

columna en los medios impresos españoles. En este contexto, Cantavella habla, por citar cuatro ejemplos sobresalientes, de José Clavijo y Fajardo, Beatriz Cienfuegos, Mariano José de Larra o Ramón de Mesonero Romanos. Por otro lado, el quintobloque temático aborda la columna española en nuestros días. Entre los columnistas españoles más recientes, el periodista español presta especial atención a cuatro de ellos: Francisco Umbral, Jaime Campnay, Manuel Alcántara y Alfonso Ussía. A Francisco Umbral (1935-2007) lo define como “el prototipo de periodista autodidacta, que desarrolla su afán casi omnívoro en el terreno de la escritura” (p. 99); de Jaime Campnay (1925-2005) dice que “cultivaba sobre todo la columna política desde una posición conservadora en la que militaba” (p. 110) y de Manuel Alcántara (Málaga 1928) apunta que sus textos “son cortos, ingeniosos, amables, directos, suaves en la mayoría de los casos, pero también contundentes cuando conviene, lo que lo han convertido en uno de los casos más notables de afición al género y de constancia en su cultivo” (p. 117). De Alfonso Ussía (Madrid, 1948), señala que lleva más de treinta años dedicado al columnismo, que ha ejercido en el semanario *Sábado Gráfico*, en los diarios *ABC* y *La Razón*, y en la cadena radiofónica COPE.

El sexto capítulo reflexiona sobre la columna en la prensa peruana. El autor comienza hablando de los antecedentes más ilustres, como Leónidas Yerovi (1888-1917), para pasar posteriormente a los maestros más admirados, como Federico More (1889-1955). No obstante, para Cantavella el columnista peruano de más alto vuelo, en el que en estos momentos se lleva la palma con sus andanzas y publicaciones por medio mundo, es Mario Vargas Llosa (p. 139). En cualquier caso, en la prensa peruana es común identificar a variopintos columnistas en los diarios cuya posición es, inclusive, más sostenida y creíble que la propia línea editorial que el medio quiere destacar.

La columna en la prensa anglosajona es el eje temático del séptimo capítulo. En el mismo, se repasan diferentes historias del periodismo británico o norteamericano, a la vez que se aportan abundantes referencias a esta clase de textos periodísticos y a destacados cultivadores que afianzaron su fama en la constancia de su presencia y en la excelente recepción que lograron entre el público. En esta línea, destaca las columnas de Walter Lippmann (1889-1974), de Josep Alsop (1910-1989), James Reston (1909-1995), de Jack Anderson (1922-2005) y de Art Buchwald, entre otros columnistas de peso.

Si bien es escasa la presencia de columnas en otros medios masivos diferentes a la prensa escrita, Cantavella habla en el octavo capítulo de la columna en los medios audiovisuales y electrónicos: “Su traspaso y arraigo a los medios que llegaron con posterioridad ha sido escaso e irregular, con poca presencia en la televisión, mediana en la radio y acentuada en los periódicos electrónicos” (p. 173). Lejos de lo que pueda parecer, el noveno y último capítulo, denominado “Cómo enfrentarse a la escritura de una columna” no enseña a escribir columnas a los alevines periodistas, sino que expone los hábitos más asentados, las condiciones más aconsejables, la preparación que se debe tener en cuenta para que el resultado sea apreciable, incluso esos pequeños trucos que ayudan a sostenerse dignamente en esta función. El autor no redacta, por consiguiente, un manual de instrucciones: muestra en un simple recuento de costumbres y experiencias, ideas, sugerencias y enseñanzas que deberían tener muy en cuenta los columnistas.

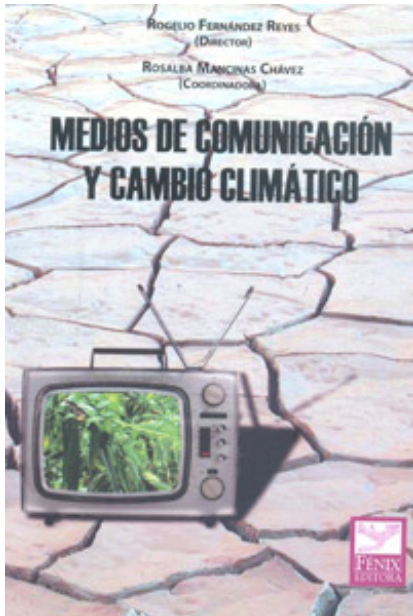
En definitiva, *La columna periodística. Presencia viva en la prensa hispano-peruana y anglosajona* es un libro útil y enriquecedor, con un estilo y redacción impecables, que atestigua que Juan Cantavella es un gran profesor, preocupado por su calidad docente, por sus alumnos y por la profesión periodística que tanto le apasiona. [\[subir\]](#)

María José Ufarte Ruiz  
Universidad de Sevilla

---

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y CAMBIO CLIMÁTICO

Fernández, Rogelio (Dir.); Mancinas, Rosalba (Coord.). (2013) *Medios de comunicación y cambio climático*. Sevilla: Felix Editora.



El libro *Medios de comunicación y cambio climático* reúne los textos de más de una decena de autores que, bajo la dirección de Rogelio Fernández y la coordinación de la profesora Mancinas, ofrecen una panorámica sobre cómo mejorar la comunicación sobre el proceso de cambio climático y calentamiento global. El libro surge como fruto de unas Jornadas Internacionales, celebradas en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla que tuvieron como eje el análisis de cómo los medios de comunicación están reflejando la realidad ambiental y la transición mediática ante el cambio climático.

El libro aporta tanto reflexión y riguroso análisis de fenómenos comunicativos, como un enfoque práctico de gran pragmatismo para la mejora de la comunicación por parte de profesionales que habitualmente se enfrentan al reto de informar sobre noticias relacionadas con el cambio climático.

La visión calidoscópica que ofrece la obra, a través de la aportación de los textos de Jose Luis Piñuel, Bienvenido León, Francisco Heras o Hernán

Sorhuet, entre otros, se completa con un decálogo sobre la comunicación del cambio climático, que bien puede considerarse una hoja de ruta para los periodistas ante el reto de informar sobre el cambio global y el nuevo contexto ambiental.

En definitiva, el libro aporta una reflexión rigurosa, así como diferentes estudios sobre la praxis profesional, que describen el papel que desempeñan los medios ante el cambio climático, llamados a realizar, se señala en el libro, “junto con el sistema educativo, la labor de informar al ciudadano sobre el riesgo y las servidumbres del cambio”. Y ese cambio climático, que se erige como el principal motor del cambio global, está dando señales de que sus consecuencias son visibles. De esta manera, los profesionales se enfrentan ante el reto de informar sobre una horquilla de temas de consecuencias abrumadoras: las consecuencias de la crisis financiera-alimentaria, los conflictos armados, la limitación de los recursos hídricos, la posibilidad de pandemias, el efecto del pico del petróleo, etc... En este contexto, como se indica en el decálogo sobre comunicación del cambio climático que se propone en el libro, la comunicación debe de ser entendida como servicio público y al periodismo le corresponde “asumir el reto de comunicar los impactos ya inevitables y las políticas de respuesta precisas para minimizar dichos impactos y adaptarse a ellos, a través de una información de calidad”, que despierte el interés de los lectores, y que pudiendo ser comprensible para el ciudadano, no sea en detrimento de la rigurosidad y la complejidad que generalmente acompaña a estos temas.

Actualmente la disminución de temas relacionados con el cambio climático en la cobertura mediática se produce a la par que se observan nuevas señales de alarma ante el avance del cambio climático; mientras, al mismo tiempo, se constata una disminución de la preocupación ciudadana ante estos cambios. Todo esto obliga a una revisión de cómo los medios de comunicación abordan estos temas. Al respecto, no se puede estar más de acuerdo con la tesis que subyace en este libro: ante esta situación, el empoderamiento social y la reactivación de la función social de los medios favorecerán que la práctica comunicativa efectúe una mayor atención a las alternativas de solución del cambio climático. Esta obra reivindica el enriquecimiento del espacio para el debate social sobre el cambio climático en el que, sin duda, los medios de comunicación deben ocupar un papel importante. [\[subir\]](#)

Nereida Cea  
Universitat Oberta de Catalunya

---

## PRENSA Y TRANSICIÓN POLÍTICA EN MÉXICO

Santillán Buelna, José Ramón (coord.) (2013): *Prensa y transición política en México*. Santa Cruz de Tenerife: Universidad de La Laguna.