

Entre la ficción y la realidad. Perspectivas sobre periodismo y literatura

Ignacio Blanco y Pilar Fernández (coords.)

Fragua

Madrid, 2011

241 pp.

ISBN: 978-84-7074-388-7

Las interferencias entre realidad y ficción existen desde siempre, desde el momento en que el hombre acude a mitos y leyendas para intentar descifrar la enigmática existencia; las interferencias entre literatura y periodismo, deudoras de las anteriores, existen sin embargo solo desde el XVIII, desde el momento en que la prensa se generaliza en Occidente. Entonces autores como Daniel Defoe supieron vincular ambas disciplinas en sus escritos, sin posiblemente ser conscientes de ello ni darse cuenta de la estela que abrían. Estela larga que siguió marcándose en el XIX y sobre todo en el XX, cuando en los años sesenta Truman Capote creó la *non-fiction novel* y Tom Wolfe el Nuevo Periodismo, los dos ejemplos más evidentes y célebres de esta relación. Capote acudió a la técnica del reportaje para crear un novela; Wolfe, a atrevidos recursos literarios, para revitalizar el reportaje. Literatura y periodismo, periodismo y literatura, asunto largamente tratado no solo por escritores y periodistas sino también por expertos e investigadores que han ido aportando nuevas ideas y tentativas de estudio al respecto. Es en este marco –en el de las nuevas tentativas de estudio– en el que *Entre la ficción y la realidad* se encuadra.

Los profesores Pilar Fernández e Ignacio Blanco han reunido en este volumen quince valiosas colaboraciones en las que sus autores analizan desde perspectivas muy variadas –algunas muy distantes entre sí– diferentes formas

de acercamiento entre la literatura y el periodismo. Rompe el hielo el académico Luis María Anson, quien en el prólogo del libro afirma que el segundo es un género más de la primera; que el periodismo, como la arquitectura, es ciencia y arte a la vez, porque “es antes que nada ciencia de la información”, pero es también “un género de la literatura, igual que el ensayo, que el teatro, que la poesía, que la novela”. No es exactamente de la misma opinión el profesor Albert Chillón, gran especialista en la materia, que explica en el capítulo titulado “La escritura facticia” que las raíces del periodismo se ahíncan, por un lado, en los diversos géneros literarios “que exploran lo que acaso podría suceder, y a los que con razón se denomina ficticios”, y, por otro, en las especies de carácter testimonial y documental (como las epístolas, las memorias o las crónicas), a las que llama “facticias” y “que tienen por objeto referir lo que en efecto ha sucedido”. Chillón insiste –y en esto incluso completa con originalidad lo dicho en escritos propios previos– en que el periodismo se nutre, sí, de procedimientos y técnicas procedentes de la literatura escrita, pero también del “feraz patrimonio de los relatos del mundo”, de la tradición y la letra oral que define a toda cultura.

Más en la línea de Anson que en la de Chillón se sitúan las siguientes palabras de Antonio Muñoz Molina: “Los artículos son literatura. Solo cambia el tiempo del proceso de creación. En un artículo comprimo todos los elementos de una novela, lo único que cambia es el espacio”. Esta reflexión es recogida por Esther Navío en “Escrituras en paralelo”, otra de las colaboraciones del volumen, en la que la estudiosa se aproxima a la primera obra periodística del novelista de Jaén. Uno de los maestros de Muñoz Molina en estas lides en prensa fue Francisco Umbral: “Yo siempre he hecho literatura en los periódicos”, afirmaba. A él, a Umbral, le dedica la profesora María Dolores Nieto su capítulo, que además convierte en un postro home-naje al escritor, al analizar una selección de sus últimas colaboraciones en *El Mundo*, en concreto de marzo de 2007 a los pocos meses de su fallecimiento.

Y siguiendo con este juego de relaciones que nos llevan de un creador a otro, no podemos olvidar que Umbral comenzó su carrera periodística en el *Norte de Castilla*,

cuando este medio era sub dirigido por Miguel Delibes; y como Umbral, José Jiménez Lozano. Los dos, Delibes y Jiménez Lozano, ocupan interesantes páginas de *Entre la ficción y la realidad*. Jiménez Lozano está presente en dos de los escritos: como tema de estudio (la profesora Ana Calvo explora comparativamente las relaciones entre la historia, la memoria y la narración en su obra y en la de Walter Benjamin), y como autor firmante de “El oficio de escribir y sus asuntos”. En él, con la humildad que le caracteriza, dice limitarse a eso, a “hablar un poco del oficio de escribir”; luego, sin embargo, nos encontramos con un generoso taller de literatura lleno, más que de didáctica pedagógica, de consejos cercanos, sabiduría y experiencia. Por su parte, “Miguel Delibes: un hombre enamorado de la palabra” es la aportación de Pilar Fernández, que pasa de coordinadora a autora de un texto que se adentra en el análisis del léxico paisajístico en la narrativa del maestro. Una perspectiva lingüística, la de la profesora Fernández, que encuentra su continuidad en la contribución de Amalia Pedrero, centrada en las aportaciones en prensa de Manuel Alvar, Valentín García Yebra y Fernando Lázaro Carreter.

A los nombres citados, todos fundamentales en el panorama cultural de nuestro país, se unen en este libro el de Arturo Pérez Reverte, en cuya obra narrativa y periodística se detiene Carmen Ruiz de la Cierva, y el del gran Ortega y Gasset, argumento del capítulo de Ignacio Blanco; en concreto, la lectura de un fragmento de “Notas del vago estío”, una de sus crónicas de viajes por tierras castellanas, es la que ocupa al profesor. Y a Reverte y Ortega se une asimismo un largo elenco de voces diversas que se desvelan en dos interesantes aportaciones, la primera, dedicada a la “influencia de la cultura persa en el pensamiento de los escritores y periodistas de habla hispana”, y la segunda, a la denuncia de la Unión Soviética en la revista *Cuadernos del Congreso por la Libertad de la Cultura* por parte de españoles exiliados. Cuatro capítulos más, de corte teórico, completan la obra: reflexiones sobre el género de la columna, sobre la comunicación como base de la creación periodística, sobre las secciones de cultura en prensa y sobre la propiedad intelectual.

Decía Mario Vargas Llosa que la ficción “es una mentira que encubre una profunda verdad”; “es la vida que no fue, la que los hombres y mujeres de un época dada quisieron tener y no tuvieron y por eso debieron inventarla”. Terminamos con la misma afirmación con la que empezamos: los difusos límites entre la realidad y la ficción encuentran su evidencia en los difusos límites entre la literatura y el periodismo. Y este volumen aporta nuevos puntos de vista –como se ha visto ricos y antagónicos– que procuran conciliar, organizar, clasificar, o simplemente comentar las verdades y vericuetos de estas eternas dualidades.

Margarita Garbisu Buesa
Universidad a Distancia de Madrid

El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado

Enrique Guerrero

CIEC-Deusto

Barcelona, 2010

398 p.

ISBN: 978-84-234-2766-6

El entretenimiento en el medio televisivo constituye uno de los parámetros fundamentales sobre el que se asienta la existencia de este medio en la actualidad, sobre todo, se ha convertido en el género que más valor le dan las productoras en España. El género del entretenimiento, tal y como afirma su autor el profesor Enrique Guerrero, no ha sido considerado como motivo de estudio y de reflexión por parte de académicos: tradicionalmente todos los estudios se han centrado en analizar los informativos y la ficción como prioridad e interés científico. De ahí la importancia de esta obra al tratarse de un trabajo pionero en

España que se encarga de recopilar la evolución de este género en el medio así como sus tendencias futuras, su desarrollo, sus modificaciones en y con la audiencia.

El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado nos presenta un estudio avanzado sobre el género del entretenimiento en la televisión española, estudio que, dada la gran cantidad de fuentes bibliográficas consultadas, así como la visita a hemerotecas, estudios de anuarios de producción, de empresa, etc., nos aporta una recopilación histórica necesaria y que constituye una referencia en nuestro país sobre la evolución del género en el medio.

Por otro lado, la actualidad de este trabajo y su aproximación a la realidad empresarial vienen justificadas por la cantidad de entrevistas en profundidad que el autor ha realizado a profesionales del sector. La opinión de estos productores ejecutivos junto con la recopilación histórica del principio del libro hace que esta obra se convierta en una pieza imprescindible para los profesionales y académicos interesados en el medio televisivo. El doctor Enrique Guerrero nos presenta en su libro una obra inédita y necesaria tanto para el ámbito académico como para los profesionales del medio televisivo, pero también de interés para investigadores cuya línea se centre en la televisión y, en general, para cualquier persona interesada en los programas de entretenimiento.

El autor desgrana en tres partes una obra que recopila, en una primera sección, un completo estudio histórico y de análisis de los diferentes contenidos que se engloban dentro del género del entretenimiento desde los años cincuenta, donde comenzaban las primeras emisiones, hasta el año 2005 inclusive. Durante la exposición de todo este estudio histórico, el lector puede seguir de manera detallada la evolución que este género ha experimentado en el medio y cómo la televisión en España ha ido consolidando modos de producción más profesionales y eficaces, pero sobre todo, adecuados a los gustos cambiantes de la audiencia.

En una segunda sección, la obra realiza un profundo análisis sobre la actualidad de la industria televisiva centrándose, principalmente, en las cadenas de televisión

españolas y las productoras más importantes del país. En este segundo apartado el lector puede consultar datos de interés ordenados en gráficos y tablas que clarifican su entendimiento, y que dibujan el perfil del sector de la producción de programas de entretenimiento en cuanto a contenidos y características de las productoras.

En la tercera sección de esta obra, el profesor Enrique Guerrero ofrece una aproximación al mercado de los contenidos audiovisuales desde enfoques tan variados como la producción, la programación y los índices de audiencia. Dicha aproximación permite comprender las relaciones existentes entre productores, programadores y responsables de los índices de audiencia, relaciones que suscitan un interés ya que nos encontramos inmersos en un mercado audiovisual caracterizado por la poca estabilidad existente entre las cadenas y las productoras. Según el autor, esto último ha impedido la consolidación adecuada del sector así como la puesta en marcha de estrategias en la producción y en la programación del medio televisivo que ayuden a la colaboración entre agentes a favor de este género.

Por último queremos resaltar el apartado bibliográfico donde el autor especifica un gran número de fuentes de consulta y que son de interés complementario a este riguroso trabajo. Pero también debemos destacar las pinceladas que el doctor Enrique Guerrero nos presenta sobre tendencias en el futuro de la industria del entretenimiento multimedia y que constituyen, sin duda, líneas de investigación abiertas que de nuevo suscitan nuestro interés.

Así pues nos encontramos ante una obra de gran valor para todos aquellos académicos y profesionales interesados en el medio televisivo y, en especial, al género del entretenimiento y que resultan fundamentales para entender la televisión en la actualidad.

Cristina González Oñate
Universitat Jaume I

Competencias y perfiles profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación

Javier Sierra Sánchez y Francisco Cabezuelo

Lorenzo (coords.)

Madrid, 2010

Editorial Fragua

259 pp.

ISBN: 978-84-7074-398-6

El actual curso académico 2010-2011 ha supuesto la implementación definitiva y por imperativo legal en todas las facultades y centros con titulaciones del campo de las Ciencias de la Comunicación de los nuevos planes de estudio de grado adaptados al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), más conocido popularmente como 'Proceso de Bolonia'.

Tanto el Periodismo, como la Comunicación Audiovisual o la Publicidad y las Relaciones Públicas no son ajenos a estos cambios y desde ya debemos hablar de nuevas titulaciones (de grado y postgrado), nuevas metodologías, nuevos perfiles profesionales, y de un proceso de enseñanza-aprendizaje que debe estar basado ahora más que nunca en la adquisición y desarrollo de competencias. La competencia no es un fin en sí mismo sino un medio para alcanzar objetivos individuales y/o de la organización de la que forma parte el individuo como sujeto discente.

He ahí el interés y oportunidad de esta nueva obra, titulada '*Competencias y perfiles profesionales en los estudios*

de Ciencias de la Comunicación', coordinada por los profesores Javier Sierra Sánchez, de la Universitat Abat Oliba CEU de Barcelona, y Francisco Cabezuelo Lorenzo, de la Universidad San Pablo CEU, de Madrid, miembros del Grupo de Investigación en Formación Universitaria en Comunicación (GIFUCOM).

La obra, que cuenta con un total de 259 páginas, comienza con un prólogo del catedrático Hipólito Vivar Zurita, profesor en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Le siguen un conjunto compacto de 20 capítulos, en los que un total de 44 autores, todos ellos profesores e investigadores nacionales e internacionales, expertos en el campo de las nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje puestas en marcha con Bolonia, lanzan sus reflexiones, experiencias o estudios sobre el desarrollo de competencias y perfiles profesionales en los diferentes campos y áreas de la Comunicación Social.

Desde el punto de vista docente, el desarrollo de competencias por parte del alumno es el eje central de Bolonia. Tal y como afirma Vivar Zurita en el prólogo de la obra, no debemos olvidar que "la preparación para el ejercicio profesional que requiere el conocimiento de métodos científicos ha sido y es una de las funciones principales de la Universidad y los continuos cambios que se producen en nuestra sociedad desembocan en el incremento de la mano de obra cualificada y de una diversificación en el mundo profesional y laboral" (pág. 9). Fruto del acercamiento entre la universidad y la realidad empresarial surge uno de los aspectos más novedosos en este contexto, el de la formación basada en competencias.

El nuevo concepto de 'competencia' apuesta por una formación de tipo más práctica y en la resolución de problemas simulando una situación real del mercado laboral; sin abandonar lo teórico, pero en un segundo plano. De hecho, no es una novedad solo de Bolonia, la Ley Orgánica 5/2002 de las cualificaciones y de la formación profesional ya definía en su momento competencia como "el conjunto de conocimientos y capacidades que permiten el ejercicio de la actividad profesional conforme a las exigencias de la producción y el empleo". La definición de cada competencia debe ser objetivable y permitir la in-

corporación de mecanismos tanto de autoevaluación como de evaluación externa. Algunas instituciones y organismos también trabajaron el tema con anterioridad, como fueron la Oficina Internacional del Trabajo, el Parlamento Europeo, a través del Marco Europeo de Cualificaciones para el Aprendizaje, o el mismo proyecto Tunning de la Unión Europea.

Del mismo modo, cada universidad está redefiniendo, a la hora de elaborar o actualizar sus nuevos planes de estudios, el concepto de competencia. Aunque, en general, como se recoge en la obra, cada universidad plantea un programa formativo, en el que el alumno debe superar una serie de competencias que le capacitan para ejercer con éxito la profesión para la que cualifican su estudios de grado o postgrado dentro del campo de las Ciencias de la Comunicación. Las competencias en los estudios de Comunicación de ANECA se disponen en cuatro ámbitos temáticos: competencias disciplinares (saber), competencias profesionales (saber hacer), competencias académicas, y, finalmente, competencias específicas.

Esta obra nos enseña cómo el concepto de competencia es genérico y engloba los de habilidad y capacidad, ya que como afirman Javier Barrycoa Martínez y Olga Lasaga Millet, autores del capítulo titulado 'La comunicación: una competencia compleja e imprescindible', entre "las competencias se establecen relaciones y asociaciones de tal manera que se complementan, potencian y perfeccionan" (pág. 231). Estos mismos autores nos recuerdan que algunas competencias presentan dimensiones interpersonales e individuales. Así por ejemplo, la competencia de orientación al logro puede suponer tanto la capacidad de proponerse objetivos grupales como individuales.

La lectura de este interesante libro es especialmente útil para profesores de Ciencias de la Información y de la Comunicación, ya que nos enseña también que cualquier persona puede adquirir y mejorar las competencias en mayor o menor medida, si bien ocurre que algunas personas muestran una predisposición hacia determinadas competencias. Del mismo modo, el libro pone de manifiesto cómo, a medida que se aproximaba el momento de la implantación definitiva del EEES en las aulas universi-

tarias españolas, crecía por parte del profesorado una nueva sensibilidad respecto a la clase de formación y competencias que debían adquirir los futuros profesionales de la Comunicación.

José María Herranz de la Casa
Universidad Europea Miguel de Cervantes

La Comunicación Aplicada en Ámbitos Institucionales Europeos / Communication Applied to European Institutions

Francisco Cabezuelo Lorenzo

Madrid, 2010

Editorial CERSA

672 pp. / Recurso electrónico (CD)

ISBN: 978-84-92943-54-8

El profesor Francisco Cabezuelo reúne en esta obra los aspectos más destacados y actuales de las políticas informativas de las instituciones de la Unión Europea. Desde la Comisión hasta el Consejo, pasando por la Eurocámara, este trabajo analiza desde una perspectiva legal-formal, histórica y crítica el origen, evolución y puesta en marcha de las políticas de comunicación comunitarias. Sin duda alguna, una de las primeras cosas que llama la atención es su título en inglés y en español. La obra está escrita en lengua española, pero cuenta con un resumen de cada capítulo en inglés. Igualmente, cada uno de los títulos, índices y otros apartados de interés han sido traducidos a la lengua inglesa.

El nuevo trabajo que nos presenta ahora en este CD el profesor Cabezero es una revisión actualizada de la labor desarrollada en su tesis doctoral, con mención de Doctorado Europeo, leída en su momento en la Universidad Complutense de Madrid y dirigida por el catedrático Javier Fernández del Moral. La obra, revisada y actualizada, cuenta con un total de 672 páginas, se presenta en formato PDF y en soporte digital. Está publicada con la editorial CERSA y dividida en cinco grandes apartados. Además de la correspondiente introducción y las conclusiones, la obra está dividida en un total de 21 capítulos y termina con una completísima bibliografía consultada y citada en la que se encuentran títulos en castellano, portugués, catalán, gallego, inglés, francés e italiano, separados en diferentes apartados (monografías, artículos, tesis, discursos y noticias de prensa).

El primer bloque de la obra, a modo de introducción, recoge la justificación y enfoque de la obra, hipótesis, objetivos (generales y específicos), el diseño metodológico y la planificación estratégica de la investigación que se presenta, junto con otros datos de interés. Siguiendo la metodología apropiada en las Ciencias de la Comunicación, el quinto y último bloque se encarga de las conclusiones, tanto generales como específicas.

Gracias al segundo apartado de libro el lector entra en materia. Fruto de una sólida fundamentación teórica y un amplio marco conceptual en el que se repasan los fundamentos científicos de la comunicación aplicada, el autor desgana minuciosamente la gestión de la comunicación global aplicada a las organizaciones –como es en este caso la Unión Europea–, el rol de los gabinetes de comunicación y la dirección de comunicación, la comunicación interna y externa, cuestiones relacionadas con la imagen corporativa y la publicidad institucional de entes públicos. En este mismo bloque se habla también de las complejas relaciones entre las organizaciones políticas, los medios de comunicación y la opinión pública. Destaca en este bloque el capítulo que versa sobre el peso y fuerza de los medios de comunicación en la generación de estrategias de comunicación que den lugar a una opinión pública internacional, en este caso una opinión pública paneuropea.

El tercer gran bloque de esta obra, en el que se analiza la gestión de la comunicación de la Unión Europea a través de las diferentes campañas comunitarias de información y comunicación y sus respectivas acciones con públicos internos y externos, es el más valioso y original. Tras partir del análisis del complejo entramado institucional que supone la UE, puesto que es la institución supranacional más grande del mundo, se entra de lleno en los principios que fundamentan sus políticas informativas. Se abre así el estudio sobre la transparencia informativa como principio de la comunicación de la UE. Posteriormente, la obra continúa con un análisis histórico de las políticas de la UE en esta materia, desde sus orígenes hasta los primeros años del siglo XX. Cabezero también analiza en esta obra la estructura de la comunicación institucional de la UE, desde los servicios de prensa de la Comisión Europea hasta los de apoyo al Ombudsman o Defensor del Pueblo Europeo, pasando por los servicios de traducción, garantes del multilingüismo. En este apartado también destacan los capítulos dedicados al uso de Internet como herramienta básica para la difusión de información en los 27 Estados miembros de la UE, a las acciones de relaciones públicas (como los programas de becas, *stages* y patrocinio).

Finalmente, en el cuarto bloque de la obra el autor analiza el derecho de acceso a la información a través de los documentos de la Unión Europea. Se trata de un derecho garantizado por los tratados comunitarios y que garantiza la transparencia institucional. Cabezero propone de forma muy acertada el uso de este derecho por parte de los periodistas como una herramienta de periodismo de investigación para sacar a la luz nuevas informaciones sobre cuestiones comunitarias, más allá del tradicional y débil periodismo de declaraciones de las ruedas de prensa rutinarias de las instituciones. Del mismo modo, en este apartado, detalla aspectos relacionados con la regulación y aplicación del derecho de acceso a la información y los documentos de la UE, sus límites, excepciones y protección del derecho de esta facultad.

Como conclusión, se puede afirmar, sin duda alguna, que esta obra es clave para entender la forma en la que Europa se ha construido y cómo ha utilizado la comunicación para la puesta en marcha del proyecto comunitario. La co-

municación tiende a ser un objeto cada vez más valorado por las organizaciones. Y esta afirmación incluye desde las pequeñas empresas hasta las grandes instituciones internacionales. La comunicación es la herramienta diaria de trabajo de las organizaciones con sus públicos internos y externos. De la gestión de la comunicación puede depender el éxito o fracaso de un proyecto. Partiendo de esta premisa, el trabajo de Francisco Cabezuelo sabe aplicar estos principios al análisis de una organización única en el mundo, una organización supranacional de una trascendencia sin igual: la Unión Europea.

Leopoldo Seijas Candelas
Universidad CEU San Pablo

Los niños frente a las pantallas

Ignacio Blanco y Max Römer (coords.)

Madrid, 2010

Editorial Universitas

ISBN: 978-84-7991-282-6

La obra *Los niños frente a las pantallas*, coordinada por Ignacio Blanco y Max Römer, recoge un total de 26 aportaciones en español y en inglés de 39 investigadores de diferentes universidades internacionales y españolas que comparten un común interés en el estudio de la influencia de los medios de comunicación en el proceso de socialización de los niños, con una atención muy especial al caso de la televisión y de las nuevas tecnologías de la información.

No cabe duda de que los menores son uno de los sectores más vulnerables y expuestos a los peligros que entraña el uso de los nuevos medios de comunicación, desde la televisión TDT hasta Internet, por lo que el binomio infancia y nuevas pantallas se ha convertido en un objeto de estu-

dio prioritario para investigadores de las diferentes ramas de las Ciencias de la Información y de la Comunicación, que van desde la Ética y el Derecho de la Información, hasta la Publicidad y la Producción Audiovisual, por citar tan sólo algunas posibilidades.

Gracias a obras como esta, a día de hoy sabemos que los niños, a medida que van creciendo y se van haciendo mayores, necesitan integrarse cada vez más y más en la sociedad. Empiezan con un grupo de amigos y también les gusta captar el favor y atención de personas adultas. En ese momento, en el que los menores van creciendo y acercándose a la adolescencia y abren los ojos a la sociedad, los medios de comunicación destacan como una pieza clave que desempeña un papel básico, puesto que los temas y personajes que se pongan de moda desde la televisión o las redes sociales serán después copartícipes de su proceso de socialización con otros menores a través de conversaciones, debates, intercambio de opiniones, tanto en contextos de comunicación personal como comunicación mediada a través de foros, chats o redes sociales en Internet.

Los diferentes capítulos de este libro vienen precedidos de una presentación del prestigioso catedrático y experto en el área, el profesor Luis Núñez Ladevéze. Igualmente, el libro incluye dos páginas con las palabras de la Princesa de Asturias, doña Leticia Ortiz Rocasolano, con motivo del acto inaugural del “Seminario Internacional de Investigadores de la Unión Europea para el estudio de la protección de la infancia ante las nuevas tecnologías”, celebrado en la Universidad CEU San Pablo de Madrid en el otoño de 2009. Las conferencias y comunicaciones presentadas en este evento internacional se han convertido en capítulos de esta monografía publicada en diciembre de 2010 por la editorial Universitas, en un volumen único que cuenta con un total de 399 páginas divididas en tres grandes bloques.

El primer gran bloque se encarga de reunir ocho estudios de un total de 15 investigadores. Sus aportaciones se centran en el campo de los contenidos y programación infantil. La segunda parte de la obra recoge los resultados de seis investigaciones, elaboradas por un total de siete autores diferentes, acotadas al estudio de la recepción televisiva infantil, que incluye tanto el consumo como las

prácticas de los telespectadores más jóvenes ante las nuevas pantallas. Finalmente, en el tercer bloque se compilan un total de doce aportaciones científicas sobre el actual marco normativo que afecta a la televisión y a la infancia. La protección y la regulación se convierten así en el eje común de la última parte de la obra que reúne los trabajos de 17 investigadores diferentes.

Entre las aportaciones internacionales en lengua inglesa destacan cuatro capítulos de investigadores europeos. La parte dedicada al estudio del campo de los contenidos y programación la abre una reflexión del profesor Piermarco Aroldi de la Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano (Italia), titulada “(New) challenges for (a new) media education”. El profesor Aroldi apuesta por la necesidad de poner en marcha una auténtica educación mediática para los menores y para sus padres, puesto que el consumo de medios, requiere unos conocimientos y una responsabilidad. Para el investigador italiano, vivimos en una “Mediapolis” en la que ahora más que nunca es vital la puesta en marcha de herramientas útiles que contribuyan al desarrollo de un ser humano que, a su entender, debe ser el “homo civicus”.

Por su parte, en el campo de estudios de la recepción televisiva, destaca la aportación internacional titulada “The child audience from TV professional”, de Sara Pereira, de la Universidade do Minho, en Braga (Portugal). Con una exquisita metodología de recogida de datos y análisis, Pereira nos ofrece interesantes detalles sobre la disonancia entre los deseos de los profesionales de la comunicación por ofrecer contenidos audiovisuales aptos para menores y la producción audiovisual real de sus parrillas. Mientras que los profesionales encuestados por Pereira afirman que su trabajo persigue altos estándares de calidad, basados en la pluralidad y diversidad de contenidos y géneros, la realidad es que la producción audiovisual es monótona y no refleja ni gran creatividad ni variedad en sus contenidos.

En el apartado dedicado a cuestiones jurídicas y legales, destacan dos trabajos internacionales. El primero es el titulado “Protecting children from harmful content in the digital age”, de Jackie Harrison, de la Universidad de Sheffield (Reino Unido). La segunda aportación viene de Eva

Lievens, de la Universidad Católica de Lovaina (Bélgica), con su trabajo titulado “Using alternative regulatory instruments to protect minors in media”. Jackie Harrison analiza pros y contras de la regulación de contenidos para proteger a la infancia y apuesta, más que por una fuerte regularización, por una intensa educación de padres y menores, para que estos sepan hacer un uso responsable de los medios de comunicación, combinada con un claro marco jurídico. Por su parte, Eva Lievens centra también su análisis en la regulación, pero prestando una atención especial a fórmulas alternativas de regulación del marco jurídico como son la autorregulación, la corregulación y la implementación de códigos éticos que persigan, de forma positiva, el interés y bien público, incluyendo niños, adolescentes y jóvenes.

En definitiva, esta obra es un libro de obligada referencia para todos aquellos interesados en aproximarse al estudio de la infancia y su relación con los medios de comunicación en el actual contexto digital. Al recoger las últimas y más actualizadas aportaciones de expertos nacionales y extranjeros en este campo, su lectura es más que recomendable. Además, se convertirá muy pronto en una obra altamente citada por el rigor de sus análisis y el prestigio de sus autores. Todos ellos, además, coinciden en un mensaje común que no debemos olvidar ni los padres ni los comunicadores: los medios de comunicación pueden convertirse en unas excelentes fuentes complementarias para la educación de nuestros hijos, al tiempo que en grandes instrumentos para la diversión, pero un uso incorrecto puede pervertir sus muchas virtudes y convertirlos en grandes amenazas. He ahí la necesidad de obras como estas que hagan hincapié en la necesidad de un consumo responsable por parte de los más pequeños de la casa.

Francisco Cabezuelo Lorenzo
Universidad CEU San Pablo

Los buenos soldados. Muerte, miseria y decepción en la Guerra de Irak

David Finkel

Barcelona

Editorial Crítica

304 pp.

ISBN: 9788498921205

La guerra de Irak es uno de los enfrentamientos armados que más polémica y literatura han originado en los últimos años. Desde Robert Menard o Stefan Aust hasta Ignacio Ramonet y Wesley Clark. El último de todos ellos es David Finkel que se une a este largo elenco de autores con su libro *Los buenos soldados*, un relato que resume las experiencias que sufrió la milicia de la unidad de élite 2-16 durante su estancia en Irak.

En esta obra, el lector se adentra poco a poco en esa atmósfera bélica de desconfianza y desengaño que rodeó a los combatientes en Irak durante el conflicto armado. Así se comprende hasta qué punto aquellas milicias que llegaron al país cargados de buenas intenciones se marcharon del mismo sin creer en nada de lo que habían jurado proteger, y con la clara impresión de que la guerra había sido un completo fracaso.

Los buenos soldados es, ante todo, un recorrido desde el optimismo previo al conflicto hasta la decepción más absoluta con la que el ejército regresó a EE.UU. Una evolución emocional que Finkel hace coincidir, a lo largo de los capítulos del libro, con la imagen de confianza que el entonces presidente de EE.UU., George Bush, transmitía al mundo y a su país.

La obra resalta especialmente la figura de uno de los generales más destacados del conflicto: Ralph Kauzlarich,

al que acabarían apodando “the lost Kauz” por el fracaso de los planes de paz que pretendía conseguir durante la guerra.

La imagen de Kauzlarich en *Los buenos soldados* queda descrita como la de un líder militar ejemplar que, sin embargo, pecó de autocomplaciente e ilusorio en sus acciones al querer ver o, más bien, obligarse a ver la buena marcha de la contienda, pese a que él mismo se percataba de la inutilidad de la misma. La frase que Finkel pone en labios de Kauzlarich reiteradamente a lo largo del libro “todo va bien” resume de manera acertada la actitud del laureado general en Irak y desmitifica el retrato idealista que se hizo de él tras la confrontación.

Otro detalle sobre el que el autor hace especial incidencia en la obra es la concienciación moral por la que pasan las huestes de la 2-16 durante la guerra y que sirve a Finkel para reflexionar sobre la dureza de todo conflicto armado y el papel de los militares en el mismo.

En *Los buenos soldados*, el lector llega a comprender la actitud con la que los miembros de la 2-16 se percatan de la verdadera realidad de ser un soldado de élite, más allá de las concepciones sobre patriotismo y romanticismo que recibieron en las academias militares. Es, precisamente, en el conflicto real donde todos ellos, incluido el propio Kauzlarich, llegan a la conclusión de que ser combatiente se reduce a obedecer y a “elegir qué pie alinear delante de otro” mientras, lejos de allí, alguien a quien ni siquiera conocen toman las decisiones importantes por ellos.

El estado de tensión continuo por el temor a ser atacados, el miedo a los peligros desconocidos y las innumerables medidas de seguridad a las que los propios estadounidenses tenían que someterse para seguir vivos sirven además como escenario para llegar a una idea aún más profunda que protagoniza el trasfondo de la obra: la crítica a las esferas de poder que controlan desde lejos las acciones de los militares.

Finkel tampoco pasa por alto las consecuencias que los propios militares sufrieron en Irak a nivel psicológico como consecuencia de las atrocidades que estaban presenciando. Así lo muestra el propio autor al hablar de la

desesperación en la que estaban cayendo los soldados “sus ojos los delataban, a todos y cada uno de ellos. Incluso mientras se estaban riendo era evidente que algo andaba mal. Parecían desesperados. Oírles reír era oír que todo iba bien, pero verlos reír era algo distinto”.

Pero, sobre todo, el elemento en el que Finkel hace más incidencia en este sentido es el recelo que sentían todos los soldados ante la situación en la que estaban inmersos y que les llevaba a desconfiar de todo y de todos, incluidos los civiles iraquíes a los que habían jurado proteger y ayudar. El autor establece además una relación entre esta desconfianza a lo que se vivía cada día en Irak y el odio que los soldados norteamericanos empezaron a sentir por el país y su gente, a los que convirtieron en el blanco de sus iras y frustraciones.

Los buenos soldados es, fundamentalmente, una reflexión sobre el rol que desempeñaron las milicias norteamericanas en Irak y las repercusiones que todo conflicto armado tiene sobre las personas. No es una obra especializada en temática militar sino que se acerca, más bien, a la literatura de biografía, con ciertos toques críticos a la política Bush pero manteniendo en todo momento una postura impersonal sobre el conflicto.

En cierto modo, esta obra recuerda a otras de temática similar como *Sed de Sangre* de Joanna Bourke en la que, de igual forma, se realiza una reflexión sobre el mecanicismo político, económico y social que esconden las guerras y las consecuencias que estas derivan sobre los soldados. Sin embargo, *Los buenos soldados* posee una visión más centrada en las vivencias personales que sufrieron los miembros de la unidad 2-16 y resulta menos teórica y precisa, desde el punto de vista militar, que *Sed de Sangre*. Aun así, ambas obras resultan complementarias y su lectura conjunta proporcionará, sin duda, al lector una visión muy global y puntual de las nuevas guerras del siglo XXI.

Coral Cenizo Ruiz- Bravo
Universidad CEU San Pablo

Desarrollos del periodismo en Internet

Mariano Cebrián Herreros (dir.)

Comunicación Social

Zamora, 2010

278 pp.

ISBN (versión impresa): 978-84-92860-43-2

ISBN (versión electrónica): 978-84-92860-44-9

El impacto de Internet en los *mass media* ha sacudido muchos de los paradigmas de la comunicación social de masas, consolidados a lo largo del siglo XX, que se basaban primordialmente en el envío unidireccional de los mensajes emitidos y en los soportes característicos de cada medio de comunicación *off line*. El nuevo siglo ha traído consigo la incorporación de una sociedad *hiperconectada*, la generación Net según Tapsco, que se mantiene *always on* (siempre conectada). Gracias al desarrollo informático y a la generalización del uso del ordenador se ha podido implantar, con una popularidad inusitada, un nuevo soporte y una herramienta revolucionaria, Internet, donde han convergido todos los medios de comunicación de masas hasta ahora conocidos, como son la prensa, la radio, la televisión, trasladados actualmente al escenario digital. Estos interrogantes, cada vez más acuciantes, son observados con detenimiento en el libro que reseñamos a continuación, muy destacable tanto por intentar otear el futuro del periodismo, reflejado en los nuevos perfiles de los profesionales de la información, como por analizar las nuevas estrategias de comunicación digitales de los *media*, cada vez más personalizados, como sucede con los blogs de los portales radiofónicos.

Las palabras de Mariano Cebrián Herreros, señaladas en la primera parte de la obra, se refieren a este nuevo modo comunicativo de la siguiente manera: “La interactividad modifica el modelo de difusión de los medios tradiciona-

les para dar paso a una plena participación e incluso producción a los receptores anteriores convertido ahora en usuarios activos e interactivistas con las máquinas, con la empresa y profesionales con la información, y entre ellos mismos, lo cual está originando otras modalidades informativas mediante las redes sociales, los blogs, los *podcastings*, los intercambios de las redes P2P y otras innovaciones” (Cebrián Herreros, 2010: 21).

Cebrián Herreros, catedrático de Periodismo Audiovisual por la Universidad Complutense de Madrid (UCM), es el director de esta publicación, poseedor de más de una veintena de libros publicados, especializados en la comunicación audiovisual, además, ha sido coautor de otros cuarenta libros y autor de más de un centenar de artículos científicos en la misma materia. Un total de doce capítulos componen *Desarrollos del periodismo en Internet*, todos ellos dedicados a las nuevas perspectivas ciberperiodísticas, donde se reúnen los trabajos de investigación de numerosos académicos, expertos en su campo de estudio, que provienen de diversas universidades. Esta obra muestra el trabajo desarrollado en una investigación anterior que tiene como título *Cybermedia: Innovaciones, procesos y nuevos desarrollos del periodismo en Internet, telefonía móvil y otras tecnologías del conocimiento*. En esta misma línea de estudio y respaldado también por la misma editorial, *Comunicación Social*, publicó unos meses antes, en el año 2010, otro libro de referencia dentro de esta misma área temática; *Evolución tecnológica y cibermedios*, coordinado por la profesora María Ángeles Cabrera.

La importancia de esta obra radica precisamente en el análisis exhaustivo que se deduce de la implantación de Internet en los medios tradicionales; es decir, de los nuevos medios interactivos, tales como la nueva radio online, la televisión proyectada en Internet y las ventajas multimediales de los diarios digitales. Las cadenas de televisión son observadas desde sus páginas webs en el capítulo siete, la radio analizada desde sus portales digitales en los capítulos cinco y seis, mientras que las oportunidades brindadas a la prensa online se pueden encontrar en los capítulos dos, tres y ocho. No obstante, también hay cabida en un capítulo para desglosar el cometido de los

portales de educación, otro apartado reflexiona sobre la nueva figura del *ciberperiodista* web 2.0, e incluso, existe un capítulo destinado exclusivamente a la batalla mantenida entre los portales, tipo *Yahoo! News* o *Google News*, frente a las agencias de noticias propias de los profesionales de la información. Capítulos como los escritos por las profesoras de Comunicación Audiovisual de la UCM y San Pablo CEU respectivamente, Carmen Salgado y Julia Conde, especializadas en el medio radiofónico, profundizan en las nuevas estrategias de la *ciberradio*, tanto en cuanto a la producción de *podcastings*, la primera, como en cuanto a las nuevas expresiones creativas y sonoras de los blogs, la segunda.

Los nuevos espacios digitales permiten ampliar las posibilidades de comunicación asincrónica, así como la interactividad entre los usuarios-oyentes-televidentes, desconocidas hasta tan solo hace quince años. Muestra de ello son las nuevas fórmulas radiofónicas *online* que requieren de la emisión de *podcasts*, es decir, de breves archivos de sonido en línea donde se reproducen parte de las emisiones radiofónicas en el momento que el usuario lo determine. Otros ejemplos abordados en la obra concentran la atención en el uso de los blogs, pertenecientes a programas de radio determinados, o la emisión de vídeos y de audio en los ciberdiarios. De esta manera, la convergencia mediática ha enriquecido exponencialmente las nuevas narrativas audiovisuales e hipertextuales en Internet, por ende, este nuevo factor cultural ha sido denominado *Convergence Culture* por el profesor norteamericano Henry Jenkins.

En este sentido, el profesor Jesús M. Flores ahonda en las nuevas posibilidades del periodismo mediante los dispositivos periféricos móviles. En España, apunta Flores, la tasa de penetración de telefonía móvil es de las más altas de Europa, además de ser uno de los instrumentos preferidos de los españoles. A este dato hay que sumar la conexión a Internet desde teléfonos móviles, lo cual facilita aún más el consumo de páginas webs por parte de los usuarios. El desarrollo tecnológico, indica el profesor, ha favorecido la práctica del ejercicio del periodismo sin necesidad de recurrir a equipos tecnológicos tradicionales: “Estos avances en el ámbito de la movilidad ofrecen a los

profesionales de la comunicación la capacidad de enviar texto, imágenes y vídeo sin la necesidad de contar con una infraestructura compleja, y de hacerlo de forma ubicua, en cualquier momento y lugar” (Cebrián, 2010: 240). Así nace el periodismo móvil, en su versión anglosajona conocida como *mobile journalism*. En definitiva, esta referencia bibliográfica constituye una aportación interesante para quienes estén orientando sus líneas de investigación en el *ciberperiodismo* con el fin de atender a las novedades más recientes y sobresalientes en esta especialidad.

Fátima Martínez
Universidad San Pablo CEU

El EEES y el Proyecto Final en los Grados de Comunicación

Carmen Marta Lazo (coord.)

Editorial Fragua

Madrid, 2010

225 pp.

ISBN 978-84-7074-357-3

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), más conocido popularmente como el ‘Proceso de Bolonia’, es ya una realidad que ha llegado a nuestras aulas para quedarse. Desde septiembre de 2010 todas las facultades de Ciencias de la Información o de la Comunicación de nuestro país deberán ofrecer sus tradicionales titulaciones de Periodismo, Comunicación Audiovisual o Publicidad y Relaciones Públicas, ahora rebautizadas por algunas universidades con nuevos nombres, conforme a las pautas y principios del EEES. Todos los nuevos grados en el campo de las Ciencias de la Comunicación constan con

un total de 240 créditos ECTS repartidos en un total de cuatro cursos académicos. La mayoría de los nuevos grados incluyen en su último curso la elaboración de un proyecto final de grado, equivalente en cierto modo al trabajo final de carrera o tesina de licenciatura que existía en muchas universidades españolas en los anteriores planes de estudio.

El proceso de Bolonia plantea una reforma radical en la enseñanza universitaria. Se da un mayor protagonismo al alumno en su aprendizaje, pasando las clases magistrales a ser solo una parte de la enseñanza. El alumno adquiere más responsabilidad y proactividad en su formación. Esto supone un reto para la Universidad en su diseño, pero para el docente en el día a día en la enseñanza y aprendizaje de su materia. El paso de las clases teóricas a una formación basada en la investigación personal del alumno, la práctica dentro de las aulas, hace que el desarrollo de la asignatura sufra cambios en su aplicación. La creación de los créditos ECTS son la unidad de trabajo y evaluación. En ellos debe reflejarse el trabajo del alumno. Nuevos libros surgen durante estos meses en un esfuerzo por parte del profesorado para adaptar los manuales y libros de diferentes asignaturas a la nueva realidad del EEES. ‘*El EEES y el Proyecto Final en los Grados de Comunicación*’ es una de las novedades editoriales nacidas fruto de la implantación de Bolonia en nuestras universidades.

Igualmente, la adaptación al EEES nos recuerda a través de la ANECA que los nuevos grados deberán proporcionar una formación universitaria en la que se integren armónicamente las competencias genéricas básicas, las competencias transversales relacionadas con la formación integral de las personas y las competencias más específicas que posibiliten una orientación profesional que permita a los titulados una integración en el mercado de trabajo. En este contexto, una de las principales novedades y aportaciones del EEES es el nuevo formato y finalidad del proyecto final de carrera que los alumnos deberán realizar en su último año de estudios y en el que tendrán que demostrar sus conocimientos adquiridos durante su trayectoria académica, al tiempo que tendrán que poner en práctica las competencias adquiridas. Con el fin de servir de útil herramienta a los alumnos, surge este in-

interesante libro que resalta, sobre todo, por sus consejos para enfocar, planificar, presentar y defender trabajos de fin de carrera en el área de Comunicación. El libro aquí reseñado es un novedoso material muy útil para los alumnos que se enfrentan a la realización de este trabajo final de carrera.

La obra, coordinada por Carmen Marta Lazo, profesora del Grado en Periodismo de la Universidad de Zaragoza, consta con un total de 225 páginas repartidas en un total de diez capítulos. Además de la propia Carmen Marta Lazo (Universidad de Zaragoza), participan como autores de los diferentes capítulos los profesores Manuel Viñas Limonchi, Nerea Vadillo Bengoa, Ana Cecilia Koc Meza y Carmela García Ortega (Universidad San Jorge), Javier Sierra Sánchez y Sheila Liberal Ormaechea (Universitat Abat Oliba CEU), Carlos Fanjul Peyró (Universitat Jaume I) y Francisco Cabezuelo Lorenzo (Universidad San Pablo CEU).

Igualmente, el libro incluye dos trabajos de fin de carrera realizados conforme a la nueva metodología adaptada ya al EEES propuesta en la obra y aplicada experimentalmente y con mucho éxito en casos reales en la Universidad San Jorge (USJ) de Zaragoza. Así, el libro incluye dos ejemplos de trabajos de dos alumnos recién titulados. Se trata del proyecto de investigación titulado ‘La crisis económica de España según las portadas de prensa en las elecciones generales de 2008’ de Alejandro Silva Faci, realizado en el área de Periodismo. Del mismo modo, se incluye el proyecto de innovación ‘Encuentros de creación en el medio rural aragonés: el caso práctico de Equiart-Equinoccios de Creación’, de Alejandro Cortés Calahorra, un trabajo adscrito al campo de la Publicidad y las Relaciones Públicas.

Beatriz Peña Acuña
Universidad Católica San Antonio