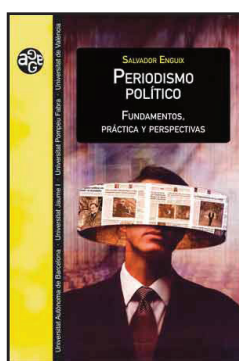


## Revista de libros

ENGUIX, S.

*Periodismo político. Fundamentos, práctica y perspectivas*  
Bellaterra; Castelló de la Plana; Barcelona; València:  
Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume  
I, Universitat Pompeu Fabra y Universitat de València,  
2014, 160 páginas. ISBN 978-84-490-4856-2 /  
ISBN 978-84-15444-66-4 / ISBN 978-84-370-9511-0



*Periodismo político. Fundamentos, práctica y perspectivas* nace de una necesidad personal derivada de la actividad profesional como docente y como periodista, según expone el autor en la introducción. Enguix quiere contribuir a ampliar la escasa bibliografía académica que existe sobre periodismo político, algo que contrasta con la gran importancia que a menudo tiene la sección de

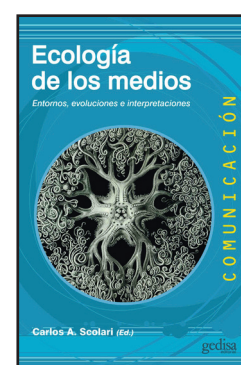
política en las redacciones de los medios de comunicación, a pesar de que el autor se centra en las de prensa escrita. Por primera vez en Cataluña, un libro recoge una visión global y estructurada sobre periodismo político, su relación con los modelos teóricos, la práctica de esta especialidad y la incidencia del entorno digital en este ámbito. Se combinan a partes iguales la teoría académica con la práctica del oficio de periodista y se analizan, en paralelo, conceptos como periodismo político y calidad democrática; la diferencia entre comunicación política y periodismo político; actores y ámbitos del periodismo político o periodismo digital y politización social, a raíz de la irrupción de las redes sociales.

El libro ha sido editado conjuntamente por la Universitat Autònoma de Barcelona, la Universitat Jaume I, la Universitat Pompeu Fabra y la Universitat de València. Está estructurado en seis capítulos. En el primero se diferencia entre periodismo político y noticia política. En el segundo se establece la diferencia entre periodismo político y comunicación política. La relación entre periodismo y democracia centra el tercer capítulo. En el cuarto se reflexiona sobre el periodismo político como especialidad. Las pautas profesionales del periodismo político son el objeto de estudio del quinto capítulo. El sexto y último trata el tema de las nuevas rutinas del periodismo político en soportes digitales. El libro es una visión pedagógica, académica y práctica sobre dos ámbitos, el de la política y el del periodismo, que, como dice Enguix, comparten grandes tensiones, pero también grandes complicidades. El prólogo del libro, titulado "Paja para los caballos", lo escribe el periodista Enric Juliana.

SCOLARI, C. A. (ed.)

*Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*  
Barcelona: Editorial Gedisa, SA, febrero de 2015, 297  
páginas  
ISBN 978-84-9784-826-8

Diferentes autores analizan las teorías de la comunicación desde la teoría de la ecología de medios. Una teoría que, según Scolari, responsable de la edición, es *transmedia* y no se centra en un periodo de tiempo limitado, dado que su reflexión comienza con la aparición del lenguaje, sigue con la tradición de la oralidad y la escritura y llega hasta el entorno digital que nos rodea, sin renunciar a proponer escenarios de futuro.

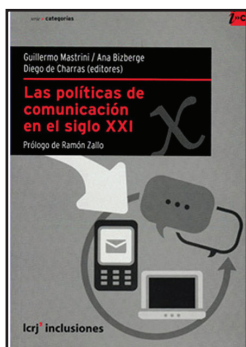


*Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones* está estructurado en tres partes. La primera lleva por título "Los padres fundadores" y se abre con la entrevista a Marshal McLuhan, hoy mítica, que la revista *Playboy* publicó en marzo de 1969. También se recoge el discurso inaugural que pronunció, el 16 de junio del año 2000, Neil Postman en la Media Ecology Association y que representó un antes y un después en este ámbito de estudio. Este capítulo inicial también incluye un artículo de Jesús Octavio Elizondo Martínez, en el que pone en contexto la ecología de medios y aporta una detallada descripción de la Escuela de Toronto en el entorno de McLuhan, y también se puede leer un artículo de Thom Gencarelli que vincula ecología de medios y educación.

"Los discípulos" es el epígrafe que inaugura la segunda parte del libro, dedicada a la institucionalización de la ecología de medios. Se pueden encontrar textos de Lance Strate, una de las figuras clave a la hora de situar la ecología de medios en los estudios de comunicación contemporáneos; de Paul Levinson y de Robert K. Logan. Levinson aporta un análisis evolutivo y Logan recoge la tradición transversal del pensamiento de McLuhan para dibujar diferentes visiones de futuro sobre la ecología mediática.

La tercera parte del libro lleva por título "Las nuevas fronteras" y expone las aportaciones más novedosas en este ámbito, caracterizadas por una visión crítica de la teoría, tal como se puede leer en los artículos de Indrek Ibrus, Denis Renó, Sergio Roncallo Dow y Diego Mazorra.

MASTRINI, G.; BIZBERGE, A.; DE CHARRAS, D. (ed.)  
*Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos*  
 Buenos Aires, Argentina: La Crujía Ediciones, abril de 2013, 284 páginas  
 ISBN 978-987-601-187-7



Ramón Zallo prologa este libro, que califica de imprescindible para repensar nuevos modelos de comunicación social. En la edición los artículos comparten un objetivo común, que es el de aportar una reflexión rigurosa sobre los principales debates abiertos en el marco de las políticas mundiales de comunicación. Los autores forman parte del equipo de la Cátedra de Políticas y Planificación

de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires. Cada capítulo analiza, conceptualmente, aspectos centrales del sector, como la diversidad, el pluralismo y la desconcentración, y profundiza en temas que inciden en él de manera directa y que hasta ahora han sido poco estudiados desde el mundo académico. El libro ofrece una versión transversal de análisis de todos los elementos del ecosistema comunicacional a escala global.

En el primer capítulo se analiza la relación entre sistema democrático y sistemas de medios y se reflexiona sobre la creación de un espacio comunicativo propio desde la perspectiva de los derechos de la ciudadanía en el entorno digital. En el segundo se describen las características de los servicios públicos de radiodifusión, desde un punto de vista latinoamericano, contextualizado con la evolución que estos servicios han tenido en Europa y los retos que hoy plantea la digitalización. En el tercer capítulo se relata cómo cada día los organismos internacionales (OMC, UNESCO, UIT) tienen mayor presencia en las políticas de comunicación y se alerta de una creciente mercantilización de sus criterios de regulación en el mundo. El futuro de la gestión del espacio radioeléctrico, hasta ahora entendido como bien público, para pasar a ser visto bajo el prisma de criterios de eficiencia y rentabilidad, centra el capítulo cuatro. En el quinto se analiza la repercusión que tiene la creciente concentración de medios desde una perspectiva económica y política y cómo repercute sobre el pluralismo y la diversidad. El sexto capítulo se detiene en la TDT, el dividendo digital, su financiación y los nuevos formatos. La regulación en internet es el tema del séptimo capítulo y, en el último, el octavo, se analiza la gestión de la propiedad intelectual en las industrias culturales y los retos que genera en este ámbito la convergencia tecnológica.

GÓMEZ PÉREZ, F. J. (Coor.)  
*Políticas de impulso a las industrias audiovisuales. Ley Audiovisual y Plan de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual en Andalucía*  
 Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2015, 173 páginas. ISBN 978-84-15544-85-2

Este libro es el resultado de la jornada “Impulso al sector audiovisual andaluz”, organizada por la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada, con el apoyo de la Junta de Andalucía, que en su día creó la Mesa de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual de Andalucía (MOISA) con vistas a convertir el audiovisual en un sector estratégico económico, político y social en esta comunidad. La Mesa, bajo el paraguas del consenso, elaboró dos documentos maestros —el Plan de Ordenación e Impulso del Sector Audiovisual (POISA) y el Anteproyecto de Ley del Audiovisual— que servirán de espina dorsal para la redacción de la proposición de la Ley andaluza del Audiovisual.



El talante participativo de MOISA —está formada por más de cuarenta asociaciones, empresas e instituciones y por nueve representantes de diferentes departamentos de la Junta— ha permitido la pluralidad de opiniones, la máxima representatividad y altas cotas de implicación y de colaboración desde múltiples sectores de la sociedad civil.

La futura Ley del Audiovisual y el plan para impulsar el sector audiovisual de Andalucía recogerán algunas de las iniciativas surgidas en esta Mesa. Esta Ley, según se señala en el prólogo del libro, deberá garantizar que el servicio público, tanto el autonómico como el local, quede asegurado. La Ley, a propuesta de la Mesa, también recogerá aspectos como las condiciones laborales y profesionales del sector con el fin de favorecer la contratación de técnicos y especialistas residentes en Andalucía y la redacción de un directorio de empresas actualizado. Asimismo, plantea la posibilidad de constituir comisiones de expertos vinculadas al Consejo Audiovisual de Andalucía.

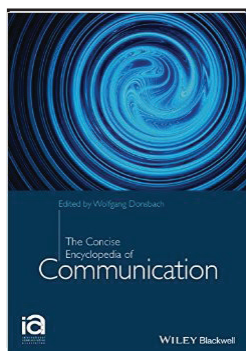
DONSBACH, W. (ed.)

*The Concise Encyclopedia of Communication*

Chichester, West Sussex [Reino Unido]: John Wiley & Sons, 2015, 704 páginas

ISBN 978-1-118-78930-8 (encuadernación en tela)

ISBN 978-1-118-78932-2 (encuadernación en rústica)



*The Concise Encyclopedia of Communication* actualiza, destila y sintetiza las entradas de la *International Encyclopedia of Communication* (IEC) publicada en el año 2008, en una edición de doce volúmenes.

El editor de esta nueva edición compactada de la IEC, Wolfgang Donsbach, afirma en la introducción que en época de iniciativas como la Wikipedia podría parecer que el

tiempo de las enciclopedias se ha agotado. Donsbach reivindica la importancia de las enciclopedias como autoridad y fuente contrastada, garante y rigurosa del conocimiento.

Wolfgang Donsbach ha contactado con los cientos de autores que en 2008 redactaron las entradas de la IEC para actualizarlas y ponerlas en valor, y la mayoría ha recogido el guante. Son expertos de reconocido prestigio internacional y referentes internacionales en su sector que trabajan con fuentes y referencias científicas que permiten que el listón de calidad y de rigor de la primera edición se mantenga con creces.

Estos siete años de diferencia que separan la primera edición de la *International Encyclopedia of Communication* de la nueva edición de *The Concise Encyclopedia of Communication* son una muestra de la versatilidad, el dinamismo y la interdisciplinariedad de las ciencias de la comunicación.

La primera entrada de esta versión compactada de la IEC es *Accountability of Media* y la última entrada es *Youth Culture*, una enciclopedia de consulta obligada para todas las personas interesadas en el campo de la comunicación y que busquen la máxima autoridad, consenso, pluralidad y experiencia en esta materia.