

(Universitat Jaume I), firman el sexto capítulo del libro en donde observan las redes sociales como herramientas informativas de servicio público. Concretamente, analizan la estrategia y gestión de las cuentas corporativas de Twitter de los servicios informativos de varias cadenas autonómicas de radiotelevisión (Andalucía, Comunidad de Madrid y Cataluña). El séptimo capítulo, escrito por Ana María López Cepeda (Universidad de Castilla-La Mancha) reflexiona sobre el análisis y la medición de Responsabilidad Social Corporativa en las radiotelevisiónes públicas en España. Rosa Franquet i Calvet (Universitat Autònoma de Barcelona) cierra esta segunda parte de la obra abordando las estrategias de los servicios públicos de medios audiovisuales en el escenario crossmedia tomando como caso de estudio el servicio australiano (Australian Broadcasting Corporation).

La tercera, y última parte del libro, presenta cinco capítulos orientados a debatir sobre el servicio público en la Comunidad Valenciana tras el cierre de la Radiotelevisión Valenciana. Lola Bañón Castellón (Universitat de Valencia), tomando como referencia el modelo británico de radiodifusión pública, propone un nuevo modelo de gestión de la televisión pública en la Comunidad Valenciana. Carlos López-Olano firma un capítulo destinado al análisis crítico de las herramientas de responsabilidad social corporativa y gobernanza de la radiotelevisión valenciana. “La construcción interactiva de la audiencia en el proceso de cierre de la RTVV” es el título del capítulo presentado por José Antonio Palao Errando, Rafael Molés Vilar y Ainhoa Alberola Lorente (Universitat Jaume I). Los autores reconstruyen algunos de los hitos esenciales del periodo de cierre para mostrar la creación de una audiencia interactiva. El penúltimo capítulo del libro, firmado por Raúl Carbonell Górriz (Universitat Jaume I), reflexiona sobre el rol de las televisiones autonómicas como dinamizadoras de los sectores audiovisuales locales para finalizar el capítulo exponiendo propuestas para la nueva radiotelevisión pública valenciana. Cierran esta obra Javier Marzal Felici y María Soler Campillo (Universitat Jaume I) quienes analizan el tratamiento de RTVV en la prensa española y valenciana a través del análisis crítico del discurso.

En definitiva, el lector encontrará en este libro textos de gran utilidad y valor sobre el rol de los medios de comunicación públicos en el entorno digital actual escritos por profesores universitarios de varios países. Mediante diferentes metodologías los autores contribuyen a aportar una visión completa de los servicios públicos en la actualidad planteando incógnitas sobre su posterior desarrollo a la vez que se ofrecen propuestas concretas para su adecuada evolución y adaptación. [\[subir\]](#)

Natalia Quintas-Froufe

Universidade da Coruña

CONOCER, TRANSFORMAR, COMUNICAR

URANDA, Washington (2016), “Conocer, transformar, comunicar”. Editora Patria Grande. Buenos Aires, Argentina.

Conocer, Transformar, Comunicar es un libro recientemente editado (2016) por la editora “patria grande” y forma parte de una colección que invita a reflexionar al sujeto, su vida cotidiana y la comunicación en ámbitos organizacionales de interrelación constante.

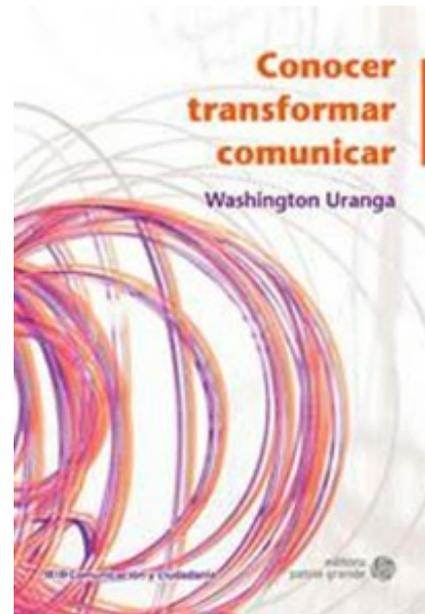
El prólogo escrito por Sandra Massoni, y pinta de cuerpo entero el trasfondo de todo el libro. Menciona como poder aportar a entender la comunicación como un derecho humano desde los medios de comunicación, las prácticas comunicacionales y la gestión comunicacional en organizaciones sociales.

El libro se divide en ocho capítulos con títulos sumamente ilustrativos y acordes al contenido de cada uno. El primero se denomina “comunicar para la incidencia” en donde introduce a la triología conceptual que conforma el título, remarcando en primer lugar, la mirada más integral de la comunicación partiendo de la condición relacional de que el ser humano que vive en comunidad. La construcción identitaria del sujeto en comunidad y la “transformación” desde la intervención directa en la comunidad. Luego introduce al “conocer”, problematizando las prácticas sociales desde la intervención, dando pie a pensar la incidencia política desde los valores, el conocimiento y la intervención.

El segundo capítulo, denominado “las prácticas sociales desde la comunicación” define a las mismas desde la interacción, las estrategias comunicativas y los dispositivos atravesados por dinámicas de poder. Aquí el autor retoma a la comunicación como proceso de producción, intercambio y negociación social en tanto sentido y contenido, desde los medios y la interacción, como parte constitutiva de la sociedad. Se destaca el uso de Jesús Barbero para pensar a la comunicación desde la cultura y no desde la mirada reduccionista y tecnocrática de los medios; poder observar así la multiplicidad de sentidos cotidianos y la configuración simbólica de la sociedad. Por último define a las prácticas sociales desde las percepciones, concepciones y evaluaciones en las condiciones de existencia desarrolladas en el ámbito de la vida cotidiana, construyendo y transformando sentidos, valoraciones y percepciones.

El tercer capítulo titulado “aportes de la comunicación a la transformación social”, pone el eje en el sujeto como actor relacional y protagonista principal de las transformaciones sociales, en donde la comunicación pasa a ser un vehículo en tanto tensión permanente en la producción de sentidos. Teniendo como eje al sujeto, es clave como el autor retoma al derecho a la comunicación en tanto columna vertebral del desarrollo social, repudiando la dinámica Argentina del “amigo-enemigo” en ámbitos estrictamente comunicacionales. Para evitar dicha dinámica, Uranga expone procesos como “la movilización social” y las políticas públicas como espacio en la lucha simbólica por el poder.

Desde la premisa que no hay una sola manera de realizar una planificación adecuada y un análisis situacional certero, el autor escribe el cuarto capítulo: “prospectiva estratégica de la comunicación”. Allí define a cada concepto y afirma que son complementarios y son metodologías al servicio de actores sociales en la construcción colectiva. Luego separa a



la perspectiva de la preferencia donde lo propio adquiere sentido en un marco general. Se valida en perspectiva a largo plazo desde el diálogo y la participación para la construcción colectiva de un futuro adecuado a los deseos de la sociedad. Volviendo al concepto de interacción y del sujeto en sociedad, el autor desarrolla el concepto de actor social, siendo conformado por la triada de conocimientos, recursos y estrategias, antes desarrollados. Y desde lo institucional se desarrolla el concepto de “gestión” desde lo social, la voluntad de ser y de incidir, la tensión que se genera entre lo planificado y lo imprevisible, entre lo urgente y lo importante entre lo individual y lo global y otras dicotomías más.

Siguiendo con la lógica conceptual del capítulo anterior, en el quinto capítulo denominado “el proceso metodológico prospectivo estratégico”, menciona al mismo desde una relación productiva entre teoría, método y datos en donde no existe proceso ideal, aunque a modo de ejemplo expone una serie de cuadros con las variables: Fases, Momento de fase, componentes, aspectos contemplados, finalidad y posibles herramientas. Luego menciona actores indispensables en procesos metodológicos como un colectivo de actores con participación activa, grupo promotor, técnicos políticos. Finaliza exponiendo al análisis situacional desde la comunicación, con un acercamiento inicial desde lo conceptual y el terreno práctico y el correspondiente análisis prospectivo con el objetivo de crear una imagen a futuro. Luego retoma a los sujetos que entran en relación en el proceso metodológico desde la naturaleza de la relación y la significación de las prácticas comunicativas. Por último, el autor explicita la planificación desde la comunicación, mencionando el momento prospectivo, las estrategias y las tácticas de planificación; y la calendarización, el diseño y objetivos de la evaluación.

En continuación con la línea de los capítulos anteriores, el sexto capítulo sirve “para pensar las estrategias en la planificación desde la comunicación”. Primero define a “estrategias” según Carlos Matus y continúa brevemente con la creación y diseño de las estrategias desde la creatividad y coherencia. Luego el autor define a las estrategias según lo que son y lo que no son y los tipos que existen, para finalizar en las dimensiones que abarca.

En el séptimo capítulo denominado “la comunicación: escenario de acción política”, se permite pensar a la comunicación atravesada por la acción política, con el fin de debatir, aportar e influir en el rumbo de acontecimientos y decisiones. Y volviendo a la premisa de que la comunicación nos atraviesa en todo sentido, el autor reflexiona al escenario de la comunicación como ámbito de incidencia, con sus respectivas estrategias y una propuesta para evaluar la incidencia.

En el último capítulo, “sin comunicación no hay políticas públicas democráticas”, el autor escribe sobre las TIC y sus usos como parte clave para pensar nuevas políticas públicas. El público que figura en las políticas públicas según los diversos contextos políticos y finaliza haciendo una reflexión sobre conceptos claves que atraviesan todo el libro como la comunicación en tanto derecho humano, la participación de la sociedad en la gestión pública y la gestión de políticas públicas desde la comunicación en términos integrales.

En el epílogo, el autor concluye que se debe gestionar desde la comunicación y comunicar desde la gestión, desde una mirada prospectiva, fomentando la participación de las comunidades y no liberarlos a una pasividad mediática.

El libro expone gran cantidad de conceptos fundamentales para pensar un proceso comunicacional en tanto interrelaciones sociales, logra establecer una conexión y anclaje en el transcurso del libro, que nos lleva a poder seguir una línea argumentativa clara y precisa. Es un libro de gran contenido conceptual que nos sirve para pensar el tomo N° 2 escrito junto a Héctor Thompson, denominado “La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía. Una propuesta para trabajar desde la comunicación”, orientado mayormente a la puesta en práctica del modelo de intervención desde la comunicación en procesos sociales trabajado por Washington Uranga. [\[subir\]](#)

Felipe Navarro Nicoletti

Universidad Nacional de Río Negro

EL LABERINTO MUNDIAL DE LA INFORMACIÓN. ESTRUCTURA MEDIÁTICA Y PODER

REIG, R. Y LABIO, A. (eds). El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder. Barcelona: Anthropos, 2017, 302 pp.

En El laberinto mundial de la información se hace un importante repaso a toda la estructura mediática y de poder mundiales, en forma de capítulos se van trabajando los diferentes entramados mediáticos que existen aquí o allá, dividiendo el globo terráqueo por áreas, sin poder llegar a tocar todos los países ni todas las regiones del mundo en el libro. La propia estructura de la publicación hace que la lectura sea clara, cómoda y ágil. El hecho de que haya una diferenciación por regiones consigue que de alguna manera parceleemos las zonas, los conglomerados mediáticos e incluso nuestra mente, para después darnos cuenta de que todo está conectado a su vez con todo.

El volumen, empieza con una presentación que realizan sus editores. En la introducción se comenta el surgimiento de la Escuela Sevillana de Estructura de la Información (ESEI), que ha nacido en torno a la Universidad de Sevilla y que está conformada por los escritores de este libro, además de por otros académicos. Estas personas están conectadas con la Escuela Sevillana de Estructura de la Información y con la Universidad de Sevilla a través de dos grupos de investigación: el Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (GREHCCO), dirigido por Ramón Reig, y el Grupo de Investigación Medios, Políticas de Comunicación y Democracia en la Unión Europea (DEMOC-MEDIA), dirigido por Aurora Labio, siendo estos los dos editores de El laberinto mundial de la información.

