

Reseñas
Liburu aipamenak
Book Reviews

zer

Industrias de la comunicación y de la cultura en España y Cataluña

**Jones, Daniel E.
Fernández Alonso, Isabel
y Corominas Piulats María
(Comps.) (2016)**

Barcelona: Documentos de Estudio

Es un homenaje al autor. Consta de diez textos publicados durante el período 1987 hasta su fallecimiento en 2007. Dos textos son metodológicos, cuatro analizan las industrias culturales españolas, dos las catalanas, otro relaciona ambas, y el último está dedicado al estudio de la economía de la comunicación en España. Los dos primeros estudian la Estructura del sistema comunicativo. El primero da cuenta de la concentración y de la globalización que caracteriza a las industrias culturales. Al autor le interesan los retos y las transformaciones de los grupos comunicativos, que alcanzan un peso empresarial que les confiere un poder de influencia en la esfera política sin precedentes. Analiza los principales agentes empresariales y concluye con el impacto político y mediático de esta estructura y de los agentes que en ella actúan.

Los capítulos tercero a noveno estudian los grupos de comunicación, o el conjunto de medios. El tercer capítulo se dedica a Bertelsmann, y constituye un buen ejemplo de cómo estudiar un grupo de comunicación concreto. Considera el contexto, el de los grupos de comunicación en España y el peso de los grupos extranjeros, para después estudiar Bertelsmann, que es un ejemplo de integración vertical y de diversificación hacia los nuevos medios.

El autor siempre ha considerado los dos componentes que caracterizan a una empresa mediática: doble mercado (venta de diarios

e ingresos por publicidad) a la vez que una influencia en el espacio público, si bien cada vez priorizan el lucro. Esta es una de las principales conclusiones del cuarto capítulo.

Los capítulos quinto y sexto estudian los grupos de comunicación durante 25 años, suficiente para observar los cambios, incluido el crecimiento del centralismo a favor de Madrid, especialmente en las industrias audiovisual, y publicitaria. El sexto se analiza los principales grupos empresariales españoles, en general, y en Madrid y Barcelona, en particular, con un detallado análisis de las actividades y de las participaciones accionariales, Una consecuencia inmediata de la globalización a través de la presencia extranjera es que el proteccionismo en materia de cultura y de comunicación puede carecer de sentido, porque las decisiones estratégicas se toman en el exterior (pp. 123 y 136).

Cataluña es estudiada en el capítulo séptimo, y se remonta a los orígenes de las industrias culturales (1900), en que se forma un mercado interior; período al que siguió uno de concentración política, desde la posguerra hasta la transición; fecha en que se produce la gran transformación (concentración, globalización y digitalización). El capítulo siguiente analiza las industrias culturales en Cataluña y las compara con el conjunto español. Por su amplitud y profundidad constituye un análisis que hubiera servido a los políticos catalanes para diseñar estrategias de crecimiento en estas industrias. Destaca la industria editorial catalana que supone, en el 2003, la mitad de toda la industria española. Lo mismo en el cómic. Sin embargo, en la industria audiovisual la situación es diferente, por la inexistencia de grupos grandes. Inmediatamente surge la cuestión del espacio catalán. Lo que el autor destaca es el estudio de las dinámicas en las que dicho espacio tiene lugar. La existencia de una centralización de la industria audiovisual y de los nuevos medios en Madrid, y la transnacionalización de la propiedad de los medios dificultan la conformación de dicho espacio.

El penúltimo capítulo profundiza en los espacios comunicativos. Si coincidieran los creadores, productores, distribuidores y los consumidores en un mismo espacio lingüístico el espacio comunicativo, o ámbito comunicativo, se daría de forma natural, sin que hubiera que considerar si existe o no. Pero como espacios no coinciden, la cuestión seguirá presente. El peso de prensa madrileña en Valencia, la diferencia en ejemplares leídos según zonas, y el uso de la lengua catalana en diferentes medios hace difícil generalizar y hablar de un espacio catalán homogéneo. Lo que resulta interesante es la voluntad de construirlo, avalada por la existencia de una lengua que merece ser promovida.

Finaliza con el estudio de las diversas aportaciones desde la economía de la comunicación. Se remonta a finales del XIX, pero no es hasta la mitad del siglo pasado en que se conforma una vertiente académica, con las aportaciones de Manuel Vázquez Montalbán. El despegue tiene lugar en el último tercio del siglo y son innumerables los autores que estudian la televisión o la radio, la publicidad y su papel como financiadora de las industrias culturales, la globalización y la concentración de los sistemas comunicativos. Entre ellos D. E. Jones.

A lo largo de los diferentes capítulos se observan diferentes características del pensamiento *Jonesiano*. En primer lugar, el hecho de considerar el estudio de las transformaciones, le lleva a analizar siempre períodos largos. Al analizar los grupos comunicativos españoles considera tres períodos, 1975, 1990 y 2005 (capítulo VI); esta amplitud le permite considerar los grandes cambios—internacionalización centrípeta y centrífuga (p. 111), paso del grupo mono-media al grupo multimedia (p. 116). El largo plazo, le permite también realizar estudios de prospectiva (p. 77). En segundo lugar, prima los grupos de comunicación, y no las empresas. En muchos de sus capítulos considera los orígenes de algunos grupos empresariales españoles

a través de la adquisición de los medios de comunicación del movimiento, y de la Iglesia, que fueron puestos a la venta en la transición. (pp. 90 y 130). En tercer lugar, recurre a fuentes originales para realizar cuadros y tablas de elaboración propia; tablas que son confeccionadas al detalle, en un ejercicio de paciencia investigadora. Así en la p. 45, las notas a pie de tabla son 16.

En cuarto lugar, no se reclamaba de ninguna escuela de pensamiento. No obstante puede decirse que estaba cercano a la escuela de las industrias culturales de Grenoble, representada por Bernard Miège, porque consideraba las lógicas (lógica de la edición continua, discontinua y de programación) y siempre consideraba el conjunto de industrias, con características comunes (p. 139). Ello le ha permitido estudiar algunas relaciones fundamentales, como la de la industria publicitaria y el mercado de la prensa (p. 128). En todo caso, por la problemática que considera y por la forma de abordarla se situaba, en una perspectiva crítica.

El libro es una excelente muestra de buenas prácticas de investigación en el campo de la estructura de la comunicación en Cataluña y en España. Gracias Daniel.

Juan Carlos Miguel de Bustos

La trastienda de un informativo. Descubre cómo se decide y prepara lo que nos van a contar

Resano, Helena (2016)
Barcelona: Editorial Alienta

El título de esta obra sintetiza correctamente el espíritu que su autora, Helena Resano, ha querido impregnar a lo largo de las 202

páginas: contar con entusiasmo, desde el punto de vista de una profesional, todo lo que rodea a la preparación de un informativo en televisión.

Se trata de un manual informal, pero necesario, para quienes sueñan o se enfrentan a realizar informativos ¿Qué contamos hoy? ¿Cómo lo contamos? La importancia de la imagen, el vocabulario de urgencia, los informativos hechos a pie de calle, etc. son temas contados por la autora desde un punto de vista muy personal y con una gran experiencia en la aventura de informar.

Estamos en la Sociedad de la Información y la inmediatez de contar lo que sucede es una práctica obligatoria para los medios de comunicación, aún mucho más, desde la irrupción de las redes sociales. La Sociedad de la Información es un nuevo tipo de sociedad donde la creación, modificación y distribución de la información forma parte esencial de la actividad económica y social. Vivimos en una sociedad llena de datos, frases e iconos.

El prologuista del libro, Vicente Vallés, identifica la práctica del periodismo como una causa a favor de contar noticias: “La realidad es que los periodistas que trabajamos en televisión hacemos programas de noticias para que la gente los vea (...) Una norma básica de nuestro oficio es ‘apropiarse’ de las noticias frente a los competidores. Cuando ocurre algo importante, los medios con mejor instinto periodístico tratan de hacerse con el monopolio de esa historia: ser el que mejor la cuenta, con toda la maquinaria puesta al servicio de eso tan importante que está pasando” (p. 10).

Helena Resano nos adentra en el trabajo de un telediario, como paradigma de la información televisiva. La narración del texto comienza con una introducción de lo que fue su propia experiencia al acceder a la profesión con 25 años, para seguir en las siguientes páginas con la preparación de un telediario de mediodía, que se va a emitir a las 15:00

horas en una cadena nacional. Recordemos que ella comenzó en la radio, pero pronto pasó a trabajar en Televisión Española y, posteriormente, aceptó un nuevo proyecto en La Sexta, donde trabaja en la actualidad y donde ha demostrado que no se limita a ser un busto parlante: “Nuestro crédito con el público es la credibilidad; si la pierdes, pierdes todo” (Entrevista con Iñaki López en *la Sexta noche*).

A través del capítulo dedicado a *Quién es quién*, la autora describe las competencias de los distintos profesionales que trabajan en un Informativo. Aborda la importante tarea diaria del departamento de producción, así como cuando se cubren hechos o acontecimientos de gran magnitud: “Viajar con un productor es crear un vínculo especial. Comprender el trabajo del otro y, sobre todo, valorarlo. Pero como en todo, hay muchos tipos de productores. Los hay que parece que el dinero que se está gastando sale de su bolsillo y te regatean cualquier gasto, o el caso contrario: el productor que elaboraría la escaleta del informativo solo con directos. Sin ellos el informativo directamente no saldría. Sería imposible” (p. 35).

Las anécdotas particulares y las experiencias haciendo televisión, son contadas con un lenguaje cercano, próximo al lector, que va descubriendo el trabajo diario con todo un equipo de profesionales. Trata de describir la relación entre distintos departamentos, entre distintas personas, encuadrando todo un trabajo realizado en equipo. Un informativo es la suma de todas esas participaciones. Estar donde ocurre la noticia, cuando ocurre la noticia y poder contarla en directo y/o contarla desde el plató.

Nos habla de la figura del realizador, a quien define como un ‘director de orquesta’. Es la persona que dibuja el informativo con imágenes. Se fija en el equipo de redacción, dispuesto a salir adonde haga falta para encontrar la noticia. Explica como los redactores adquieren un instinto especial para

observar la realidad con otra mirada. Da un repaso al trabajo de los cámaras, al editor del informativo, a los profesionales del grafismo, a los documentalistas y, finalmente, se detiene en el presentador o presentadora, que son la cara y la voz de los informativos. La imagen que representa a un equipo, una forma de contar las noticias, un estilo.

A partir de ahí, la obra se estructura en *qué contamos y cómo lo contamos*, bajo una batuta para todo el equipo de informativos, que se plasma en una declaración de intenciones: una escaleta, un guión. En esta parte, se cuenta la importancia de personalizar el informativo con los ‘directos’, cuándo y dónde. El informativo va cogiendo forma a media mañana y no hay muchos momentos de tranquilidad. La información fluye y no hay casi tiempo para despejarse del ordenador. Ella comenta como una noticia cambia cada segundo, se matiza, se refuerza, se difumina, desaparece... Aquello que acaba de ocurrir y que cambia el sentido de una información. Reordenar la escaleta es ‘la tortura del informativo hasta el último momento’ (p. 107). Hasta que llega el momento de estar en plató y todo dispuesto para ‘*entrar en el aire*’. Cinco, cuatro, tres... A partir de ahí, comienzan los cuarenta y cinco minutos de directo más apasionantes. El equipo entero está en tensión y los engranajes funcionan.

Este volumen publicado en 2016 recoge también experiencias personales de Helena Resano como periodista para cubrir grandes hechos informativos en distintas partes del mundo. Sus viajes y sus experiencias han ido conformando un estilo propio.

De esta obra destacaría el entusiasmo por informar, por estar detrás de las cámaras, su actualidad y su gran utilidad para la docencia universitaria vinculada a los estudios de comunicación y la experiencia descriptiva, de gran valor, para quien aspire a trabajar en el medio televisivo. Se trata de una obra interesante y de lectura recomendable. Hay dos cualidades que la autora de este libro ha demostrado te-

ner: talento y capacidad de superación, tanto a la hora de contar noticias como de narrar estas experiencias a través de este libro.

Carmen Peñafiel

Historia mundial de la comunicación

Perceval, José María (2015)

Madrid: Ediciones Cátedra

El título de la obra ya da cuenta de lo ambicioso de su empresa. “Historia mundial de la Comunicación” rentabiliza al máximo sus 312 páginas para comprimir e hilar sin tregua la sucesión de soportes que, al igual que las imparables zapatillas rojas de la bailarina del cuento de Andersen, han movido a la especie humana en una danza ininterrumpida. Esta metáfora le sirve a Perceval para abrir y cerrar un ensayo vibrante y ágil que da sus primeros pasos en África.

En este continente surge un nuevo ser, el humano, que pervivirá y se extenderá gracias a su debilidad, que le exigirá vivir en comunidad, para lo que tendrá que afinar sus estrategias comunicativas. Al fin y al cabo, “comunicación es simplemente lo que nos hace sentirnos en comunidad” (p. 10). Se abre así la etapa oral-gestual, que el lector surca de la mano de la antropología y de sus investigaciones y teorías. En ellas se explica cómo este mamífero bípedo aprende a transmitir información, a usar la voz y el habla para hacerlo... Y a mentir. Surgen así los cuentos, los mitos, y también los chamanes y los monarcas sagrados.

Guerreros y sacerdotes sustentan su poder. Y serán estos últimos quienes creen los números y la escritura para controlar la riqueza y el relato que la afianza y justifica. En ambos casos, el poder y su perpetuación son la pauta. Se abre así la etapa gráfica, se-

gundo estadio que fija Perceval, y en el que ubica las invenciones de la moral, el Estado y la retórica, plasmadas y recogidas en otras invenciones más materiales: el papiro, el pergamino y, finalmente, el papel.

Sumado al alfabeto y a la expansión de la tinta arábica, y en un contexto europeo de poder creciente de las ciudades y de sus relaciones comerciales, surge y se expande la imprenta de tipos móviles (1453). Y con ella, la figura del escritor, y, siglo y medio después, la prensa. De nuevo, el poder, o su asalto, marcarán su desarrollo y expansión. Pero no solo: “Las noticias comienzan a periodizarse en el siglo XVII por una necesidad técnica: el impresor necesita ganar dinero regularmente, y por un fenómeno psicológico de adicción del público” (p. 131).

El contenido de esas noticias agudizará la lucha entre censores y censurados, pero el interés y expansión por la letra impresa y lo que esta refleja no cede. Y es en la Inglaterra del siglo XVIII cuando este interés se conceptualiza en la “opinión pública”. No es casual que ocurra en el siglo de la Ilustración. “La Ilustración inventa el concepto de comunicación. (...) La utopía ilustrada identifica el saber con la comunicación” (p. 134). Y eso que los enciclopedistas se muestran particularmente hostiles con los gacetilleros, los periodistas profesionales.

Perceval matiza que el espacio de opinión pública no es exactamente democrático, ya que tiene una transversal intangible y sagrada: la patria. “El espacio [de la opinión pública] modela los comportamientos a través de la ficción, las actitudes a través de las modas, las costumbres ordenando la tradición nacional en lo que es correcto y no es correcto, y determina las acciones diarias a realizar desde la tribuna de la prensa” (página 140). Son los medios de comunicación los que sustentan el nacionalismo y el imperialismo del siglo XIX, ambos con un marcado interés comercial de las nuevas elites burguesas. Perceval incide una vez más, al igual que en el conjunto del

libro, en la estrecha relación entre evolución económica, evolución técnica, evolución política y social y evolución en la comunicación.

Relación más estrecha si cabe en la etapa industrial, en la que se produce una progresiva expansión de la alfabetización, una disminución (muy gradual) de la explotación laboral y la consecuente aparición del ocio y de la intimidad. Su industrialización se refleja en el inicio de los medios de comunicación de masas, con el sensacionalismo, los sucesos, el folletín, y de forma particular la novela de suspense, como tractores.

Las innovaciones tecnológicas se suceden y su extensión a las ciudades y a los hogares también. A los diarios se suman nuevos medios de información y entretenimiento: la radio y el cine, que demuestran ser dos poderosas herramientas de transmisión de mensajes. También cuentan con una asombrosa capacidad de manipulación y adoctrinamiento, que tiene en los regímenes nazi y estalinista dos de sus principales exponentes. “Tanto el hombre nuevo de los totalitarismos socialistas como el hombre nuevo racial de los totalitarismos fascistas se construyen desde los medios de comunicación” (p. 207).

Percival dedica un apartado específico a la sociedad del bienestar, vinculada con un planteamiento keynesiano del desarrollo económico en el que el Estado atesora el papel de promotor y garante de una mejor educación, de una mejor salud y de unas mejores condiciones económicas y laborales de su ciudadanía. Esto promueve el consumo directo, y con él, la expansión de la publicidad, y con ella, de la producción de soportes de comunicación que la incluyen, y que buscan nuevos contenidos con los que acompañarla, como el deporte de masas, la música de masas y el cine de masas. Y todos ellos tienen cabida en un aparato que se convierte en el rey indiscutible del hogar: la televisión.

Perceval atribuye al egoísmo y olvido de la clase media favorecida por el Estado de Bienestar la crisis que este sufre, acompañada

de un ascenso a los cielos de los especuladores. Estos cuentan además con un instrumento fantástico, los medios de comunicación, cada vez más dependientes de grandes corporaciones. La hegemonía del deseo de ser famoso, alimentado por los medios, representa además la extensión de esta concepción rápida del éxito. Mediaset y Berlusconi suponen, a juicio de Perceval, la quintaesencia de esta engañosa democratización de la fama a través de la pequeña pantalla.

Otras pantallas, de dimensiones aún más reducidas, reinan en la etapa digital que cierra el libro: los ordenadores, smartphones y tablets con los que la ciudadanía consume y crea información. Esa dualidad tiene en las redes sociales su expresión más pujante, redes que identifican una realidad que está conformando “el universo simbólico más omnipotente que nunca ha existido y el aislamiento más grande jamás sufrido por el individuo ” (p. 286). Y mientras lo hacen, el ser humano sigue bailando al son de la comunicación.

Iñigo Marauri Castillo

Las nuevas fuentes de información. La búsqueda informativa, documental y de investigación en el ámbito digital.

**Cordón García, José A.;
Alonso Arévalo, Julio;
Gómez Díaz, Raquel; García
Rodríguez, Araceli (2016)**
Madrid: Ediciones Pirámide

Se trata de una edición actualizada de *Las nuevas fuentes de información. Informa-*

ción y búsqueda documental en el contexto de la Web 2.0, publicada por primera vez en 2010 y en segunda edición en 2012 por la Editorial Pirámide bajo la autoría de José Antonio Cordón García, Julio Alonso Arévalo, Raquel Gómez Díaz y Jesús López Lucas. Esta tercera edición, que ha visto la luz en febrero de este año, sustituye a uno de los autores de las anteriores –Jesús López Lucas, documentalista– por la profesora Araceli García Rodríguez.

El equipo firmante, compuesto por profesores y bibliotecarios de la Universidad de Salamanca a cuyo frente figura el catedrático de Bibliografía José Antonio Cordón, conoce el tema sobradamente, tanto desde el punto de vista teórico como práctico. José Antonio Cordón, además de su reconocida actividad docente, es director del grupo de investigación E-LECTRA (Edición electrónica y Lectoescritura digital) y comenzó ejerciendo su faceta de bibliógrafo junto a Emilio Delgado López-Cózar (Grupo EC3) en la Universidad de Granada.

Julio Alonso Arévalo es el responsable de la Biblioteca de la Facultad de Traducción y Documentación de la Universidad de Salamanca así como miembro del Grupo E-LECTRA. Raquel Gómez Díaz y Araceli García Rodríguez son profesoras titulares de la Facultad de Traducción y Documentación y, así mismo, miembros del grupo de investigación E-LECTRA

Hasta el momento, este grupo se ha centrado en tres líneas de investigación fundamentales, con diferentes ramificaciones cada una de ellas: el análisis de los componentes estructurales de la edición digital (autores, editores, bibliotecas, lectores), el estudio y valoración de las aplicaciones para lectura e investigación en el ámbito digital y el establecimiento de estándares de calidad para la producción y edición digital. No obstante, según se matiza en la página web del Máster en Patrimonio Textual y Humanidades Digitales que

oferta la Universidad de Salamanca bajo la dirección del propio José Antonio Cordón <<https://diarium.usal.es/masteriemyr/presentacion/>>, sus objetivos son más amplios: por una parte el análisis de las nuevas formas de comunicación escrita, de las nuevas formas de lectura, de los nuevos sistemas editoriales y, por otra, la formación para una correcta apropiación de los nuevos dispositivos, aplicaciones y programas.

No es de extrañar que, desde el principio, saliera un buen producto con base suficiente como para aguantar más de una edición en el mercado. La que ahora se nos presenta supone una puesta al día de los principales elementos que integran las TIC. El manual se estructura como una guía práctica con el fin de proporcionar al estudiante y al investigador los elementos adecuados para el desarrollo de su trabajo profesional, docente y académico. Para ello se hace un recorrido analítico sobre las fuentes y herramientas documentales existentes en la actualidad. Como los autores mismos afirman, se ha prestado especial atención a los fenómenos emergentes en relación con las fuentes: libros electrónicos, e-revistas científicas, bases de datos, acceso abierto, blogs, wikis, redes sociales, pluggins y extensiones, web app, gestores de referencias bibliográficas.... Advierten en su Introducción que los ciudadanos deben adquirir competencias que les permitan conectar con la sociedad en la que viven y participar en los cambios que se vayan produciendo, y esto únicamente será posible si se aprenden las habilidades necesarias para reconocer las necesidades de información y para localizar, evaluar, aplicar y crear información en diferentes contextos sociales y culturales (p. 32).

En este sentido, y contrastando las dos últimas ediciones, podemos comprobar que se mantiene el planteamiento de inicio en torno a la alfabetización informacional con la finalidad de que el usuario pueda seguir

el camino de la información más actual teniendo en cuenta, además, las directrices del Plan Bolonia de Educación Superior, por las que el estudiante debe tomar las riendas de su aprendizaje y ser proactivo. Por lo que se refiere no solo a estudiantes, sino también a docentes y profesionales de la información, los autores remarcan las perspectivas que ofrecen los sistemas de e-learning como nuevas formas de trabajo.

La edición actual presenta un desarrollo mayor que las anteriores en los apartados que hacen alusión a los instrumentos de transferencia de la información científico-técnica y a su visibilidad. Así pues, se resalta la función de las revistas científicas así como de las opciones creadas para la identificación y localización de contenidos cara a los resultados bibliométricos que indican el índice y el impacto de la producción científica. En definitiva, se actualiza también un manual de consulta interesante en el ámbito docente por lo que supone de ayuda y guía en los procesos de acreditación del profesorado tanto como en los de evaluación de la actividad investigadora del personal docente e investigador.

Otro punto importante al que debemos aludir es el de la Bibliografía utilizada, ya que afianza nuestra percepción de que, efectivamente, se trata de una nueva edición con todas las justificaciones. Actualizada y reforzada, la Bibliografía es abundante, muy pertinente, y garantiza el trabajo desarrollado por los autores. Supone, además, una ayuda estimable para la búsqueda que el usuario quiera emprender en cualquiera de los ámbitos que se tocan.

En previsión del desarrollo que pueden alcanzar las tecnologías de la información y de la amplitud de las transformaciones que seguirán suponiendo para la sociedad, sería muy de agradecer una nueva edición de la obra dentro de un tiempo prudente.

Milagros Ronco López

Los mecanismos comunicativos del cine de todos los días. Antología del Colectivo Marta Hernández y Javier Maqua en Comunicación XXI;

Aranzubia, Asier (Coord.) (2016)
Santander: Shangrila

La llegada a nuestro país de las nuevas corrientes teóricas que habían causado furor en la Europa de los años 60 (semiología, teoría marxista, psicoanálisis, etc.) produjo un importante sismo en el campo de la crítica de cine. Asier Aranzubia resume de manera inmejorable la situación: “Por primera vez en sus más de sesenta años de historia la crítica cinematográfica española comenzaba a fundamentar su discurso sobre los estrenos de la cartelera en algo menos vaporoso e inconsistente que los gustos y las opiniones del crítico de turno. La llamada «teorización de la crítica» venía a servir para insuflar cierto rigor científico a un discurso tradicionalmente dominado por el impresionismo y los juicios de valor”. Los artífices de dicha teorización, organizados principalmente en dos colectivos, Marta Hernández y F. Creixells, conformaron lo que se vino a conocer como Nuevo Frente Crítico en un momento en el que las principales revistas cinematográficas habían desaparecido y los críticos trataban de conseguir tribunas en los diferentes semanarios de información general y economía que habían comenzado a proliferar a principios de los 70. La muestra más relevante de las bondades de estas nuevas metodologías la vino a dar el primero de dichos colectivos en las páginas de la revista *Comunicación XXI*, en

una serie de artículos con el revelador título “Los mecanismos comunicativos de todos los días”; serie que ha sido convenientemente recopilada en el volumen que nos ocupa.

Un estimulante prólogo firmado por Santos Zunzunegui nos recuerda las tareas esenciales de la crítica según Georges Steiner y contextualiza política y conceptualmente los escritos a los que el lector se va a enfrentar, poniendo énfasis en la trascendencia del trabajo de Marta Hernández por su voluntad de realizar un “estudio sistemático y metódico, riguroso y exhaustivo de los mecanismos que constituyen a un filme en un objeto de sentido”.

La compilación queda perfectamente marcada por una clarividente introducción a cargo de Asier Aranzubia, coordinador de la publicación, y una entrevista también a su cargo con Javier Maqua, ilustre integrante del colectivo de especialmente entregado a la labor de análisis textual llevada a cabo en esta serie (no es baladí que prácticamente todos los artículos estén firmados con su propio nombre junto al del grupo, como se destaca ya en el título del libro), que viene a arrojar luz sobre las inevitables sombras que siempre rodean la historia de cualquier colectivo.

Tras dar cuenta del estado de la cuestión en cuanto a los estudios académicos sobre crítica cinematográfica española, la introducción de Aranzubia continúa con un sucinto repaso al origen e intenciones de la revista que acogió la novedosa propuesta de Marta Hernández para rápidamente pasar a dibujar con precisión el desarrollo histórico del “desembarco en España de esta nueva manera de entender la crítica” y elucidar el trabajo concreto llevado a cabo por dicho colectivo (que, tras haberse dedicado anteriormente al “aparato cinematográfico español”, pasaban ahora a centrarse en el “hecho fílmico”). Es aquí donde el texto de Aranzubia se revela de gran utilidad, orientando al lector sobre las intenciones del trabajo de Marta Hernández (cuyo objetivo prioritario, aunque no el

único, es estudiar la dimensión ideológico-persuasiva de las películas) y dando al lector las claves necesarias para desbrozar la metodología empleada en la serie, consiguiendo explicar de manera diáfana nociones como la diferencia entre el “nivel signifiante” y el “nivel económico” de los análisis, por poner un ejemplo. Especialmente interesante es su reflexión en torno a las dificultades (y sus posibles motivos) que encuentra su discurso crítico para renunciar al concepto de Autor exterior a la obra y ceñirse a la definición semiótica de autor como “trabajo de escritura, como sistema de procedimientos de significación”, es decir, un autor inscrito en el texto, que forme parte de su materialidad.

El grueso del volumen lo ocupan las nueve entregas que conformaron la serie “Los mecanismos” y un artículo previo titulado “Cine contra realidad” en el que, a modo de declaración de intenciones, explican la postura desde la que abordan el hecho fílmico. A continuación, la primera entrega (“De la crítica al análisis semiológico: instrucciones de uso”) incluye un apartado metodológico a modo de guía para seguir el resto de la serie, en la que abordan los estrenos de cartelera del momento sin hacer ascos a ningún tipo: desde cine americano comercial a autores europeos consagrados, pasando, por supuesto, por el cine español. El contenido, huelga decirlo, alcanza algunas de las cimas de la crítica cinematográfica de este país: baste leer el primer párrafo de la dedicada a “El espíritu de la colmena” para comprobar el rendimiento que su sistema es capaz de extraer.

La serie, vista hoy, presenta también otros valores añadidos: por ejemplo, se revela como un testimonio incomparable sobre aquel proyecto puesto en pie por José Luis Dibildos a mediados de los setenta, bautizado y publicitado por él mismo como Tercera Vía del cine español (siguiendo la fórmula “cine comercial más cine de autor partido por dos”). El trabajo de Marta Hernández nos da una visión de conjunto (no intencionada sino

circunstancial: los estrenos más sonados de dicho “proyecto” coincidieron en el tiempo con su publicación) de aquellas películas, siempre desde su posición metodológica, capaz de extraer conclusiones especialmente interesantes dadas las características político-económicas de la empresa de Dibildos. Por lo tanto, más allá del estudio de la crítica cinematográfica en España o de las metodologías en cuestión, el presente trabajo se manifiesta como sumamente interesante, incluso necesario, para el trabajo de los historiadores cinematográficos interesados en el cine de los años 70.

Las miradas más perezosas tal vez puedan ver esta recopilación como una simple muestra de la llegada de una corriente epistemológica a nuestro país, retrato de una época pasada y unas formas e ideas trasnochadas. Mucho más allá de eso, y en el tradicionalmente pobre y atrasado campo de la cinematografía en España (tanto en su dimensión práctica e industrial como en la concerniente a la teoría y crítica), la aparición de los análisis del colectivo Marta Hernández y Javier Maqua supusieron una toma de postura, un salto cualitativo y un compromiso con el rigor científico cuya posterior evolución y herencia ha dado lugar a los más productivos trabajos hechos en este país en torno al estudio de las formas cinematográficas y la revisión de la historia de nuestro cine. Herencia, todo sea dicho, que no se haría extensible a la crítica cinematográfica española posterior (más allá de la revista *Contracampo*, último bastión del Nuevo Frente Crítico), ni en la prensa generalista ni en las revistas especializadas... pero esa ya es otra historia. Así, con sus aciertos y sus defectos, es de justicia (y seguramente de mucha utilidad) que esta serie de artículos haya sido recuperada por la editorial Shangrila en su imprescindible colección *Hispanoscope* y que pueda ser al fin revisada y colocada en el lugar que merece.

Miguel Zozaya Fernández

Origens e evolução do ciberjornalismo em Portugal: Os primeiros vinte anos (1995-2015) 2ª edição

Bastos, Helder (2015)

Porto: Edições Afrontamento

No han sido pocas las obras académicas destinadas a definir y completar el concepto del ciberperiodismo en el siglo XXI. La era Internet se ha traducido como una revolución de los métodos de realización y transmisión de la información, y ello ha provocado consigo una crisis conceptual en la práctica del periodismo digital. Sin embargo, para poder entender dichos cambios es necesario mirar a la evolución de este género que tomó vida en Internet, contextualizando su evolución en las diversas fases de implementación y adaptación que ha tenido en las sociedades europeas. Es ahí justamente donde reside la singularidad de esta obra escrita por el profesor Helder Bastos, reconocido investigador en el área del periodismo y las ciencias de la comunicación y unos de los fundadores y actual coordinador del Observatório do Ciberjornalismo (Online Journalism Observatory) de la Universidad de Porto. El libro recoge de manera ordenada la evolución desde los primeros portales de los diarios en Portugal en los años 90 del siglo pasado, haciendo hincapié en las fases de exaltación, depresión y suspensión. Uno de los aspectos subrayables es el esfuerzo realizado en la clasificación del género del ciberperiodismo desde sus orígenes hasta hoy en día ofreciendo ejemplos prácticos y exhaustivas descripciones de cada uno de los elementos que transformó, en algún momento de la historia, lo que hoy conocemos como periodismo en red.

Nos encontramos ante una obra compuesta por cuatro capítulos divididos en diferentes

bloques. En el primer capítulo encontraremos una introducción internacional o global al fenómeno del ciberperiodismo, desde las primeras experiencias y hasta su estancamiento. Además de servir como preámbulo para explicar las funciones del periodismo en el entorno digital, es decir, en una sociedad interconectada, se abordan las problemáticas de la “euforia tecnológica” con la inserción del periodismo en Internet. Se reflexiona sobre la idea de Internet como la red de redes que iba a revolucionar toda la sociedad de forma permanente e irrevocable ofreciendo fórmulas utópicas de supervivencia para el periodismo. El libro comienza dando a conocer las primeras experiencias del periodismo en línea a nivel mundial con múltiples referencias, para terminar con el balance negativo que los medios digitales tuvieron sobre los tradicionales. Helder Bastos explica mediante ejemplos cómo la segunda década del periodismo digital comenzó en medio de una grave crisis de los medios tradicionales exacerbada por la popularización de Internet. Si en la primera fase el ciberperiodismo se veía solamente como suplemento de los periódicos en papel, desde el comienzo de la segunda década hubo, para el autor, señales claras de que la difusión de noticias a través de la red iba a tener consecuencias negativas en la circulación de revistas impresas.

El autor dedica el segundo capítulo a contextualizar el fenómeno del ciberperiodismo en Portugal desde los medios de comunicación y su consumo en los años 80 de la década anterior hasta la producción de información en las redacciones web. De hecho, en este capítulo *Origens e evolução do ciberjornalismo em Portugal: Os primeiros vinte anos (1995-2015)* ofrece la transición que se produjo en Portugal desde el primer periódico que informatizó su editorial, *O Comércio do Porto* a mediados de 1985 (fase de implementación, 1995-1998) –Bastos clarifica que a lo contrario de lo sucedido con la introducción de linotipias en su país, esta vez

no hubo movimientos de huelga para impedir la informatización—, hasta la fase de expansión o *boom* de los medios (1999-2000) y terminando con el relativo estancamiento (2001-2015).

Las tres fases son desarrolladas a fondo en el tercer y más extenso capítulo de la obra. Para hablar sobre la evolución, las tendencias, prácticas de trabajo y escenarios cambiantes de los cibermedios en Portugal, el autor plantea los bloques de implementación y estancamiento primero, y, a continuación, lo que denomina como la inversión a contracorriente. Bastos entiende que el estancamiento empieza en el 2009, cuando en el contexto general de los medios de comunicación, las inversiones significativas no favorecen al periodismo en línea. La crisis vital que expone el autor se traduce principalmente en una ola de despidos producidos por la crisis en el mercado de los medios y la caída significativa en el mercado publicitario. Sin embargo, el capítulo concluye con un panorama más positivo cuando en el período 2001-2015 se hicieron importantes inversiones en los medios en línea de Portugal; se lanzaron las versiones digitales de medios tradicionales como la *SIC*, la *Visão*, *A Capital* y *O Comércio* (ambos entretanto cerrados), *Sol* y *Sábado*. Al final del capítulo el autor propone un balance de los primeros veinte años de presencia en la Web.

Por último, Helder Bastos no se olvida de la importancia de entender los diversos modelos de negocios que han experimentado los medios en Internet. El autor explica así la evolución de los modelos de negocio del periodismo digital portugués divididos en cuatro fases. En la primera, entre 1995 y 1999, el modelo de negocio no era particularmente visible y es en la segunda fase, años 1999-2000, cuando explota con la famosa burbuja tecnológica internacional del 'dot.com'. A partir del año 2001 entramos en una tercera fase denominada por el autor de 'ensayo y error', que dura hasta 2009. En

2009 entramos en la cuarta fase, en la que entra en vigor el tema del cobro por contenidos. Este último capítulo está detenidamente desarrollado y se agradece especialmente dada la ausencia de publicaciones académicas elaboradas sobre modelos de negocios en el ciberperiodismo portugués. Bastos subraya que, hoy en día, el hecho de que los cibermedios no hayan sido capaces de encontrar un modelo de negocio viable explica, solo en parte, la baja calidad general de las ediciones en línea.

En definitiva, nos encontramos ante un trabajo científico en torno a un tema en constante metamorfosis, pero sobre todo un trabajo de una originalidad excepcional gracias a la radiografía que el autor realiza publicando una valiosa y útil aportación para el ciberperiodismo y su entendimiento práctico y conceptual en los medios portugueses.

Iratí Agirreazkuenaga

Voces en las sombras. Una historia de las radios clandestinas

Zaragoza, Luís (2016).

Madrid: Ed. Cátedra

El eco de las voces heroicas que resuenan en este libro puede despertar las memorias más olvidadizas, maltratadas por el ruido insistente que hoy nos persigue por todos los medios. Este libro quiere ser, antes que nada, un homenaje a la libertad de expresión y de información que han respirado las radios clandestinas, a través de las emisoras que amenazaban el monólogo del poder y escapaban al control de la censura. Y es también un homenaje a un medio tan discreto que resulta invisible, y lo mismo sirve de consuelo a los

individuos aislados, que encuentra siempre un resquicio para colarse entre los muros que encierran a sociedades enteras.

El ensayo documenta una intensa serie histórica de ocho décadas, evitando la tentación suicida que acompaña a todo inventario exhaustivo, de acabar con la curiosidad del lector, a la vez que con el buen juicio del autor. De lo que se trata aquí es de testimoniar la radio de todo el mundo en la clandestinidad, su presencia y protagonismo en alguno de los hechos cruciales de nuestra historia más reciente. Zaragoza nos prepara para esta aventura, dejando tan claro como es posible los límites de su empeño, que no debe confundirse con otros afanes y proyectos como las radios libres o radios piratas: clandestinas son las emisiones que tienen una finalidad política, y que llevan a cabo organizaciones prohibidas y perseguidas en un determinado territorio.

Desvelar el recorrido de esta radio militante es asistir al alumbramiento de un nuevo mundo, tal y como se gestaba en el siglo pasado: desde la guerra civil española a la guerra en Irak, desde la Unión Soviética a la Alemania nazi, desde el conflicto árabe-israelí hasta el Chiapas zapatista, desde la República Árabe Saharaui Democrática a la Polonia de Solidaridad, desde la Francia colaboracionista hasta la Argelia colonizada, desde la Cuba de Batista a la Cuba de Castro, desde el Vietnam en guerra hasta el Ulster en rebeldía, desde la Sudáfrica del apartheid hasta la España de Franco.

Tras el primer capítulo, donde se establece el sujeto de la obra y sus contornos, para evitar confusiones, se aborda el incierto nacimiento de un género cuyos primeros testimonios son tan escurridizos como las mismas palabras en el éter. Muy pronto asoma la radio en las trincheras de la Segunda Guerra Mundial, a la vez que se utiliza como munición estratégica en el bombardeo de mensajes dirigidos a la retaguardia. Continúa el guión escrito por los dictadores Franco y

Salazar, la guerra fría en las emisiones de radio destinadas al otro lado del telón de acero, América Latina, África, Oriente Medio...

Luis Zaragoza no quiere eludir tampoco el interrogante que pesa acerca del futuro de un género –y de un medio– tan cuestionados en el nuevo horizonte de multiplicación exponencial de medios en la Red, y de sobrea-bundancia de mensajes que más que iluminar el conocimiento, anestesian la curiosidad, eclipsando la capacidad de atención del público. Hoy, el exceso de datos conspira también contra la información, al igual que antes lo hiciera la escasez de la dieta informativa. La respuesta, claro está, es imprevisible, y queda fuera del alcance de este proyecto.

Tampoco se reivindica aquí un protagonismo decisivo de la radio en la transformación del mundo, pero se hace notar su inestimable colaboración y generosidad para dar voz a quienes se niega toda opción de ser protagonistas de sus propias vidas. De la primera a la última página, escuchamos las voces de Ryszard Kapuscinski y Bertolt Brecht, que enmarcan el sino de esta radio clandestina: el deseo de que nuestra voz llegue a alguna parte es una necesidad característica de gentes apesadas que se aferran como a una tabla de salvación a la fe en la justicia del mundo, que están convencidas de que ser oído equivale a ser comprendido y, por lo tanto, a demostrar lo justo de su causa y a ganarla. El dramaturgo alemán pone el punto y final: un hombre que tiene algo que decir y no encuentra oyentes, está en una mala situación. Pero todavía están peor los oyentes que no encuentran quien tenga algo que decirles.

Entre ambos mundos habita también el ser humano en nuestro tiempo de ruido y furia, que sigue necesitando la medicina de una palabra amiga para sobrellevar su existencia. La radio necesaria, la mejor radio que hoy imaginamos, con el permiso de los maestros antes citados, es más intercambiable, justamente para que los emisores

se acostumbren a escuchar más, y para que quienes siempre se conformaron con escuchar, se empoderen, tomando la palabra. Incluso para decidir apagar la radio, de manera que podamos escuchar también aquello que no puede decirse ni gritarse, y que sólo se percibe en medio de un silencio voluntario, libremente elegido, para que emerjan las palabras y los deseos desatendidos que pugnan por expresarse dentro de nosotros, las voces que sólo pueden escucharse entre las sombras de nuestro propio silencio.

Gotzon Toral

Opinión en prensa

Armañanzas, Emy (2016)
(UPV/EHU)

La profesora Emy Armañanzas acaba de jubilarse después de una vida profesional entregada a la práctica del periodismo en las redacciones y a su enseñanza en las aulas de la UPV. Cuando yo la conocí, ambos muy jóvenes, razonablemente felices y bastante indocumentados, al menos en mi caso, Emy era redactora de un periódico bilbaíno, donde cubría con buen criterio y esmero la información de la Diputación Foral de Bizkaia.

Emy pisó su primera redacción en 1977, cuando aún no se había licenciado, compaginando el último curso de la carrera con la práctica de la profesión. Compatibilizó la enseñanza con el periodismo activo, hasta que, a partir de 1988, se dedicó en exclusiva a la Universidad y obtuvo la plaza de profesora.

Quiere la tradición que cuando un trabajador se jubila después de tantos años como ha dedicado Emy Armañanzas a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UPV, la empresa le haga un regalo, un reloj de oro con su nombre y sus años de dedicación a la empresa grabados en la base. En este caso ha sido la profesora Armañanzas quien ha

hecho a la Universidad un hermoso regalo en forma de este libro.

‘Opinión en prensa’ es un gran texto por cuyas páginas fluyen años de conocimiento, de experiencias profesionales, de reflexiones que han suscitado a la autora sus propias prácticas y sus interrelaciones con varias generaciones de alumnos. El título es preciso: acota con exactitud el terreno de lo que se describe y que el lector se dispone a leer. Es en ese sentido un libro inestimable, casi un vademécum sobre esa imprecisa fórmula del periodismo que hemos convenido en llamar ‘opinión’.

A lo largo de mi vida profesional, desarrollada toda ella en el ámbito de la opinión, me he preocupado siempre o para ser más preciso, a medida que iba conociendo mejor la naturaleza de mi trabajo, de establecer con rigor los límites de la opinión y de aprender a distinguir periodismo y literatura, o por decirlo con mayor grado de exactitud, el periodismo y la ficción literaria.

El hecho de que los artículos de opinión de los periódicos, y aun las columnas, sean escritas a menudo por novelistas de renombre, tiene a veces un problema de contaminación. La imaginación del escritor, el deber ser, sus filias y sus fobias o preferencias de cualquier orden, materiales todos ellos indispensables en la construcción literaria, pueden producir graves desórdenes como instrumentos espurios para el relato de los hechos.

Durante años, Emy me ha hecho el honor de invitarme a dar una charla sobre el periodismo de opinión a sus alumnos de 4º curso. Una de las cuestiones de carácter práctico que introduce en estas charlas era la de diseccionar un artículo de opinión de alguna estrella de los medios y someterlo a contraste con la realidad. Ocurría a veces que el relato no se correspondía con los acontecimientos históricos, con los hechos. Los hechos tratados como si fueran opiniones, había escrito Hannah Arendt en 1950. O peor, aún, como elementos de ficción; un corazón opinador,

un alma de tertuliano. Pero sería necesario que los escritores fueran rigurosos en la separación de la ficción y los hechos para no contaminar de literatura sus columnas. Por razones obvias es aún más importante que los periodistas no abandonen la realidad y despeguen hacia la fantasía.

‘Opinión en prensa’ es lo que se entiende por un manual de periodismo de opinión, en el que la autora ha sistematizado el estado de este arte en la actualidad, la historia desde sus precursores, sus actores y las perspectivas de futuro, en línea con la definición que Paul Johnson hacía del columnista y su tarea en un delicioso ensayo titulado ‘El arte de escribir columnas’: “Un columnista puede ser, historiador, dramaturgo o novelista, pero no debe olvidar que a estos efectos es, ante todo y sobre todo, periodista. La mejor columna es la que responde a la novedad, la vincula con el pasado, la proyecta al futuro y expone el tema con ingenio, sabiduría y elegancia”.

‘Opinión en prensa’ es un libro que debería ser de obligada lectura para los estudiantes de Periodismo, aunque yo se lo recomendaría vivamente a no pocos profesionales, aun si llevan años en el oficio, o precisamente por ello.

Cuenta el libro con un prólogo muy pertinente de Fernando Sánchez Gómez, que desmenuza el índice y lo va explicando con método y pertinencia al curioso lector para dar paso a una exposición rigurosa y explicativa, del texto y del contexto, de los hechos de nuestro tiempo, del oficio de contarlos y de las empresas que lo hacen. El primer capítulo, ‘Ideología en la prensa’, se dedica al asunto de los principios editoriales, ideológicos, y al análisis de los editoriales que se posicionan sobre las recientes elecciones. La extraña peripecia vivida por la política española nos ha tenido más de diez meses en un bloqueo político que impedía la formación de Gobierno tras dos elecciones legislativas. Su análisis a través de los editoriales de la prensa española es altamente interesante.

Lamento que la edición del libro no se haya retrasado tres meses para que Armañanzas hubiera incluido en este capítulo el análisis de las recientes elecciones en EEUU.

El editorial es tratado en el capítulo cuatro como expresión de ese punto de vista de la empresa y las características que eso le confiere. ¿Una obviedad? Al parecer no tanto. Uno de los directores con los que he trabajado demandó muy recientemente al presidente de la empresa por haber vulnerado su independencia profesional al intentar imponerle los criterios editoriales.

Todos los géneros de la opinión desfilan por las páginas de este libro, desde el suelto hasta el artículo, la opinión gráfica y la columna, la crítica y la reseña, la opinión de los lectores. Todos ellos están descritos con amabilidad y analizados con rigor y abundantes ejemplos que hacen de ‘Opinión en prensa’ una feliz noticia para el oficio del periodismo.

Santiago González

Ética de los medios de comunicación. Prensa, radio, TV y cine

López Talavera, María del Mar (2016)

Barcelona: Editorial UOC

Como refiere la autora, “la ética es consustancial e inherente al ser humano, pero hay que tener en cuenta que solo actúa a partir de las actitudes voluntarias del individuo”. Precisamente esa disposición es lo que diferencia el ser del deber ser, y lo que va a permitir que la historia sobre la aportación de los medios de comunicación se escriba con tinta azul, como sinónimo de responsabilidad, o con roja, lo que equivaldría a manipulación o distorsión de la realidad. En uno y otro caso los resultados serían totalmente dispares: frente a una ciudadanía informada

y con criterios figuraría otra nucleada y sin discernimiento, cuyos valores e intereses serían diferentes tanto para el individuo como para el grupo social de pertenencia.

María del Mar López Talavera se adentra en la ética de los mass media advirtiendo de que esta, en comparación con el derecho, no es coactiva, punitiva, ni acarrea una sanción legal, sino que “solo es una amonestación en la conciencia interna en caso de incumplimiento”. En esta misma parte introductoria sitúa como fuente primaria y principal de la ética la razón humana, atribución con la que refuerza un pensamiento anterior con el que concluye que “hay ética porque los hombres, al ser seres racionales dotados de razón y pensamiento, tienen la necesidad de justificar sus acciones y sus actitudes ante otros hombres, y sobre todo, y en primer lugar, ante sí mismos y ante su conciencia”.

Desde esa reflexión, la autora repara en los principales aspectos de una ética que pone su foco en los medios de comunicación. Hay, sin embargo, una omisión: Internet. Esta ausencia no resta, empero, interés a su contribución, porque, entre otras razones, rompe con la tendencia a centrar la atención en los medios tradicionales, como son prensa, radio y televisión, extendiendo su trabajo al cine, formato a través del cual también se narran historias capaces de influir positiva o negativamente en, este caso, los espectadores.

El libro, dispuesto en nueve capítulos, no abandona aproximaciones ni definiciones de conceptos sino todo lo contrario. Lo hace desde las primeras páginas con gran claridad, al igual que refleja la importancia de la ética y los valores que esta encierra, y se adentra con idéntica nitidez en el ámbito profesional de esta disciplina. Este apartado se centra en la ética y los principios que rigen para el periodista y comunicador audiovisual, ampliando esa responsabilidad a los fotógrafos de prensa y a los emisores radiofónicos, televisivos y cinematográficos.

Aunque en el análisis hay espacio para los derechos, son los deberes los que se imponen sobre los anteriores. Autores y responsables de contenidos se ven así obligados consigo mismo, con la empresa, el colectivo al que pertenecen y, en especial, con el público. Es por ello que vocablos como integridad, dignidad, responsabilidad u honestidad comparten volumen con términos que encierran rechazo –sensacionalismo, violencia, discriminación–, exigen respeto –intimidad, vida privada, honor, propia imagen– o defienden derechos –menores, réplica, rectificación, cláusula de conciencia–.

Los términos referenciados encuentran su prolongación en otros, con lo que se completa todo un catálogo de normas deontológicas, afincadas, bien a título individual y/o grupal, entre los profesionales, consumidores y colectivos sociales... Con una secuencia lógica, los distintos apartados permiten revisar cuestiones e inquietudes que prevalecen en el tiempo, mientras incluyen nuevas prácticas, problemas y preocupaciones. Es por ello que se dedica espacio a los *paparazzi*, la manipulación de las imágenes por ordenador y la utilización de medios justos, honestos, lícitos y legales para la obtención de noticias y fotografías, entre otras realidades.

Ética de los medios de comunicación no es un libro que se oferta con el único propósito de ser leído. La forma en la que se ha abordado y ejemplificado su contenido permite afirmar que la profesora López Talavera ha querido imprimir en sus páginas una función pedagógica marcada por la búsqueda de un resultado: la asunción e interiorización de las consecuencias de una mala praxis. Para ello cierra los capítulos cuatro, cinco, siete y ocho con diferentes casos prácticos, donde se plantean acontecimientos y preguntas cuyas respuestas obligan a reflexionar sobre lo leído con anterioridad. Los ejemplos ilustran actitudes, comportamientos, hechos, modo en que estos son tratados y consecuencias, entre las que da cabida a las condenas

judiciales. El suicidio del político norteamericano Budd Dwyer, la muerte de Diana de Gales, la fotografía del móvil del diputado socialista Rubalcaba mientras consultaba un mensaje en el Congreso, o los rehenes cautivos en Oriente Medio son una muestra de los 36 asuntos que recoge al final de los respectivos capítulos.

A modo de conclusión puede decirse que la obra está llena de razones para presentarla como un manual pensado para estudiantes y profesionales de la comunicación, e inclu-

so para recomendarla a cualquier usuario de medios escritos o audiovisuales. Unos y otros encontrarán en su interior explicaciones, pautas y orientaciones que les ayudarán a clarificar, matizar, profundizar o conocer los principios que rigen y deben reflejar todo contenido -sea textual, oral, visual o fílmico-, que desde su concepción debe desarrollarse bajo reglas éticas, pensando siempre en el interés público.

Begoña Zalbidea Bengoa
