

Blogs

ROJAS, Octavio Isaac; Julio ALONSO; José Luis ANTÚNEZ; José Luis ORIHUELA y Juan VARELA
 Madrid: ESIC, 2005

Una obra si pretende convertirse en una compilación de artículos o en un *reading* y no caer en su defecto, en un *collage* con autores de bagajes diversos y de reflexiones a veces solapadas sobre una misma temática, requiere tal vez, de uno o varios editores ex profeso con el fin de controlar aspectos tan básicos como la repetición de datos, la estandarización en las definiciones de “conceptos virtuales” multipresentes y la organización de inconsistentes y desordenadas fuentes documentales en alguno de los capítulos. Pero, salvo estos obstáculos el lector finaliza las 300 páginas con gusto y sabiendo más y mejor sobre el pasado, presente e incluso vaticinando parte del futuro de la aún escasa pero leal “red social” fijada por los *blogs*, así como de la importancia del idioma español y de la comunicación como teoría y práctica dentro de esta candente “ramificación Web”.

Siguiendo el orden fijado por el índice dentro de la publicación, el cual es extrañamente distinto al orden de los autores en la portada del libro, quizás, lo más ordenado sea comentar uno a uno algunas de las aportaciones de cada uno de ellos. Por esta razón, en primer lugar, el profesor en Comunicación de la Universidad de Navarra (España) José Luis Orihuela, inicia un recorrido anglosajón en los años noventa con “el padre de la Web” Tim Berners-Lee y “el padre del término *weblog*” Jorn Barger, hasta reivindicar implícitamente el lugar que le corresponde a la “blogosfera hispana”. A su vez, añade dentro de un plano más funcional pautas para analizar este tipo de espacios Web personales, enumerándolos por géneros o temáticas (autobiográficos, económicos, educativos, políticos, gastronómicos, etc...). Sin embargo, el aprendizaje inmediato surge cuando nos ayuda a divisar claramente las diferencias entre el *blog* y el foro de debate en Internet. El primero de estos es de autoría centralizada y no dispersa (el segundo, y así sucesivamente); se estructura cronológicamente y no temáticamente; se enlaza intensivamente con el exterior (*blogosfera*) y suavemente con el interior, y no sólo con el interior; el navegante busca el punto de vista, el estilo y la agenda de su creador y no sólo de datos e información. Además, el *blog* no posee los moderadores-editores clásicos que “distribuyen juego” a los participantes en función de antigüedad, cantidad y calidad de comentarios.... Por último, a modo de romper con la extendida confusión de ligar los intereses de los *blogueros* con los de los periodistas, y la misión de un *blog* con la del periodismo electrónico (portales informativos, revistas digitales, boletines electrónicos y confidenciales), Orihuela esboza lo siguiente sobre los motivos que conllevan a un *bloguero* a constituir un *blog*: “necesidad de expresión, afán de compartir saberes, deseo de integración en una comunidad, búsqueda de reconocimiento, exploración creativa, terapia, participación política, defensa de intereses o simple exposición [...]”.

Pero la inmensa mayoría de los blogueros son gente diversa que escribe acerca de lo que sabe, de lo que le apasiona, de lo que lee...” (p.23).

En segundo lugar, el desarrollador Web José Luis Antúnez, realiza un breve recorrido histórico-técnico por diversos autogestores gratuitos de contenidos Web, que han ido ayudando a usuarios amateurs a familiarizarse con los distintos servicios gratuitos y de pago necesarios para registrar y mantener un *blog*. Más allá, apunta hacia los ataques a Estados Unidos del 11-S de 2001, para resaltar la fecha a partir de la cual el *blog* experimentó un incremento sobresaliente de altas a nivel mundial (hasta alcanzar aproximadamente, 40 millones, en la actualidad).

Por su parte, el periodista Juan Varela, quien vierte su amplio conocimiento y experiencia en el territorio *blog* de manera algo redundante por momentos, pero indudablemente con más personalidad y estilo ensayístico que otros, esboza un camino que arranca con los atentados en España del 11-M de 2004 y desmarcándose poco después de los cimientos divergentes (*bloggers* y periodistas) fijados al principio por Orihuela; destaca el peso democrático y hueco imprescindible que cubre en la sociedad el periodismo cívico o participativo (“el de las pequeñas o locales cosas”) electrónico –inspirado en el software libre de código abierto–, con su producción efervescente de comentarios sobre noticias locales –el público sabe más y es más especializado– y no en la edición de informaciones de noticias globales (tarea esta de los medios de comunicación convencionales). En cuanto al mensaje “pro-realidad social” (relecturas de otras publicaciones) que confeccionan los *blogs*, su sucinta definición resulta inmejorable para comprender sus diferencias colindantes con la objetividad, fiabilidad y credibilidad comparativamente con los sistemas y medios de comunicación anteriores: “en los medios sociales el mensaje es dinámico. Sólo tras las comprensión de sus enlaces y de la interacción con otros ciudadanos llega a ser definitivo [...] El mensaje ya no está acabado hasta que la comunidad lo discute, comenta, completa y extiende por el ciberespacio a través del hipertexto y en la conversación personal” (pps. 123 y 153).

El consultor Julio Alonso, se sumerge en el interesantísimo y flamante terreno del empleo estratégico del *blog* desde la empresa como “una foto dinámica” (tendencias sincrónicas en el tiempo) de investigación de mercados, donde uno “se escucha” en vez de “anunciarse”. Este espacio virtual acoge a clientes y competencia para hablar en primera persona y sin intermediarios de productos, servicios, empresas y experiencias de uso dentro de cualquier sector de actividad. Algunas compañías en Estados Unidos, como es el caso de Microsoft alientan a sus empleados para que posean un *blog* extraoficial (no corporativo) personal, mientras que otras en España lo persiguen con la amenaza en algunas ocasiones del despido. Entra igualmente a detallar la función de los índices, buscadores, *agregadores* y diseñadores para el *blog*, hasta finalizar con la todavía reticencia

innata de los *bloguers* de insertar publicidad en su feudo y en esta línea, la inutilidad de los baremos tradicionales de efectividad publicitaria como el CPM (Coste por mil) que ya han sido sustituidos en el caso del *blog* por el CPI (Coste por Influencia); los enlaces superan en importancia a las visitas. Por último, atribuye al *blog* la característica comunicativa de ser en ocasiones el pionero generador y amplificador de rumores en la opinión pública.

El consultor Octavio Isaac Rojas, cierra con el capítulo más innovador en el cual acota la visión de Alonso a las relaciones públicas. Aquí, trata el ansiado respeto (mejor dicho, en la frontera de las variables motivacionales: notoriedad, reputación, imagen, respeto, admiración y confianza) del titular de un *blog* y la “humanización corporativa” que genera de cara a los navegantes. Dentro del ámbito periodístico, considera que el *blog* representa para el periodista especializado más que una simple fuente de información; es la voz del experto con una personalidad definida capaz de dar respuestas sobre una línea temática. Así acaba la obra y el protagonismo del nuevo actor *blog* en el ecosistema comunicativo parece estar servido; una realidad muy virtual, porque lo virtual es perfectamente real puesto que existe, es tangible y se produce, solo que en otra esfera; la de Internet. ¡Ah!, sí, se me olvidaba, por si acaso no quedó claro antes, por favor, no olvidar nunca que *bloguear* no es “hacer periodismo”: “publicar no es igual a informar. El periodismo, la investigación, elaboración y difusión de información, necesita tiempo, recursos y una actitud ética y profesional. Los blogueros no tienen porque tenerla” (p. 117).

Samuel Martín Barbero

Introducción al ciberperiodismo. Breve acercamiento al estudio del periodismo en Internet

MESO, Koldo

Bilbao: UPV/EHU, 2006

La timidez con la que se ha asomado el ciberperiodismo a las aulas universitarias contrasta con el dinamismo y la constante transformación de la profesión periodística en la red. Mientras los principales diarios suman sus visitantes por centenares de miles, la introducción de asignaturas específicas sobre esta materia en las facultades de periodismo de la universidad española se puede contar prácticamente con los dedos de la mano.

Sorprende constatar que entre los 23 centros que imparten esta licenciatura sólo totalicen 17 asignaturas específicas, o lo que es lo mismo, una media de menos de una por Facultad. En la mayoría de los casos, estos contenidos han encontrado acomodo dentro del temario de asignaturas más genéricas –de redacción y de tecnología fundamentalmente–, pero en términos globales, ya sea de

forma específica o como apartado de materias más amplias, el periodismo en Internet únicamente se ha hecho un hueco en el 7% del total de los programas ofertados en los planes de estudio de periodismo (Tejedor, 2005).

A diferencia de la lentitud con la que se ha adaptado la planificación docente a las nuevas formas comunicativas, la respuesta bibliográfica e investigadora ha sido mucho más acorde con el panorama cambiante de los medios y buena prueba de ello es este manual, específicamente concebido para la docencia del ciberperiodismo. En él, y superando con creces el carácter breve e introductorio apuntado por el título, Koldo Meso aborda con gran detalle todos los aspectos necesarios para comprender la historia, las técnicas y las últimas tendencias del periodismo en Internet.

El repaso a las transformaciones que se producen en los medios impresos –principales referentes comunicativos en esta etapa inicial– es especialmente exhaustivo; desde las primeras experiencias de periódicos electrónicos a través del videotexto a los actuales debates sobre el futuro del periodismo impreso o la gratuidad de los contenidos en la red, todos los temas relevantes encuentran acomodo en las páginas de este manual. Esto no supone una renuncia a describir –también de manera pormenorizada– las experiencias radiofónicas y televisivas que, aunque más lentamente, también se han abierto camino en Internet, así como las nuevas formas de expresión periodísticas, como los weblogs y los nuevos servicios de información.

Pero desde la perspectiva universitaria, tal y como el profesor Meso subraya con acierto en esta obra, tal vez las transformaciones más interesantes y que requieren una mayor atención, por encima de los cambios técnicos, son aquellas que afectan a los propios periodistas y sus métodos de trabajo: “Mientras unos adapten y/o evolucionen las rutinas periodísticas tradicionales hacia el medio digital, otros crearán –y con el paso del tiempo– consolidarán unas rutinas totalmente nuevas propias de un proceso de comunicación multimedia. Éstos serán los ‘periodistas en red’” (p.152).

La formación de profesionales que no sólo sepan producir contenidos adaptados a los medios y soportes tradicionales, sino que sean también capaces de enfrentarse a las exigencias comunicativas de la creciente convergencia y mestizaje multimediáticos constituye sin duda uno de los retos clave en la formación de los comunicadores. *Introducción al ciberperiodismo* responde con eficacia y de forma sumamente exhaustiva y didáctica a estas necesidades que plantea la comunicación en la era digital y constituye ya una referencia inexcusable para todas aquellas personas interesadas en el trabajo de los cibermedios.

Simón Peña Fernández

Comentario de textos periodísticos: informativos, interpretativos y de opinión

ESCRIBANO HERNÁNDEZ, Asunción
Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2006

El texto ha planteado cuestiones centrales en la historia y crítica literarias, pero también en la doctrina periodística, donde funciona como un principio de clasificación y reconocimiento que ayuda a situar, comparar y comprender los mensajes que transmiten los medios. La obra que nos ocupa analiza los textos clásicos del periodismo –informativos, interpretativos y de opinión– a partir de los procedimientos de la teoría del texto y de la pragmática. Sigue, por tanto, a quienes se han preocupado por explorar el proceso discursivo del texto periodístico y atender a su tipología (Teun Van Dijk), procurando un enfoque lingüístico a la preceptiva redaccional en España (Luis Núñez Ladevéze, Manuel Casado, Antonio Vilarnovo o José Francisco Sánchez). Con ello, ejemplifica la sintonía intelectual del periodismo con los enfoques teórico-metodológicos provenientes de las diversas corrientes de la teoría de los lenguajes, la retórica, o las teorías de la argumentación, desde las que abordar temas como la construcción de los textos y el estilo periodístico. Esta perspectiva interdisciplinaria ha estado presente en el planteamiento docente e investigador de la Redacción Periodística desde la década de los setenta, cuando se esgrimió para aportar un punto de vista diferente y complementario del que venía priorizando la disciplina, amparándose en los presupuestos positivistas y funcionalistas de influencia anglosajona. Entonces resultó una fórmula de encuentro entre teoría y práctica susceptible de conciliar ambas exigencias y compensar el peso de la formación práctica en la enseñanza universitaria del periodista, si bien este método de análisis discursivo no ha perdido actualidad ni eficacia, como pone de manifiesto este trabajo de Asunción Escribano Hernández.

El proceso de análisis discursivo que encierra la obra responde a la necesidad de elaborar los textos periodísticos a partir de un conocimiento de las estructuras textuales y de las reglas que rigen esta construcción en función de diversas situaciones comunicativas. Tras una breve introducción en la que expone los fundamentos de la obra, la autora dispone de manera ordenada la revisión de las modalidades informativas (noticia, reportaje informativo, entrevista), interpretativas (crónica, entrevista perfil, reportaje interpretativo) y de opinión (editorial, suelto, columna, crítica literaria), a través de múltiples casos prácticos extraídos de los textos publicados en el último año en la prensa española de referencia. El traslado de estos al territorio de la lingüística lleva Escribano a estudiar su disposición estructural y su *macroestructura* –conjunto de las estructuras en que se organiza todo el contenido– regulada por los principios de *coherencia* y *cohesión* que también analiza la autora, demostrando de qué manera los mecanismos textuales resultan fundamentales e indispensables para la eficacia del discurso. Asimismo, contempla el paso del nivel macroestructural al microestructural, por lo que repasa también la construcción sintáctica del texto y de las unidades oracionales que lo componen, a través de sus elementos (verbo, sustantivo, adjetivo, etc.). El aná-

lisis de la estructura y los usos lingüísticos de los textos argumentativos se acompaña, asimismo, de un examen de los modelos de argumentación en función de los objetos/sucesos y sus relaciones, el lenguaje o el proceso interactivo en el que se basan.

Este examen de Asunción Escribano descubre al lector la actividad lingüística, textual y comunicativa de los textos informativos, interpretativos y de opinión. Consigue evidenciar la existencia de una construcción intencional subyacente, de un contenido no manifiesto en cada una de las modalidades periodísticas, no sólo en la argumentativas, sino también informativas e interpretativas. Además de interesarse por su proceso de creación textual, se preocupa también del proceder lingüístico del propio texto y de sus mecanismos implícitos. De esta manera, la autora va más allá del para qué sirven o qué función cumplen los textos periodísticos, y se pregunta cómo se interpretan o qué significan, vinculando su significado a la información pragmática contextual y situacional que contemplan.

Según esto, la obra comparte y cumple uno de los objetivos prioritarios que han presidido durante más de un cuarto de siglo el examen de los modelos textuales del periodismo: conocer de qué manera estos adquieren sentido para los lectores, un sentido que depende no sólo de su contenido semántico, sino también pragmático. Y ésta es, precisamente, una de las virtualidades más destacables del libro. Mientras los estudios tradicionales sobre géneros periodísticos han dado un papel relevante a la finalidad del texto y, por consiguiente, al emisor, a través de la consideración de su mayor o menor presencia en el texto (informando, interpretando u opinando), la aproximación de Escribano retoma el papel fundamental del receptor y del contexto en la clasificación e investigación de los textos periodísticos. Ello obliga a estudiar el texto en sentido amplio, lo que esta autora consigue a través de la lingüística del texto y de la pragmática.

Estamos, pues, ante una obra cuya lectura acarrea implícita una necesaria reflexión acerca de la conveniencia y utilidad de los préstamos disciplinares en el tratamiento y la enseñanza del periodismo y, más concretamente, de la redacción periodística. Encierra una propuesta complementaria a la tipificación discursiva clásica de los géneros, amparada en criterios y presupuestos conceptuales que parecen haber entrado en crisis en los últimos años. Con ello, se nos recuerda que el asunto de las modalidades textuales conserva intacta su vigencia e importancia en el contexto teórico actual del periodismo, donde su actividad y preceptiva están presentes como objeto de importantes debates e investivas. No en vano, hay quien tiene en cuenta que los textos pueden cumplir otras funciones que no son contempladas en estas tres tipologías clásicas que obligarían, además, a quedarse fuera a modalidades que sí cumplen esas funciones, pero que no responden bien a los criterios formales dictados para cada categoría. Al margen de estas cuestiones, no cabe duda que los valores de la profesión y sus presupuestos epistemoló-

gicos obedecen en buena medida a los textos y a su clasificación, por lo que su estudio importa y mucho, todavía hoy, tal y como nos revela Asunción Escribano con la publicación de esta obra, de utilidad para todos aquellos interesados en el comprender el periodismo.

Ainara Larrondo Ureta

Balance 2006. Perspectivas profesionales y del mercado periodístico en la Octava Región

MELLADO RUIZ, Claudia; BESOAIN FLORES, Felipe; BARRÍA OYARZÚN, Sergio; ENRÍQUEZ CARRERA, Jorge
 Concepción (Chile): Universidad de Concepción, 2006

El *Balance 2006* sobre la situación laboral y profesional de los periodistas en la Octava Región de Chile se asemeja a los estudios hechos en España en la preocupación de la que parte: la manida pero no por ello disuelta función social del periodismo y la necesidad de elaborar un perfil de aquellos en quienes descansa esta función, esta responsabilidad. Son, concluye, jóvenes (ocho de cada diez periodistas son menores de 40 años); sin asimetrías en cuanto a género (50,2% hombres-49,8% mujeres); licenciados en Comunicación (97%) y uno de cada cuatro con estudios de tercer ciclo; no colegiados (un 85,6% no participa en sus asociación gremial).

Sin embargo, este estudio supera en sus planteamientos prejuicios instalados en análisis precedentes y no se limita a los periodistas que trabajan en medios de comunicación, primera y más conocida proyección laboral de la profesión, sino que repara, además, en otras áreas laborales, por utilizar sus propias palabras: “Educación, que contiene a instituciones de diverso régimen dedicadas a la instrucción en cualquiera de sus modalidades; Estado, donde se incluye a todas las instituciones y servicios de carácter público; Generadoras de contenido independiente, que abarcan a todas las empresas dedicadas a la producción de contenido, sea por petición de un mandante corporativo o por iniciativa propia (este servicio representa la tercerización de servicios periodísticos en sus distintas modalidades); Sociedad Civil, que incluye organizaciones gremiales y sociales; y Empresa Privada, constituida por unidades poseedoras de medios de producción en distintos rubros de la actividad económica”.

Una de las principales conclusiones de este estudio es que sólo “el 35% de las plazas existentes corresponden a medios de comunicación”. Dicho de otra forma: el 65% de los periodistas en la Octava Región trabaja en el resto de las llamadas áreas laborales. Los autores del trabajo, que es ambicioso y preciso en sus objetivos, hilan con perspicacia y sensatez los datos: las facultades que imparten licenciaturas de Comunicación deben ser conscientes de esta distribución laboral

y replantear sus planes de estudios, orientados, como sucede en España, no únicamente pero sí fundamentalmente, al desempeño del periodismo en los medios de comunicación.

Se agradecen en este estudio la claridad de planteamientos; la profusión de datos obtenidos y ofrecidos del mercado laboral y profesional de la profesión periodística, datos difíciles de conseguir, porque es conocida la reticencia de los periodistas a contestar, a pesar de su dedicación a preguntar, o tal vez precisamente por ello; la capacidad para expresar la relación cuestionada pero innegable entre la vida profesional y su predecesora vida universitaria; el reconocimiento sencillo de la responsabilidad docente y académica; y se agradece, especialmente, que supere un viejo prejuicio que ha constreñido la mayor parte de los estudios que pretenden describir la realidad periodística, y que frena la adecuación de la oferta formativa de las Universidades: “Desde esta óptica, volviendo a la idea planteada al comienzo de este análisis y amparados en los datos entregados por el *Balance 2006. Perspectivas profesionales y del mercado periodístico en la Octava Región*, podemos refutar una creencia albergada y defendida por muchos, pero muy poco trabajada tanto por la academia, como por los propios profesionales chilenos: suponer que el que no trabaja como reportero no es periodista”.

Los medios de comunicación son, efectivamente, una de las salidas laborales de las licenciaturas en Comunicación, y son también la proyección más conocida y probablemente también más atractiva. Pero no son la única. Hasta el punto de que este *Balance 2006* establece en un 65%, porcentaje imposible de obviar, los licenciados que realizan sus tareas informativas en el resto de áreas que el estudio ha enumerado. Y deben enfrentarse a esas tareas con una formación insuficiente, porque la Universidad no ha previsto esta necesidad. O tal vez siente que traiciona su vocación docente si prepara también a los periodistas que están al otro lado de los medios.

María José Cantalapiedra

Los textos informativos, guía de escritura y estilo

GRILLO, María del Carmen.
Buenos Aires: La Crujía, 2004.

Els estils periodístics. Maneres diverses de veure i construir la realitat

PALAU SAMPIO, Dolors.

Valencia: Universitat de València, 2005.

Las facultades de ciencias de la comunicación (antes, de la información) y, en general, los estudios de periodismo en la universidad española han vivido, en su aún corta existencia, que no llega a los cuarenta años de presencia en nuestras aulas –aunque bastante más, si se cuenta la experiencia de las escuelas de periodismo–, una tensión un tanto artificial entre la teoría y la práctica. Es decir, si se quiere, entre una orientación de formación profesional, a todas luces necesaria, de capacitación de futuros profesionales, y la conveniencia, por la que se decantan otros docentes, de dotar a esas asignaturas de una base teórica. Los primeros se inspiran en la tradición estadounidense, donde, es cierto, se implantan por vez primera los estudios de periodismo en la universidad; los segundos, por decirlo así, participan de una tradición más “académica” y “europea”, que da más importancia a la teoría y a la metodología, e intenta que las asignaturas, por ejemplo, de redacción periodística, no se limiten a un mero repertorio de consejos o a la transmisión por ósmosis de un conocimiento intuitivo.

Se trata, no hace falta decirlo, de una división maniquea, que no se produce en un estado tan absolutamente puro como el descrito, sino de decantación en mayor o menor grado hacia una u otra tendencia. Tampoco es necesario aclarar que no se trata de posturas incompatibles ni irreconciliables. Por otra parte, la convivencia de los profesores de periodismo con los de otras ciencias sociales o humanas en las propias facultades donde se enseña el oficio, y la conveniencia de equiparar el nivel académico de nuestros jóvenes estudios a los de otras disciplinas más clásicas y de más tradición universitaria hace que los profesores de las generaciones más recientes, más claramente nacidos de y enfocados hacia la universidad tengan, por otra parte, una formación más conscientemente académica y multidisciplinar. A la vez, se han procurado una serie de conocimientos provenientes de disciplinas diversas pero no muestran una formación dispersa, sino que se enfocan hacia objetos de estudio claros y bien definidos.

Los dos libros que reseñamos parten de una perspectiva que no desdeña lo teórico, que consideran que el manejo de conceptos sólidos es indispensable para una buena práctica. El libro de María del Carmen Grillo dedica toda una primera parte, casi 150 páginas, a desarrollar un conjunto de consideraciones teórico-prácticas sobre la escritura de textos informativos. Así, se fija en los niveles de significación del texto como proceso de escritura (concepto que define, por cierto, inicialmente), describe certeramente los rasgos de los textos informativos, se pregunta por la presencia de lo oral y lo coloquial en los mismos, se refiere a los paratextos (y, al contrario que otros manuales clásicos, da tanta importancia al comienzo como al final de los textos informativos), y aborda cuestiones de cohe-

rencia y cohesión, centrales en la lingüística contemporánea.

A la vez, expone cuestiones bien prácticas para nuestros alumnos: el manejo de obras de referencia, como manuales de estilo o diccionarios especializados, y se refiere incluso a la influencia de las cuestiones tipográficas. Finaliza el libro con un repertorio de dudas frecuentes, con una bibliografía clasificada y ordenada que resultará de mucha utilidad a estudiantes y periodistas de lengua castellana.

Por su parte, el libro de la profesora de la Universidad de Valencia Dolors Palau resulta aún más fuertemente teórico, y su base lingüística es sólida y consistente, bien estructurado, bastante clarividente en sus propuestas, homogéneo y serio. El estilo –que es, precisamente, el concepto en torno al cual gira todo el libro– es francamente transparente y su escritura, fluida y comprensible para cualquier lector que conozca mínimamente las lenguas latinas y, en concreto, las variedades lingüísticas catalanas.

Si hay un concepto muy citado por parte de todos los manuales de redacción periodística es el de estilo; si hay un concepto poco definido, “etéreo y evanescente” (son palabras de la propia Dolors Palau) en los mismos, es éste. Se trata, en cambio, de un fenómeno lingüístico. Dolors Palau se enfrenta al reto, y lo hace desde el conocimiento de la estilística y la retórica, ramas desde las cuales se adentra en la cuestión desde el principio. El mito de la objetividad –como figura, por otra parte, retórica– es otra de las cuestiones que aborda, pero no sólo eso: también describe el estilo periodístico como una selección.

Aún más, amén del esfuerzo conceptual, el libro de la profesora Palau –además, de una longitud razonable: algo más de 200 páginas– propone una metodología para el estudio de los textos periodísticos. De esta manera, no se queda en una mera reflexión teórica, en una investigación básica, de las que tan faltos estamos; no tiene reparo en exponer un método de análisis empírico a partir de la pragmaestilística y de los conceptos, dominantes en la lingüística de hoy –y a los que también se refiere, como hemos visto y aunque más brevemente, la profesora Grillo– de coherencia y cohesión, es decir, a lo que la profesora Palau denomina la textura discursiva. La coherencia y la cohesión se llevan a cabo mediante diferentes mecanismos lingüísticos que es posible identificar, describir y medir, de forma que obtengamos las características de los textos informativos y, por tanto, del estilo periodístico. “Sólo desde una óptica analítica”, traducimos desde la lengua de la profesora Palau, “estará permitido hablar con propiedad del estilo en los textos periodísticos; y no de un estilo unívoco, como ha hecho la tradición, sino de un abanico de estilos a disposición de unas maneras diversas y variadas de ver las cosas y, por tanto, de construir la realidad”.

Javier Díaz Noci

Les grands reporters. Les débuts du journalisme moderne

MARTIN, Marc

Paris: Audibert, 2005

Comparten espacio en los anaqueles de las librerías francesas dos obras cuyo objeto de estudio se superpone en parte. Al volumen aquí reseñado se suma en el mismo año un libro de François Naud (*Profesión Reporter*, Privileges Atlantica, 2005), que también se ocupa de la aparición del reportero profesional y especialmente de los grandes reportajes en Francia, demostrando una vez más que es posible la diversidad de miradas sobre objetos de estudio similares, sin que por ello una obra reste utilidad o interés a la otra.

Marc Martin, sobradamente conocido por los especialistas en historia de la comunicación del país vecino como autor de trabajos de consulta obligada (*Medias et Journalistes de la Republique*, Odile Jacob, 1997; *La Presse regionale*, Fayard, 2002), aborda en esta ocasión el nacimiento del periodismo moderno a través de una de las manifestaciones más fascinantes de tal modernidad, el gran reportaje, que conducirá a una minoría de periodistas privilegiados (por su libertad de acción, por sus medios materiales) a emprender aventuras a lo largo de todo el globo terráqueo remitiendo al lector los detalles más cautivadores de su experiencia. La amenidad y el buen oficio que caracterizó a aquellos reporteros parece apoderarse del historiador, que pieza a pieza va reconstruyendo el territorio del gran reportaje desde sus inicios y definiendo su especificidad. Evidentemente, se trata de un terreno abonado para lo literario; más aun, para difuminar los límites entre realidad y ficción, especialmente en algunas variedades del gran reportaje que hunden sus raíces en los recursos estilísticos del relato de viajes. Tintín no es otra cosa, en sus inicios, que un Henri Béraud o un Géo London enviado al País de los Sóviets, y que como aquellos contribuye a forjar una visión sombría de la Rusia soviética. Uno de los diecinueve capítulos del libro está dedicado a los reporteros que desde 1918 hasta 1939 emprendieron el camino del Este, ya fuera para anatemizar al comunismo ruso desde posiciones reaccionarias, como en el caso del viaje patrocinado por *Gringoire*, o para vindicarlo, como el en caso de *L'Humanité*.

Pero, por supuesto, los puntos de contacto con el terreno de la ficción son mucho más amplios, y pasan por la figura de Gaston Stiegler dando la vuelta al mundo en 63 días a mayor gloria de *Le Matin*; o incluso por Gaston Leroux (capítulo VII), “le prince des grands reporters”, que en 1906 deja de protagonizar sus relatos periodísticos para dar vida poco tiempo después a uno de los personajes más perdurables de la novela popular de principios del siglo XX, el gran reportero Joseph Rouletabille. En este camino de fijación de las características del gran reportaje, desde las décadas finales del siglo XIX hasta su edad de oro en la

Francia de los años 30 y su generalización tras la Segunda Guerra Mundial, Marc Martin subraya la evolución propiamente nacional. Importa más el sustrato de los reportajes convencionales del pasado que el reflejo del modelo norteamericano, encarnado para la posteridad en la figura de Henry M. Stanley.

En todo caso, los objetivos, los intereses, y a su paso los gustos del público, se amplían a lo largo del periodo estudiado. Los corresponsales de guerra como pioneros del gran reportaje por una parte y las expediciones coloniales de otro lado, enmarcan espacial y cronológicamente los inicios de un fenómeno que desborda tales límites. Porque el gran reportaje, tal y como el autor del libro lo entiende, implica un alejamiento que puede ser espacial, pero también social o cultural y que conduce directamente al reportaje que desvela los rincones más tenebrosos del comportamiento humano. Albert Londres había recorrido ya medio mundo cuando visitó los presidios de la Guayana Francesa y comenzó a firmar reportajes que dejaban al desnudo la inhumanidad del sistema penitenciario vigente. Después vendrían los cargos presentados contra las cárceles militares del norte de África, contra la brutalidad practicada en los manicomios y, en la línea de André Gide, la denuncia de los defectos percibidos en el sistema colonial francés, sin que ello implicara rechazar la presencia europea en África. En 1929 una de las grandes firmas del periodismo y la literatura francesa, Joseph Kessel, proponía a *Le Matin* un gran reportaje sobre la pervivencia del comercio de esclavos; un trabajo que habría de convertirse en el más costoso económicamente de los llevados a la práctica hasta el momento. Los bajos fondos, el confinamiento en guetos de los judíos de Europa central y otros temas ocuparían posteriormente la atención de los lectores en una parcela del periodismo ya claramente delimitada y que no dejaría de tener influencia futura, para bien o para mal. No hay más que recordar que ni los trabajos de Albert Londres fueron ajenos al cese de envíos de presos a las cárceles de la Guayana años más tarde, ni los escritos de Joseph Kessel dejaron de ser útiles para justificar la invasión italiana de Abisinia, gran mercado de esclavos según el periodista.

La ocupación de Abisinia por la Italia fascista sirve precisamente para introducir un capítulo que requiere comentario aparte; se trata del dedicado íntegramente a la Guerra Civil española desde el punto de vista de los corresponsales de guerra franceses. El autor del libro pone sobre el tapete la trascendencia de los primeros reportajes sobre la Guerra Civil que reflejan el desencadenamiento de la violencia anticlerical en la zona republicana, su efecto sobre la opinión pública francesa mediante cabeceras que tiran millones de ejemplares y la probable relación de todo ello con la decisión del Gobierno de León Blum de no intervenir en el conflicto. Las fotografías juegan ya un papel de primer orden; su importancia queda ejemplificada en la decisión de *La Dépêche* de Toulouse –publicación en modo alguno clerical– de no publicar una conocida fotografía de julio de 1936 que muestra los restos mortales de un grupo de religiosas desenterradas y expuestas al público en Barcelona, todo con el fin de no restarle simpatías a la causa

republicana. Si bien la opinión pública francesa de mediados de los años 30 estaba mayoritariamente muy alejada de lo que representaban los militares sublevados, no puede dejarse de lado el arraigo de un hondo sentimiento pacifista anclado en los horrores de la Gran Guerra. El 12 de Julio de 1936 las primeras páginas de todos los periódicos galos recogían la multitudinaria conmemoración de Douaumont (en las proximidades de Verdún), en la que miles de antiguos combatientes de distintos países juraban la paz sobre la tierra de los muertos.

Víctor Rodríguez Infiesta

La televisión en España (1956-2006). Política, consumo y cultura televisiva

RUEDA LAFFOND, José Carlos

CHICHARRO MERAYO, María del Mar

Madrid: Fragua, 2006

Vaya esto por delante: nos encontramos ante un estudio de proporción enciclopédica. Ya lo refleja perfectamente el título de la obra: se trata de un recorrido diacrónico por la historia de la televisión en España, desde sus primeras emisiones en 1956, hasta la actualidad. Muchos son los aspectos que han variado en cincuenta años, y a lo largo de 451 páginas, José Carlos Rueda y M^a del Mar Chicharro, dan cuenta de esta evolución, que en realidad no ha sido más que la evolución de toda la sociedad en la que la televisión está inserta. Ahí es nada.

Dime de dónde vienes, y te diré por qué eres como eres, parecen haber pensado los autores. Por eso, en un momento en el que han proliferado los libros divulgativos sobre la Televisión Española que el año pasado se convertía en cincuentona, y reportajes con imágenes añejas una y mil veces repetidas, es de agradecer una obra que aborde desde una perspectiva académica este largo período de tiempo en el que de tener una televisión “de estado”, hemos pasado a un sistema multicanal que, sin duda, los precursores del medio ni siquiera hubieran podido imaginar.

Si bien este libro es fruto de un trabajo común, consecuencia de una línea compartida por los autores que compagina la perspectiva de la sociología y la de la historia en el estudio de la comunicación, la obra se divide en dos partes bien diferenciadas. José Carlos Rueda, profesor de Historia de la Comunicación en la Facultad de Ciencias de la Información, y en el Centro e Estudios Superiores Felipe II, de la Universidad Complutense de Madrid, desarrolla la primera: el despegue y la consolidación de la televisión entre 1956 y 1975, y los primeros años de televisión en democracia, con un solo operador en el panorama televisivo. Un periodo que, según el autor, sentará las bases del modelo de televisión actual, “heredero y continuación” del original (pág. 29).

La televisión llega a España en un momento en el que el régimen franquista está absolutamente consolidado. El poder político, vía Ministerio de Información y Turismo, sabrá utilizar su potencial como medio de control social. La televisión “se irá descubriendo esencialmente como un medio dirigido y un medio dirigista”, y será “concebida como una pieza más del esquema estatal de la comunicación pública” (pág. 41). Será, pues, una herramienta indispensable para ese ejercicio colectivo de fabricación y “construcción” mental de la nación que tuvo lugar en la España de los años cincuenta. Pero no sólo eso: desde un principio, la televisión será percibida por los públicos como un medio para la evasión, y conseguirá en muy poco tiempo encaramarse al podium de la cultura de masas. Música, seriales, fútbol y toros, todos televisados, todos al alcance del televidente, ocupan el tiempo de los cada vez más numerosos propietarios de un parque de receptores que crece en progresión geométrica al compás del desarrollismo de los años sesenta. Y es que, nos recuerda Rueda, en aquella década la televisión “actuó como espejo y caja de resonancia de la imagen pública del bienestar colectivo” (pág. 98). En los setenta, con un régimen ya más remansado, el medio se convertirá en la correa de transmisión de una, por supuesto, aún bien tamizada actualidad informativa, pero también en una ventana al resto del mundo.

Durante esta primera parte del libro se analizan el contexto jurídico-legal y los intereses políticos, el efecto de la industrialización y las consecuencias de la inmigración interna, la sociedad de consumo y la evolución de los hábitos de ocio. O el fenómeno de los teleclubs, concepto heredado del estado nazi alemán de los años 40 para explotar las posibilidades didácticas de la televisión en el entorno rural, que se quedaron en “simples tertulias de viejos ante un televisor”, según Ricardo de la Cierva (pág.123), o los porqués de la deuda histórica que arrastra la RTVE, que desde 1976 ha perseguido al ente como un estigma creciente.

La transición y la llegada de la democracia, el color en los aparatos y el creciente consumo audiovisual preparan el camino para la televisión multicanal, con varios operadores autonómicos y otros tantos de titularidad privada quintuplicando los contenidos y revolucionando tanto la organización empresarial del medio como su relación con la publicidad y con el espectador. Es en la segunda parte, compuesta por los capítulos 6 a 9, donde M^a del Mar Chicharro, profesora de Sociología de la Comunicación en el Centro de Estudios Superiores Felipe II, da cuenta de lo que es un nuevo modelo de televisión, servicio pero sobre todo negocio, que es la que a día de hoy ¿disfrutamos o sufrimos? al apretar el botón de encendido. Conceptos como el mando a distancia, el bagaje audiovisual de los consumidores, el aumento de la exposición al medio y los avances tecnológicos son abordados por la autora, que señala a la televisión de los noventa como testigo de las transformaciones del modelo de familia, de las nuevas exigencias del mercado laboral, y de la cada vez más heterogénea sociedad que retrata, aun a riesgo de deformar.

Los diferentes partos que alumbrarán más y más operadores televisivos desde

los primeros ochenta hasta la actualidad, la guerra de precios en la tarificación publicitaria, y la constatación de que dentro de las actividades de consumo cultural, ver la televisión ha sido y sigue siendo la actividad de ocio más frecuente, son otras de las cuestiones que se describen en esta segunda parte, acompañadas a su vez por un somero repaso a los estudios de audiencia más significativos de los últimos años, tanto cualitativos como cuantitativos.

Como puede deducirse, no es tarea sencilla abarcar desde una óptica multidisciplinar una realidad tan compleja como la evolución de la televisión en España. Por eso pienso que estamos ante un libro francamente interesante, más que resolver de modo definitivo toda cuestión relacionada, para cumplir perfectamente una labor de contexto y aproximación general, que no superficial. Y lo que es igual de importante, con una obra que aporta un montón de pistas que posteriormente permitirán al lector profundizar en cuestiones más concretas pudiendo haber contado con el sólido bagaje de esta investigación concienzuda.

Estefanía Jiménez

La enseñanza del ciberperiodismo. De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística

TEJEDOR CALVO, Santiago.

Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2007.

Periodismo digital. Los grandes diarios en la Red. Buenos Aires

ALBORNOZ, Luis A.

La Crujía Ediciones, 2007.

La bibliografía sobre ciberperiodismo –admitamos, con el profesor Santiago Tejedor, que ése es el término que se va imponiendo en la Universidad española–, si se quiere, el periodismo digital –el otro término que también disfruta de fortuna para denominar esta forma de hacer periodismo– va creciendo en lengua castellana, hasta conformar la que probablemente es la más numerosa de la Universidad occidental. La producción de tesis doctorales por parte de los jóvenes profesores ayuda a que se vayan completando los diferentes aspectos de esta nueva disciplina, lo que confirma que ha llegado para quedarse. A falta de que, por fin, se implante el Espacio Europeo de Educación Superior en nuestros centros superiores, y se reformen los planes de estudio que sólo con dificultades y en facultades más recientes se muestran algo más flexibles y receptivos a asignaturas sobre ciberperiodismo, la investigación parece ir por delante de la docencia, y la práctica profesional, igualmente, siguiendo su propio camino.

Precisamente de esa encrucijada en que nos encontremos trata el primero de los dos libros que reseñamos, el de Santiago Tejedor Calvo, profesor de la

Universidad Autónoma de Barcelona, una de las “clásicas”. Las cuestiones que trata el profesor Tejedor –y es de agradecer, yendo al grano: lo bueno, si breve, dos veces bueno– son de absoluta actualidad. No se trata sólo de un conjunto de propuestas, aunque el profesor Tejedor es valiente y las hace; es, sobre todo, un análisis con los pies bien pegados a la tierra, y además, enmarcado en una visión más amplia, la de la alfabetización digital. El libro de Tejedor va así de lo general a lo particular. En el primer capítulo, analiza el paso de la alfabetización a la alfabetización digital, y de ésta a la alfabetización, digámoslo así, de los ciberperiodistas –y de los docentes que hemos de formarlos, claro está. Las conclusiones son claras: la necesidad de hallar un consenso terminológico, de no limitarse a cuestiones de diseño ni a los diarios electrónicos, y de encontrar el justo término entre la teoría y la práctica, entre la profesión, la investigación y la docencia.

Pero, lejos de quedarse en una mera declaración de principios, el libro de Santiago Tejedor propone en su segundo capítulo una serie de pautas para un currículo de ciberperiodismo, y lo hace partiendo de lo que ya existe, del análisis de las asignaturas que se imparten en estos momentos en la Universidad española. Merece la pena leer el texto del profesor Tejedor, sin que lo “destripemos” aquí, para comprender el alcance de los cambios que se avecinan y que inevitablemente tendremos que llevar a cabo.

El libro de Luis A. Albornoz, profesor de la Universidad Carlos III de Madrid, es también fruto de su tesis doctoral. El profesor Albornoz analiza seis ciberdiarios, tres argentinos y tres españoles, y de alguna manera compara –en una serie de capítulos introductorios– el negocio de los diarios impresos y de los diarios digitales. Los dos últimos capítulos, el octavo y el noveno, son los que analizan más directamente las características de los ciberdiarios estudiados, tanto desde el punto de vista de los contenidos, como de los servicios, los recursos audiovisuales y multimedia y los modelos de negocio. Se trata de un enfoque más bien descriptivo, aunque suficiente para comprender el estado actual de esos diarios desde una perspectiva amplia. El último capítulo, por su parte, nos presenta una serie de reflexiones finales. *Grosso modo*, Luis A. Albornoz menciona los factores exógenos y endógenos que hacen que los diarios digitales estudiados (como, probablemente, otros muchos) sean como son: factores socioeconómicos, histórico-culturales y tecnológicos. En este sentido, hubiese merecido la pena que el estudio del profesor Albornoz se hubiese inspirado en otra tesis doctoral, publicada tanto en inglés como en castellano, la del profesor Pablo Boczkowski, quien, desde una perspectiva sociológica e incluso antropológica, intenta explicar –como también han hecho en Cataluña las tesis de Pere Masip y David Domingo– los cambios en las redacciones. En todo caso, el profesor Albornoz nos deja en este último capítulo de conclusiones un cuadro de características muy interesante y una serie de propuestas de investigación futuras que convendría no se quedasen en el sueño de los justos. Si una tesis doctoral no es sino el comienzo de lo que puede llegar a ser una carrera académica consistente, las de Santiago Tejedor y Luis A. Albornoz

son una puerta abierta a la esperanza no sólo por lo que ya son, que por supuesto y también sino, sobre todo, por lo que apuntan que van a llegar a ser.

J.D.N.

La télécratie contre la démocratie: lettre ouverte aux représentants politiques

STIEGLER, Bernard

Paris: Flammarion, 2006.

A partir de la noción aristotélica de *philia*, como deseo común de los unos por los otros y origen de la proyección política, el filósofo francés Bernard Stiegler retoma en este texto las investigaciones sobre los *mass media* y la configuración social, ya presentes en los tres volúmenes publicados hasta la fecha de *La technique et le temps*. En contra de las doctrinas sobre el fin del industrialismo o el rebasamiento de la modernidad, Stiegler parte de la denominada era hiperindustrial, plegada al populismo donde los medios de masas actúan como agentes que difuminan el deseo –condición de toda vida política– a favor del “capitalismo pulsional”, la reflexión en beneficio del automatismo. La confrontación entre la telecracia y la democracia ocupa el primer capítulo del texto: el dominio de los media audiovisuales sobre la vida pública implica la pérdida de participación del ciudadano en los circuitos públicos de poder, con la única gratificación de una participación ilusoria. En consecuencia, el grado cero del pensamiento es resultado de la formación de masas artificiales a partir de la mediación simbólica, que desemboca en la legitimación y eternización de la sociedad de mercado equipolente a una *société d’incivilité*. Stiegler pone en juego los conceptos freudianos del ideal de yo, la identificación primaria y la pulsión como eje alrededor del que se conforman las masas artificiales modeladas por el marketing. En los últimos capítulos del texto, el autor señala las esperanzas de recuperar la apropiación colectiva de los media como instrumentos de democracia a través del software libre y de la equiparación de los usuarios con los lectores y autores de la Red, cuyas resonancias brechtianas son evidentes.

La cuestión central del texto radica en el papel de la tecnología de la comunicación como instrumento de disociación colectiva. Toda ligazón afectiva entre los individuos queda cortocircuitada cuando las tecnologías relacionales se subordinan a la lógica de la mercancía, a la Sociedad de Mercado cuyo objetivo no es sino la perpetuación de la *consommation addictive*. La creación de masas artificiales hipersincronizadas, globalizadas y desprovistas de *super-ego* a través de las estrategias de *marketing* vehiculadas por lo que Stiegler denomina “Industrias de programas”, conduce sin remisión a la pérdida de participación de los individuos en la articulación de lo colectivo y a la violenta fractura del principio de individuación delineado por el filósofo de la técnica Gilbert Simondon.

Tras señalar en textos anteriores la miseria simbólica que atañe a la manipulación de lo sensible a cargo de las industrias de programas, la miseria política se

cifra en el déficit democrático provocado por la telecracia, que crea simulacros de participación despolitizados. Ante tal desustanciación del deseo, de la *philia* convertida en pulsión automática, egoísta –en apariencia– y, sin embargo, dirigida por las industrias de programas en connivencia con el sistema de Mercado, la aparición de la web 2.0 y las nuevas formas de tecnología relacional como los *blogs* plantean la necesidad de recuperar la dimensión política de los medios comunicativos. De este modo, Stiegler exhorta, en concreto a los representantes políticos, tales como Nicolas Sarkozy y Ségolène Royal, a pensar los medios en términos de participación de los individuos en la creación de un proyecto colectivo no gregarizado conforme a los intereses del marketing, donde el Mercado autorregulado no se arrogue la tarea de individuación a través de la tecnología digital.

En conclusión, el silencio de las fuerzas políticas, en lo referente a una verdadera participación ciudadana en la constitución del *nous* en lugar del *on* impersonal, dictado por la elite de poder del Mercado, precisa un contrapunto, con una sólida base teórica, para lograr superar el estado actual de miseria política yuxtapuesta a la miseria simbólica. Bernard Stiegler trata en el texto reseñado de provocar la toma de conciencia en el lector de realidades cotidianas que determinan los aspectos psico-sociales. La sociedad de mercado, tendente a esquivar los valores solidarios en beneficio de los intereses egoístas, se refleja en las violencias recíprocas y gregarizadas a cargo de la sociedad de Mercado, como bien vislumbró Polanyi a mediados del siglo XX. Los medios tecnológicos de comunicación exentos de proyección social a favor de la puramente económica contribuyen a ahondar la naturalización de tal miseria: la conversión de la opinión pública en audiencia –tiempo de cerebro disponible–, del ciudadano en consumidor, de la asociación humana en disociación.

Antonio Fernández Vicente