

**Comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa**

por *Gérard Imbert*

J. L. SÁNCHEZ NORIEGA  
(2002).

*Crítica de la seducción mediática. (2ª Edición).*

Madrid: Ed. Tecnos.

Desde que Baudrillard aplicara su talante crítico al análisis de la comunicación a través de lo que llamaba a finales de los 70 los simulacros de masas, queda claro el poder de seducción de los discursos sociales y, más particularmente, de los medios de comunicación. Hasta los discursos más objetivos se ven contaminados por lo que José Luis Sánchez Noriega llama la opulencia informativa y no escapan a las estrategias de seducción que dominan y condicionan la comunicación y la cultura de masas.

Más allá de la comunicación, está la persuasión (estudios norteamericanos sobre efectos y audiencias); más allá de la persuasión, la seducción; más allá todavía, la simulación... Las máquinas de información han dejado paso a las estrategias de comunicación, la reproducción de lo real-informativo ha cedido

ante la capacidad de los medios para producir su propia realidad. Si "lo he visto en la tele", es porque existe, dice la voz de la calle, y la CNN añade rotundamente: "Lo ves, está pasando." Podríamos invertir la mágica fórmula y escribir: "Está pasando porque lo ves"...

El ver se ha erigido en condición del comunicar y ha desalojado el saber y los antiguos regímenes del creer. El autor, en este libro, lleva a cabo un exhaustivo y muy bien documentado análisis del "sistema mediático", que abarca desde la producción de los mensajes hasta la cuestión de los efectos y usos -entre otros didácticos- dedicándole el último capítulo a la articulación entre cultura audiovisual y educación, tema del que es especialista.

Es de agradecer el talante sincrético e interdisciplinar del planteamiento metodológico, que no es habitual en las llamadas "Ciencias de la Información", donde todavía predomina una concepción funcionalista e imperan rígidos y estancos compartimientos.

El estudio integra de manera armoniosa varios niveles de análisis: análisis simbólico de los procesos de construcción de la realidad, desarrollando en el capítulo 2 una pertinente reflexión sobre la creación de reali-

dad en los medios informativos y su lugar en el espacio público democrático (capítulo 5). Lo combina con un análisis aplicado a los productos culturales, que tiene en cuenta condicionantes económicos y envites geopolíticos (capítulo 3). Prolonga el estudio una reflexión global sobre el modelo de comunicación mediático y lo que el autor llama “las manufacturas del consentimiento” generadas por la cultura del espectáculo y la ideología del entretenimiento (capítulo 8).

Completan el libro dos capítulos dedicados a la descripción de los temas-valores y creencias reflejados por los telefilms -tema sobre el que también ha escrito el autor- y una reflexión sobre el lugar de la cultura audiovisual en el espacio de la Escuela, centrado tanto en los contenidos y modelos de conducta inducidos por el sistema audiovisual, como en las políticas de comunicación, dando las pautas de lo que podría ser una “pedagogía del audiovisual de masas”, donde los medios públicos tienen un papel relevante.

El libro es la 2ª edición, actualizada, de la edición de 1997, donde se han ampliado los capítulos dedicados a la televisión y a las nuevas tecnologías. Es especialmente interesante la reflexión sobre el gran simula-

cro ofrecido por la “neo-televisión” (U. Eco), que completa el capítulo dedicado a “La pretensión de realidad en el Audiovisual”, seguramente el más denso de la obra. Ahí se amplía el enfoque al análisis del modelo cultural constituido por la cultura audiovisual, modelo basado en la sacralización de la imagen: hiperestimulación sensorial, omnivisibilidad -o, como la llamamos, *hipervisibilidad*- con su ilusión de abarcarlo todo, su sensación de presente permanente, sus estéticas, sus simulacros de verdad y realidad, patentes en el uso y abuso del directo, la visibilización de lo privado en los “programas de realidad”, la espectacularización de la intimidad en talk show y reality show. Como escribe J. L. Sánchez Noriega, “Todo lo real es actual y todo lo actual es real”. Con esto se impone una tiranía de la actualidad, la de “un presente ahistórico, descontextualizado, donde la *realidad* viene a confundirse con la *actualidad*.”

En un momento de apología mecanicista de los nuevos medios y de extensión de los modelos comunicativos, es saludable una reflexión global, crítica, sobre las formas de los mensajes y los modelos culturales, no sólo desde el punto de vista económico, funcional e

institucional, sino como mensajes y discursos que van conformando nuestra visión del mundo y, sobre todo, conformando nuestra sensibilidad, nuestros peculiares *modos de ver*.

Esta obra, junto con la de Gonzalo Abril ("Teoría General de la Información", 1997), abre vías nuevas en el estudio de la Comunicación audiovisual y de la Cultura de masas, que rompen

con las dicotomías a las que nos tenían acostumbrados los estudios académicos de Teoría de la Comunicación. Integra por otra parte -seguramente más en la obra de G. Abril pero de manera implícita en ésta- la ruptura operada por los análisis cualitativos y las vías abiertas por el análisis simbólico de la comunicación y de las representaciones colectivas.

### **Fabricar discurso digital**

por *Xosé López*

J. DÍAZ NOCI (2002).

*La escritura digital*  
*Hipertexto y construcción*  
*del discurso informativo en el*  
*periodismo electrónico.*

Bilbao: Servicio de  
publicaciones UPV/EHU

La bibliografía en castellano sobre el periodismo digital ya cuenta con apartado propio en cualquier mediateca que se precie. Ninguna editorial con colección de comunicación quiso quedarse atrás. Todas encargaron textos sobre la era de la información. Los datos indican que en los últimos años distintos autores publicaron interesantes trabajos de divulgación en formato de libro. Su elaboración surgió a partir de investigacio-

nes —es el caso de *El diario digital*, de Ignacio Armentia y otros profesores, y *Diarios digitales*, de Jesús Canga y varios docentes más- o han sido fruto de reflexiones de expertos y/o profesionales —ensayos o manuales, como *La Galaxia Internet*, de Manuel Castells, o *El paraíso digital*, de Javier Cremades-. A esta interesante producción propia debemos añadir los libros de conocidos autores de renombre internacional traducidos a la lengua de Cervantes.

El libro de Javier Díaz Noci sobre la escritura digital figura en la última lista de novedades sobre la construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico. Es una interesante aportación académica, en forma de manual-guía que aprovecha técnicas del ensayo, de quien conoce la profesión periodística por dentro y de un profesional que ha investigado sobre la edición digital. Díaz Noci, profesor

de redacción periodística, destacó en el panorama español como uno de los universitarios que madrugó a la hora de publicar libros en castellano sobre los medios en la red y sobre las características de las estructuras internas y externas de sus mensajes.

En su última entrega relata, mediante un cuidado lenguaje que destaca por su claridad y precisión, un texto en el que incluye datos, puntos de vista, sugerencias y propuestas. Se trata de una oferta en la que hay diferentes niveles de lectura y en la que destaca el apoyo ofrecido mediante direcciones electrónicas. Una completa lista de enlaces en la red anima al lector al acceso a textos de la red que completan las explicaciones sobre nociones básicas del periodismo digital, los modelos informativos, las características del mensaje digital y cambios en la profesión periodística a causa de las tecnologías actuales y el papel de Internet como nuevo paradigma.

Desde el primer momento, el profesor Díaz Noci muestra los caminos abiertos en la reflexión alrededor de la escritura digital. No ofrece respuestas categóricas, como advierte, pero sí deja claro cuál es su opción personal en algunas de las cuestiones que centran los debates académicos de este fenómeno. Sus reflexio-

nes también recogen la propia evolución de los planteamientos que ha defendido en estos años, como en el caso de la denominación del periodismo que se hace en Internet. No tiene dudas sobre el sustantivo, periodismo, pero sí sobre el adjetivo, donde en la extensa bibliografía sobre el tema encontramos desde electrónico hasta telemático, en línea, del ciberespacio o digital, entre otros.

A la luz de los últimos acontecimientos, después de la primera fase de reflexión académica sobre los cambios que se producen en el nuevo periodismo, sobre todo el que habita en la red de redes, formula una propuesta que considera aceptable: ciberperiodismo. Considera que muestra ventajas, pues ha sido aceptado el término ciberespacio, define el fenómeno en una sola palabra y está relativamente extendido su equivalente en inglés -cyberjournalism-. Aunque estima que la cuestión no está zanjada, sugiere un punto de encuentro alrededor de esta denominación, ciberperiodismo.

Sobre el hipertexto, analiza las posibilidades del discurso multimedia, con explicaciones sobre sus elementos definatorios que amplían otros trabajos anteriores. Muestra interés en llamar la atención de los usuarios no sólo sobre las posibilidades de la

interactividad, sino sobre las de la intercreatividad—sigue los criterios de Berners-Lee—. Díaz Noci coincide con Berners-Lee en las posibilidades que ofrecen las actuales herramientas para un cambio radical en las técnicas de la escritura, algo que por ahora sólo se dibuja como una esperanza en el horizonte que cuenta con pocos ejemplos en los que apoyarse.

De momento, el texto digital es demasiado deudor de las características del mensaje impreso. Los géneros periodísticos empleados en la red reflejan esta realidad, que comienza a mostrar algunos síntomas de la entrada en una fase de mutaciones. No sólo encontramos modificaciones de acuerdo con las posibilidades del soporte, sino también la aparición de nuevas modalidades expresivas que buscan la complicidad del usuario —algunas de estas modalidades las ha apuntado el investigador gallego Manuel Gago en su trabajo de investigación del segundo año de doctorado—.

La obra concluye con algunas ideas sobre las características que definirán al nuevo

periodista de la era digital. Destaca los cambios en la organización del trabajo y en las relaciones laborales, pero sostiene que el papel del periodista sigue siendo esencialmente el mismo. En esta última parte del libro el profesor Díaz Noci opta por una posición prudente y asegura que sólo estamos en el inicio de un nuevo camino, de algo que *algún día puede llegar a ser*. De esta forma concluye que el futuro promete, pero el presente, muy complejo, todavía presenta muchos interrogantes.

Como toda aproximación a una cuestión compleja, el discurso construido por el profesor de la Universidad del País Vasco nos sitúa en las características que definen los productos informativos periodísticos que se colocan en Internet o en otras redes telemáticas. Su aportación supone un paso adelante más del grupo de investigadores que estudia la escritura digital en nuestro ámbito, porque, sin duda, Díaz Noci aprovechó la ocasión que siempre brinda la edición de un libro para fabricar otro capítulo del discurso digital en castellano.

## **El territorio de la comunicación sin límites**

*por Carmen Peñafiel*

L. VILCHES (2001):  
*La migración digital*.  
Barcelona: Gedisa.

Hemos estrenado un nuevo siglo marcado por el imperativo de las nuevas tecnologías, la interactividad, y el mundo de la imagen en el que se sumergen otros lenguajes y otros servicios de valor añadido (voz, datos...). Se han fusionado tres grandes áreas: las telecomunicaciones, la informática y el sector audiovisual, el resultado es una fuerte reconversión de los sistemas analógicos y convencionales a un sistema digital que todo lo traduce en unos y ceros. Ha nacido la era digital altamente tecnificada.

En este escenario de grandes y profundas transformaciones se mueve Lorenzo Vilches quien se siente arrastrado por la pasión de contar desde una perspectiva humanística todo lo que comporta la migración digital a través de las redes de comunicación.

Con rigor científico y con grandes toques de humor e ironía repasa en este ensayo las nuevas comunidades comunicativas que surgen por la universalización del correo electrónico y

el acceso a Internet. Tampoco pierde de vista una crítica social en la que expone el desarrollo de las tecnologías como una fase de adaptación del capitalismo cuyos objetivos se encuentran en la base de las nuevas fricciones entre conflictos sociales y profundas desigualdades en el acceso a las oportunidades de mejora de la calidad de vida y un virtual sometimiento de la democracia al poder de las economías globales.

El autor nos brinda una serie de temas relacionados con la televisión en este movimiento migratorio de economías, tecnologías y usuarios como el paradigma de los cambios. Con estos temas tal y como los plantea nos invita a reflexionar sobre las múltiples problemáticas que emergen de la digitalización de los medios de comunicación en la Sociedad de la Información a la que el profesor VILCHES compara con la Torre de Babel.

Son numerosas las preguntas que se hace, las disyuntivas que plantea... todo para intentar que recapacitemos en torno a esta evolución vertiginosa que estamos experimentando en estos últimos años. Son retos y desafíos a los que el autor nos invita a través de las 254 páginas de la obra, estructurada en ocho capítulos. En los primeros habla de la emigración hacia el país de la

Imagen donde no hay ni géneros, ni programas, sólo servicios y el espectador actúa como cliente; nos comenta el tecnoromanticismo, es decir, como las tecnologías necesitan de los mitos y del discurso simbólico para darle el "plus" de sentido y una ideología de trascendencia donde fundar su imagen social; busca metáforas para dar sentido a la migración cultural y lingüística producto del deseo de construir un nuevo universo simbólico. Vilches señala que ante la falta de una crítica sobre la cultura de los nuevos medios -para algunos de la cultura sin más- el mundo de las letras, de las artes y de la educación se preguntan si todo ello ha sucumbido definitivamente en el mundo del espectáculo comercial.

En el capítulo quinto, el autor pone verdadero énfasis en los efectos y usos de la televisión y se pregunta ¿por qué la televisión educativa nunca existió? Sostiene que los medios cultivan actitudes y valores que se hallan presentes en la cultura, los mantienen, cosechan y propagan. Por eso, de nuevo se cuestiona ¿Cultivo intensivo o huerto familiar?, de ahí que aborde con una metáfora la teoría de la televisión local como cultivo familiar de productos propios y cercanos. Considera

que la teoría de la cultivación tiene como marco de referencia la pluralidad de los medios. Pero la nueva fenomenología de la recepción basada en las experiencias de los individuos que participan en las redes multimedia es una razón de peso para neutralizarla. Son las experiencias sociales las que pueden limitar o debilitar los posibles efectos de cultivación.

El capítulo 6 analiza las implicaciones de los usuarios en la industria del conocimiento, fundamentalmente, en la televisión y en Internet en busca del espectador activo. En este sentido, habla del ciberespacio como una red sin centro ni periferia. Mientras que en televisión se da un proceso de acción y reacción sobre un sujeto (espectador), en Internet, se reacciona sobre un objeto de información. La interactividad es otro de los rasgos analizados por el autor en esta migración digital. Precisamente, la interactividad va a ser el calificativo que acompañe a los medios de comunicación en el siglo XXI.

El octavo y último capítulo del libro se centra en las nuevas imágenes y en la convergencia de la informática y la teoría de la imagen como gran momento de renovación.

En este contexto resulta muy interesante recapacitar sobre

algunos puntos del proceso de la comunicación en la sociedad-red y el ensayo de Vilches apunta una serie de claves que no debemos olvidar. La pequeña historia de la televisión ha tomado otro rumbo que cualquier analista ha de valorar en este entramado multimedia en el que el futuro se hace presente.

El futuro es digital y la televisión convencional deja paso a la televisión cifrada en bits, con un lenguaje diferente, con nuevos servicios... a la que las nuevas generaciones se acercarán rompiendo la unidireccionalidad de los mensajes, de las informaciones, de las imágenes. La televisión ha cambiado sustancialmente su forma de consumo tradicional, además de verse a través del televisor podemos consumir programas de televisión en la Red, basta con usar las líneas digitales como las RDSI para que todo cambie notablemente.

Y termino con lo que comentaba Lorenzo Vilches en *La migración digital*: Es innegable que la emigración hacia los paí-

ses del bienestar significa también el ingreso en un mundo que será cada vez más gobernado por las redes digitales de comunicación (...) Las nuevas tecnologías socavan el poder hegemónico de las formas y roles de las élites culturales a través de un proceso de descentralización de producción y recepción de medios que han perdido su naturaleza material para convertirse en bits de información.

Es un libro muy recomendable para todas aquellas personas interesadas por los medios de comunicación y en concreto por la televisión. Es una obra rica en figuras literarias, de fácil comprensión incluso para neófitos en la materia. Continuamente Lorenzo Vilches establece símiles y comparaciones con temas de la vida social y con una filosofía cotidiana consigue que el lector o lectora comprenda fácilmente los conceptos más técnicos. Resulta entretenido y es de agradecer la amplia bibliografía que acompaña al final de cada capítulo.



**Nora jo dakizunean***Edorta Aranak idatzia*

GECA (2001):  
*Anuario de la televisión 2002.*  
 Madrid. Geca.

Badira sei urte GECAk, Ikus-entzunezko Komunikazioaren Azterketarako Kabineteak, Estatu espainiarreko telebistagintza gai modura hartuta, datuez eta iruzkinaz beteriko argitalpen mardula kaleratzen duela, urtero. Maiztasun ezagun hori eta, proportzio egokian nahastea informazio kuantitativoa eta telebista industriaren azterketa zorrotza dira dagoeneko erreferentziala kontsidera daitekeen urtekariaren formula.

Telebistagintzan, ekoizpen lanetara, programatzera, publizitatera ala emititzera dedikatzen denak testuinguru informazio ugari aurkituko du liburuan eta, datu zehatzaz gain, irakurketa orokorrak eta egungo telebistagintzaren joerak nondik nora doazen argituko dituzten ideiak.

Esaterako, 2002an argitaratutako urtekariak, eta beraz urte bete lehenagoko kontuak aipatzen dituen argitalpenean, hauek dira faktore eragileen gisa kontsideratzen dituenak:

-telebistagintzaren negozio zifrek gora egin dutela, ia alor guztietan;

-ordainpeko telebistaren gorakada eta egun dituen negozio kopuruek (%28,1) oso kontuan hartzekoak direla;

-publizitate fakturazioak ere aspaldiko kopuruak hautsi dituela;

-telebista konbentzionaletik aparte kanalen merkatu kuota, errelebantzia soziala eta programazio joerek azken urtean lortu duten lekua eta indarra handia dela;

-eta, azkenik, Estatu espainiarreko ikus-entzunezko industriaren garapena eta, bereziki, fikzioari dagozkion ekoizpenen gorakada aipatzeko modukoa dela.

Lau multzotan daude antolatuta liburuen 400 orrialdeak. Lehenean, kurtsoaren gorabehera aipagarrienak zeintzuk izan diren definitzen ahalegintzen da GECA. Horretarako, sarrera baten ostean kanalez kanalekako azterketa egiten du. Lurrazaleko seinale analogikoz emititzen duten kanalez gain, nola ez, Canal Satélite Digital eta Via Digital eta jaio berriak diren emisio digitalen errebasua egiten du. Bakoitzari buruz diotenari, fitxa bateratua erabiltzen baitute (emisio orduak, ikuslearen perfila, merkatu kuota, genero arrakastatsuenak...), kanalaren joan-etorriak eta norabidea gehitzen dizkio. Denboraldiaren gainbegirada eginez, satelite, kable bidezko zerbitzuak, telebista

lokalak, ikerketa erakundeak ala interneten bidezko telebistaintza aurki daitezke aipagai.

Bigarren atalean, 2001ko emanaldien giltzarriak zeintzuk kontsideratzen duen zehazten du. Horretarako eguneko emisio-multzoak hartzen ditu (goiza, bazkalordua, arratsaldea, *prime-time*, e.a.) eta bakoitzcan eman diren berezitasunak ala saio aipagarrienak ekartzen ditu. Ordu-multzo horien kuota merkaturak nola dagoen eta kanal bakoitzaren programatzeko taktikak zeintzuk diren azaltzen da. Atal hau bereziki interesgarria da kanalaren arteko lehiak eta bakoitzak erabiltzen dituen taktikak zeintzuk diren jakiteko.

Hirugarren orrialde sortak telebista generoak hartzen ditu erreferentziatzat. Bertan, banan banan, lehiaketak, informazioak, kirolak ala fikzioak bere edukietan ala osagarri formaletan izan duten punturik azpimarragarrienak zertzeladatzen dira. Gainera, urteko programa nagusi kontsidera daitezkeen azterketa sakona egiten da formatoa, ordu-tegia, audientziaren erantzuna eta konpetentziaren papera iker-tuz.

Amaitzeko, laugarren zati batean GECA Irudia delakoa, ikus-entzunezko produkzioa eta publizitatea jorratzen dira, hurrenez-hurren. GECA Irudia delakoak, besteak beste, populazioarengan kanal desberdinek,

famatuek ala programa zehatzek sortzen duten iritzia eta balorazioa aztertzen da. Modu horretara jakin dezakegu Lina Morgan, Antonio Banderas eta Alfredo Landa direla (oraindik ere !) puntu gehien jasotzen dituzten lau pertsonaiak. Baina horrezaz gain, programa desberdinen inguruko galdeketa egiten dute eta puntuaziorik altuena jasotzen dituztenen artean daudela Documentos TV, Al filo de lo imposible ala Informe Semanal. Esan bezala, kate desberdinen inguruko jendearen iritzia jakiteko modua ere eskaintzen du GECAk. Estatu espainiarra erreferentzia eremu gisa hartuta, Antena 3, Telecinco eta FORTAren barruko kanal autonomikoak jartzen dira TVEren bi kanalak baino lehen. Edozelan ere, kanal guztiek jasotzen duten ebaluaketa oso antzerakoa da eta 6 eta 7 bitarteko nota eskuratzen dute.

Azken atal honetan, ekoizpenari dedikaturiko orrialdetan aldiz, barne zein kanpo produkzioak lortzen duten lekua eta ikus-entzuleen erantzuna neurtzen dira. Gainera, Estatu espainiarrean ari diren ekoiztetxe garrantzitsuen informazioa eskaintzen da. Publizitatea da urtekariak gai modura hartzen duen beste bat. Bertan, kurtso horretako ibilbidearen mugarririk zehazten dira, besteak beste: iragarki kopurua, publizitate sektoreen pisua, iragarle

nagusienak zeintzuk diren eta abarrak komentatzen dira.

Lerro batzuk gorago esan dugun modura, erreferentzia ona da GECAREN urtekaria azken denboraldiaren joan etorriak ezagutzeko (ez da ahaztu behar telebistako “urtea” irailean hasi eta ekainean amaitzen dela eta bi denbora muga horietan kokatzen dela liburua, gainera, 2002ko data daraman argitalpenak urte bete lehenagoko datuak hartzen dituela kontuan). Gainera, antolatuta dagoen bezala, irakurtzen hasi eta amaitu arte eskuetatik kendu barik edukitzen diren liburuetakoa baino, kontsultak eta jakingurak asetzeko erabil-

garriagoa da. Zerbaiten bila dabilenak jomuga izan dezakeen informazio eta iritzi iturri aproposa da El Anuario de la televisión-2002 hau. Pena da, liburuak duen tamaina eta argitalpenaren kalitatearen eraginez garestia dela, oso (25.000 pta). Komenigarria litzateke, urtean gertatu denaren berri ematen duen liburuak hedapen handiagoa izatea eta edizio merkeagoa eta beraz eskuragarriagoa ere kaleratzea. Gaur egun, badirudi, *status* kontua dela GECAREN urtekaria bulegoaren baldetan agerian edukitzea. Eta hor ikasle, ikerlari eta telebistagintzan interesa dutenak ateratzen dira galtzaile.

### Usos y costumbres del repertorio radiofónico

por Arantza Gutierrez

E. RODERO (2001):  
*Manual práctico para la realización de entrevistas y reportajes en la radio.*  
Salamanca.  
Librería Cervantes.

La radio es la gran secundaria de los medios audiovisuales y, por tanto, son pocos los estudios que se publican sobre la misma —esta escasez es más notoria aún si la comparamos con la extensión de la obra publicada anualmente sobre cine

y/o televisión—, por lo que siempre es bienvenida una obra que trate sobre la “hermana pequeña” del audiovisual. Sin embargo — y a riesgo de contradecirme— está muy extendida la idea de que sobre la radio ya se ha dicho y escrito casi todo, y que las únicas novedades que se pueden aportar son las ligadas a las nuevas tecnologías o análisis de contenidos circunscritos a situaciones o etapas concretas —objeto de tesis doctorales o investigaciones poco prácticas—, lo que hace que se recibieran estas publicaciones con cierta actitud escéptica y sin esperanza de ser sorprendidos.

En este contexto, la obra de Emma Rodero es una grata excepción. Su manual no es sólo un compendio de lo ya escrito sobre la entrevista y el reportaje en la radio, ni tampoco un tratado sobre lo que ha de venir, sino que es una guía sencilla, y a la vez muy completa, sobre la realización de dos géneros fundamentalmente radiofónicos, tal y como la autora se afana en demostrar desde el primer capítulo del libro.

El libro de Rodero es un manual, es decir, un texto para ser consultado, y, en consecuencia, su fin es servir de guía a profesionales y estudiantes a la hora de enfrentarse a los géneros antes mencionados. *"Para ello, el texto facilita un compendio de consejos y técnicas básicas sobre cómo realizar estos dos géneros, al mismo tiempo que advierte de los errores"*, según señala la misma autora. Este objetivo está plenamente conseguido, ya que lejos de recrearse en teorizaciones generales sobre entrevista y reportaje, la autora plantea una serie de problemas y situaciones concretas, a la par que ofrece soluciones a las mismas, todo ello ilustrado mediante ejemplos entresacados de la práctica radiofónica, que a modo de fotografía sonora sirven para que el lector pueda pensar sus propias propuestas.

No obstante, esto no quiere decir que la autora se limite a

elaborar un manual práctico y desdeñe la formulación teórica sobre los géneros tratados. Ya en la introducción, tras sintetizar las definiciones que sobre géneros realizan otros expertos, Rodero concluye que entrevista y reportaje son *"los dos géneros que tienen por objetivo la interpretación de un determinado acontecimiento de la realidad y los dos son géneros de diálogo, en los que se reproduce o se puede reproducir la estructura de una conversación y, además, en su presentación interviene más de una voz"*, características todas ellas que avalan su clasificación como eminente e indiscutiblemente radiofónicos.

Una vez establecida esta premisa, tratará ambos géneros en sus diferencias, pese a reconocer sus similitudes, y afirmará que *"la entrevista no puede considerarse como una modalidad de reportaje, sino como un género con carácter independiente"*, diferenciándose así de otros autores que defienden la tesis contraria. En consecuencia, en el libro dedicará un capítulo diferente a ambos géneros, aunque utilizará una estructura similar en su exposición, que irá de la formulación teórica a la praxis de la realización.

De esta manera, y sin renunciar a definirlos, describe las características de ambos géneros y realiza sendas clasificaciones de los mismos, basándose en

formulaciones ya realizadas por otros autores. Sin embargo, no se queda ahí y —si bien este trabajo de síntesis es de por sí interesante— va más allá, y aporta una novedad que es también uno de los mayores logros de la obra: plantea situaciones y problemas concretos a la hora de acometer la práctica tanto de la entrevista como del reportaje, a la vez que propone soluciones concretas. Estas propuestas, extraídas de la experiencia de quien conoce el medio, sirven a entrevistadores y reporteros para enfrentarse a estos géneros con algo más que una serie de clichés y tópicos previamente aprendidos, pero sin llevarles excesivamente de la mano, como una buena maestra que reconoce que la experiencia es la mejor escuela. Todo ello lo hace Rodero utilizando un lenguaje claro y conciso, preñado de ejemplos concretos, que convierten este manual en una herramienta válida incluso para aprendices de esta profesión que se enfrentan por primera vez al reto de una entrevista o al desafío de un reportaje.

Otro de los logros de este manual es, sin duda, su atemporalidad, o, dicho de otra manera, su adaptación sin problemas

tanto a la práctica de quienes siguen anclados en las viejas rutinas de realización analógica como de aquellos que se han incorporado ya a las nuevas tecnologías, ya que los supuestos planteados en el libro se refieren a la puesta en escena de ambos géneros, subrayando los contenidos —los grandes olvidados— frente a las formas, indiscutibles protagonistas de los manuales que se publican últimamente sobre el medio y que adolecen de un exceso de *lo tecnológico*, deslumbrados por el imperio de los unos y los ceros. En este sentido, Rodero nos muestra lo fundamental: diversas propuestas útiles para realizar una buena entrevista o un buen reportaje en cualquier situación: directo o diferido, sobre bobina o disco duro..., una fórmula que garantiza el éxito a nada que se le dedique un poco de mimo e interés.

En conclusión, nos encontramos ante un manual práctico, de utilidad comprobable, e incluso imprescindible junto a diccionarios, libros de estilo y bocetos de guión, que no deberían faltar en la mesa de quienes pretendan enfrentarse al oficio de la radio con ciertas garantías de éxito.

## Una apuesta de futuro

por Yeyo González

N. LÓPEZ Y C. PEÑAFIEL  
(2000):  
*Nuevas Fronteras de la  
Infografía. Análisis de la  
Imagen por Ordenador.*  
Bilbao. Servicio Editorial de  
la UPV/EHU.

Cualquier libro de ensayo, aunque se trate como en este caso de un texto para universitarios, debe tratar de disipar dudas acerca del tema principal sobre el que versa, pero también suscitar en el lector una serie de cuestiones objeto de investigación en el futuro. La tecnología en radio, de Nereida López y Carmen Peñafiel, responde afortunadamente a este arquetipo.

A nadie se le escapa que la llamada Sociedad de la Información depende hoy más que nunca de la tecnología, de sus avances y de sus cambios. Este potente efecto transformador que posee la tecnología nos lleva desde hace años con la lengua fuera. Entre continuos envites, arriesgadas apuestas de futuro y constantes acelerones, la tecnología ha pasado a ocupar con honores uno de los puestos destacados de podio en estos no declarados juegos por la renovación de la profesión periodística.

Hoy se hacen necesarias la habilidad técnica y el conocimiento de la tecnología, además de escribir bien y dejarse querer por la cámara, para entrar a formar parte del mundillo de la comunicación audiovisual. En esta realidad que nos ha tocado vivir son importantes las sorpresas, los colores, la luz creando todopoderosas imágenes, lo espontáneo... Y mientras todos estos fuegos artificiales encajan perfectamente en la pantalla del televisor, ¿qué hacemos con la radio?

La Sociedad de la Información lo es porque la información se ha convertido en un bien tan cotizado como etéreo. Y es precisamente esa intangibilidad de la nueva materia gris del panorama profesional actual la que siguen solucionando los medios de difusión tradicionales, radio y televisión sobre todo, y no tan tradicionales, como Internet que amenaza con convertirse en poco tiempo de una simple herramienta de consulta y trabajo al medio más popular a todos los niveles.

La radio, el medio más caliente de todos, ha ido languideciendo en las últimas décadas del siglo XX ante la llegada de nuevas propuestas asociadas a la imagen y que las generaciones más jóvenes han aceptado con rapidez y entusiasmo.

El medio de comunicación por excelencia en los años treinta se vio abocado al ostracismo por la llegada de la televisión. El impacto pudo ser mayor, pero la radio logró vivir una segunda juventud con la aparición de la Frecuencia Modulada en la década de los setenta. El motivo fue la mejora de los aspectos técnicos con el objetivo de hacer llegar las emisiones con mejor calidad a la audiencia. La música, que ya estaba presente en las programaciones, pasó a ser la estrella. Durante varios años y para al menos dos o tres generaciones de jóvenes la radio se convirtió en la banda sonora de sus vidas, supuso el ruido de fondo con el que crecimos. El resurgir fue efímero, aunque la radio no ha cejado desde entonces en su empeño por seguir siendo un medio de comunicación próximo y accesible a todos.

El presente libro, dibuja un futuro para la radio que parece muy esperanzador. Leyendo en sus páginas las innovaciones tecnológicas que se nos avecinan con la llegada de la digitalización, y que están suscitando una gran revolución para este medio, nos anuncia también una pequeña revolución social; la posibilidad de escuchar música con la calidad que ofrecen los discos compactos, la recepción

de información escrita en forma de datos, la falta de necesidad de resintonizar el aparato receptor para poder escuchar nuestra emisora favorita a lo largo del país, la posibilidad de simultanear en una misma frecuencia hasta doce programaciones distintas, todas estas sugerencias nos ofrecen un mundo nuevo. Las audiencias no se quedarán inmóviles e insensibles ante la nueva configuración tecnológica. La máxima de renovarse o morir, le dará a la Radio el *cuaderno de bitácora* que andaba buscando desde hace décadas para volver a tener un nuevo *Renacimiento*.

El libro está dividido en tres partes fundamentales: la primera, trata de los principios básicos de la comunicación radioléctrica, desde sus primeros pasos hasta la difusión por satélite o cable; la segunda parte, versa sobre los factores determinantes en la producción radiofónica, desde los micrófonos, hasta los reproductores magnéticos-ópticos; y la tercera parte, se centra en los aspectos más novedosos, desde la fibra óptica y la informatización, hasta la radio por Internet.

La tecnología en radio no es un libro que ofrezca una visión romántica del medio, aunque de su lectura se traduzca una cierta pasión de las autoras por la bús-

queda del Santo Grial que impulse a la radio hacia un lugar preferente en la nueva sociedad de la Información. Este manual para estudiantes es uno de los primeros que hace realmente hincapié en todas las técnicas y tecnologías aplicadas que invaden actualmente la radio. Estudia desde las pequeñas consolas digitales de montajes telefónicos hasta la difusión de programas de radio por Internet. Las sugerencias al lector están presentes en cada una de las páginas del libro: el futuro del nuevo medio, la interactividad y los nuevos procesos de realización, producción y transmisión de la información están afectando a estructuras menos visibles como

la empresa audiovisual o el propio perfil del comunicador del III Milenio recién estrenado. De ellas cabe deducir cuál será a corto plazo el resultado de este esfuerzo renovador, cuidando los contenidos, analizando el impacto sobre las audiencias del ahora *audio digital*, observando el cambio de actitud en los oyentes hoy convertidos en usuarios de nuevos servicios que llegan a través de las ondas, etc.

Renovación, adaptación, transformación son términos que fluyen de estas propuestas de las que dependerá la propia supervivencia de la radio tal y como la hemos conocido hasta hace bien poco tiempo. Gracias por esta entrega.

### **Aportaciones metodológicas a la Historia de la Comunicación**

*por Javier Díaz Noci*

MONTERO, J., PAZ, M. A. Y SÁNCHEZ ARANDA, J. J. (2001): *La imagen pública de la monarquía. Alfonso XIII en la prensa escrita y cinematográfica*. Barcelona. Ariel.

MONTERO, J., RUEDA, J. C.. (2001): *Introducción a la Historia de la Comunicación Social*. Barcelona. Ariel.

La especialización de las materias de estudio es un fenómeno creciente en la Universidad. También lo es, a su vez, la búsqueda de metodologías específicas para esas disciplinas. Puede argüirse que se trata de un ejercicio ocioso. No lo es, sin embargo, cuando el número de investigadores y el interés del público académico justifican la decisión de emancipar una disciplina específica de otra más amplia en aras de una mayor calidad científica. Y ese es el caso, creemos, de la Historia de la Comunicación Social. En cualquier caso, su presencia en



todos los programas de las cada vez más numerosas facultades de Comunicación en la Universidad española y americana (del Norte y del Sur) justificaría ese esfuerzo metodológico al que contribuyen con sus obras los autores arriba mencionados.

La Historia de la Comunicación Social, es decir, su historiografía, se escinde del tronco común de la Historiografía contemporánea, es decir, de nuestros días, que no necesariamente la Historia Contemporánea (lo que supondría ignorar todo lo anterior a 1789, y eso es mucho dejar en el campo de la Comunicación). Se escinde, es un decir, porque no abandona los métodos y formas de la Historiografía, sino que se fija de forma específica en un objeto bien delimitado de estudio. Éste justifica por sí sólo el empeño, del que el libro de los profesores Montero y Rueda supone uno de los primeros y desde luego más serios intentos de acotar. Supone además un esfuerzo por escapar de los corsés de la Historia de la Prensa, incluso de la Historia del Periodismo (entendido éste como función social), que en realidad deberían ser a su vez troncos de esta Historia de la Comunicación Social, y que en no pocas ocasiones han ido por su cuenta y riesgo en las universidades españolas, cuando no se

ha identificado una con la otra, con el peligro de reduccionismo que ello implica.

El libro de Montero y Rueda pretende así deshacer algunos entuertos y procurar un marco metodológico común a las disciplinas historiográficas que estudian los muy diferentes fenómenos (uno de los cuales es el periodismo y los medios de comunicación) comunicativos que en la sociedad —al menos, en la sociedad occidental— han sido y son. Comienzan ambos autores por delimitar el objeto de esta disciplina sin obviar problemas y aplicando una visión crítica, no por crítica necesariamente negativa, de lo que hasta hoy se ha hecho, sobre todo en nuestras facultades españolas. En este primer gran capítulo se habla también de las periodizaciones de la Historia de la Comunicación Social, cuyos límites y ritmos no tienen por qué coincidir con los de otras miradas historiográficas.

El segundo capítulo, de los cuatro que componen este libro, plantea explícitamente un estado de la cuestión. Se hace un repaso de las grandes corrientes historiográficas modernas, de la escuela francesa de los Annales a los postulados de la Historia Social inglesa, tratando —cosa que no siempre hicieron los teóricos de ambas escuelas— de apli-

carlo al campo específico de la Comunicación Social. La ausencia de estudios, ya decimos, específicos sobre este concreto objeto de estudio tanto por parte de quienes escribieron en *Annales* como los de las otras corrientes hace que se eche en falta precisamente una mayor referencia a ejemplos concretos. En todo caso, este segundo capítulo permite trazar un estado de la cuestión y servir también como punto de partida para una reflexión y, por qué no, una crítica de los postulados que se establecen.

El tercer capítulo lo dedican los autores a describir algunos campos en que se pueden aplicar las técnicas y puntos de partidas antes descritos: la ciudad como escenario de la comunicación, las redes de comunicación (un tema recurrente en este cambio de siglo), la comunicación como factor de cohesión social (una cuestión desde luego a desarrollar) e incluso una propuesta de Historia de la Comunicación Social para el presente –lo que sin duda servirá de acicate a una discusión acerca de la posibilidad de historiar el presente– configuran este capítulo.

La obra, que en todo momento deja claro su carácter de introducción –es aún mucho lo que falta por hacer en el campo de la Historia de la Comunicación Social– se com-

pleta con todo un capítulo que pretende ser “un repertorio útil para el lector de los recursos bibliográficos que, por uno u otro motivo, parecen interesantes”, y que está clasificado en varios apartados: aspectos generales y luego –lo que es un tanto sorprendente, porque de alguna manera remite a esa idea a desterrar de la Historia de la Comunicación Social constreñida necesariamente a la historia de los diversos medios– al libro, la prensa periódica, el cine, los medios de entretenimiento e información en el hogar y las nuevas tecnologías, ese saco donde hasta ahora al menos ha cabido casi de todo.

Por otra parte, el propio Julio Montero, en esta ocasión con María Antonia Paz y José Javier Sánchez Aranda, ha dado a la luz de forma prácticamente simultánea al volumen que hasta comentábamos a un libro que supone, hasta cierto punto, una aplicación práctica de las propuestas metodológicas contenidas en aquel. El libro trata de la imagen pública de la monarquía de Alfonso XIII, tanto en el medio tradicional entonces imperante, la prensa, como en el nuevo medio de la época, el cine. El estudio pone de manifiesto los logros y también las limitaciones de la perspectiva metodológica de la Historia de

la Comunicación Social, pero es valiente al emprender esta vía de detectar y describir la construcción de la imagen de una institución como la monarquía por parte de los diferentes agentes sociales, además interrelacionados entre sí. Los autores no ocultan los límites de su propio trabajo, lo que supone un plus de honradez y dignidad en su empeño que hace, si cabe, su trabajo más valioso por cuanto se presenta honestamente como un logro relativo. De hecho, todo un epígrafe el último capítulo, en que se presentan las conclusiones, se denomina precisamente "Las dificultades de una nueva Historia de la Comunicación Social". Pero también es cierto que el trabajo esá bien construido, documentado y argumentado, que manifiesta un cierto arrojo cuando propone

incluso una visión hacia la contemporaneidad, y que no oculta sus planteamientos iniciales (sobre todo basados en la concepción de lo urbano como una espacio para la oralidad). En definitiva, merece la pena que se lea el libro como lo que es, un trabajo de investigación plenamente científico —lo que no es poco porque no siempre ese afán de homologación a tradiciones científicas con más "solera" es moneda de uso común en estos (relativamente) nuevos estudios de comunicación universitarios— que parte de unos objetivos, unos planteamientos y una metodología que obtiene como frutos una serie de datos y conclusiones que, evidentemente, son siempre relativos y sometidos, como cualquier trabajo académico que se precie, a discusión.