

ser, antes que nada, el periodismo. Gracias a la lectura y discusión de tratados como el que tan oportunamente nos trae el profesor Aznar, introduciremos a nuestros universitarios en un plano más complejo de comprensión del oficio. A la postre conseguiremos, como Walter Lippmann asegura, mejorar la calidad de la información ofrecida por los periodistas y, por extensión, la calidad de la democracia.

Ignacio Blanco Alfonso
Universidad CEU San Pablo

La Nueva Comunicación

Antonio Lucas Marín (ed.)

Trotta

Madrid, 2009

442 pp.

ISBN: 978-84-9879-060-3

Este es un libro de pasiones por la comunicación a la sociedad que la recibe. Con un minucioso proceso de elaboración en ediciones sucesivas que la han engrosado, *La Nueva Comunicación* se presenta como texto fundamental para el estudio de la sociología de la comunicación. No se trata de un estudio español, sino de una visión desde España del mundo de la comunicación.

Compuesto de tres partes, en la primera de ellas -la nueva sociedad de la información y la comunicación- Lucas Marín y Linares Rodríguez nos dejan un extraordinario panorama de los cambios experimentados por las sociedades industrializadas en materia de información. A medida que avanzamos la lectura, vamos llenando páginas de apuntes, vertiginosas coincidencias con el acontecer noticioso de los últimos dos años. Sin decirlo, sin plantearse como hipótesis del libro, el análisis de estos autores coloca la mirada del lector en temas de actualidad como el caso Murdock y la crisis económica de 2008, la revolución egipcia o de ubi-

car al mundo publicitario en su afán por crear marcas globales, Wikileaks, Túnez. “La gente no se da cuenta de los grandes cambios sociales por ser muchos los factores que se modifican, difíciles de mantener en la totalidad en su pensamiento. Además, no se captan los acontecimientos importantes por estar la persona con frecuencia inmersa en pequeños asuntos cotidianos más inmediatos” (p. 32).

Hoy la gente, esa nueva sociedad informatizada, se vuelca en nuevos asentamientos urbanos, zonas suburbanas bien conectadas con vías de comunicación y bien dotadas de servicios, en especial, de información. Esta nueva condición abarca una movilidad física como nunca antes se había experimentado, somos capaces de movernos electrónicamente hacia fronteras inabarcables en breve tiempo suponiendo que tenemos un conocimiento científico acumulado que nos diferencia y nos marca por tener esa amplia disposición de información que se traduce en transformaciones educativas hacia la especialización.

En consecuencia, ese ciudadano valora la solución de problemas sociales, lo globalizado de las comunicaciones, el tiempo y la búsqueda por flexibilizarlo, la ecología, la democracia participativa, la desregulación de las organizaciones, la búsqueda de la seguridad. Así, en esta revisión que hace Lucas Marín, se trasluce el valor social de la comunicación y su enorme impacto económico, la inminente necesidad de innovar y el desafío que comporta.

No deja de tocarse, como es natural y como pregunta que surge de la propia lectura, el impacto de los ordenadores en la evolución de esa sociedad informacional. Es la tercera revolución, la del ordenador y su poder de tratar la información que ve su cristalización en la omnipresencia de Internet y la demanda social que representa hasta la configuración contemporánea de la máquina por excelencia que es el ordenador en red con movilidad y, por supuesto, la cultura que se deriva de ella.

La obligada descripción de las tecnologías de información y comunicación, la penetración de las herramientas que nos conectan en red, lleva indefectiblemente a plantear retos para el empleo, la igualdad y la educación. Retos estos que nos invitan a un cambio paradigmático de las formas de hacer el trabajo, de cómo tratar a nuestros pares, de los

critérios educativos que deben existir de ahora en adelante para hacer que los esfuerzos por adecuarnos y comunicarnos sean realmente posibles y suficientemente productivos.

Y claro, ante tal panorama, la segunda parte se hace indispensable: *El Estudio de la Comunicación*.

Esta parte, desarrollada por Lucas Marín con García Galera y Ruiz San Román, profundiza en los conceptos que -por ser fundamento de los estudios de sociología de la comunicación- podrían pasar por alto en libros que buscan la erudición sobre las redes sociales virtuales, pero que con criterio académico están en el libro como manual indispensable para la comprensión de la comunicación en la sociedad.

La comunicación en las ciencias sociales es el bautizo disciplinar, la piedra angular que nos sitúa como investigadores de la sociedad, la búsqueda de la alteridad a través de la comunicación personal y cómo esas fronteras de lo mío y lo tuyo pueden mediarse para que el otro sea un otros, un colectivo anónimo que es sujeto y objeto de las organizaciones que, desde su identidad pretende que sus dendritas toquen las fibras sensibles de los compradores de soluciones institucionales o productos de ensueño.

Finalmente, la entrega de marcos de referencia para el estudio de la sociedad desde la comunicación. Escrita esta tercera parte por Lucas Marín, García Galera, Vinuesa Tejero, Ruiz San Román y Martín Cárdbaba, *La Comunicación de Masas* revisa y propone a la academia el abanico de atractivas funciones de la comunicación colectiva, o las formas de analizar a los medios de comunicación social. Plantea también las teorías generales y críticas sobre los medios, o los estudios sobre los efectos de los medios de comunicación, además de la siempre sugerente visión de la persuasión a través de la comunicación.

Es, *La Nueva Comunicación*, un texto bien pensado, una compilación de esfuerzos que traduce años de trabajo en la misma temática, una colección de apuntes y notas para mejorar detalles y ampliar conceptos y visiones. Un libro fundamental.

Max Römer Pieretti
Universidad Carlos III

Los niños y el negocio de la televisión. Programación, consumo y lenguaje

Pilar Fernández Martínez (coord.)

Comunicación Social

Zamora, 2011

229 pp.

ISBN: 978-84-92860-47-0

Ante la multitud de nuevos canales surgidos por la digitalización de las señales televisivas, merece la pena reflexionar sobre los contenidos que estas emiten y los valores y mensajes que propagan a una audiencia especialmente sensible e influenciabile como son los niños.

La obra, que recoge los resultados del grupo de investigación LEXIMED (Léxico y Medios de Comunicación) integrado por los profesores Pilar Fernández, Ignacio Blanco, Margarita Garbisu, Amalia Pedrero, Álvaro de la Torre, Teresa Torrecillas y Tamara Vázquez, de la Universidad CEU San Pablo, ofrece el análisis de los contenidos de las parrillas televisivas y de los hábitos de los menores ante las pantallas, útil tanto para profesionales audiovisuales, como para programadores televisivos, estudiantes, profesores y progenitores.

El proyecto de investigación *Estudio lexicográfico de los programas infantiles: para un uso igualitario del lenguaje*, financiado con cargo a una convocatoria interna de ayudas a la investigación de la Universidad CEU San Pablo, es el alma máter de esta obra que se presenta.

Prologado por el catedrático emérito Luis Núñez Ladevéze, el texto advierte de los riesgos del visionado sin filtros de los contenidos televisivos. En un entorno donde el acceso a la información no tiene fronteras y las fuentes periodísticas tienen origen desconocido por la irrupción