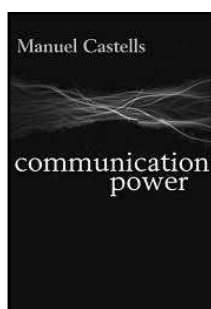


Revista de libros

CASTELLS, M. *Communication Power*.

Nueva York: Oxford University Press, 2009, 571 páginas.
ISBN: 978-0-19-956704-1



El último libro de Manuel Castells, y siguiendo con anteriores volúmenes del autor, presenta un análisis de la *sociedad red*, la estructura social que caracteriza a la sociedad del siglo XXI y que está construida en torno a redes digitales de comunicación. Se trata de un libro crítico, científicamente sólido y de gran utilidad para cualquier persona interesada en comprender el papel del

poder político en la sociedad red. Asimismo, es un volumen de lectura ágil y va acompañado de ejemplos actualizados y de datos empíricos de múltiples investigaciones (mayoritariamente, del mundo académico anglosajón), presentados en cinco capítulos. Los tres primeros capítulos abordan la definición de los conceptos 'poder en la sociedad red', 'comunicación en la era digital' y 'proceso cognitivo'. En el primer capítulo, Castells huye del determinismo tecnológico y presenta un resumen de los principales elementos de la sociedad red: el ejercicio del poder y el contrapoder, la sociedad y las redes globales. El segundo capítulo describe la transformación de las audiencias de receptores a productores de mensajes y propone el concepto de autocomunicación de masas (*mass self-communication*), a través del cual las nuevas formas de comunicación en red promueven nuevas oportunidades de cambio social. El tercer capítulo conecta la sociedad red con la teoría del encuadre (*framing*) para el análisis de la relación entre emoción, cognición y política. A partir de aquí, el capítulo 4 explica por qué, en la sociedad red, la política actual es una política de los medios (*media politics*), centrada básicamente en la política del escándalo, y relaciona este tipo de política con la crisis de legitimidad y de falta de confianza que se vive a escala global y que está desafiando el significado de la democracia. Finalmente, en el capítulo 5, Castells, haciéndose eco de las últimas elecciones norteamericanas, aborda las nuevas modalidades del poder y explora cómo los distintos movimientos sociales actúan en nuestra sociedad reprogramando las redes de comunicación.

DOBEK-OSTROWSKA, B.; GLOWACKI, M.; KAROL JAKUBOWICZ; MIKLÓS SÜKÖSD, M. (ed.) *Comparative Media Systems: European and Global Perspectives*.

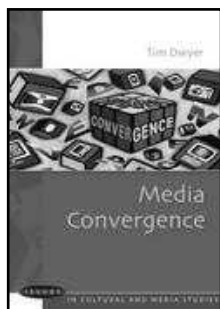
Budapest – Nueva York: Central European University Press, 2010, 304 páginas
ISBN: 978-963-9776-54-8

Siguiendo la estela del ya consolidado *Comparing Media Systems*, de Daniel C. Hallin y Paolo Mancini, aparece este nuevo volumen. Se trata de una compilación prologada por los propios Mancini y Hallin que amplía la perspectiva añadiendo matices a su modelo y, especialmente, introduciendo a los países del Este. La introducción de Karol Jakubowicz ya va en esa dirección y el



primer capítulo de Hans J. Kleinsteuber precisamente pone las bases de una comparación entre sistemas mediáticos de la Europa occidental y la Europa del Este. Complementariamente, el libro ofrece una visión del sistema mediático turco dentro de la perspectiva de los tres modelos (democrático corporativo, liberal y pluralista polarizado), con algunas características de los tres, pero con una marcada tendencia hacia el modelo "mediterráneo". Encontramos una interesante presencia de investigadores de la Universidad Autónoma de Barcelona, como Carles Llorens e Isabel Fernández, que escriben un capítulo comparando la reforma de los sistemas de radio y televisión públicos en el Reino Unido y el Estado español durante el período 2004-2007; así como la aportación de Laura Bergés, con un estudio específico sobre las "convulsas" transformaciones del modelo de producción televisiva española. Asimismo, encontramos una descripción del servicio de radiotelevisión pública ucraniana de la mano de Olexiy Khabyuk. Los últimos capítulos se centran especialmente en las vicisitudes del periodismo, que en la Europa del Este también está sufriendo una época de incertidumbre. En ese sentido, el libro aporta un texto de Wolfgang Donsbach sobre los efectos de la globalización en las estructuras profesionales del periodismo, la cual también es estudiada con una perspectiva relativamente distinta por los investigadores Auksė Balcytienė y Halliki Harro-Loit, lituano y estonio, respectivamente. Lucyna Szot también repasa los problemas laborales del periodista en Polonia, y Maren Röger nos habla del discurso del tabloide de Axel Springer, *Fakt*, en este país. Cabe destacar el capítulo colectivo encabezado por Hartmut Wessler, donde encontramos una serie de conjeturas sobre la influencia de la estructura de los sistemas mediáticos en las formas en las que se construye el discurso.

DWYER, T. *Media Convergence*.
 Buckinghamshire: Mc-Graw-Hill – Open University
 Press, 2010, 208 páginas. ISBN: 9780335228737



Tim Dwyer es profesor de la University of Sydney y especialista en políticas de comunicación, y en este trabajo profundiza en la cuestión de la actual convergencia tecnológica digital. El libro aporta un nuevo grano de arena a este debate y, a la vez, también intenta abordar la convergencia digital como un nuevo lugar común donde confluyen distintas ideologías político-económicas con el fin de imponer una serie de modelos, por encima de otros, para interpretar la realidad (capítulo 1).

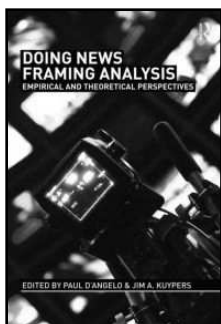
Particularmente, “se asume que el término [convergencia] a menudo oscurece importantes cambios en prácticas laborales, y estrategias y procesos editoriales”. En ese sentido, se repasan múltiples casos, a veces con una especial atención a los efectos de este proceso en la aproximación entre internet y televisión. La visión más estructuralista también se complementa con un toque de atención al surgimiento de nuevas prácticas de uso de los usuarios que transforman los medios, haciendo que la industria esté a menudo por detrás y se tenga que adaptar a esos nuevos usos. Así, en el capítulo 2, el autor analiza la adquisición de MySpace por parte del conglomerado News Corporation como un ejemplo de lo que está sucediendo. Destaca especialmente el capítulo 3 (“Media Ownership and the Nation-State”) donde se repasa el marco legal de Canadá, Nueva Zelanda, Australia, Estados Unidos y Reino Unido, especialidad de Dwyer. El libro también aborda el debate académico al respecto y revisita el concepto de *mediatization* y, en síntesis, repasa los distintos aspectos de la convergencia mediática: tecnológicos, industriales, legales, comerciales, etc., y sus efectos en el funcionamiento de las democracias liberales. Sin obviar un cierto posicionamiento ideológico al respecto, en el último capítulo se propone la readquisición de modelos de políticas de comunicación más socialdemócratas, en consonancia con las medidas que han tenido que adoptarse después de los desajustes financieros derivados de la última crisis económica. Con este tipo de políticas, según Dwyer, también se fomentaría el control ciudadano de la esfera mediática, y se evitarían los monopolios privados y se garantizaría la diversidad de contenidos.

GRABER, D. *Mass Media and American Politics*.
 Washington, DC: CQ Press, 2010, 384 páginas.
 ISBN: 978-1604264609



Se trata de la actualización de un volumen de referencia en la comunicación política. En esta edición, Graber reinvirtió, como señala en el prefacio, el volumen original para incorporar las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que están cambiando el escenario de las noticias en el mundo, reflejando los cambios políticos y tecnológicos que han tenido lugar desde la publicación de la edición anterior en 2005. En los primeros capítulos, encontramos una descripción del sistema mediático norteamericano, de la función de los medios de comunicación y sus efectos, o cuestiones como la regulación y el impacto de los nuevos medios en el nuevo panorama mediático. Asimismo, también se describe el marco legal, político y económico en el que operan los medios norteamericanos, así como sus rutinas periodísticas. A continuación, el capítulo 5 enumera los cambios que se producen en las noticias en tiempo de crisis o cuando se informa sobre hechos extraordinarios. Es a partir del capítulo 6 cuando se aborda la relación entre medios y política, ya sean los problemas éticos que comporta el activismo político de los periodistas o la influencia de los medios en las actitudes y las conductas de los ciudadanos. Los siguientes capítulos se centran en la cobertura de las elecciones, y prestan una especial atención a los cambios tecnológicos que han hecho de internet una herramienta política que da poder a los ciudadanos. Como ejemplo, se describen las campañas de Obama (llamada “la campaña que vendrá”) y McCain (“la campaña prototípica del pasado”). Posteriormente, también se trata el papel de los medios en el sistema judicial y en los niveles locales y estatales, o el impacto de las noticias sobre política exterior norteamericana, y resulta bastante interesante el apartado sobre la cobertura de conflictos bélicos. El volumen concluye con una interesante discusión sobre los nuevos retos y las tendencias políticas en la era de la web 2.0 (distribución de las noticias hechas por los ciudadanos, consecuencias políticas de los *netizens*, el futuro de los medios públicos, el impacto de las nuevas tecnologías, la multiplicación de plataformas, o las políticas reguladoras del nuevo espacio mediático).

D'ANGELO, P; KUYPERS, J. A. (ed.). *Doing News Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives*. Nueva York, NY: Routledge, 2010, 392 páginas. ISBN: 978-0-415-99236-7



Desde la aparición del libro de Reese, Gandy y Grant, *Framing Public Life* (2003), se echaba en falta un volumen que abordara de forma seria la teoría del *framing* (o encuadre) aplicada a los estudios de comunicación. El presente volumen, editado por D'Angelo i Kuypers, es una guía conceptual metodológica bastante útil para futuras investigaciones cuya base

sea la teoría del *framing*. El libro está estructurado en trece artículos divididos en tres secciones. De la primera sección, dedicada a la construcción del encuadre, destacan los artículos de Reese sobre los *frames* utilizados en la llamada "guerra contra el terror", el artículo de Nisbet sobre los *frames* utilizados en las noticias relativas al cambio climático y a la pobreza, los artículos de Van Gorp y de B. T. Scheufele y D. A. Scheufele, que abordan la metodología y la reconstrucción de los *frames*, algo bastante importante, y el innovador análisis de Cooper sobre la relación del *framing* y la blogosfera. La segunda parte del libro presenta distintas perspectivas de los efectos del encuadre. Por ejemplo, Brewer y Gross describen los efectos del *framing* sobre la opinión pública y enumeran las distintas metodologías utilizadas para realizar el análisis (experimentos de laboratorio, encuestas experimentales, trabajos de campo, análisis de contenidos, entrevistas en profundidad y *focus groups*), y Coleman, por su parte, explora los efectos del *framing* y la *agenda-setting* (o establecimiento de la agenda) en las imágenes visuales (*visual framing*). La última parte de este volumen recopila distintos artículos con el título 'Integración teórica en el análisis del encuadre a las noticias'. Podemos destacar especialmente el artículo de Lawrence, donde presenta una investigación sobre el encuadre en las noticias políticas, mientras que Hardin y Whiteside analizan el *framing* a través de una perspectiva feminista. El volumen finaliza con un capítulo escrito por Robert Entman en el que analiza el poder de los medios a través de la teoría del *framing*. En definitiva, éste es un volumen de referencia para todos los que quieran acercarse a la teoría del encuadre en los estudios de comunicación.

HANSEN, A. *Environment, Media and Communication*. Nueva York: Routledge, 2010, 256 páginas. ISBN: 978-0-415-42576-6

Environment, Media and Communication es un libro que forma parte de un fenómeno que incluye muchas otras disciplinas aparte de las de la comunicación: la irrupción de las cuestiones relacionadas con el cambio climático en la agenda pública. Hansen, profesor de la University of Leicester, nos presenta un libro bastante teórico, pero lleno de ejemplos y casos que ilustran



sus tesis, así como ejercicios para que el lector se familiarice con ellos. El libro profundiza mucho en la construcción de los discursos sobre el medio ambiente en los medios de comunicación, y cómo estos discursos afectan a la percepción social de la gente en torno a los distintos retos ambientales que afronta actualmente la humanidad. Los diferentes ejercicios propuestos van acompañados de cápsulas a modo de *excursus* donde se tratan temas específicos como por ejemplo el sentido del hipertexto en internet como fuente de información, la valoración de las relaciones públicas en la forma de construir las noticias, o la imagen de la naturaleza en la publicidad, entre otros temas. En ese sentido, Hansen se alimenta de conceptos derivados del *frame analysis*, el *frame packaging* y, en general, se plantea una perspectiva marcadamente constructivista para intentar analizar el trasfondo mediático que interactúa con la crisis ecológica. Así pues, encontramos una dura crítica tanto a la mercantilización del ambientalismo como al tratamiento banal o a veces sensacionalista de los temas ecológicos en todos los medios de comunicación, y se fija especialmente en los contenidos informativos.

Con este motivo, el presente volumen no olvida centrarse en los intereses creados y en los actores políticos y económicos involucrados en cualquier problemática medioambiental de carácter local, así como su trascendencia en el escenario global. También se analizan campañas de comunicación y de sensibilización ambiental específicas, teniendo en cuenta el escenario configurado por la esfera pública en los medios de comunicación como un terreno que los grupos ecologistas procuran conquistar con éxito con el fin de que sus reivindicaciones sean escuchadas.

Otros libros de interés

COSTA, LI. *La comunicació local*. UOC – Vull Saber, 2009, 92 pàgines ISBN: 978-8497888219

GONZÁLEZ CONDE, M. J. *La radio: el sonido de la supervivencia* Universitas, 2009, 330 pàgines. ISBN: 978-8479912642

McPHAIL, T. (ed.). *Development Communication: Reframing the Role of the Media*. Wiley-Blackwell, 2009, 256 pàgines ISBN: 978-1405187947

JAMIESON, K. H.; CAPPELLA, J. N. *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment* Oxford University Press, 2010, 320 pàgines ISBN: 978-0195398601

HARTMANN, T. (ed.). *Media Choice: A Theoretical and Empirical Overview*. Routledge, 2009, 305 pàgines ISBN: 978-0-415-96458-6