

Reseñas  
Erreseinak  
Book reviews

**zer**

## ***Métodos cuantitativos de investigación en comunicación***

IGARTUA PEROSANZ, Juan José

Barcelona: Editorial Bosch S.A., 2006

En un momento que en la investigación española de la comunicación vive una grave ausencia de líneas metodológicas claras, coherentes y sólidas; Juan José Igartua aporta con esta obra una herramienta de trabajo de primer orden, que sin ninguna duda se convertirá en uno de los faros guía de la nueva investigación en comunicación.

En este libro, Igartua apuesta de una manera fuerte y clara por el abordaje empírico y positivista para la investigación de los fenómenos comunicativos, y se posiciona sin tapujos en una perspectiva fáctica que aborda los procesos comunicativos utilizando instrumentos que permiten objetivarlos, medirlos y analizarlos dentro o fuera del laboratorio. Pero esta no es una obra más de técnicas y métodos de investigación social o de estadística aplicada a las ciencias sociales. Desde la primera línea a la última, una de las grandes virtudes de este excelente trabajo es la de ser una monografía obsesionada por localizar, concretar, desgranar, explicar y aplicar herramientas para el estudio de la comunicación.

Tampoco es este un libro dirigido exclusivamente a algunos supuestos investigadores de alto nivel. La intensa experiencia en el aula y en el laboratorio del autor le han llevado a armar un amplio manual de 700 páginas que recorre con una claridad sorprendente todo el instrumental metodológico de investigación: desde las primeras aclaraciones que permiten diferenciar el método científico de las otras formas de conocimiento, hasta el planteamiento de sofisticados diseños experimentales multivariantes.

La obra está organizada en 10 capítulos, agrupados en tres bloques conceptuales:

- I) *la comunicación como objeto de estudio científico,*
- II) *técnicas de investigación cuantitativa,*
- III) *análisis estadístico de los datos.*

En la primera parte se aborda la comunicación como objeto de estudio científico, revisando los tres grandes paradigmas (positivista, interpretativa y crítica) desde los que se encaran actualmente los estudios comunicológicos. Esta parte estudia, también, las herramientas conceptuales del método científico, sus distintas etapas y los procesos de construcción de las teorías científicas. Hay que reseñar como una interesante novedad en este tipo de trabajos en el campo de la comunicación que Igartua nos aporta un material muy interesante sobre cómo se organiza la materia en áreas de especialización, en sociedades de investigación nacionales e internacionales y en revistas de impacto. El autor añade, además, un apartado con recomendaciones minuciosas sobre como organizar y presentar públicamente informes o artículos científicos.

La segunda parte del manual desarrolla con un mimo y un detalle dignos de elogio las dos técnicas básicas de investigación cuantitativa de referencia obliga-

da en el ámbito de la comunicación: el análisis de contenido y las encuestas. Posteriormente, se ocupa de desarrollar los procedimientos experimentales. No sería de justicia que no señaláramos el grado de profundidad que alcanza este apartado a través del uso constante de casos y de ejemplos concretos de investigación en comunicación. En esta parte del libro el autor hace, también, una minuciosa revisión de las perspectivas y métodos más novedosos que se están aplicando en estos momentos en torno a estas dos técnicas en el resto de Europa y estados Unidos, dedicando una atención especial a los encuadres noticiosos (*framing*), una línea de trabajo en la que Igartua es experto.

Pero, sin lugar a dudas, la parte estrella de esta obra es la tercera. Juan José Igartua recopila y sistematiza en esta última parte de este sólido manual toda su experiencia personal de investigación y su bagaje como docente de métodos cuantitativos, para destilar un magnífico texto sobre conceptos, métodos y procedimientos perfectamente adaptados a las necesidades y los conocimientos de la investigación comunicológica. A lo largo de 293 páginas, con un estilo científico impecable y con una claridad didáctica sorprendente, Igartua va desgranando y haciendo transparentes esas densas herramientas numéricas del análisis estadístico. Desde los procedimientos más básicos de la significación y el contraste de hipótesis hasta el complejo y fértil análisis multivariante, el autor de esta obra nos lleva de la mano por correlaciones, tablas de contingencia, estadísticos de contraste, análisis univariantes, bivariantes y factoriales como un anfitrión de la estadística que va abriendo las puertas y presionando los interruptores para iluminar una a una todas esas misteriosas estancias de los grandes números que tan a menudo necesitamos los investigadores y en las que, con frecuencia, nos da demasiado miedo entrar.

Pero queda todavía un último elogio por hacer de esta última parte de la obra. De un modo brillante, J. Igartua consigue colmar esta tercera parte de su trabajo de ejemplos concretos, perfectamente articulados con cada uno de los desarrollos estadísticos que plantea, y nos enseña a la vez, paso a paso, el uso del paquete estadístico SPSS, sus aplicaciones, sus recursos y el modo de utilizarlos. Esto hace del trabajo una obra poco común por su eficacia didáctica.

Aunque seguramente su trayecto será lento, la obra que presentamos en esta reseña está destinada a convertirse en uno de los libros de referencia para la investigación en comunicación tanto entre investigadores consolidados como entre los investigadores en formación.

*Ángel Rodríguez Bravo*

Dto. Comunicación Audiovisual y Publicidad  
Universidad Autónoma de Barcelona

## ***La sociedad red: una visión global***

CASTELLS, Manuel (ed.)

Madrid: Alianza, 2006

Para los que no conozcan a Castells la obra supondrá un punto de inicio adecuado para adentrarse en el universo de la sociedad reticular. Se aconseja a estas personas que realicen una lectura reflexiva y que confronten las teorías expuestas con otras reflexiones clásicas de Masuda, Giddens, Touraine... Para los seguidores de Castells el libro reafirma lo ya conocido sobre el Informacionalismo.

*La Sociedad Red: una visión global*, se divide en siete partes que ofrecen un conjunto de textos ilustrativos de la producción científica actual en torno a las sociedades tecnologizadas.

Parte I. *La teoría de la Sociedad Red.*

A modo de introducción se resumen las claves de la *Sociedad Red*. En este capítulo, Manuel Castells se limita a apuntar los argumentos ya conocidos de otros libros anteriores como *The information age* (1996).

Parte II. *Diversidad cultural e institucional de la Sociedad Red.*

En total, se ofrecen tres capítulos que analizan la repercusión de las TIC en cinco realidades referenciales: Silicon Valley, Finlandia, Rusia, China y Gran Bretaña.

“Modelos institucionales de sociedad red: Silicon Valley y Finlandia” es una ampliación del libro de Himanen y Castells *The Information Society and the Welfare State: The Finnish Model* (2002), análisis metódico de las razones por las que Finlandia presume de su situación privilegiada dentro del grupo de países tecnologizados.

Por su parte, Elena Vartanova y Jack Linchuan Qiu realizan un magnífico trabajo sobre la tecnologización de Rusia y el desarrollo de Internet en China. Vartanova concluye que aunque Rusia se sobrepone de la crisis económica posee una cantidad importante de factores para cimentar la sociedad red, aunque el mayor handicap al que se enfrenta es la carencia de <<cultura de redes>> en la que “ni los políticos ni las elites empresariales rusas han demostrado voluntad para transformar las estructuras paternalistas autoritarias en modelos de relaciones sociales y económicas innovadoras y horizontales” (pp. 134-135).

Linchuan Qiu, por su parte, comienza su capítulo lazando dos preguntas que guían su “análisis inductivo”: ¿Existe una sociedad red en China, tal y como parece a través del prisma de Internet chino? y ¿qué tiene de particular este conjunto concreto de formaciones red? De esta manera, Linchuan Qiu examina, entre otros, la difusión, contexto y marco institucional de Internet en el gigante asiático.

Steve Woolgar cierra la segunda parte del libro con una aproximación a las experiencias tecnológicas desarrolladas en Gran Bretaña entre 1997 y 2002 mien-

tras fue director del programa <<ESCR Virtual Society?>> del Consejo de Investigaciones Sociales y Económicas del Reino Unido.

Parte III. *La Economía Red.*

Alstyne, Bulkley, Benner y Zaloom, reputados miembros de la maquinaria literaria científica sobre nuevas tecnologías, exponen la composición de la nueva economía invisible. Una estructura donde la información adquiere un peso relevante en la creación de riqueza –productividad–. En el capítulo se analiza la influencia de la sociedad red en la construcción de un nuevo modelo de trabajo más flexible que el tradicional –Silicon Valley– y la renovación de los conceptos clásicos de mercados financieros por los de redes financieras globales.

Parte IV. *Sociabilidad y estructura social en la era de Internet.*

En “La sociabilidad en red dentro y fuera de la web” Keith Hampton realiza un estudio de varias comunidades virtuales como Netville y la posibilidad de que sustituyan a las relaciones sociales. El autor concluye que la sustitución total es poco probable y resume su estudio de la siguiente manera: “La comunicación mediante ordenador ayuda a superar obstáculos para la interacción dentro de los modelos de relaciones existentes. En vez de transformar espectacularmente nuestra forma de vida, las nuevas tecnologías de la sociedad red tienen un impacto sutil, facilitando la interacción y la coordinación” (pp. 289).

Al capítulo de Hampton le suceden dos estudios de campo. El primero (“Estructura social, identidad cultural y autonomía personal en la práctica de Internet: la sociedad red en Cataluña”), se centra en el proceso de transformación que resulta de la interacción entre tecnología, cultura y sociedad, para lo que los autores se basan en los datos obtenidos de un sondeo realizado a 3.005 catalanes.

El segundo estudio (“Segregación racial y brecha digital en la región metropolitana de Detroit”), lo facturan Baker y Coleman que se centran en las pautas de uso de los ordenadores y de Internet según una serie de variables claves para el estudio de la brecha digital en la región norteamericana.

Parte V. *Internet e interés público.*

Lo más destacado de este apartado son los capítulos sobre aprendizaje y salud virtual.

El primero (“Promesas y mitos del aprendizaje virtual en la educación”), apunta hacia un nuevo paradigma educativo denominado eaprendizaje. Tras un correcto desarrollo de los entresijos del aprendizaje virtual, Tony Bates concluye que “a medida que se perfeccione la tecnología, permitiendo la interacción síncrona y asíncrona, tanto en vídeo como en texto, y a medida que los profesores empiecen a comprender el poder y el potencial del aprendizaje digital, es probable que veamos emerger nuevos y más poderosos métodos en la enseñanza y el aprendizaje” (pp. 357).

El segundo (“Redes de salud virtual y transformaciones sociales: expectativas de centralización, experiencias de descentralización”), viene avalado por James E. Katz o Ronald Rice (*Internet and the health communication* –2001–). Junto a

Sophia Acord, los autores identifican las áreas que han cubierto las expectativas despertadas por la esanidad y realizan una contribución a la sanidad pública e individual de producirse un mayor progreso tecnológico.

Parte VI. *Movimientos sociales en red y política informacional.*

Este apartado consta de dos capítulos de los que destaca “Movimientos sociales en red: movimientos globales por una justicia global” (Jeffrey Juris). El autor realiza un despliegue divulgativo de la evolución de los grupos alternativos, también llamados antiglobalización, y la importancia que han adquirido las redes informáticas en el devenir de estos colectivos.

Parte VII. *La cultura de la Sociedad Red.*

Pekka Himanen escribe el último capítulo que se titula como su libro *The hacker ethic and the spirit of the information age* (2001). Himanen resume su “Teoría del hacker” mediante un paralelismo que realiza del trabajo previo *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism* (1930) del sociólogo Max Weber. Mientras el autor alemán apunta los tres elementos que constituyen el núcleo de la cultura capitalista, Himanen alimenta los argumentos del *Informacionalismo* –como sucesora del Capitalismo– mediante otros tantos aspectos fundamentales de la actualidad tecnologizada: el uso de la tecnología de la información, la organización de la información en redes globales y el procesamiento simbólico de la información.

Jon Murelaga Ibarra

---

### **La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M**

VARA, Alfonso; VIRGILI, Jordi R.; GIMÉNEZ, Elea y DÍAZ, Montserrat (eds.)  
Pamplona: EUNSA, 2006

Resumir el contenido de las actas de un congreso no es tarea fácil y las labores de edición de estos materiales no suelen resultar, por desgracia, más agradecidas. Por lo tanto, en primer lugar, es preciso agradecer el esfuerzo de estos cuatro doctores por la Universidad de Navarra para sintetizar en un volumen fácilmente digerible las diversas aportaciones del XIX Congreso Internacional de Comunicación. Esta reunión se planteó como objetivo el análisis de lo sucedido en cuatro jornadas que, por su impacto humano, social y político, se han ganado el derecho a considerarse un momento clave de la historia contemporánea: unos anticipados ‘idus de marzo’ de los que España no se pudo guardar.

En este compendio se incluyen 41 contribuciones que hacen de esta reseña una tarea que puede desembocar en un tratamiento desequilibrado, ya que resulta extremadamente complicado presentar la diversidad de temas, actores y perspectivas que se pueden consultar en estas 586 páginas. En su lugar, presento a continuación la estructura general de la obra, señalando aquellas contribuciones que,

desde mi punto de vista, pueden resultar más interesantes. De todas formas, parto de la recomendación de que se consulte la totalidad del manual, ya que es la variedad de enfoques la que enriquece notablemente el conjunto de estas actas.

Tras una breve introducción firmada por Elea Giménez y Alfonso Vara, dos de los editores, en la que se pasa revista a los aciertos y errores cometidos por la esfera política y por los medios de comunicación durante la crisis, se abre el primer bloque de trabajos, titulado “Información, terrorismo y credibilidad de los medios”. En él se reúnen catorce aportaciones de signo diverso que comparten como núcleo el estudio de los contenidos y las formas periodísticas cuando cubren materias vinculadas al terrorismo. El diseño de las cabeceras diarias (Martínez-Fresneda, 21-34) o el análisis de la imagen fotográfica (López Raso, 75-84) son temas que parten de los aspectos más formales para alcanzar un nivel analítico mucho más profundo, en el que se encontrarían con otras aportaciones que, desde la psicología social (Cabada, 99-113), la ciencia y la comunicación política (Redondo, 35-50; Herrero y Saralegui, 51-74; Manfredi, 155-158) o la documentación (Jiménez y Torrado, 159-170) acabaron completando una aproximación poliédrica a un fenómeno de complejas dimensiones. El estudio de la opinión pública se complementa con la visión de otros contextos que viven en situaciones de conflicto, como Colombia (Sánchez Zuluaga, 171-190) y Oriente Medio (Manfredi, 191-194).

El segundo bloque comprende quince artículos centrados sobre la función de los medios de comunicación como movilizadores sociales, que tuvo en estos cuatro días de marzo uno de sus episodios más paradigmáticos, al hacerse explícito el potencial de las nuevas tecnologías como germen de movilizaciones ciudadanas. A pesar de que en el título de esta parte se hace referencia tanto a los “viejos” como a los “nuevos” medios, el foco de análisis se centra prioritariamente en la vorágine experimentada en internet con motivo de los atentados y la posterior búsqueda de responsabilidades. La red puso en evidencia su capacidad de agitación, saliendo a la luz un entramado de medios de información ciudadana alejados de los grandes generadores de opinión situados en la esfera pública central (López, Merelo y Tricas, 231-247; López Martín, 307-324). Así, los *blogs* (Doval, 257-270), los foros (Tucho y Vizcaíno, 285-306) o los teléfonos móviles (Salido, 271-284) se convirtieron en la herramienta utilizada por los colectivos sociales para canalizar sus protestas y transmitir las tanto a políticos y periodistas.

En este bloque se incluyen cinco trabajos (Costa, 211-230; Ruano, 337-348; Vicente, 349-360; de Santiago, 361-380; Rodríguez, 381-390) sobre otra de las crisis que ha marcado el comienzo del siglo XXI en España. El naufragio y hundimiento del *Prestige*, unido a la posterior marea de voluntarios y a la reivindicación ciudadana canalizada a través de *Nunca Más*, ofrecen un interesante contraste al comprobar las significativas similitudes y diferencias que median entre dos episodios que marcaron los derroteros políticos y sociales de la España actual.

El tercer apartado se hace eco de las estrategias comunicativas que ponen sobre el tablero de juego los actores institucionales en situaciones de crisis, con cinco artículos que presentan algunas de las decisiones adoptadas por los diferentes actores implicados en la gestión de episodios críticos, centrándose en los sucesos de marzo de 2004 tanto Toral y Santiago (429-440) como Zurutuza (441-454).

Finalmente, el cuarto bloque ofrece un monográfico sobre el tratamiento informativo del dolor en los medios de comunicación. Las implicaciones deontológicas emergen al revisar el comportamiento de los periodistas al informar sobre los atentados del 11-M (Mercado, 497-508; Muñoz, 509-524). Estas actitudes también se revisan en otras catástrofes ya históricas en la historia española, como la presa de Tous o la riada de Biescas (Noguera, 549-562).

Concluyendo, estamos ante una obra recopilatoria que proporciona una revisión exhaustiva de un episodio de incuestionable relevancia en la historia reciente. Cuenta con las virtudes y los defectos de la mayoría de compendios que resumen las aportaciones presentadas en congresos: la diversidad de puntos de vista brinda enriquecedores detalles, pero también se echa de menos un esfuerzo por cerrar un círculo que se expande a medida que se suman capítulos a la obra, difuminando las conclusiones alcanzadas en la propia reunión.

De todos modos, es necesario agradecer el esfuerzo por congregar en un único volumen al disperso colectivo de personas que, desde las diversas disciplinas y métodos de las Ciencias Sociales, se dedican al análisis de las situaciones de crisis. En la medida en que se estimulen los canales de comunicación que unen a estos investigadores, la posibilidad de alcanzar una mejor comprensión de los episodios de desestabilización de los sistemas sociales estará mucho más próxima.

Miguel Vicente Mariño  
Universidad de Valladolid  
miguelvm@soc.uva.es

---

### ***El viaje de la identidad y el nacionalismo vasco en Iparralde (1789-2005)***

AHEDO GURRUTXAGA, Igor  
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

El profesor de Ciencias Políticas de la Universidad del País Vasco, Igor Ahedo, puede cerrar una etapa de su carrera como investigador con estos dos volúmenes que conforman *El viaje de la identidad y el nacionalismo vasco en Iparralde (1789-2005)*. Pues tras otros trabajos como su tesis, *Entre la frustración y la esperanza: políticas de desarrollo e institucional en Iparralde* (2003), libros como *Presente y pasado del nacionalismo vasco en Iparralde*, *El movimiento Demo y a nueva cocina vasca (desobediente)* o *Redes trasfronterizas intervascas* (todos en

2004), y varios artículos, el que fuera galardonado con el premio **Realidad Social vasca 2005**, culmina una trayectoria de muy alta especialización en el tema.

Podemos decir que si alguien quiere saber algo sobre Iparralde y el desarrollo de su identidad, debe referirse a Igor Ahedo. Así lo acreditan, entre otras cosas, las 1.210 referencias que *Google* ofrece sobre él, en inglés, castellano, francés y, por supuesto, euskera. Y volvemos al “entre otras cosas” para centrarnos, nuevamente, en estas 610 páginas repartidas en dos volúmenes dependientes.

La fecha de inicio de esta investigación (que salvo el tono, en la estructura no puede evitar el marchamo académico) no puede ser más clara: la revolución francesa. Que pese a suponer una “profunda crisis de la identidad vasca” (página 95), comienza a esculpir el sentimiento de conservación de la autonomía.

Resulta muy interesante el papel de Iparralde como doble periferia que se desprende de una lectura global del recorrido histórico del libro: por una parte y ante el tradicional centralismo francés, el departamento de Pirineos Atlánticos, como muchos lejanos a París, sufre un abandono institucional. Y por otra, el rol de retaguardia política (nacionalista vasca) que le adjudican algunos ideólogos abertzales.

Además de varias ideas sugerentes, del valor retrospectivo del libro, del catálogo de nombres propios que recoge (sobre todo históricos como Sabino Arana, Pierre Lafitte Marc Legasse o Jean Etcheverry), y del minucioso trabajo de documentación de resultados electorales y evolución de iniciativas políticas bien con origen en Iparralde, bien en el Estado francés, desde los 80, uno de sus máximos valores es el de no desatender el carácter sociológico del trabajo.

Así, *El viaje de la identidad y el nacionalismo vasco en Iparralde (1789-2005)*, proporciona mucha información sobre el movimiento asociativo y las distintas iniciativas, populares o privadas, de mantener un hecho diferencial que no por ello resulta excluyente, aunque el autor no evite hablar del “otros” implícito en este tipo de ideologías.

Finalmente, el tono de narración, sólo alterado por momentos de excesiva profusión de referencias a otros autores que interrumpe ese “nosotros” mayestático muy bien utilizado, hace que circular por sus 610 páginas sea menos cansado de lo que pudiera parecer. Sobre todo si tenemos en cuenta que el proyecto pretendía exponer el recorrido principal en la conformación de la identidad vasca de Iparralde, incluidos los fracasos que llevaron a otros intentos, pero excluidos los elementos irrelevantes, todo profusamente documentado, como ya hemos mencionado.

Por cierto, la edición es sencilla, sobria, tradicional, rústica con las tapas verdes y con papel suave pero oscuro. Muy vasca, en definitiva.

*Iker Merodio*

## **Lenguas y comunidades en la Europa moderna**

BURKE, Peter.

Barcelona: Akal, 2006

Gaur egungo historiografiaren bide emankor bat historia soziala izan da azken hamarkadotan, eta haren barruan, kulturaren historia. Azken korrante historiografiko honen aitzindarietako bat, dudarik gabe, Peter Burke irakasle britaniarra dugu. Burkeren tresna metodologikoak kazetaritzaren historiara aplikagarriak direlakoan, gero eta gehiago gara historia sozio-kulturalaren kontzeptuak erabiltzen saiatzen garenok. *Languages and communities in Early Modern Europe* izeneko liburua bereziki interesgarria da gure ikerketa-lanetan kazetaritzaren historia eta hizkuntza –kasu honetan, euskara; edozein izan daiteke– lotzen ditugunontzat.

Liburu hau kontuan hartzekoa da oso; beharbada ez da Peter Burkek egin duen originalena, oso ikuspuntu orokorra ematen baitu, bai Europako hizkuntzen historiaren aldetik, bai oinarri teorikoen aldetik ere. Horregatik, hain zuzen ere, erabilgarria da bide berriak jorratu nahi dituenarentzat. Hasteko, historialaria izanik, hizkuntzei buruz idazteko arrazoi sendo-sendo bat ematen duelako: “Zer egiten du kulturaren historialari batek hizkuntzei buruz idazten?”, galdetzen dio bere buruari. “Arrazoi bakar batengatik: hizkuntza kultur aldaketaren indikadore fidel bat –ez isla hutsa– delako”

Liburuak hizkuntz komunitatearen kontzeptuaren gainean eraikitzen du bere diskurtsoa; oinarritzkoa da Peter Burkeren ikuspuntuan. Historiografia alemaniarretik dator (*Sprachgemeinschaft*), 1920eko hamarkadan erabiltzen hasi zen eta honela definitu daiteke: “Talde bat [...] non hizkuntza bat edo hizkuntzaren barietate bat erabiltzen eta ulertzen den”, batzuetan ere “interpretazio-komunitatea” deitzen duguna (Burke, 2006: 11).

Kontzeptu iristakorra, Burkek berak dioenez; kultura eta nortasuna ere halakoxeak dira askotan, haren esanetan. Badu abantaila bat: “Benetako komunitateak kaotikoak badira ere, komunitate idealek (‘komunitate asmatuak’, Benedict Anderson-en hitzetan), beren aldetik, oso muga zehatzak erakusten dituzte”; eta “homogeneitasuna, mugapena eta adostasuna ez da hain erraz aurkitzen ikerketa bat burutzen denean”, baino, oztopo bat da (Burke, 2006: 12). Horixe gertatzen da muga lausotuko hizkuntzak dituzten komunitateetan, gutxiago euskararen kasuan, inguruko hizkuntzetatik hain urrun (baina ez isolatua), linguistikoki. Kasu honetan, adibidez, zailtasun nagusia hiru arrazoi hauetatik letorke:

Hiztun, edo idazle, edo kazetari batzuk, jaio edota lan egiten dutenak oso estatu-antolamendu ezberdinetan: espainiar eta frantziar estatuak, edo Estatu Batuetan. Haren ondorioz, oso kazetaritza-tradizio ezberdinak. 1890eko hamarkadan, adibidez, Kaliforniako, Ipar Euskal Herriko eta Hego Euskal

Herriko kazetagitza erabat ezberdina zen, baita hizkuntz ereduaren aldetik ere.

Garai historiko ezberdinetan, oso euskalki ezberdinen erabiltzaileak ditugu. Are gehiago: garai historikoen arabera, hizkuntz barietate horien arteko alde zein parekotasunak azpimarratu izan dira; kazetetan, lehenik eta behin. Gogora dezagun, esaterako, euskarazko aldizkarietan ortografia (hori baino ez) bateratzeko lehen ahaleginek porrot egin zuten, 1901eko Hendaia bileran famatu hartan. Gutxienez, Iparreko kazetariak akordio batera iritsi ziren. Ez zen horrela gertatu, ordea, Hegoan, non Sabino Aranaren ideia linguistikoek (politikarekiko menpetasuna, alegia) zailago egiten zuten. Euskara batua askoz beranduago taxutzen hasi zen, 1968an. Gaur egun, batuaren onarpen-maila oso altua bada ere, badago gaur egungo euskal kazetaritzan bestelako forma dialektal edo tokian tokikoen erabilera, neurri eta forma ezberdinetan.

Badago beste faktore bat, kontuan hartzekoa euskal kazetarien kasuan adibidez; ez dira gutxi hizkuntza bat baino gehiago erabiltzen dutena. Horregatik, Peter Burkek dioenez, “nortasun-ekintza batzuk egiten dituzte, egoeren arabera” (Burke, 2006: 13), horren ondorioz diglosia-egoera batzuk gertatzen dira, neurri batean zein bestean. Horren froga garbia: historikoki, kazetari euskaldunek izengoiti batzuk erabili izan dituzte erdaraz zein euskaraz idazteko, komunikabide batean edo bestean agertzeko.

Kontzeptu hauetan oinarrituta, eta efektu akademikoetarako, Euskal Herria bere esanahi literalenean hartuko genuke, “euskararen herria”, alegia, “euskaraz hitz egiten duen (edo elkarri ulertzen dion) lagun-multzoa” izango litzateke. Halaxe egin genuen gure doktorego-tesian (*Euskarazko prentsa XX. mendean, 1919-1937*, Leioa, 1992), euskaraz egindako kazetaritza modu orokorragoan aztertu ahal izateko, Hego eta Ipar Euskal Herriko aldizkarietan egindako, alegia, eta baita Parisen, Berlinen, Kalifornian edo Mexikon argitaratutakoetan ere.

Burkek hizkuntzen historia kultural bat proposatzen duen modu berean, harantzago joan gintezke eta hizkuntza batez egindako kazetaritzaren historia sozio-kulturala egin zitekeen. Burkek berak ere ez du alde batera uzten beste diziplina batzuetatik datozen kontzeptuak bereganatzen ditu, esate baterako Harold Innis-enak (Burke, 2006: 109), 1951n *The bias of communication* bere liburuan, komunikabideek aldaketetarako joera erakutsi ohi dutela esaten baitzuen, iraultzeaz (adibidez, inprentarenaz) mintzatzen direnen determinismoa moderatzen duelako. Zeregin hau zailago izan daiteke estatudun hizkuntzen kasuan –zilegi liteke, hala ere, kasu hauetan planteatzea ere–, are gehiago estatu batean baino gehiagotan mintzatzen diren hizkuntzen kasuan (gaztelania, esaterako), lehenagoa aldu ditugun badaude ere. Baina errazago dirudi estaturik gabeko hizkuntzen kasuan edo, estatu izanda (Espainiar estatuko hizkuntzek badute estatu bat, espainiarra, eta nola edo hala erakunde autonomikoek estatu horreni zenean eta delegazioz hainbat eskuduntza ditu, legalki hitz egiten), egoera minorizatuan dauden hizkuntzen kasuan. Espainiar estatuan badaude kasu

batzuk, zeinen ikerketa konparatuak emango ligukeen, gure iritziz, zenbait giltzarri hizkuntza komunitate ezberdinetan nola garatzen diren komunikazio-sistemak ulertu, eta nola bizi diren hizkuntza eta kultur politika ezberdinen gerizpean eta adierazi ahal izateko. *Hizkuntz politika* Burkeren liburuan beste kontzeptu funtsezko bat da, ezberdintasun batez: berak garai historiko bat aztertu du (Europa modernoa) non hitza bera ere anakronikoa den; gaur, aldiz, boladan dago.

Nire ustez, ikuspuntu honetan oinarrituta, Penintsulako hizkuntzen (portugesak eta gaztelania barne) kazetaritzaren historia konparatua egin daiteke. Has gintezke egoera minorizatu batean bizi direnekin: gailegoa, asturiera, euskara, katalana, aragoiera eta aranasa (hizkuntza okzitanoaren kasua, bide batez esanda, ezin interesgarria da). Lege-egoera, ofizialtasun-maila, gramatikalizazio, kazetaritzaren eta literaturaren garapen edo hiztunen kopuru ezberdinek –areago, era diakroniko eta sinkronikoz eginda– oso koadro konparatibo aberatsa emango ligukeelakoan gaude. Begi-bistan dauden datu batzuk baino ez aipatzearren: hizkuntza latindarren (aipatutako guztiak, euskara izan ezik) eta euskararen arteko aldeak; historikoki, latindarrek (latin beraren ondorengoak diren heinean) presentzia (eta ausentziak) eduki dituzte administrazioan eta kulturean, gaztelaniaren nagusi bihurtu arte, oso arrazoi konplexuengatik, bere dimentsio osoan aztertu beharko genituzkeenak –adibidez, hiztunen jarrera. Hizkuntza minorizatu hauek guztiak berreskuratze-prozesu bat bizi izan dute, etab izi dute, hizkuntz komunitate baten parte sentitzeko urguilua, garai ezberdinetan eta ezaugarri ezberdin eta komunekin gertatzen direnak: *Renaixença* katalana, Euskal Pizkundia edo letra gailegoen errenazimendua, esate baterako. Asturiera eta aragoiera, bestalde, berandu iritsi dira halako prozesuetara; bere autonomi erkidegoetan ez dira erabat ofizialak, eta orain ere Penintsulako beste hizkuntzek gainditutako zailtasunak jasaten dituzte.

Aspektu sozialen eta kazetaritzaren zeregina nortasunak, gizarteak, imaginario kolektiboak eraikitzeke orduan, hizkuntza beraren barietate estandar bat (edo batzuk) gramatikalizatzeko nola komunikadeek laguntzen duten, edo nola dialekto edo soziolektoak erabiltzen dituzten, nola akademiak sortu edo prestigiatzen laguntzen duten edo ez, hizkuntza arautzeko erakunde politiko-administratiboekiko (edo bestelako erakundeekiko erlazioak ere: erlijioarekin, adibidez) nolako harremanak dituzten ikertu beharreko beste gai batzuk dira. Merezi du, gure ustez, Peter Burkek dioen bezala egitea: konplexurik gabe. Ez litzateke izango, beraz, “hizkuntza nazionalen hazkunde organikoaren historiak” egitea, “garbitasun linguistikoaren kezka forma” hartzen badute ere (Burke, 2006: 194), komunitate eta identitateen ikuspuntutik historia sozial egitea baino.

*Javier Díaz Noci*

**Radio e información.****Elementos para el análisis de los mensajes radiofónicos**

RODRÍGUEZ BORGES, Rodrigo Fidel

Tenerife: Servicio de Publicaciones de la Universidad de la Laguna, 2006

El libro de Rodríguez Borges, parcelado en cuatro epígrafes principales, hace un repaso del proceso informativo radiofónico, partiendo desde sus características tecnológicas y técnicas del propio medio hasta, en los últimos capítulos, ir concretándose en el análisis del mensaje y, concretamente, en los formatos y géneros informativos. Se ofrece un viaje a través del medio, en el que se incluyen diversos aspectos del mismo y ofrece, a modo de panorámica, una visión de conjunto, sin enfocar en el detalle, pero sin obviar lo imprescindible.

En la primera parte del libro, el autor describe los fundamentos técnicos de la radiodifusión y enumera los precedentes que dieron lugar a su invención en el primer capítulo. Dos más dedicados a la emisión completan este epígrafe, si bien en el tercero se incide más sobre la tecnología que interviene en el proceso de realización, tanto analógica como digital, aunque las bondades de esta última se limitan a las de un software muy concreto, cuyas características serían en cierta medida extrapolables a otros programas informáticos. Es ésta, sin duda, la debilidad de este texto, que abarca casi la totalidad del proceso radiofónico, pero lo hace de manera muy descriptiva y superficial, compilando en algunos casos lo ya recogido en otros manuales precedentes y sin aportar muchas novedades.

Sin embargo, en la parte más positiva, hay que destacar la inclusión, a modo de cierre, de lecturas complementarias al final de cada uno de los capítulos. Se trata de textos breves, de amena lectura y gran interés, que ilustran los conceptos desarrollados en la teoría o, a modo de cortes radiofónicos, dan testimonio de lo que se cuenta. Hay que destacar lo acertado que ha estado Rodríguez Borges a la hora de seleccionar estas lecturas y agradecer el esfuerzo que le ha supuesto, en algunos casos, su traducción de los originales, que ha permitido por primera vez su lectura en castellano.

En la segunda parte del libro el autor lanza una mirada retrospectiva y narra los orígenes de la radio en Estados Unidos, Europa y España, en tres capítulos diferentes. En el dedicado a la radiodifusión europea distingue tres modelos diferentes –británico, francés y alemán– que marcaron tres maneras diferentes de hacer radio en la Europa de preguerra. En el caso de España, el autor realiza un breve resumen de la evolución de la radio informativa, sometida a una férrea censura durante los años de la dictadura de Franco de la que fue zafándose en la Transición, y esboza levemente el mapa radiofónico surgido tras la misma y que, con pocas variaciones, se ha mantenido hasta hoy.

El medio radio y sus características propias es el tema principal de la tercera parte del manual. La singularidad de la radio, frente a la prensa y la televisión –el

autor no hace referencia a Internet, con quien este medio comparte algunas similitudes— repercuten no sólo en la recepción sino también en el propio mensaje. Así, en el capítulo octavo, Rodríguez Borges define los elementos que forman parte del lenguaje radiofónico —palabra, música, efectos de sonido y silencio—, mientras que cierra el epígrafe un apartado dedicado a la redacción radiofónica y sus peculiaridades, a la vez que hace referencia a los libros de estilo que marcan la manera el enfoque del mensaje informativo en las distintas emisoras.

Para finalizar, los mensajes radiofónicos, estructurados en torno a una parrilla de programas que responden a diversos formatos, son el tema tratado en la cuarta y última parte del libro. Capítulo especial reciben dentro de la misma, la información y los diferentes géneros informativos radiofónicos, en los que el autor se detiene para ofrecernos ejemplos —guiones incluso— de cada uno de ellos, lo que contrasta con el tratamiento dado a otros apartados del texto, donde el autor no llega a detenerse. Sin embargo, tal y como se apunta en el título, hay que reconocer que todos esos aspectos esbozados en anteriores capítulos inciden de manera directa en los contenidos y las formas del mensaje radiofónico, y que todos ellos son elementos a tener en cuenta a la hora de analizarlo.

En conclusión, si bien el manual no aporta ninguna novedad con respecto a textos precedentes —entre otras razones, porque la bibliografía sobre la radio es muy y abarca a la mayoría de sus aspectos, desde la producción a la realización, pasando por la historia y análisis del discurso—, el mayor logro de este libro es, en mi opinión, el de ofrecer al lector una panorámica general del medio e introducirle en el conocimiento del mismo desde lo más general a lo concreto, sin la pretensión enciclopédica en la que caemos en muchas ocasiones docentes e investigadores, por lo que es ideal como manual de consulta para los alumnos de las facultades de comunicación, así como una lectura amena para todo aquel que quiera conocer el medio.

*Arantza Gutiérrez Paz*

---

### ***L'ofici de comunicòleg. Mètodes per investigar la comunicació***

SORIANO, Jaume

Vic: Eumo Editorial, 2007

El estado de la investigación sobre comunicación va adquiriendo, a pesar de su juventud —al menos, comparada con otras disciplinas científicas— un carácter cada vez más profesional, si se nos permite la expresión, conforme las nuevas generaciones se hacen con un sitio ganado por propios merecimientos en la Universidad española. El voluntarismo, muy de agradecer, y la labor pionera, de las primeras generaciones, va dando paso a una labor investigadora cada vez más reglada, más estándar, más parangonable al de otros

campos de conocimiento con más solera, con un nivel de exigencia similar. La labor, oscura, ardua y áspera en ocasiones, y no siempre reconocida, de los metodólogos, es indispensable si queremos que los estudios de comunicación tengan el mismo reconocimiento que, sin ir más lejos, los de otras disciplinas de las áreas de las ciencias sociales.

Existen ya algunos libros muy notables sobre la metodología de la investigación en comunicación, pero el que nos ocupa, sin ser mejor ni peor que aquellos otros, tiene, creemos, una ventaja: es un libro de un autor único –no está compuesto por capítulos o aportaciones de diversos autores, a la manera de un *reader* anglosajón– y, además, está pensado para los alumnos de los últimos cursos de las actuales licenciaturas de Periodismo o Comunicación Audiovisual. Una licenciatura que, por cierto, pronto será sustituida por grados y posgrados, estos últimos a su vez divididos en profesionales, de investigación o mixtos, y donde asignaturas sobre metodología de la investigación en comunicación deberían ser una piedra angular.

El libro que reseñamos, del profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona Jaume Soriano, es un manual, manejable, por tanto, claro y directo al grano, que explica en cuatro capítulos los pasos para armar correctamente una investigación como Dios manda. El primer capítulo se dedica a los fundamentos epistemológicos de la investigación en general, y en concreto la investigación en ciencias sociales, así como a las estrategias para planificar un proyecto de investigación. El segundo capítulo se refiere a la investigación de públicos: experimentos, grupos de discusión, y otras técnicas. El tercer capítulo trata de la investigación de los textos y las técnicas aplicables, bien sea el análisis de contenidos, los modelos de análisis textual (el investigador como intérprete), las técnicas semiótico-estructurales, el modelo retórico y el modelo discursivo. El cuarto y último capítulo versa sobre la investigación de los emisores: los medios como instituciones sociales (investigación sobre producción, historia, estructura de la comunicación), la investigación etnográfica, las entrevistas y la investigación empírica secundaria.

El libro del profesor Soriano resulta así un panorama general, introductorio, pero claro y comprensible, para iniciarse en la investigación sobre los diferentes aspectos de la comunicación. Como muy bien dice el propio Jaume Soriano, (traducimos del catalán) un manual es “un libro que expone las cuestiones fundamentales sobre un tema determinado y que facilita una consulta ágil y rápida”. Este manual confiesa dedicarse, sobre todo, a *cómo* se investiga, algo menos a *por qué* y deja abierto el *cómo*: la división tripartita (capítulos 2 a 4) es lo suficientemente amplia para que todo el que se inicie en la actividad investigadora encuentre un buen punto de inicio a partir del cual adentrarse en el conocimiento de los métodos y técnicas necesarios para llevar a buen término su empeño. Es de prever, por tanto, que en un futuro no muy lejano comiencen a publicarse manuales específicos, también de tipo metodológico, sobre esos campos más concretos de la

investigación en comunicación. El momento de cambio en que nos encontramos, y la posición de ventaja de los estudios de comunicación en España con respecto al resto de los países de Europa lo hacen, creemos, francamente aconsejable.

*J.D.N.*

---

## ***Música y comunicación***

ALCALDE, Jesús

Madrid: Fragua, 2007

Nos hallamos frente a un libro que, a pesar de su carácter de manual, presenta en sus contenidos unos claros rasgos de originalidad. Y, sin embargo, se trata de un trabajo, si no necesario o imprescindible, sí francamente útil tanto para los estudiantes de comunicación como para los profesionales de los medios audiovisuales, e incluso para los estudiosos e investigadores que quieran contar con unas bases sólidas para entender el fenómeno del empleo de la música en el medio audiovisual. En 250 páginas, el profesor de la Universidad Complutense de Madrid Jesús Alcalde ofrece un compendio sólido de “las maneras de comunicar de la música”, y no sólo los aspectos técnicos, también los pragmáticos, poniendo el acento en la relación.

Consciente de “la precariedad de escritos que tratan la música desde su propio conocimiento y su rendimiento comunicativo”, el profesor Alcalde lleva a cabo algo más que “algún esfuerzo, siquiera elemental, encaminado en ese sentido”. De hecho, el manual que reseñamos es un compendio que dedica casi doscientas páginas (cuatro quintas partes) a describir aspectos generales de la música, y el resto a la relación entre música y audiovisual. En realidad, todo el último capítulo (el quinto, titulado “La música del audiovisual”) y parte del cuarto (los epígrafes “Orígenes de la música cinematográfica” y “Comunicación y música”) se dedican, concretamente, a la relación entre música y cinematografía.

El libro se inicia con unas cuestiones conceptuales cruciales: hasta qué punto la música puede considerarse un lenguaje, y sus funciones comunicativas. Desde el comienzo, el autor deja claras sus preferencias: la denominada “música clásica” o “cultura”, en realidad, como han dejado demostrado escritos como los de Nikolaus Harnoncourt, concepciones heredadas del Romanticismo y el siglo XIX. De hecho, el primer capítulo dedica todo un punto al concierto entendido de ese modo.

El segundo capítulo versa sobre los componentes sonoros y discursivos de la música: tiempo, armonía, tonalidad, timbre, formas y temas. Se trata de conceptos básicos de cultura musical, que cualquier estudiante de conservatorio domina, y que igualmente el sistema educativo debería garantizar en cualquier persona culta. No es extraño, sin embargo, encontrar quienes no lo tengan como familia-

res en nuestras facultades. De hecho, difícilmente puede realizarse cualquier labor de crítica musical en los medios de comunicación –ni prácticamente cualquier uso del material sonoro en los mismos– sin estos conocimientos básicos.

Por eso, el tercer capítulo de la obra del profesor Alcalde se extiende sobre el análisis y significado de la pieza musical, y sobre las modalidades de la escucha. Se trata este último de un punto de lectura más que conveniente en estos tiempos en que la música, que nunca ha sido tan omnipresente, se oye más que se escucha.

El cuarto capítulo explica las fases de desarrollo del pensamiento musical, desde el canto llano al postromanticismo, pasando por los “afectos musicales” del barroco. Se trata, en nuestra opinión, de otro capítulo de obligada lectura, ya que, debido a la predominancia del estilo, lenguaje y educación musical proveniente del Romanticismo, toda la música precedente ha quedado contaminada por ese punto de vista, cuando su función era muy diferente. Es decir, comprender la música –y, en general, la cultura– supone entender el momento histórico y la sociedad en que se produce (o se reproduce), sus necesidades, gustos y concepción de la vida.

Como decíamos antes, este cuarto capítulo, el penúltimo, ya introduce al lector en la música cinematográfica que, en términos más eminentemente prácticos o utilitaristas, es lo que probablemente más interesará a quien se acerque a esta obra de Jesús Alcalde. La utilización de música en la cinematografía es el tema de todo el quinto capítulo, que a su vez se divide en dos grandes temas: la definición de la música cinematográfica y la retórica de la misma. El primero de los puntos define qué es la música incidental, la música modular, los estándares de forma, el ajuste audiovisual y las prácticas significantes. El segundo explica las figuras retóricas de la música cinematográfica, las figuras de construcción y las figuras de significado.

Precisamente, es nuestra opinión, es este último capítulo el que convendría desarrollar en obras posteriores, puesto que es el que está más claramente enfocado al interés de los alumnos –e incluso de los profesionales de los medios– de comunicación, aunque es obvio que, sin una educación musical seria previa, que se da en otros países de Europa pero no en España, no puede acometerse con garantías en nuestras facultades. Y es una pena; sería de esperar que la definitiva puesta en marcha del Espacio Europeo de Educación Superior dejase suficiente espacio y flexibilidad a la presencia de enseñanzas relacionadas con la música, una parte importantísima del lenguaje musical, hasta el punto de que la vigente Ley de Propiedad Intelectual atribuye la condición de autor del, por ejemplo, una película, sólo a tres personas: el director, el guionista y el autor de la música. Todo lo relacionado con esta última no debería dejarse al albur de aficionados con más o menos gusto, sino en manos de profesionales que actúen con conocimiento de causa. Es cierto, por otra parte, que la separación de la enseñanza superior de música de la Universidad –que tampoco, por cierto, se produce en otros paí-

ses europeos— poco ayuda a su consideración social o su prestigio académico, y que en más ocasiones de lo que sería deseable consideramos que la música es poco más que un fondo sonoro que puede solucionarse echando mano de canciones pop más o menos agradables, más o menos apropiadas, más o menos lejana o cercanamente relacionadas con el tema del propio producto audiovisual, en vez de encargarlas expresamente a verdaderos profesionales de la música.

En cualquier caso, y a pesar de su carácter introductorio, y de manual de asignaturas optativas, la obra de Jesús Alcalde es un toque de atención acerca de la importancia de la música en la enseñanza de la comunicación. La obra, un tanto densa —como corresponde a su carácter de obra pionera, que intenta no dejarse en el tintero nada importante—, cuenta con la mano experta de su autor, bien formado musicalmente y profesor de Comunicación Audiovisual, lo que se revela en la concepción didáctica de la obra, la presencia de cuadros, resúmenes y ejemplos, que es una pena no se complementen con fragmentos musicales presentados bien en formato cedé, bien accesibles a través de una página web.

*Javier Díaz Noci*

---

### ***Políticas de comunicación e identidad cultural: estrategias gubernamentales sobre la comunicación global***

LÓPEZ GÓMEZ, Antía María

Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela Publicacións, 2007

Se echaba de menos un manual así, que cubra los contenidos de una asignatura que, obligatoria u optativa según las facultades, ocupa un lugar muy importante de los planes de estudio a punto de reformarse, y seguramente lo será aún más en la convergencia europea que se avecina: el estudio de las políticas de comunicación. Y es de celebrar que se trate de un manual breve a la vez que completo, bien documentado, claro y didáctico, y con una voluntad de no ser una mera obra de circunstancias, ni circunscrita a la realidad local de la universidad donde presta los servicios su autora. Nos encontramos frente a un producto dirigido a los alumnos, que explica muy bien las bases teóricas de la disciplina, su origen histórico, los diferentes puntos de vista desde los que se ha abordado su estudio, y los rasgos principales de las políticas de comunicación de Europa y sus diferentes estados. Lo hace de forma valiente, sin limitarse a una mera descripción; la obra no rehúye temas importantes, que pueden resultar polémicos, como la identidad cultural y los condicionantes económicos de las políticas comunicativas: globalización, privatización o liberalización del sector audiovisual, por ejemplo.

Se trata de un empeño nada fácil: la gran tentación de este tipo de materias es detenerse en políticas concretas, localizadas geográficamente, es decir, en las disposiciones normativas positivas de determinados estados o comunidades autónomas; no es que eso, obviamente, tenga nada de malo, sino que se trataría de fijarse sólo en la casuística, en lo contingente si se quiere, más que en lo sistemático. Es decir, creemos que el manual que reseñamos no puede estar mejor enfocado: el texto sirve para proporcionar al alumno los conocimientos teóricos y conceptuales necesarios para luego, cada curso y en función de los planteamientos normativos y las disposiciones que en cada momento se vayan adoptando, poder analizar las mismas.

El libro de Antía López es, además, un modelo de ordenación: comienza explicando el marco disciplinar y la propia noción de políticas de comunicación, no siempre un concepto unitario o pacífico. Lo hace teniendo en cuenta su abordaje teórico desde que, en los años 70, comienza el debate político. La profesora López tiene en cuenta, a continuación, cómo surge el concepto y las propias políticas de comunicación, tanto en el tercer mundo como en los países desarrollados y, en el segundo capítulo del libro, explica la influencia de las diferentes ideologías, de la pugna entre grandes bloques, el papel de las instituciones supranacionales (la UNESCO, por ejemplo) y cuestiones tan importantes, y que deberían tomarse con la seriedad y el rigor académico con que lo hace Antía López y no con la falsa progresía de izquierdas (y derechas) más o menos divinas o la ligereza de moda a la que desgraciadamente estamos tan acostumbrados en determinados foros, como la dependencia tecnológica, la economía política o la profesionalización.

El tercer capítulo versa sobre otro tema inexcusable: las políticas de comunicación como políticas públicas, es decir, el papel del Estado en la regulación de la comunicación, el interés público o la coexistencia de un sistema global y de los sistemas estatales que, su vez, y es el caso del estado español, pueden contener otras instancias que, igualmente estatales, actúan por delegación o transferencia (reparto) de competencias. Europa (con algún detalle sobre el caso español) y sus políticas comunicativas son el tema del cuarto capítulo.

A lo largo de toda la obra se van apuntando temas que, a poca curiosidad que demuestren los estudiantes y los estudiosos de la comunicación, darían muchísimo juego. Cuestiones que, una vez más, van más allá de la casuística puntual de las estrategias de tal o cual partido político, grupo o institución, o de iniciativas legales determinadas, para demostrar la existencia de verdaderos sistemas y tendencias regulatorias, económicas o políticas en las que la comunicación es algo más (que también) que un instrumento auxiliar. La profesora López Gómez ha escogido adentrarse en la identidad cultural.

Ése es precisamente el tema del quinto capítulo: Antía López explica cómo se instrumentaliza políticamente la noción de identidad cultural, cómo se mercantiliza ésta, cómo se superponen los proyectos políticos, económicos y culturales,

cuál es la relación entre la construcción de la identidad y la segmentación social y otros temas cuyo desarrollo investigador daría –y seguramente dará– sus frutos en forma de tesis doctorales, proyectos, libros y artículos.

Finalmente, el sexto capítulo gira en torno a la globalización: acertadamente, la profesora López Gómez dedica todo un epígrafe a la coyunturalidad de las políticas de comunicación. De nuevo, explica especialmente los casos europeo y español, en especial el sector audiovisual.

En definitiva, y por resumir la importancia de este libro (que debería ir algo más allá de la lógica modestia de su autora, cuando dice que se trata de “una tentativa de cubrir un campo abandonado por la producción ensayística”), recurriremos a las propias palabras de Antía López Gómez: nos encontramos frente a “una serie de consideraciones sobre la lógica paradigmática de la política de comunicación desde el punto de vista teórico [...] con el objetivo de que resulten de utilidad a la hora de reconocer, definir y analizar una política de comunicación dada”. No se me ocurre nada que pueda ser más útil para un alumno de Comunicación ni un empeño más conseguido por parte de su autora.

*Javier Díaz Noci*

---

### ***Diseño periodístico en internet***

LARRONDO Ureta, Ainara; SERRANO Tellería, Ana (coords.)

Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2007

Este libro llega en un momento oportuno. Lo es porque estamos en un proceso de cambio, y de incorporación de la enseñanza del ciberperiodismo en los nuevos planes de estudio. Es de suponer que, junto con otras cuestiones (teoría del medio digital, redacción periodística para internet), haya asignaturas específicamente dedicadas al diseño periodístico en los cibermedios. El manual coordinado por Ainara Larrondo y Ana Serrano es también oportuno porque la necesidad de sistematizar el conocimiento que a lo largo de algo más de una década de vida de los medios de comunicación en la World Wide Web se ha ido produciendo en torno al diseño periodístico en la Red y sus diferentes aspectos es ya notoria, y explicar esta evolución se hace necesario incluso en las asignaturas sobre tecnología de la información o principios del diseño periodístico “tradicionales”, es decir, las de los planes de estudio aún vigentes. Es, por otra parte, el momento oportuno para diferenciar claramente el diseño periodístico del medio digital del de la prensa. Los futuros periodistas necesitan, por tanto, y esperan que la Universidad les enseñe cuáles son esas características propias del diseño digital.

*Diseño periodístico en Internet* se plantea como un manual colectivo, que nace a partir de unas jornadas celebradas al efecto en la Universidad del País Vasco a finales de 2006. La obra, que se sabe pionera, no rehúye la diversidad de enfo-

ques, y por eso las coordinadoras invitaron a quienes tenían algo que decir en este campo específico del conocimiento periodístico, evitando generalismos inútiles. Una decena de autores compone el elenco de este libro, que constituye un estado de la cuestión y una, como dicen las coordinadoras “visión sintética y especializada de las novedades que trae consigo el diseño en la Red [...] como herramienta fundamental para la creación y transmisión de contenidos periodísticos en los cibermedios”.

La obra se abre con una introducción a cargo de Ana Serrano, en la que traza el estado de la cuestión y centra el objeto de estudio, incluso terminológicamente. Tras un repaso histórico sobre la evolución del diseño periodístico en la Red, y un capítulo dedicado a la relación entre diseño y contenidos, nos encontramos con apartados más específicos, como el dedicado a las interfaces y cómo éstas sirven de cauce a la interactividad con el lector. Se trata de un capítulo a cargo de la profesora y profesional del diseño Eva Domínguez, que expone cómo la presentación y la acción forman parte de la narratividad de los cibermedios. El punto de vista del usuario lo analiza Yusef Hassan Montero, de la Universidad de Granada, que analiza así el concepto de usabilidad.

A continuación, nos encontramos con otro capítulo tan concreto como útil: el dedicado a la tecnología Flash y su empleo para comunicar informaciones de actualidad en la nueva red social, a cargo de Manuel Gago, de la Universidad de Santiago de Compostela. Manuel Gago examina también la emergencia de nuevos géneros narrativos. También de la Universidad de Santiago, Xosé Pereira aborda otro concepto indispensable para entender los cibermedios en toda su dimensión: la arquitectura de la información y los sistemas gestores de contenido, tanto en su vertiente de presencia gráfica del sistema (front-end) como de “ingeniería” de contenidos (back-end).

Otro capítulo indispensable –acompañado, además, de numerosos ejemplos– es el encargado a la profesora de la Universidad de Málaga Bella Palomo, que examina todo lo referente al color, la tipografía y la imagen en internet. Un campo donde se aprecian con claridad los avances en algo más de una docena de años (los que median entre la invención de la World Wide Web y la actualidad), ya que el sistema de hipertexto creado por Tim Berners-Lee no estaba preparado para el diseño periodístico, y cuestiones como las que examina la profesora Torres han exigido y exigen exprimir la creatividad y el ingenio de los diseñadores gráficos.

El capítulo que cierra el libro, a cargo de los profesores de la Universidad de Navarra Ramón Salaverría y Francisco Sancho, sirve de epílogo al manual al hacer un recorrido por las principales tendencias del diseño de los cibermedios y atreverse a exponer cuáles son los retos del futuro: el aprovechamiento de todas las características del discurso digital, la estandarización de las tecnologías, la difusión multiplataforma y la formación especializada. Queda abierta y despejada así la senda hacia el futuro, y hace que el libro sea una invitación a explorar esas vías.

El manual que reseñamos pretende servir de base a los contenidos de futuras asignaturas que, con certeza, se crearán con la reforma que se avecina, “entre las que se encuentra el diseño como contenido formativo obligatorio”, y de hecho a ese tema específico se le dedica un capítulo. El libro, además, supone un punto de partida y una invitación a futuras aproximaciones aún más especializadas, dada la carencia que sobre el diseño periodístico en internet se observa en la actualidad.

*Javier Díaz Noci*