

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, siguiendo la guía del Libro Blanco 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 Cabezuelo es una revisión actualizada de la labor desarrollada en tu 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, tesinas, 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 desgrana 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. Cabezuelo 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. Cabezuelo 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