces, 355 y 383), la obligación impuesta por la Academia de que, tras dos puntos, y siempre que se reproduzcan palabras textuales, se comience con mayúsculas (véase 3.3.1. d) de la ya citada Ortografía), al contrario de lo que hay que hacer cuando se reproducen palabras textuales entrecomilladas tras una coma, cuando no hay que usar las mayúsculas. Vilches lo hace, de nuevo mal, en la página 506. Aunque se redime en la última página, cuando abre comillas tras dos puntos para citar a su maestro Zamora Vicente entre comillas y, por fin, lo hace comenzando la frase en mayúscula.

Sin embargo, y por concluir este festivo repaso de errores y meteduras de pata que yo no me atrevería a calificar de Òmenosprecio de la lenguaÓ por parte de su autor y responsable, pero sí de muy escaso cuidado por ella, es esta perla cultivada que aparece, bien visible, en el párrafo final de su introducción, justo después de proclamar su amor y respeto por la lengua española, al parecer no compartido por tantos periodistas que en el general escriben más bien que mal: ni don Quijote *desfació nunca entuertos, ni desde luego Cervantes escribió jamás tamaña barbaridad. Los entuertos nuestro castizo hidalgo los desfizo, es decir que, empleando la palabra y forma moderna (ya en tiempos de Cervantes) los deshizo, pues nunca de otra manera se ha conjugado tal forma verbal, que como muy bien sabrá el doctor Vilches viene del verbo hacer (castellano antiguo facer, latín facere). En efecto, el respeto a la lengua y sus hablantes Ònos obliga a todosÓ (cito al propio Vilches), Òsobre todo los periodistasÓ, e imagino que también los doctores en Filología, Òa extremar su cuidadoÓ. Nadie es perfecto, claro, pero quien esté libre de pecado, que tire la primera piedra.

© Javier Díaz Noci

Sobre historia de la prensa...

por Teresa Aguirrezaldegui

García Galindo, J. A. (1999): *La prensa malagueña (1900-1931): estudio analítico y descriptivo*. Málaga: Ayto. de Málaga.

El patrimonio hemerográfico, fundamental para conocer la historia del periodismo, es asimismo, una fuente privilegiada para la investigación de la sociedad contemporánea. La propuesta del profesor García Galindo toma como marco geográfico la ciudad de Málaga, y como referencia cronológica el primer tercio del siglo XX, periodo de transformación y expansión de la prensa, y tránsito del periodismo de opinión al periodismo de información.

El objetivo y la principal aportación de la obra es hacer una recopilación de asientos hemerográficos. Para ello, el autor toma la ficha de registro elaborada por Celso Almuíña y ofrece de cada cabecera sus características formales, redaccionales, económicas y de contenido, así como su localización. No es un catálogo general sino un estudio descriptivo y analítico de 140 publicaciones que han podido ser localizadas y consultadas en una docena de archivos, bibliotecas y colecciones particulares de Málaga, así como en las hemerotecas municipales de Sevilla, Granada y Madrid, en la Biblioteca Nacional, en la British Library (Londres) y en el Instituto de Historia Social (Amsterdam).

Como introducción a estos registros, el libro traza, en una docena de páginas, la estructura de la prensa malagueña y señala los factores que condicionan su desarrollo, en particular los que se refieren a la evolución de la prensa en el resto del país y al contexto socioeconómico de la ciudad. Sabemos así que a pesar de la alta tasa de analfabetismo, el escaso nivel económico y los grandes contrastes sociales, la

ciudad contará con una importante actividad periodística, asentada sobre una tradición que se remonta a 1677 con la *Gazeta Nueva*. Desde 1900 hasta 1931 aparecen 247 periódicos de todo tipo, que se añaden a los que habiendo nacido en el siglo XIX continúan publicándose. Las cabeceras se caracterizan por su corta duración, de las 140 que recoge el estudio el 42% no culmina su primer año de existencia. Como en el siglo anterior, continúa utilizándose la prensa como medio de opinión de los sectores y grupos más diversos. El diario *La Unión Mercantil*, aparecido en 1886, será el primero y el más importante modelo del nuevo periodismo de información y se convertirá en esos años en la empresa periodística más sólida. El libro ofrece clasificaciones de las publicaciones por temas y por periodicidad, así como una cronología de las mismas, o su relación con las imprentas de la época. Además, reproduce diez portadas y cuenta con bibliografía.

Se trata, por tanto, de una obra interesante para los investigadores de la historia de la prensa, así como para los estudiosos de la historia local malagueña.

© Teresa Aguirrezaldegui

La presencia de jóvenes articulistas en la prensa gallega

por Carmen Peñafiel

Galindo Arranz, Fermín (1999): *Las nuevas firmas de la prensa gallega*. A Coruña: Tórculo comunicación.

La citada publicación recoge diversos estudios realizados en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Santiago de Compostela sobre "el perfil de los jóvenes lectores en la Galicia de hoy", "la difusión y la audiencia de la prensa gallega" y, "los articulistas más jóvenes de la prensa gallega", en algunas de estas investigaciones han participado, además del autor -Fermín Galindo-, los investigadores Xosé López y Manuel Mariño.

El autor, inicia el libro con un primer capítulo dedicado a la información, interpretación y opinión como los tres campos que invitan a definir el producto final, el periódico.

La obra destila diferentes aspectos de la producción informativa en la prensa, en la que el profesor Galindo expone la mediación registrada en la procedencia y fuentes de la información, y los criterios de selección. Por una parte, distingue los géneros interpretativos y valoraciones tácitas en los que sitúa la crónica, la entrevista o el reportaje de un narrador, y, por otra, los géneros de opinión y valoraciones explícitas entre los que se incluyen el editorial, la crítica, el comentario, los artículos de fondo, las columnas, las caricaturas y tiras cómicas, las cartas al director, o el defensor del lector entre otros textos opinativos y parcialmente interpretativos.

Narrador o periodista, literatura o periodismo, información o interpretación son conceptos que se presentan muy ligados en la prensa. El autor señala que "cuando se hace un retrato sobre la realidad, se ofrece siempre un punto de vista de la misma, en cierta forma, se interpreta desde un punto de vista personal. De todas maneras, siempre hay que distinguir entre información y opinión, siguiendo la máxima anglosajona de que los hechos son sagrados y las opiniones libres. El periódico, por tanto, se encuentra en un proceso de adaptación constante a las formas de comunicar vigentes en la sociedad y a los posibles cambios que experimenten estas".

Fermín Galindo tras exponer brevemente la idea del periódico intérprete y mediador de la realidad con el periodista como creador pasa a describir algunos datos sobre los jóvenes lectores que son el resultado de recientes estudios. Por un lado, aporta los resultados del Centro de Investigaciones Sociológicas (publicado en mayo de 1998) en el que se recogen los siguientes datos: en España un 30 % lee el periódico a diario, el perfil del lector es un hombre (41%), de entre 25 y 54 años (35%), con estudios superiores (65%), y residente en grandes municipios (54%)...

El autor señala que un aspecto importante en el proceso de socialización e iniciación a la lectura de la prensa radica en la experiencia doméstica. Manifiesta que "la familiarización con la prensa se produce en el hogar desde la infancia ". De esta manera, nos conduce a conocer una serie de hábitos de lectura de prensa diaria entre la juventud en la que se aprecia un cierto incremento de lectores por encima de la barrera de cuatro lectores por ejemplar.

En 1996 los lectores comprendidos entre los 14 y 34 años alcanzaban el 44,5% de la audiencia total de los diarios (Estudio OJD) y, según el estudio del CSIC Independencia y autonomía de los jóvenes, el 60% de los trabajadores entre 25 y 30 años viven aún en casa de sus padres y únicamente se emancipó totalmente el 19% de los mismos. Por otra parte, según una encuesta realizada en la Universidad por Demoscopia para El País la población juvenil sitúa a la prensa como tercer medio en orden de interés, después de televisión y radio. Entre los periódicos la prensa deportiva despierta en los jóvenes un mayor interés que la generalista.

Además de otros muchos datos arrojados por los citados estudios y encuestas, el Doctor Galindo contrasta los resultados extraídos del análisis cuantitativo con el comportamiento de la juventud gallega y presenta, igualmente, los datos recogidos de un estudio cualitativo, realizado en la Universidad de Santiago de Compostela, con el fin de obtener valoraciones y criterios que permitan conocer la experiencia cotidiana. Los resultados obtenidos los sintetiza en cinco apartados relativos al proceso de familiarización con la prensa, el papel de la prensa en la socialización escolar, el periódico entre las prioridades de consumo de los jóvenes, y los criterios de elección y rechazo a partir de los contenidos informativos y el descaro de sus variables expresivas.

A partir de esta investigación el autor señala que "se desprende una hipótesis: la presencia de jóvenes articulistas debe atraer, en principio, al lector más joven; o de otra forma, en la medida que los jóvenes lectores no encuentran opiniones de referencia inmediata en las páginas de la prensa gallega, pierden interés por las mismas ". Así, el libro recoge la participación en el mercado de cada una de las cabeceras de la prensa gallega y el tratamiento que se da a la sección de opinión en sus páginas, y en segundo término, la presencia de los articulistas más jóvenes en estos diarios.

Fermin Galindo observa que la presencia de los jóvenes es muy desigual en la prensa gallega. Existen periódicos que promocionan a los jóvenes en lugares de preferencia (El Ideal Gallego o La Voz de Galicia). Otros que aportan ideas innovadoras para que se den a conocer (El Progreso) y un tercer grupo en los que apenas interesan los puntos de vista de los más jóvenes, incorporando únicamente algún artículo o comentarista de confianza (Faro de Vigo, Diario de Pontevedra, Atlántico Diario o El Correo Gallego).

Finalmente, el autor expone una serie de conclusiones sobre los gustos y comportamientos de los jóvenes escritores de la prensa gallega. Herederos de una brillante escuela de articulistas, el humor y la ironía son sus rasgos estilísticos más comunes, en especial para soportar el clima: "tenemos mucha suerte. No para de llover y nos sobran microclimas" (...).

La citada obra supone una gran contribución en el campo de las humanidades tanto para investigadores de Ciencias de la Comunicación, de la Sociología, para docentes y discentes, para periodistas y profesionales interesados en el mundo de la Información. Es un libro que, a pesar de ofrecer una gran cascada de datos, mantiene una frescura en su estilo literario.

La red, la identidad y los medios desde Galicia.

por Fermín Galindo Arranz

Álvarez Pousa, L. (1999): *A identidade fronte á rede. O reto mediático de Galicia na sociedade da información.*

Xerais: Vigo.

La articulación mediática de la cultura gallega es una de las preocupaciones esenciales del discurso de Luís Álvarez Pousa. El libro *A identidade fronte á rede* (publicado por Edicións Xerais de Galicia) supone una reflexión, desde un espacio periférico como Galicia, de las amenazas que se ciernen sobre las culturas minoritarias en un nuevo escenario globalizado y, también, de las nuevas oportunidades que brinda la dinámica mediática actual.

Luís Álvarez Pousa es un actor principal de la cultura gallega en las dos últimas décadas, es profesor de Periodismo Especializado en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Santiago de Compostela y director de la revista *Tempos Novos*. Nos encontramos ante un observador privilegiado de la actualidad y un experto de primera línea en temas culturales y políticos, a los que ha dedicado su vida profesional como periodista y como investigador. En su último libro Luís Álvarez Pousa constata el potencial estratégico de los medios en la sociedad de la información y las transformaciones derivadas de la globalización y de la emergencia de las identidades.

Con la certeza de que los medios contribuyen de manera decisiva, necesaria e imprescindible a transformar las identidades colectivas étnicas e identidades colectivas nacionales que buscan, también en la red, un espacio sociocultural de progreso y desarrollo.

La reflexión se apoya en tres puntos de interés: la red, la identidad y los medios, que el autor disecciona con precisión crítica. Este texto creo que es especialmente útil para en el estudio comparado de diferentes realidades nacionales y para todos aquellos interesados en estos temas de intensa actualidad. El hecho de que el autor apueste por la lengua gallega ha de ser una ventaja para el lector al poder escuchar a Luís Álvarez Pousa en versión original y asomarse a los nuevos retos de la cultura y de la comunicación de la mano de un experto cicerone.

© Fermín Galindo Arranz

Tresna egokitua.

Jotxo Larrañagak idatzia

Díaz Noci, J. eta Meso, K. (1999): *Komunikabideen Ereduak*. Bilbao: EHU.

Ikasleentzat eginiko testu liburu batean aurrean gaude. EHUko Kazetaritza II Departamenduko bi irakaslek egina.

Urtebetean bere ikasgai izan eta klaseetan erabilitako materialak tolestatur egindako liburuxka da.

Ongi tolestaturako liburuxka eta euskara errazean egindakoa dela, horixe da irakurleak hartzen duen lehen inpresioa.

Eta ikasleei zuzenduriko testua denez, horrelaxe aipatzen dute hitzaurrean egileek eta, egia esan, helburua betetzen duela esan behar. Bere merituetako bat hortxe datza.

Zortzi atalez josita dago ehun orrialde dituen liburua. Lehenengo hirurek Komunikabideen Ereduen alde teorikoa jorratzen dute. Ondoren datozen laurek medioen euskara eta euskarazko medioen hesparrua hartzen dute, zein prentsa, irrati edo telebistarena. Azken atalak euskal komunikabideak interneteko sarean aztertzen ditu.

Alde teorikoak, gai honen inguruan dauden tesu akademikoen hari nagusiei jarraitzen dio. Beste bostetan, erabat praktikoak izanik, gure inguruko komunikabideetan eta batez ere euskarazkoetan eman diren pausuak aztertzen dira, kronologikoki aztertuta. Zenbait pasadizo bitxi bezain interesgarri erakusten zaizkio irakurleari. Esaterako, euskal egunkariaren bi proiektuetan zeintzuk parte hatu zuten eta zer erabaki hartu zituzten adierazterakoan ematen diren xehetasunak.

Liburuaren tolesdura eta euskara errazaren meritoak aipatu baldin badira, euskal hedabideei eta erabiltzen den euskarari erreposoa emateak badu egokitze meritua, hots euskarazko egunkari, irrati eta telebistei dagokiena kontutan hartzen delako. Egia da prentsak beste medioek baino leku gehiago hartzen duela. Liburuak ez du hesparru bakoitzeko lurrazpian zulo gehiegirik egiten ez baita ikerkuntza liburu. Gainera, egileak ez dira ikus-entzunezko irakasleak, kazetaritzakoak baizik.

Ikasleei zuzendutako liburu honek rotatibaz gain egiten diren komunikazio moteei erreposoa egitea ere, ezkertzekoa da. Era honetara, ezin diote hanka egin irakurleari liburuaren azken bi ataletan agertzen diren gaiak. Tokian tokiko komunikabideei zuzendurikoa da bata, aldizkari, irrati eta telebisten gaurko egoera azaltzen duena eta internetaren atala bestea.

Hauxe da liburuari azkena ematen dion zortzigarren atala: "Euskal Komunikabideak Interneten" izenburuarekin dakarren bistazoa. Modan dagoen azken azken puntako gaia izateak lekarkiokeen snobismo ikutua alde batera utzi eta alde praktikora jo dute egileek atal hontan, gaurko euskal komunikabideek internetean egiten duten eskaintza aztertuz.

Eta hori esan daiteke bai atal hontan baita aurreko besteetan itxuratu duten testuaren gainean ere. Inguruan ditugun komunikabideen egoera azaldu eta neurrira datorren liburua egin dute Javier Diaz Nocik eta Koldo Mesok. Jakintsu haizerik etzaie nabari, euskarazko prentsan eta interneteko gaietan adituak diren bi egileen orrialdeoi. Gauza praktikoa eta erabilgarria egin nahi izan dute.

Horregatik, ikasleentzat neurrira egindakoa denik ezin ukatu. Tresna egokitua eta ikaslearen jakinmina sortzeko aukerakoa. Helburu hori bete behar luke testu liburuak eta hortara bultzatzen duelakoan nago.