

La pantalla y los jóvenes*por Miguel de Aguilera*

S. LIVINGSTONE Y M. BOVILL (EDS.) (2001).

Children and Their Changing Media Environment. A European comparative Study.

Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. Mahwah, (New Jersey).

Aunque las fronteras nacionales abriguen y resguarden muchas diferencias, sin embargo, la estructura de las sociedades europeas está siendo atravesada por una serie de cambios que hacen que la vida de los jóvenes en esos países adquiera en diversos aspectos una creciente homogeneidad. Entre los factores que contribuyen a la disminución de la diversidad cabe mencionar, sin duda, los políticos, pero también otros, de índole diferente, como los económicos y culturales; y todos ellos encuentran uno de sus escenarios principales en los medios de comunicación. De modo que el primer objetivo que confiesan los autores de la investigación en la que se apoya esta obra consiste en establecer el papel diferenciado que desempeñan los medios de comunicación en este contexto

de cambios, por lo que se refiere en particular a su incidencia en la identidad y la cultura de los niños y jóvenes, así como en las relaciones que estos entablen con la familia, los grupos de pares, la escuela y la comunidad —esto es, los contextos donde se desarrolla la vida cotidiana de esta población.

Sonia Livingstone y Moira Bovill, dos destacadas investigadoras británicas, han impulsado una investigación internacional (desarrollada simultáneamente en 11 países europeos —entre ellos, España- e Israel) cuyo punto de partida se sitúa, pues, en el proceso de cambios que atraviesa nuestras estructuras sociales —propio de la modernidad tardía-, examinando el papel que en él desempeña el sistema de comunicación. Pero ese sistema de comunicación, mediador de nuestras experiencias, está configurado por una serie de medios nuevos —la TV por satélite y cable, el vídeo interactivo y los videojuegos, los ordenadores personales, internet, el teléfono móvil, los equipos de sonido- que se suman a otros medios ya tradicionales y convergen, sobre todo, en torno de la pantalla, convirtiéndola en el soporte principal de un variado caudal de imágenes, sonidos y textos. Ese nuevo entorno

mediático –al que se accede y se usa, sobre todo, desde el hogar– se ha desarrollado e implantado en los últimos veinte años. Así, los niños y jóvenes europeos han encontrado en los paisajes cotidianos donde se desarrollan sus vidas, desde su mismo nacimiento, esos medios de comunicación. De aquí que transiten con desparpajo por este complejo sistema técnico y por el continuo flujo de estímulos que esos medios transmiten. De ahí que se hayan apropiado de ellos, integrándolos –al conferirles ciertos usos y atribuirles algunos sentidos– con toda naturalidad en sus vidas cotidianas; aunque, al mismo tiempo, esos medios contribuyan en buena medida a conformar esas vidas cotidianas de la población joven europea.

La investigación cuyo fruto final y más destacado es esta obra arrancó en 1997 y, durante todos estos años, ha dado lugar a las varias publicaciones de ámbitos nacionales o internacional que hemos podido seguir con interés creciente. Para llevarla a cabo, los equipos de investigación han entrevistado a aproximadamente 11000 niños y jóvenes de estos 12 países, mediante cuestionarios y entrevistas en profundidad, con el propósito de conocer los modos de acceso –y, por lo tanto, los

mecanismos de difusión– y uso –apropiación– de esos nuevos medios por este segmento de la población, los sentidos que les confieren y el impacto que tienen sobre sus vidas y los contextos en que éstas se despliegan –sobre todo, el hogar, los grupos de pares y la escuela. Y todo ello, atendiendo al mismo tiempo a la gama de cambios que atraviesa el medio social de los jóvenes (glocalización, mudanzas en la familia y el hogar –cultura de la habitación, tendencia hacia vivir juntos separadamente–, orientaciones incidentes en la construcción de la identidad –privatización, individualización, globalización–, entre otros).

A pesar de la complejidad que entrañaba, la investigación ha alcanzado frutos variados y de gran interés. Lo que en buena medida se debe al rigor de su planteamiento metodológico (guiado por la perspectiva comparativa que tan grata le resulta a Jay G. Blumler, prologuista de la obra, y apoyada en técnicas cuantitativas y cualitativas) y a la solidez de sus fundamentos teóricos. Así, los capítulos de este libro se ocupan de cuestiones tales como establecer las similitudes y diferencias que se dan en los contextos nacionales donde viven estos jóvenes, de

señalar qué se entiende a efectos analíticos por niños y jóvenes y justificar las razones que llevan a centrarse en este segmento de la población, de examinar las condiciones para el acceso a los medios en el hogar (atendiendo, entre otras cuestiones, a los principales elementos diferenciadores de la vida social —status socioeconómico, género, edad), los usos que los jóvenes confieren a los distintos medios, las preferencias en géneros y contenidos mediáticos (en riguroso estudio realizado por Carmelo Garitaonaindía, Patxi Juaristi y José A. Oleaga), las interacciones y regulaciones domésticas que provoca su uso, la creciente privatización de su uso, el destacado y activo papel que desempeñan en las relaciones con los pares, la incidencia en los roles de género y en la fijación de las identidades sexuales, y la forma de entender los medios y la cultura global predominante entre los jóvenes, entre otros muchos datos y reflexiones de gran interés.

Como cualquier otro trabajo, este libro sobre los jóvenes y su nuevo entorno mediático presenta algunas debilidades y fallos ocasionales. Entre otros, podría mencionarse la escasa atención que presta a un elemento tan importante en la cultura y la vida

juvenil como es la música; igualmente, cabe señalar la excesiva influencia de la cultura investigadora anglosajona, que les lleva a olvidar algunos conceptos útiles elaborados en otros contextos o, en otro orden de cosas, a caer en ciertos juicios estereotipados al comparar los países nórdicos con los mediterráneos y de base cultural católica; asimismo, la anchura de los objetivos y del marco comparativo lleva a obviar en la explicación de los fenómenos examinados ciertos aspectos contextuales elementales, como puede ser, entre otros varios, la incidencia de las circunstancias climáticas en los comportamientos juveniles —conceptos como el de la cultura de la habitación no tienen el mismo sentido en Copenhague que en Málaga, por poner un ejemplo. Las cuestiones apuntadas a título ilustrativo, en las que el lector reparará, no son sino debilidades menores de esta obra, probablemente derivadas, sobre todo, de la amplitud de los objetivos perseguidos así como de la magnitud y complejidad de los datos examinados. En todo caso, la utilidad, el rigor y la calidad de los datos que se recogen en esta obra y de las reflexiones que los acompañan hacen de ella un libro de indispensable consulta para conocer —con una óptica más realista y

menos mitificadora- el nuevo entorno mediático, su incidencia en el cambio y los usos que de esos medios hacen los jóvenes. Aunque el interés de este libro no se limite a lo anterior, pues también ha de destacarse la riqueza de las consideraciones

El imaginario de Cataluña en el dial

por Emilio Fernández Peña

ROSA FRANQUET (2001):
Història de la Ràdio a Catalunya al Segle XX (de la ràdio de galena a la ràdio digital).
Generalitat de Catalunya.
Barcelona:.

Cuando el Barón de Viver, a la sazón alcalde Barcelona, en 1923 pronunció el discurso de inauguración de EAJ-1 Radio Barcelona, pocos podían pensar que este medio se acercaría al siglo de existencia con la excelente salud de la que goza.

Los países sin Estado necesitan construir su historia por razones de supervivencia y la historia de los medios de comunicación constituye un capítulo de vital importancia dentro de esta tarea. Esta idea Hegeliana, pues, sigue teniendo vigencia en pleno siglo XXI. Así, la Generalitat de Catalunya ha encarga-

teóricas y metodológicas que hubieron de realizarse para llevar a cabo la investigación sobre estos nuevos fenómenos comunicacionales, así como las fértiles reflexiones y conclusiones que de ello se derivaron.

do a Rosa Franquet, una experta en la materia, la primera historia completa de la radio en Cataluña en sus primeros 77 años. Este trabajo es el primer intento de establecer una panorámica del medio en su conjunto frente a los trabajos centrados en la historia de emisoras particulares. La autora es una buena conocedora del medio desde que a mediados de los años ochenta publicó su primera historia de la radiodifusión en Cataluña, desde su nacimiento al franquismo. A este trabajo se unen investigaciones particulares sobre los primeros 70 años de la pionera de la radiodifusión en España, Radio Barcelona, la historia de otra de las primeras Radio Reus y otro gran número de aportaciones.

La estructura del trabajo está marcada por el devenir político de estos 77 años de historia. La dictadura de Primo de Rivera y la República, el Franquismo y la llegada de la democracia, son las partes diferenciadas de esta

investigación. El contexto político condiciona decisivamente el desarrollo de los medios de comunicación, máxime en el caso catalán y español con un siglo XX pleno de periodos de conflicto y falta de libertades. En cada una de estas tres partes bien diferenciadas se ofrece una visión general de la radio en esos momentos para, posteriormente, hablar de los casos particulares de emisoras.

En los años veinte esta nueva tecnología comienza siendo tan sólo del interés de una élite de empresarios del sector eléctrico, ingenieros y técnicos. Sin embargo, su crecimiento es espectacular, lo que la convierte ya en un medio de masas durante la República. Los políticos empiezan a ser consciente del importante papel de las ondas y pronto se utilizan como medio para influir en el gran público. Es en los sucesos de octubre de 1934 cuando la radio se utiliza por primera vez en Cataluña para movilizar a las masas. Posteriormente, durante la Guerra Civil ambos bandos, pero sobre todo los sublevados contra el régimen democrático, hacen un uso propagandístico del dial, que tendrá importante trascendencia en su victoria final. Los años de la dictadura son tiempo de control férreo sobre los

medios, en general, y la radio en particular. Los primeros años del franquismo promueven el crecimiento del número de emisoras, siempre en poder de adeptos al régimen, produciéndose así una pluralidad de canales y soportes, pero una triste unidad de contenidos controlados por la censura. En esta época, la radio constituye la base de información y entretenimiento de las clases populares. La llegada de la democracia despierta al medio de su largo letargo y brinda la posibilidad a la radio privada de adentrarse en materia de información y contribuir a la difusión de la pluralidad de ideas

En materia de contenidos, los años de la República resultan, para la autora, de gran interés, pues en estos primeros tiempos se asientan algunos de los géneros que demostrarán posteriormente su éxito a lo largo de los años. Se gestan los primeros informativos y la radio entra en el terreno de una especialización, que nunca abandonará, con programas para las mujeres o los niños. La falta de libertades ancla en algunos aspectos al medio hasta el punto de que a principios de los años ochenta todavía se mantiene la estructura de aquellos programas destinados al público femenino que durante los treinta

hacen su aparición. La radio comercial busca contenidos de entretenimiento como fórmula para competir con Radio Nacional. El control de la censura conmina en ocasiones a los guionistas a aguzar el ingenio, pero en la mayoría de las veces supone una dura cortapisa a la creatividad. En los últimos años del régimen, la radio comienza a informar sobre su entorno más próximo, reservando a RNE la información de lo que ocurre en España y en el mundo. Es por ello que, cuando llega la transición el medio se vuelca en la información, saca los micrófonos a la calle, con gran ansiedad por contar lo que está pasando hasta el punto de que, como recoge la autora, Pepe Oneto, dirigente de la SER por esos años, llega a hablar de una "democracia retransmitida".

Pero, también el uso del catalán va a estar condicionado por la coyuntura política. En los primeros años de historia de la radio, la lengua propia de Cataluña se comienza a estar presente en el medio, reflejo de su uso social. Con la dictadura queda prohibida su utilización. Sin embargo, en los años cincuenta y sesenta existen ejemplos muy aislados del uso del catalán en el caso del teatro radiofónico y cuando se abordan temas rela-

cionados con el folklore del país. Los últimos años de la dictadura permiten una introducción más abierta del catalán, pero no es hasta el advenimiento de la democracia cuando comienza a tener una presencia fuera de lo anecdótico. Ahora se cumplen 25 años de la retransmisión del primer partido de fútbol en catalán, pero no es hasta los últimos años, sobre todo con la aprobación de la ley de Política Lingüística de 1998, cuando la presencia del catalán en la radio del país se generaliza. A ello ha contribuido, además de la legislación, el surgimiento de Radio 4, el nacimiento de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió en 1983 y la proliferación de las radios municipales que tienen en el catalán su vehículo de comunicación.

Los cambios tecnológicos, también, han afectado al medio en sus 77 años de historia. La aparición de los primeros transistores cambia los hábitos de consumo que hasta el momento se producían en el hogar. Otro de los grandes cambios es la llegada de la FM que, en principio, se especializa en música, en algunos casos salpicada de información. Sin embargo, el nacimiento de Antena 3, capitaneado por el grupo Godó rompe

con la especialización inicial e introduce la radio generalista en la frecuencia modulada, abriendo el camino a otras experiencias posteriores.

Cataluña es un caso aparte dentro del conjunto del Estado. Tras la muerte del dictador surgen dos fenómenos de especial trascendencia. El primero, las radios libres, responde a movimientos sociales a escala europea en los que Cataluña es adalid de la experiencia en el Estado. El segundo es el de las radios municipales, único caso en nuestro entorno que surge en un momento en que un pueblo puja por recuperar sus señas de identidad. Paralelamente, la radio catalana ha aportado nuevos programas, más frescos, añadiendo la creatividad y originalidad a los géneros tradicionales y aportando nuevos formatos a la radio en España. Es el caso de programas como La Visagra, La Ventana, La Radio de Julia o Hablar por Hablar.

Desde mediados de la década de los noventa, la radio se enfrenta a dos grandes retos. Por una parte, la digitalización de la señal, que complementa el camino ya emprendido en la producción y, por el otro, la radio en Internet. La autora deja abierto el camino de lo que será la radio del siglo XXI, una radio más participativa y que tendrá en la interactividad las bases de su pervivencia. Por el momento, experiencias en la red como las de Catalunya Ràdio, que permite recuperar programas ya emitidos, rompen con una de las características del medio analógico: la no perdurabilidad de los mensajes, manteniendo una de sus mayores virtudes, la inmediatez.

Es este un trabajo minucioso que mantendrá ya para siempre viva la memoria del medio y de una parte importante de la historia de Cataluña, a la vez que deja fijado una parcela trascendente del imaginario colectivo de un país.

La Radio en la Sociedad Red

por Carmen Peñafiel

M. CEBRIÁN HERREROS. (2001):
*La radio en la convergencia
multimedia.*
Gedisa. Madrid.

Hemos entrado en un nuevo siglo, con nuevas actitudes ante la vida, ante el trabajo, con una nueva mentalidad que todo lo fracciona en bits...Estamos en la sociedad de la convergencia tecnológica. El futuro viene marcado por la digitalización de la señal, por la comunicación sin cables, los dispositivos portátiles y las tecnologías de Internet.

Gracias a las nuevas tecnologías se intenta conseguir un objetivo final: la integración de los distintos medios de comunicación.

Precisamente en este escenario se encuentra la radio, un medio que busca situarse dentro del nuevo ecosistema de la comunicación. La radio ha dado un importante salto cualitativo al estrenar el nuevo milenio: no sólo ofrece voz y música sino que aporta otros servicios como datos, texto e imagen en pequeñas pantallas de nuestros receptores, así como su introducción en Internet.

Los próximos años se presentan muy prometedores en cuanto a nuevas tecnologías y nuevos servicios lo que ha generado una serie de desafíos para los investigadores de la Comunicación, al mismo tiempo que se han abierto un montón de expectativas en usuarios y analistas.

Por ejemplo, los fabricantes del sector están avanzando vertiginosamente con gran cantidad de tecnologías que se han estrenado en el 2000: los nuevos teléfonos móviles de tercera generación nos van a ofrecer servicios multimedia (con audio y vídeo integrados) y la posibilidad de acceder a Internet desde cualquier lugar, en cualquier momento y a una velocidad muy aceptable. De manera que el buzón de voz y el correo electrónico se convertirán en correo móvil multimedia; los mensajes cortos, en postales electrónicas con dibujos y videoclips integrados y, las llamadas de voz, se complementarán con imágenes en tiempo real.

La radio no es ajena a la reconversión del siglo XXI, le ha tocado, igualmente, la revolución numérica y tiene un plazo de diez años para sustituir los sistemas analógicos por el sistema digital, propio de la Sociedad de la Información y de la

Sociedad-Red calificada por una interacción continua.

La última aportación del profesor Mariano Cebrián "La radio en la convergencia multimedia" va en esta línea. Trata de analizar la situación actual de la radio en su transformación y configuración interna y en su relación con otros medios de comunicación y técnicas, también en plena expansión, desde la perspectiva que se abre para la gestión de los contenidos y servicios.

El autor aborda también las tendencias del medio, expone hipótesis abiertas con una metodología prospectiva que permita replantearse las estrategias de cara al mañana. Mariano Cebrián, Catedrático de Teoría y Técnica de la Información Audiovisual, opina que primero hay que observar la nueva realidad tal como aparece y luego tratar de definirla, atraparla en un nuevo concepto de radio que consiga plasmar la situación creada o que sirva para interpretar adecuadamente tal situación dentro de un ámbito conceptual comunicativo coherente.

La obra está dividida en dos partes. La primera se centra en las transformaciones técnicas hacia la convergencia multimedia y la segunda aborda los contenidos y servicios de la radio.

En los primeros capítulos se describen los cambios generales de la sociedad incidiendo, fundamentalmente, en la era Internet que ha modificado todas las concepciones tradicionales. Ve como Internet puede ser competitiva con la radio pero también su gran aliada. Considera que es la nueva plataforma de la comunicación, de la información, de la política, de la economía, de la vida social, de la cultura.

El autor con un lenguaje ágil y muy descriptivo nos señala la vertiginosa evolución del medio radiofónico: radio por Internet, radio digital, radio por telefonía móvil y la radio en las plataformas digitales de los tres sistemas de difusión. Por otro lado, con una perspectiva crítica toca aspectos cualitativos de la radio reconociendo que la radio actual se ofrecerá como un negocio más dentro de los paquetes de ofertas e incide, igualmente, en la vieja polémica sobre la orientación comercial o el enfoque hacia el servicio a la sociedad, no sólo para los medios públicos sino también para los privados.

El profesor Cebrián señala cómo la radio en la nueva era se integra en grupos empresariales más amplios. La transformación organizativa lleva de la radio autónoma a las organizaciones multimedia donde se aprecian una serie de repercusiones cla-

ras: Control de varios medios por la misma línea editorial y homogeneidad de criterios informativos y demás contenidos para todo el grupo.

Las páginas de este libro son un canto a las reivindicaciones de los consumidores. Ya no se trata de audiencias pasivas y lineales sino que ahora destaca su papel activo, y este cambio de actitud se denota no sólo en la recepción de la información o a la hora de construir su propio programa sino para exigir calidad de productos inmateriales: de información, de ofertas de contenidos de radio y televisión y rechazo de influencias morales.

La segunda parte de la obra comienza con un debate muy interesante en nuestros días como es el concepto de globalización y una de las claves en la convergencia tecnológica y en la universalización de las comunicaciones. La globalidad es un fenómeno que se está imponiendo en nuestro entorno y aplicado a muy diversos campos de actuación (política, economía, sociedad, comunicación, etc.). La radio no escapa a su dominio y el autor expone como la confrontación de globalidad y proximidad requiere un profundo análisis de la realidad. Aborda la globalización de la radio como

una tendencia hacia una internacionalización de la misma mediante el desarrollo tecnológico de los satélites e Internet. Sin embargo, lo local también se universaliza y rompe sus fronteras. En este sentido, Mariano Cebrián manifiesta que lo local ya no puede estar determinado exclusivamente por la difusión territorial sino por el ámbito local de los contenidos.

A lo largo de las 270 páginas el autor de esta publicación expone muchas cuestiones que deja abiertas a posteriores estudios e investigaciones, aunque considera interesante dejar constancia de ellas: las innovaciones que actualmente se producen en la programación general y temática; los nuevos ámbitos radiofónicos para la publicidad; la renovación de lenguajes y formatos; las nuevas dimensiones idiomáticas; y las repercusiones en los profesionales.

Es una obra densa y como reconoce el propio autor inacabada: Vivimos en el centro de los cambios. Nos falta perspectiva, pero si los análisis se posponen cuando se quiera observar la evolución nos encontraremos con otras mutaciones que también volverán a crear dificultades. Por tanto, se asume el riesgo de investigar la radio en la vorágine de las transforma-

ciones tan profundas que está padeciendo.

Es una obra de gran interés para quien desee seguir el ritmo

La publicación digital ya forma parte del ciberespacio

por Koldo Meso Ayerdi

LLUIS CODINA (2000):

El libro digital y la WWW.
Tauro Ediciones: Madrid

¿Cuáles son las principales características y propiedades más significativas de la información digital? ¿Qué es un libro digital? ¿Será la nueva encarnación de la letra impresa? ¿Qué se esconde bajo el término "hipertexto"? ¿Cambiarán los roles de todos los actores implicados en el sector de la publicación? Estos y algunos otros interrogantes más relacionados con la edición electrónica, el WWW y el futuro de las informaciones textual e icónica en la denominada sociedad de la información tienen respuesta en esta obra, concebida por el profesor de la Pompeu Fabra Lluís Codina con el claro propósito de presentar un análisis de una de las realidades más fervorosas del mundo de la información y la

de los acontecimientos del medio radiofónico en la sociedad de la convergencia multimedia.

documentación actual, la publicación digital.

Esta obra, instrumento fundamental para toda persona interesada en las autopistas de la información y/o vinculada con el mundo de la creación o la difusión del conocimiento, pretende proporcionar elementos de discusión sobre aspectos relacionados con el papel que desempeñan los ordenadores, como recuperadores y distribuidores de la información textual; las características y propiedades e la información digital; la estructura de un libro digital (sinónimo de libro electrónico); los aspectos económicos y sociales de la publicación electrónica y qué repercusiones supondrá para los actores tradicionales de la industria de la edición y la publicación; y el futuro de los libros digitales y de la cultura de la letra impresa.

La labor investigadora y divulgadora en torno a temas como las publicaciones digitales y los sistemas de información electrónica desarrollada por este miembro del Instituto de Lingüística Aplicada (IULA) y del Observatorio de

la Comunicación Científica (OCC) de la propia UPF, y que se ha traducido en una producción de más de doscientos artículos, se pone de manifiesto a lo largo de las 274 páginas que tiene este libro.

El uso del álgebra de Boole para expresar necesidades de información en bases de datos y motores de búsqueda; sobre la búsqueda de información en la WWW; parámetros de eva-

Reflexiones acerca de la imagen digital

por José Ignacio Armentia

F. R. CONTRERAS (2000):
Nuevas Fronteras de la Infografía. Análisis de la Imagen por Ordenador.
Mergablum. Sevilla.

Lo primero que conviene aclarar a la hora de referirse a esta obra es el hecho de que su título puede dar pie a algún tipo de confusión. El concepto de Infografía al que se refiere Fernando Contreras no tiene nada que ver con el aceptado en otros volúmenes que a lo largo de los 90 han visto la luz en España, entre otros los publicados por José Manuel de Pablos (Síntesis, 1999), Gonzalo Peltzer (Rialp, 1991) o Antonio Piñuela (Fragua, 1993). Contreras define la

luación e indicadores de calidad en publicaciones digitales; y un pequeño glosario de algunos términos clave, son otros de los aspectos que el autor ha tratado en esta obra, que tuvo su origen en un convenio de investigación entre la Universidad Pompeu Fabra y el Centre d'Investigacions de la Comunicació, a iniciativa de este último, y que dio lugar a un libro en catalán publicado en 1996 por el citado centro.

infografía como “el resultado natural de la evolución de los sistemas de representación a través de la tecnología informática”, y da por válida la visión de Holtz-Bonneau al respecto, para quien la infografía puede ser considerada como “la aplicación gráfica del tratamiento de la imagen”.

Desde esta perspectiva, no puede sorprender que diversos libros que han analizado la infografía, desde el concepto que se otorga a este término en el periodismo escrito —esto es “la presentación impresa de un binomio imagen+texto, cualquiera que sea el soporte donde se presente esa unión informativa: pantalla, papel, plástico, barro, pergamino, papiro, piedra” (De Pablos: 1999, 19), o bien “las expresiones gráficas, más o menos complejas, de

informaciones cuyo contenido son hechos o acontecimientos, la explicación de cómo funciona, o la información de cómo es una cosa" (Peltzer; 1991, 135)– no sólo no aparezcan citados en la obra de Contreras, sino que ni siquiera aparezcan recogidos en la bibliografía de la misma. Tampoco, probablemente por una errata del autor, se recoge en dicha bibliografía el texto de Holtz-Bonneau que le sirve como referente conceptual: *La imagen y el ordenador* (Fundesco, Madrid, 1986).

A lo largo de las 271 páginas de que consta *Nuevas Fronteras de la Infografía. Análisis de la Imagen por Ordenador*, Fernando R. Contreras –profesor de "Diseño Infográfico" en la Universidad Católica San Antonio de Murcia y profesor asociado de "Tecnología de la Información electrónica en la Universidad de Sevilla"– nos plantea una serie de reflexiones sobre la imagen generada por el ordenador y el contexto en el que ésta se produce.

A pesar de que la obra se presenta como un análisis de la imagen, los ejemplos gráficos en la misma brillan por su ausencia. En realidad, cabría hablar más bien de un ensayo o de un estudio teórico sobre la

imagen por ordenador que del examen de una serie de casos concretos, aun cuando el título de algunos de los capítulos de la obra podrían apuntar lo contrario.

Nuevas Fronteras de la Infografía. Análisis de la Imagen por Ordenador está prologado por el catedrático de la Universidad de Sevilla Manuel Ángel Vázquez Medel y consta de doce capítulos. En el primero, a modo de introducción se plantean diversos puntos de vista sobre las fronteras del nuevo mundo de la infografía. Los capítulos II, III, IV y V constituyen en su conjunto una contextualización de aproximadamente cien páginas sobre los marcos tecnológico, político, jurídico, social, cultural e interpretativo de la infografía. En este extenso bloque, el autor pasa revista, entre otras muchas, a cuestiones tales como el ancho de banda, Internet, la realidad virtual, la propiedad intelectual en el ciberespacio, la cultura en la Sociedad de la información, los interpretantes de los nuevos signos de la cultura digital, o la interpretación en la mente artificial.

Los temas VI, VII, VIII, IX y X son de contenido más técnico y en ellos se abordan temas como el soporte infográfico, la

clasificación espacial, espacio-temporal y conceptual de las imágenes infográficas, el diseño infográfico de las páginas multimedia o la iconomática, entendida ésta como la automatización de iconos (fusión de iconología e informática). Llama la atención el hecho de que hasta la página 119 no se aborde una definición del término infografía. Fernando Contreras explica al respecto que “la infografía nos aproxima a nuestro entorno mediante la percepción o el conocimiento sensible de éste, y por otro lado, mediante la conceptualización de los modelos. La aplicación del ordenador en la creación de imágenes ha logrado asociar el mundo sensitivo con el mundo de la cognición”.

Los dos últimos capítulos del libro se dedican a la infografía publicitaria en Internet y a la publicación electrónica. En este último capítulo se incluye un apartado específico a las consecuencias sociales de la democratización de la publicación en la red.

La bibliografía es extensa pero en ella se echan en falta diversos títulos. Ni la obra de

Aguilera y Vivar (una de las primeras publicadas en España sobre la infografía, en el año 1990), ni la de Peltzer, ni la de Antonio Piñuela, ni la de De Pablos, ni la de Cajigas –por citar sólo algunas– han merecido ser incluidas por el autor. Por el contrario, abundan los libros cuya relación con la infografía es cuando menos lejana.

Como colofón a su texto, Fernando R. Contreras nos ofrece un listado de direcciones electrónicas. En la selección de las mismas no se observa un criterio claro, entremezclándose direcciones de medios de comunicación con otras de diversas asociaciones, de librerías e incluso de sitios de pornografía.

En resumen, nos encontramos con una obra ambiciosa, en la que se entremezclan reflexiones interesantes con otras mucho más discutibles (en especial en el último capítulo) y que, sin embargo queda corta en su pretendida vocación de análisis, adoleciendo de una casi total falta de ejemplos.

La radio valenciana. De la radio de galena a la autonómica y digital

por Carmelo Garitaonandia

A. VALLÉS COPEIRO (1999):
Historia de la Radio Valenciana
(1925-1998)

Funcación Universitaria San
Pablo CEU. Valencia.

La historiografía radiofónica se ha venido enriqueciendo en los últimos años: desde obras de síntesis como la del hispanista Jean Jacques Cheval, "La radio en Espagne. Actualité et mutation" a obras de divulgación como la de Lorenzo Díaz, "La radio en España. 1923-1997". Igualmente la historia de las diferentes emisoras y cadenas radiofónicas está completándose con una importante serie de ejemplos: Alberto Díaz Mancisidor, "Historia de Radio Bilbao", Juan Munsó Cabús "Escrito en el Aire. 50 años de RNE", Maria Isabel Sanchez Redondo "Historia de la Cope"... También la historiografía de la radiodifusión en las diferentes Comunidades Autónomas ha tenido un avance apreciable: Rosa Franquet, "La radiodifusión a Catalunya", C. Albillo y Javier Sanchez Aranda "Historia de la radio en Navarra", etc.

Posiblemente la historiografía de la radio en las diecisiete Comunidades que configuran el Estado Autonómico español está menos desarrollada y coincidimos con la apreciación del coordinador de esta magnífica obra, Antonio Vallés Copeiro, cuando señala en su presentación de que este libro cubre lo que "constituye probablemente la laguna más notoria de la actual historiografía de la comunicación social valenciana... la historia desarrollada por los medios radiofónicos en la Comunidad Valenciana". Y este libro en esa tarea de explicar la historia de la radiodifusión valenciana es ejemplar.

Del estudio de la radio valenciana en el período de la Dictadura de Primo de Rivera y de la Segunda República se encargan Antonio Laguna Plate-ro y Antonio Vallés Copeiro, describiendo los problemas iniciales de la radio hasta la consolidación de una gran estación "EAJ-3 Radio Valencia" que termina incorporándose a la única cadena "nacional" existente antes de la guerra, "Unión Radio", y siendo uno de los pilares fundamentales de la radiodifusión española junto con Unión Radio Madrid, Radio Barcelona, Radio Sevilla y Radio San Sebastián.

El decreto diciembre de 1932 va a permitir desarrollar el fenómeno de la radiodifusión local, paliando así los vanos intentos realizados por la Dictadura de Primo, la Dictablanda (General Berenquer) y por parte de la República de crear un servicio nacional de radiodifusión. Con dicho decreto aparecen una serie de emisoras en las principales ciudades de la geografía de la Comunidad Valenciana: Alcoy, Castellón, Gandía, Alicante, Elche, etc. Este periodo se completa con un excelente capítulo dedicado a la radio como arma de información (inmediata) y propaganda durante los tres años de la guerra civil, así como a la programación de ocio y entretenimiento, elaborado por Enrique Bordería y María José Millán.

De los años de la radio en el periodo de la Dictadura franquista, hasta las primeras elecciones generales en Junio de 1977, se ocupan, Enrique Selva, Jesús Aldamizechevarría, Jesús Saiz y Manuel Menéndez Alzamora. Estos autores en sus respectivos tres capítulos hacen una descripción pormenorizada e inteligente de las principales transformaciones que experimenta la radio en esos años. En primer lugar: el control informativo y el adoctrinamiento. En segundo lugar, la radio como

evasión y espectáculo, los programas cara al público y las radionovelas, los discos dedicados y los clubs de radioyentes. La estructura radiofónica se organiza de una muy diferente manera después de "regresar a la ordenación internacional". Nacen las cadenas del nuevo Estado: la Red de Emisoras del Movimiento, la Cadena Azul de Radiodifusión y la de Emisoras Sindicales. Por último, las transformaciones en la última década del franquismo: "la radio yeyé en la época dorada del festival de Benidorm" y el deporte (fútbol, sobre todo) se convierte en un espectáculo de masas hasta la competencia de la televisión a partir de los sesenta.

Los tres últimos capítulos realizados por Francesc Andreu Martínez Gallego, Juan José Bas Portero, María José Millán y Antonio Sanfeliu completan las importantísimas transformaciones experimentadas en los últimos veinte años, ya que la historia se cierra en 1998. En primer lugar el cambio que experimenta la radio valenciana en un sistema de libertad de expresión, que para el caso español y catalán se había estudiado en el libro coordinado por Rosa Franquet y Josep Maria Martí, "10 años de libertad de información en la radio española 1977-1987". En segundo lugar las

modificaciones de la estructura radiofónica con la expansión de la oferta radiofónica en FM a raíz del Plan Técnico Transitorio de 1979 y más tarde con las concesiones de 1989. Y en tercer lugar, la aparición de la radio pública valenciana ligada al entre público RTVV: una radio de la comunidad autónoma para el servicio de la región. Se completa el libro con un capítulo dedicado a la historia de Radio Nacional en el País Valenciano.

El libro incluye una precisa bibliografía, un índice de emisoras y un índice onomástico que favorece enormemente cualquier consulta transversal. Por

Historia de la television en España

por Montse Bonet y Josetxo Cerdán

M. PALACIO (2001):
Historia de la television en España.
Estudios de la television. Nº
10, Gedisa. Barcelona.

La television en España es una asignatura pendiente. Y lo es en más de un aspecto. Un ejemplo de relativa actualidad: todavía son recientes las heridas provocadas por la guerra abierta entre las dos plataformas de tele-

otra parte, el CD-ROM con 65 pistas y otros tantos documentos sonoros no tiene precio por su valor testimonial directo. En él se puede encontrar desde una entrevista a Enrique Valor, primer director de Radio Valencia, fragmentos publicitarios de las diferentes épocas de la historia de la radio valenciana, sintonías de programas, el bando militar leído por la radio el 23-F...hasta un fragmento del primer boletín informativo de Canal Nou Radio (2-10-1989).

En resumen, una excelente obra que se merecería también la radiofonía de las restantes Comunidades Autónomas.

visión digital del país. Desde una perspectiva *científica*, hasta la reciente aparición de la colección de Gedisa, Estudios de Television (hace escasamente un par de años), no ha existido una experiencia editorial de carácter monográfico en este sentido (aunque hay que decir que la radio todavía carece de una iniciativa similar). Debemos tener en cuenta que cuando hablamos de television estamos hablando, quizá, del más importante medio de comunicaci3n contemporáneo, al menos si utilizamos parámetros como el del tiempo de ocio que le dedican los ciudadanos y la pregnancia social de su

agenda. Papel que desempeña desde hace ya bastantes años (décadas), así pues, ¿a qué se debe el retraso en su abordaje?

Según nos informa Manuel Palacio ya en la introducción de esta excelente *Historia de la televisión en España*, resulta que, en primer lugar, es prácticamente imposible para los investigadores tener acceso a los materiales realizados en las televisiones públicas o privadas de nuestro país (algunos hemos sufrido en nuestras carnes con impotencia dicha imposibilidad); y, en segundo lugar, la televisión tiene una imagen social bastante desastrosa, cercana en ocasiones a la vergüenza ajena. Una doble cuestión se plantea pues de buen inicio. Por un lado, la televisión en España goza (es un decir) de una inmerecida (y, sobre todo, escasamente argumentada) mala fama (no se debe confundir la escasa calidad de algunas parrillas de emisión con el medio en sí mismo), creada y alimentada principalmente desde la transición hasta nuestros días, y, a menudo, fruto de anteponer intereses políticos (partidistas sería más exacto) que adolecen de cualquier visión lógica sobre la trascendencia del medio. Por otro, los archivos de las televisiones son inaccesibles (bien por

su falta de rigor, bien por toda la maraña burocrática que entorpece su consulta). Por supuesto, ambos aspectos se retroalimentan: la televisión tiene mala imagen, la televisión no elabora políticas de imagen que dignifiquen al medio (que pasan indefectiblemente por la revisión de sus producciones con el propósito de dignificar su imagen). Las únicas políticas de imagen de las televisiones son aquellas que se desarrollan con una finalidad comercial. Los centros televisivos (principalmente Televisión Española) no responden a las demandas de una recuperación de su propio patrimonio en la vía de otorgar cierta respetabilidad al mismo, por lo que resulta imposible realizar labores de recuperación de la imagen pública de dichos centros.

Utiliza, pues, Manuel Palacio unos presupuestos de partida para la elaboración de su obra de todo punto alejados de lo que estamos acostumbrados en textos de similar título o pretensión. Si bien, como hemos dicho, existen trabajos de reconocida pericia investigadora sobre el mundo de la televisión en España (algunos ampliamente citados en el texto de Palacio), lo cierto es que las aproximaciones *generalistas* realizadas hasta hoy en día a dicho terreno han

sido de dos tipos: las legislativas (que han historiado principalmente periodos según marcadores políticos); las celebrativas (aproximaciones *impresionistas* de corte memorístico a programaciones que han dejado cierta huella en la memoria social, éstas usualmente, con gran profusión ilustrativa).

Así, no resulta baladí que Palacio inicie el estudio propiamente dicho con un capítulo dedicado a la televisión como concepto. Lo que le interesa al autor no es el aparato receptor o emisor, ni su evolución tecnológica, ni esas tan cacareadas primeras veces (tan frecuentes, por ejemplo, en las muy próximas historias del cine), lo que le interesa a Manuel Palacio es la formulación social de una idea (mucho antes, hemos de decir, de que sea tecnológicamente posible, al menos en nuestro país).

Tras esta introducción, que bien podríamos tildar de "declaración de principios", nos propone el autor un recorrido entre lo histórico-cronológico del medio y diferentes cortes temáticos de gran interés, con tal acierto que de ello resulta una excelente obra de síntesis, en la que confluyen de forma armónica las distintas aproximaciones

que permite el medio (sociológica, económica, política, etc.) sin que por ello resulte una obra de excesiva longitud. Nos hallamos, pues, ante un libro que se aleja de las historias al uso publicadas hasta el momento, en el que Palacio nos deleita con algunas claras y documentadas ideas que permiten al lector avanzar en inéditas líneas de aproximación al fenómeno histórico de la televisión en España.

Sirva de muestra la hipótesis del autor sobre la formación y configuración de los primeros públicos televisivos (bastarda relación creada entre espectador, programación y publicidad) debida principalmente a una falta de ideas sobre qué es y para qué sirve la televisión entre las clases dirigentes españolas; o el capítulo V, que consideramos vertebrador, y que con el más que clarificador título de 'Imágenes sobre la televisión, los años sesenta y setenta' (la cursiva es nuestra) deberemos tener en cuenta en lo sucesivo para cualquier intento de aproximación serio a la situación de la televisión en nuestros días. En dicho capítulo (y parcialmente también en el siguiente) se examina principalmente la puesta en circulación de una serie de discursos sociales contrarios la televisión

(contrarios a Televisión Española concretamente, la única en aquellos años) que con el paso de los años se han ido afianzando sobre prejuicios pseudopolíticos y estrategias de poder de los principales partidos del sistema democrático. *'Lo que sorprende de esa querrela no es tanto que se haya producido sino que esté durando tanto tiempo y sobre todo el que haya recorrido un camino inverso de lo acaecido en el caso de la radio o el cine'* (pág. 74). Si a dicho panorama le añadimos la toma de Televisión Española por los periodistas a lo largo de la Transición (con el consiguiente borrado de toda una herencia creativa recogida principalmente vía EOC y, en menor medida, NoDo) y la imposibilidad de crear un modelo de televisión pública independiente (tal y como ocurrió y se especifica en el sexto capítulo), se nos completa una visión panorámica sobre las deudas que hoy en día sigue pagando el medio en nuestro país.

Destacamos también la necesaria vindicación que Manuel Palacio realiza de autores y obras de los primeros años de la segunda cadena de Televisión Española (tanto en su centro de producción de Madrid como de Barcelona), así como la de sus descendientes más direc-

tos ya en los años ochenta, y no sólo en TVE, sino también en los segundos canales de las televisiones autonómicas, y que nos recuerdan que una historia de la televisión tiene que ir más allá del recuerdo más o menos brumoso que pueda existir en la mente de alguna generación de telespectadores de los *supertacñones* o de los *chiripitiflaútics*. Al igual que conviene recordar que, más allá (o más acá) de sus índices de audiencia y su evidente aceptación popular, series como *Curro Jiménez* o *Makinavaja* proponían unos planteamientos ideológicos de marcado tono progresista cuando no militantemente comunista (al menos en el caso de la primera de las series nombradas).

Para finalizar, Palacio dedica el último capítulo a analizar lo ocurrido en el convulso panorama de la última década. El orden escogido para este cierre resulta una clara sinécdoque de toda la obra y, nos atreveríamos a afirmar, de la forma de pensar la televisión del autor. Después de exponer las principales líneas de desarrollo empresarial, el autor se detiene sobre los públicos para acabar el libro con el desarrollo socioestético de las principales producciones y terminar poniendo sobre el tapete uno de los motivos de mayor discusión

(y de futuro más prometedor) como son las producciones independientes de las cadenas. Es ésta una historia de la televisión destinada a interesar a los estudiosos de la comunicación, pero también, al menos, a los historiadores que trabajan sobre la España de los últimos cincuenta años, a los sociólogos y a los antropólogos. Celebramos que haya aparecido en el horizonte editorial una obra capaz de aunar síntesis, rigor y originalidad metodológica por cuanto

Historia de la televisión en España de Manuel Palacio tiene la virtud de satisfacer a los ya conocedores del objeto de estudio pero, al mismo tiempo, despertar la curiosidad en aquellos lectores que se acercan a la historia de la televisión española por vez primera. Es de agradecer a Palacio que haya sido capaz con este texto de sacarnos de las reflexiones históricas de vía estrecha a las que estamos demasiado acostumbrados en el campo de la comunicación.

Arquitecturas de nostalgia y sueño

por Casilda de Miguel

A. LÓPEZ ECHEVARRIETA
(2000):
Los cines de Bilbao.
Filmoteca Vasca.
San Sebastián.

Cualquier lector interesado en conocer el cine vasco topará inexorablemente con Alberto López Echevarrieta. Periodista de profesión, bilbaino de nacimiento y estudioso infatigable de nuestro cine, cuenta en su haber una bibliografía que parece empeñada en tratar de no dejar ningún resquicio abierto en el tema del cine vasco.

En esta ocasión el autor ha pasado de la pantalla al teatro, del mundo de la representación al espacio arquitectónico, del discurso narrativo a la sala de proyección donde el contemplador se convierte en un consumidor activo y el filme en una experiencia efímera a la que se accede previo pago de una entrada.

Dentro de este contexto, arquitectónico y económico, se desarrollaron determinadas prácticas socioculturales y de consumo que hacen de este recorrido por los cines de Bilbao un paseo de especial interés no sólo para los cinéfilos sino también para todos aquellos que quieran recuperar una parte de su historia.

Hubo un tiempo en que el cine era el espectáculo por excelencia para llenar el tiempo de ocio dominical. Corrían los años cincuenta y para contrarrestar "los efectos nocivos de la experiencia cinematográfica" comienzan a ver la luz textos escritos desde la Iglesia, en *Cara al cine* (1956) su autor, el H. Saturnino Miguel, escribe en la Introducción: "*Si con este libro te entrenas a ver, comprender y juzgar un film, mis deseos quedarán satisfechos; pero colmarás mi secreta ilusión si, poseyendo las cualidades requeridas, reconocen en ti una vocación cinematográfica y la sigues con la mirada puesta en Dios y en el futuro de España*". Y así estaban las cosas y ésta fue la razón por la que las parroquias y los colegios se convirtieron en espacios donde poder ver e interpretar el cine siempre, por supuesto, dentro de unas coordenadas muy definidas.

Del cine parroquial al de Santiago Apostol, y de ahí al de la Escuela de Ingenieros pasando por el Cine Club Fas, probablemente el más antiguo de todo

el Estado. Y en paralelo con las distintas propuestas que para cada edad los cines comerciales ofrecían, desde las sesiones infantiles del Cine Trueba o del Actualidades al Abando que a mediados de los setenta se convirtió en sala de Arte y Ensayo, hemos ido creciendo en un Bilbao en continuo cambio.

El efecto acumulador de todos estos años de contemplación de películas hace que nuestra cultura se vea continuamente afectada por las imágenes creadas por el cine. Alberto López Echevarrieta con este trabajo nos ayuda a recordar el pasado y colocar cada recuerdo que la memoria conserva en su lugar exacto. La cuidada edición de Peio Aldazabal, director de la Filmoteca Vasca- Euskadiko Filmategia, convierte el viaje en una delicia de encuentros con arquitecturas, carteles, programas de mano, tarjetas, fotos, anuncios de prensa, en definitiva, con todos los fantasmas del pasado que recogidos en este volumen vuelven a tomar vida ante nuestra atenta lectura.

El esforzado combate por la identidad.

Por José María Caminos

J. GÍFREU (2001):
El meu país. Narratives y combats per la identitat.
Pagés editors. Lleida.

Uno de los aspectos más importantes de los años venideros, más aún si cabe que en los cercanos años pasados, es la lucha por la conquista de la identidad. Una identidad siempre en peligro, reconquistada permanentemente en un flujo y reflujo constante, como si se tratara de un territorio siempre en disputa, ganado y perdido en mil reyertas. Un tira y afloja constante por la supervivencia de las culturas e identidades minoritarias que en las tendencias del mundo actual, marcado por la uniformidad, el pensamiento único, el desprecio hacia lo periférico y la imposición cultural central, hace –en palabras del autor– de los combates por la identidad un combate por la misma libertad.

El meu país. Narratives y combats per la identitat es un ensayo del catedrático Josep Grifeu en el que explora el poder

de la narrativa en la lucha por la identidad. Un itinerario de exploraciones guiadas a través de un viaje de ida y vuelta a las fronteras de la identidad. Son los viajes de Jason y los argonautas, de Ulises y su retorno a Itaca. Son los viajes también de la narrativa grecorromana: Moisés conduciendo a su pueblo hacia la Tierra Prometida, o San Pablo predicando por el Mediterráneo el evangelio del hijo de Dios resucitado. Son, en definitiva, los viajes de salvación anunciados por los grandes profetas fundadores de las religiones monoteístas.

La búsqueda de la identidad está en la base de toda la narrativa de salvación. Esta es, en palabras de Gifreu, la tesis central de este ensayo: las estructuras narrativas son esenciales en la construcción, deconstrucción y reconstrucción de las identidades. Una búsqueda que está presente en la narrativa del Renacimiento que se sustenta en una doble dimensión: la búsqueda de la identidad personal y la construcción de las naciones modernas. Una situación que da un giro en la postmodernidad en la que la cultura no sólo renuncia al viaje de salvación, sino también al mismo viaje como un camino creador y de autorrealización.

Una viaje también que recorre los caminos del Estado nacional. Es una reflexión sobre los perfiles del Estado moderno en el contexto de la globalización. Un estado nacional obsesionado con la uniformización porque entiende que la suma de identidades provoca el desorden general. Un Estado nacional que desprecia la particularidad y se erige en interlocutor único de la colectividad, de todas las identidades, de todos los países. Una vez más aquí, de acuerdo con la tesis central del ensayo, los Estados, para fortalecer su cohesión interna, necesitan potenciar la narrativa nacional. Un imperialismo cultural que homogenice la diversidad y desplace al ostracismo a las otras identidades.

En el marco de esta intervención del Estado nacional hay que situar su papel ante la necesidad de velar por incorporar a su propio bagaje cultural la riqueza que se está produciendo fuera, en el marco creativo de otras lenguas y culturas. El autor destaca aquí lo que denomina una doble ocupación rutinaria de los aparatos del Estado. De un lado, los aparatos administrativos y burocráticos del estado velan para que toda la producción considerada relevante de textos en lenguas extranjeras sea traducida a la lengua oficial. De otro,

ejercen también funciones de vigilancia del entorno y de control de los flujos, gustos y valores que se van incorporando al propio espacio cultural.

Y al final del viaje, en ese proceso de ida y vuelta, está el retorno a casa. La necesaria reflexión sobre la lucha por la identidad catalana, la necesaria identificación entre lengua y país. Frente a ella, la muralla del Estado nación que busca la uniformidad a través de políticas formalmente democráticas. Y, en la práctica, una estrategia que se sustenta en el no reconocimiento de los territorios históricos donde el catalán se ha hablado durante siglos, en la ocupación progresiva por parte del castellano de todos los mercados lingüísticos, el cuestionamiento político e ideológico del proceso de normalización lingüística y la promoción y exaltación de la lengua y cultura españolas en el mundo.

En este proceso homogenizador aparece, como no podía ser de otra forma, el papel de los medios de comunicación, y especialmente de la televisión, en la construcción y destrucción de las distintas identidades. Unos medios que ejercen una función rutinaria de integración narrativa de cualquier hecho,

conflicto, personaje, en la gran narrativa de la nación hegemónica.

El ecosistema televisivo presente en Catalunya tiende a la minorización del catalán en el consumo televisivo y a un tratamiento disglósico en el uso de las dos lenguas oficiales, favorable al castellano. Junto a ello, Josep Gifreu presenta dos hipótesis más: la comunicación política tiende a presentar y a considerar la política catalana como un simple subsistema de la cultura política española y las cadenas españolas de televisión crean y distribuyen una imagen distorsionada de la identidad catalana y de todo el espacio cultural catalán.

Son los años de la novel democracia, de una política española que ha subordinado cualquier interés existente a los superiores intereses de la vertebración del estado postfranquista. De un sistema español de partidos que ha impedido cualquier intento de articulación entre Catalunya, el País Valencià y las Illes Balears. En el marco de estas reflexiones, y como telón de fondo de un escenario ideal pero improbable, queda de

estela de un país integrado por todos los territorios que, a partir de la autodeterminación, se adscriban al ámbito cultural catalán como una referencia de lealtad básica en el concierto de las naciones de una Europa unida.

Frente a estas consideraciones el autor abre una puerta para la búsqueda del equilibrio: En un mundo marcado por la globalización de las comunicaciones y de la economía, las televisiones presentes en el espacio del catalán deberían contribuir a revitalizar la memoria colectiva y a vertebrar proyectos de futuro en un sentido integrador y plural. Y también una ventana abierta a la esperanza: No es fácil silenciar la identidad, porque es una inversión de muchos años, de muchos viajes de ida y vuelta, de muchas vidas, de muchas batallas, de mucho sufrimiento.

Estamos, en definitiva, ante un ensayo actual, que pone sobre el tapete de lucha por la búsqueda de la identidad de las culturas periféricas y que ha sido finalista en el XVII premio de ensayo Josep Vallverdú, del año 2000.

Los efectos de las noticias y viceversa

por *Fermin Galindo Arranz*

J. P. SOUSA (2000):
As noticias e os seus efectos
Minerva. Coimbra.

As noticias e os seus efectos es un libro construido con vocación pedagógica, Jorge Pedro Sousa asume en sus páginas el reto de la pedagogía social de los media, objetivo que suma a su labor docente como profesor de periodismo en la Universidad Fernando Pessoa de Oporto. Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad de Santiago de Compostela (1997) ha dedicado su labor investigadora a las teorías de la Comunicación y en especial al fotoperiodismo.

Jorge Pedro Sousa divide su trabajo en dos partes. En la primera se adentra en la teoría de la noticia y sugiere un modelo explicativo para las mismas, basado en la interacción de cinco fuerzas: acción personal, acción social, acción ideológica, acción cultural y acción tecnológica, todas ellas modeladas por la fuerza de la historia. En la segunda parte presenta al público portugués las principales teorías sobre los efectos de la

comunicación en un ejercicio sistemático y sintético en el que, lejos de la asepsia, no duda en asumir posiciones personales.

La noticia como unidad discursiva es el punto de arranque del profesor Sousa. Estudia las principales teorías de la noticia y su influencia en diferentes modelos periodísticos y analiza de forma pormenorizada las principales teorías y estudios relativos al newsmaking. Demuestra en su libro un conocimiento exhaustivo del tema y aporta un buen número de referencias bibliográficas de lengua portuguesa poco conocidas en nuestro país. En sus reflexiones aboga por un control cívico de la actividad periodística. Por una prensa que actúe como contrapoder y por un profesional de la información exigente y ético ante las responsabilidades públicas de los actores sociales. Y afirma: "Ninguna democracia sobrevive sin prensa libre y ninguna dictadura sobrevive con prensa libre".

La segunda parte de *As noticias e os seus efectos* esta dedicada a las teorías de los efectos en los medios de comunicación. Parte de la constatación de la inexistencia de unos criterios universales y de una taxonomía común para el enorme volumen

de investigaciones sobre el tema. Aún así realiza una acertada síntesis, heredera del esquema utilizado por Mauro Wolf para estudiar la influencia de los media, sobre los principales autores que han trabajado en este ámbito y sus aportaciones más destacadas. Al analizarlas el autor recalca el papel activo del

receptor y la propia capacidad de retroalimentación del sistema de medios. Finalmente vuelve a la necesidad de comprender previamente el proceso de construcción de los propios contenido, cerrando así un trabajo riguroso de fácil y amena lectura, sobre los efectos de las noticias y viceversa.

Diagramación para principiantes

por José Ignacio Armentia

L. GONZÁLEZ DÍEZ Y P. PÉREZ CUADRADO (2001):
*Principios básicos sobre
Diseño Periodístico*
Editorial Universitas.
Madrid.

Laura González Díez y Pedro Pérez Cuadrado son profesores de Periodismo en la Facultad de Humanidades y de Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo-CEU de Madrid y ambos cuentan con una prolongada experiencia en el estudio y enseñanzas de disciplinas relacionadas con el Diseño Periodístico y las tecnologías de la información impresa. Tanto es así, que sus respectivas tesis doctorales versaron sobre estas disciplinas; *El diseño moderno a partir de la autoedición y Diseño, tecnología y pro-*

ducción del diario El Sol (1990-1992) son los títulos de los trabajos que sirvieron, respectivamente, para que González Díez y Pérez Cuadrado alcanzasen el grado de Doctor.

Dicho lo precedente, se puede afirmar sin temor a equívoco que nos encontramos una obra de dos autores que conocen perfectamente su ámbito de estudio, algo que se trasluce en el planteamiento de la misma desde la primera a la última página. Laura González y Pedro Pérez han tratado de ser ambiciosos en el número de aspectos a abordar, pero se han esforzado en presentarlos con una claridad y sencillez tales que el libro, a buen seguro, resultará una herramienta utilísima para aquellos estudiantes de Periodismo o profesionales en activo que deseen contar con unas nociones fundamentales de diagramación, sin necesidad de poseer previamente grandes conocimientos al respecto.

Las 223 páginas de que consta *Principios básicos sobre el Diseño Periodístico* son pródigas en ejemplos de todo tipo, planas de diarios incluidas, a fin de que el lector pueda visualizar en todo momento las explicaciones recogidas en el texto. A diferencia de lo que sucede con otros manuales de diseño periodístico, en el que se cae en un exceso de descripciones de ámbito práctico y se adolece de una ausencia casi absoluta de contenido teórico, González y Pérez dedican prácticamente una cuarta parte de su obra a aclarar una serie de conceptos fundamentales relativos a esta disciplina: diseño, diseño gráfico, diseño periodístico, modelos de diario, etc.

De los 15 capítulos en que está dividida la obra, tres están dedicados a la retícula de la página, su estructura, cómo se construye...; un aspecto éste cuya importancia no siempre queda suficientemente recogida en los manuales de diseño periodístico. La tipografía suele constituir otra de las grandes olvidadas en algunos de dichos manuales. No sucede así en éste que dedica otros tres capítulos a explicar al lector cuáles son los distintos tipos de letra, cuáles son los más apropiados para los titulares o los textos y cuál es el

vocabulario tipográfico básico: qué es la legibilidad, la modulación, la prosa, etc.

La parte central del libro está dedicada a la imagen como elemento fundamental del diseño periodístico moderno (tres capítulos), mientras que los últimos cuatro apartados del mismo se centran en el estudio del color. Tal vez en estos dos ámbitos se podrían poner un par de pequeñas objeciones al, por lo demás, excelente trabajo de los profesores González Díez y Pérez Cuadrado. En la parte dedicada a la imagen, al margen de la fotografía, se estudia la ilustración, pero incomprensiblemente se pasa por alto un género visual tan importante en los últimos diez años como la infografía.

En cuanto al bloque dedicado al color, por desgracia cabe señalar que son, por mucho, las páginas del libro más pobres en ejemplos y los pocos recogidos están presentados en blanco y negro, por lo que surge la duda de hasta qué punto quedan aclarados los conceptos que pretenden explicar. Quizá, la presumible obligación de editar la obra íntegramente a una sola tinta será la explicación a esta escasez gráfica en los apartados

relativos a la importancia del espectro cromático.

El libro se cierra con un glosario básico de términos propios del diseño periodístico y de las artes gráficas: qué es una "huérfana", una "camisa", un "filete"; vocablos todos ellos con un significado muy distinto en el lenguaje coloquial o en del profesional del periodismo.

A modo de conclusión, cabe insistir en la utilidad y valor didáctico de *Principios básicos sobre Diseño Periodístico*, lo que, sin ningún género de dudas, lo situará rápidamente en las distintas bibliografías de las asignaturas que, relacionadas con la citada disciplina, se vienen impartiendo en las diferentes Facultades de Ciencias de la Información.