

**DE PABLOS COELLO, José Manuel** (2011): *Periodismo es preguntar*. La Laguna, Tenerife, Cuadernos artesanos 19, 140 páginas.

### **#sinpreguntasnocobertura**

Imaginen al político de turno dando una rueda de prensa. Y que tras esa rueda de prensa no se admitan preguntas. ¿No cuesta tanto imaginarlo, verdad? Desafortunadamente este lamentable hecho suele suceder con frecuencia en los días que corren. #sinpreguntasnocobertura es uno de los *hashtag* que, a veces, ha sido empleado en la red social *Twitter* para denunciar este tipo de actos –son muchos los ejemplos que se pueden poner– en el que el político de turno –por exponer un ejemplo aunque extensible a otras disciplinas– realiza un *speech* que jamás debería llegar a la masa social; o, al menos, no a través de los periodistas... porque si “Periodismo es preguntar”, el ejemplo descrito no lo es.

Y de la misma forma lo denuncia José Manuel De Pablos en su libro. Pero “Periodismo es preguntar”, como así se titula, recoge otras denuncias, como el periodismo-espectáculo o el amarillismo, el empleo de determinadas formas de actuar que empobrecen a la propia profesión periodística, sin olvidarnos de la ¿información?-opinión sesgada de los diarios.

Leyendo el libro, el lector se puede dar cuenta de que en muchas ocasiones se echa en falta un Periodismo realmente verdadero, se aprecia una carencia de investigación o, a través de ejemplos, se vislumbra cómo los periodistas –muchas veces al servilismo de los medios y de sus empresas– son meros megáfonos: dicen las cosas en voz más alta pero no más clara.

Las denuncias realizadas sobre la información mediática vienen acompañadas de ejemplos basados en hechos relevantes; así es el caso de la detención de Cavallo y el énfasis puesto en el tratamiento fotográfico realizado por el diario “El País”. O el tratamiento informativo del 11-M, donde el periodismo sobrepasa incluso al propio amarillismo para llegar a la especulación, a la desesperada intoxicación gubernamental en pro de un beneficio electoral, al silenciamiento de voces que puedan estar en posesión de la verdad.

Y más: la prensa es, en ocasiones, capaz de mentir intencionadamente, se auto-proclama como la única voz verdadera, crea sus propios mapas sociales, políticos y geográficos, es capaz de definir la línea entre el bien y el mal... y en su atrevimiento nos dice, incluso, cuál es ese bien y cuál ese mal. Se trata de denuncias de un tipo de prensa que trata a sus lectores como si fueran sus discípulos, haciéndoles ver que están ante la “palabra de prensa”, de “prensa seria”. La opinión se entremezcla entre la supuesta información –la “prensa seria” dicta qué es información, aun cuando para otros determinada información sea considerada más bien pura intromisión. En esta escala, casi se puede decir que los artículos de opinión deberían considerarse incluso un género más elevado: supra-opinión.

Es, en ocasiones, un tipo de prensa capaz de mostrar rostros destrozados al más puro estilo trofeo de guerra, como se expone en uno de los capítulos. Y lo peor: hay justificación. Porque no sería periodísticamente ético que eso lo hiciera la prensa

“rival”, que no defiende unos determinados intereses, pero cuando lo hace la prensa propia, ¿nuestra prensa?, siempre habrá algún tipo de justificación válida que supere con creces a la supuesta ética, que tanto se clama en otras ocasiones. En ocasiones se trata de justificaciones dadas de antemano... ya se sabe: explicación no pedida, culpabilidad manifiesta.

Y como el objetivo parece que ya no es hacer Periodismo sino vender periódicos, cuando nada hay que vender, se introducen entonces componentes eróticos o sexuales, generalmente utilizando el cuerpo de la mujer. Es la “prensa seria”.

Todas estas malas prácticas se ejecutan sin complejos, no pocas veces con prepotencia, considerando al lector como al más inútil de los habitantes. Lo más triste es que todos estos casos que son analizados en el libro no van a ser los últimos y, por desgracia, podría dar para un nuevo “Periodismo es preguntar” – versión aumentada.

¿Quién no se acuerda de la reciente portada de *El País* en el que aparece una foto de un Chávez que no es Chávez? Así está la cosa.

Y, si al final, por algún u otro motivo, el medio de comunicación en cuestión decide realizar una rectificación, pues se pide perdón y aquí no ha pasado nada. ¿Pero por qué no pasa nada? ¿No debería pasar algo? ¿Quién es el responsable o quiénes somos los responsables de que esto siga sucediendo? ¿Cómo podemos frenar este atropello periodístico constante? Reflexionen.

Necesitamos de esa reflexión porque todos los casos descritos en este libro lo merecen, porque son casos publicados en una mal llamada “prensa seria”, que en el fondo es una prensa que deja mucho que desear. Titubea en sus titulares. Confunde en su redacción. Miente en su contenido. Se regodea en sus fotografías. Y eso no es Periodismo.

Francisco Javier HERRERO GUTIÉRREZ  
Universidad de Salamanca

**DÍAZ CERVERÓ, Elba** (2012): *Al otro lado de la frontera. Las cuatro décadas del terrorismo de ETA en la prensa francesa*. Madrid, Editorial Universitas, 424 páginas.

Elba Díaz, profesora de Periodismo, especialista en pragmática y discurso periodístico, ha publicado una muy relevante aportación para entender algunos de los asuntos más comentados en los debates sobre el buen hacer periodístico en las últimas décadas: el tratamiento de la violencia. En concreto, se ocupa en esta rigurosa investigación de la información sobre terrorismo, la cuestión de ETA, el distanciamiento y la imparcialidad en los conflictos, etc.

El texto llega en un momento singularmente oportuno porque el pasado 20 de octubre de 2011, ETA anunció el abandono de las armas. Hasta entonces, la historia de ETA recorre más de 40 años y acumula más de 800 personas asesinadas. La prensa española e internacional ha ido dando cuenta todos esos años de los muchos atentados terroristas de la banda. Sin embargo, el tratamiento informativo no siempre ha sido afortunado. En este momento, cerrada la historia de los asesinatos etarras, la autora nos facilita un pormenorizado recorrido por el tratamiento informativo de todos los atentados mortales de ETA de modo que podamos sacar consecuencias para tratar de informar con rigor sobre violencia y terrorismo.

La autora está interesada en la información de calidad sobre la violencia y considera, con acierto, que puede ser de interés mostrar un aspecto poco estudiado del tratamiento informativo de la violencia terrorista de ETA: la visión de los atentados con resultado de muerte por parte de la prensa francesa de calidad. El tema es particularmente significativo por cuanto durante años Francia es un espacio seguro para los terroristas. No sólo porque el estado francés no colabora con las autoridades españolas con la diligencia que cabía esperar, sino además, porque la opinión pública francesa no ve con malos ojos lo que la prensa francesa denomina “escisión del Partido Nacionalista Vasco (PNV), a iniciativa de un grupo de jóvenes militantes, estudiantes la mayoría, a los que el estatismo del viejo partido había decepcionado y que querían pasar a la acción” [*Le Monde*, 4 de nov 1972 p. 2] (p. 88).

Acierta Díaz Cerveró cuando decide analizar el tratamiento del terrorismo en la prensa de París, en concreto en *Le Monde* y *Le Figaro* por “la representatividad entre el conjunto de lectores franceses garantizada por la cifra de difusión de los diarios” a lo que hay que unir que “en todo el mundo se tiene a los dos cabeceras elegidas como prensa de referencia” (p. 59). La investigación hace un exhaustivo recorrido por el tratamiento periodístico que los atentados mortales de ETA reciben por parte de los dos grandes medios franceses. Díaz Cerveró ha trabajado sobre un total de 5880 ejemplares de la prensa francesa para conocer el enfoque y la cobertura que han ofrecido de los 588 atentados mortales de ETA. La investigación evidencia numerosos datos de interés, por ejemplo, que *Le Monde* ha informado solo de 278 y *Le Figaro* de apenas 207 (cf. p 308).

La autora distingue varias etapas en el tratamiento de los atentados terroristas de ETA por parte los dos principales diarios parisinos: el periodo 1968-1975, es decir, desde el atentado contra Melitón Manzanos hasta la muerte de Franco (pp. 85-112);

desde 1976 a 1979 que son los años de la reforma política, las primeras elecciones democráticas, la redacción de la constitución de 1978, el estatuto vasco, en definitiva, la denominada Transición a la democracia, bajo los gobiernos de Adolfo Suárez; el año 1980 merece un tratamiento especial porque “de las más de cuatro décadas de existencia de la banda, ETA causó el mayor número de víctimas mortales y, aunque 1979 fue más trágico si se tienen en cuenta todos los tipos de terrorismo que operaban en aquella época en España, en el año 80 sólo ETA se cobró 89 muertos dentro de las fronteras españolas” (p. 137); desde 1981 a 1986, durante los gobiernos socialistas en España y Francia; Desde 1987, año del primer atentado masivo (Hipercor), hasta el asesinato de Miguel A. Blanco en 1997; es entonces cuando “Le Monde y le Figaro cambian notablemente su forma de informar sobre ETA” y se puede hablar de una última etapa desde 1998 a 2009. Sin embargo, la autora no puede dejar de subrayar que ciertos hábitos informativos nunca llegan a modificarse. Así, por ejemplo, “la expresión *organisation terroriste* no se emplea nunca para designar a ETA en el caso de *Le Monde*” (p. 288).

La autora muestra y denuncia como en muchos textos y en muchas ocasiones “sorprende el lenguaje condescendiente hacia los miembros de ETA” (p. 175) que pueden aparecer como simples “agresores” o “independentistas vascos”. La autora facilita al lector contrastar por sí mismo sus afirmaciones porque publica en el libro abundante material traducido de numerosas informaciones publicadas en *Le Monde* y *Le Figaro* lo que permite al lector leer directamente en castellano los textos publicados por la prensa francesa en cada momento. Los ejemplos reunidos son muy variados: pequeñas notas tomadas de agencia que los diarios se limitan a reproducir (por ejemplo, la recogida en la p. 144); completos reportajes, como el traducido, por ejemplo, en las páginas 176 y ss.; y extensas entrevistas como la realizada a Felipe González, publicada en *Le Monde* el 22 de noviembre de 1988 (p. 196 y ss) o la concedida por Mayor Oreja, ministro del Interior entonces, el 19 de julio de 1997 (p. 217 y ss.). Tan interesante trabajo de recopilación permite al lector apreciar directamente los aspectos que analiza la investigadora en el texto y extraer conclusiones propias.

La investigación aporta un interesante añadido que completa cualitativamente las fuentes de la investigación. Se trata de una serie de entrevistas con responsables de la información sobre España en los medios franceses. El lector puede encontrar buena parte de esos textos en las páginas 361 a 404. Y digo buena parte porque de los agradecimientos se deduce que algunas entrevistas se prolongaron durante horas de las que es seguro que la autora también pudo extraer valiosa información (cf. p. 20).

Estamos, en fin, ante un texto riguroso y exhaustivo, de gran valor para aproximarse a la postura de París ante la violencia de ETA. Elba Díaz Cerveró hace una valiosa aportación al periodismo de calidad con una investigación cuantitativa y cualitativamente apoyada para la mejora de la información sobre la violencia. Se trata de una aportación ineludible para los investigadores en la materia.

José A. RUIZ SAN ROMÁN  
Universidad Complutense de Madrid

**FERRÉ, Carme; GAYÀ, Catalina; FERRER, Iliana; LOZANO, Carlos; CARRILLO, Nereida; y MONTOYA, Diego** (2013): *Infoentretenimiento. El formato imparable de la era del espectáculo*. Barcelona, UOC, 130 páginas.

Carme Ferré, profesora de la Facultad de Ciencias de Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, edita *Infoentretenimiento. El formato imparable de la era del espectáculo*, el primer libro de la colección That's Entertainment, de la UOC. Se trata de un monográfico, con prólogo del humorista Toni Soler (director del programa *Polònia*, de TV3), que aúna los capítulos de Catalina Gayà, periodista *free-lance* y profesora de la UAB, Nereida Carrillo (Universitat Rovira i Virgili), Carme Ferré e Iliana Ferrer (UAB), José Carlos Lozano (Tecnológico de Monterrey, México) y Diego Fernando Montoya (Universidad EAFIT, Colombia). Se trata de un libro necesario para un tema importante en la actualidad, analizado desde áreas heterogéneas pero complementarias.

Carme Ferré y Catalina Gayà han investigado el programa *Polònia* con una ayuda del Consell Audiovisual de Catalunya, y tienen varias publicaciones sobre el tema. Ferré coordina el grupo Com-Ress (Comunicació i Responsabilitat Social), del que forman parte Catalina Gayà y Nereida Carrillo.

Desde el mismo prólogo y la presentación a cargo de la editora se observa un interés por aunar el trabajo académico con la escritura amena. Toni Soler, en su prólogo “Una pareja de hecho”, destaca la importancia y frecuencia de la hibridación en la sociedad contemporánea, y se hace eco de la vinculación entre humor y política de actualidad, “porque forman parte de [...] *lo sagrado*. Ahí donde moran los valores, los intereses, las actitudes” (p. 7).

Catalina Gayà, en “La era del espectáculo: de la información al ‘show’”, incide en las conceptualizaciones teóricas acerca de nuestra sociedad como la sociedad del espectáculo y, sobre todo, en las consecuencias negativas que ello ha conllevado en el oficio del periodismo como guardián de las sociedades democráticas, aquejado actualmente de “vedetismo, espectacularización y frivolidad”.

El capítulo “El género-tendencia del infoentretenimiento: definición, características y vías de estudio”, a cargo de Nereida Carrillo, se centra en el concepto del infoentretenimiento, en relación a géneros y formatos, con una mirada a la discusión académica, así como a las características del lenguaje del infoentretenimiento.

Iliana Ferrer y Carme Ferré, en “Infoentretenimiento y sátira audiovisual: un panorama internacional”, realizan una aproximación diacrónica al fenómeno, des de los textos en forma de sermones del humorístico *Lo Pare Arcàngel* (1841), hasta los ineludibles *Saturday Nights Live*, *Vaya Semanita* o *Caiga Quien Caiga*, pasando por casos egipcios, canadienses y rumanos.

José Carlos Lozano se encarga de ampliar el estudio del infoentretenimiento al caso de México, en “La socialización política en el infoentretenimiento televisivo”. Lozano habla de los pros y contras de la información mezclada con el humor, en un país en que ha existido un telediario presentado por un payaso (*El mañanero*, Televisa, 2002-2004). Lozano se hace eco también de la asistencia de candidatos presidenciales a programas de entretenimiento, incluidos telenovelas y *talkshows*.

Por último, “*Newsgames, newsanimations y lifecasting: otras formas de infoentretimiento en el marco de la convergencia mediática*” es el análisis de Diego Fernando Montoya del salto del fenómeno a la red. Los *newsgames* son juegos *online* inspirados en hechos noticiosos, como el lanzamiento de un zapato a Bush en 2008. Las *newsanimations* son recreaciones de hechos noticiosos, en animación y 3D o bien hibridados con vídeo tradicional. *Lifecasting* es la denominación del autor para la transmisión de la vida cotidiana mediante cámaras web a través de Internet.

Anna TOUS ROVIROSA  
Universidad Autónoma de Barcelona

**GÓMEZ MOMPART, Josep L.; GUTIÉRREZ LOZANO, Juan F.; y PALAU SAMPIO, Dolors** (2013): *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions; Publicacions de la Universitat Jaume I; Universitat Pompeu Fabra; Publicacions de la Universitat de Valencia. 203 páginas.

Las tensiones y los conflictos forman parte de la naturaleza de la producción periodística. Basta señalar, por ejemplo, las fricciones que surgen entre el ejercicio del poder desde distintos ámbitos de la sociedad y la actividad informativa, o las que se producen al colisionar el derecho a la libertad de expresión con la protección del derecho a la intimidad y al honor; o la tensión entre la lógica del beneficio empresarial y el compromiso de servicio público de los medios, tan frecuentemente ignorado; o las que se derivan de la contraposición entre el periodismo especulativo, considerado aquel que carece de ética y de utilidad cívica, y el periodismo de calidad.

El presente trabajo se centra en este último. En sus páginas se parte de la consideración de la necesidad de reivindicar y de cuantificar cuantitativa y cualitativamente la calidad periodística, un concepto complejo, poliédrico y polivalente, que son algunos de los adjetivos que utilizan los autores convocados en este volumen para calificarlo. Un concepto que nos aboca de lleno, entre otros aspectos, al territorio de la ética y la deontología profesional, uno de los campos de estudio que tradicionalmente se han ocupado de estas cuestiones, pero no solamente ya que, como se subraya en el prólogo del libro, contempla, además del análisis de los textos periodísticos, el proceso íntegro de producción de estos. Precisamente, un rasgo de la complejidad del concepto es la dificultad para definirlo. A lo largo de la obra se realizan distintas aproximaciones en donde se enumeran los principales rasgos o valores que contempla la calidad periodística. En una de las más completas se afirma que la calidad periodística «es la expresión de distintos procesos de obtención y gestión de la información, fruto de la aplicación de los estándares de equilibrio e imparcialidad, de contraste y pluralidad -de acuerdo con los códigos éticos y las normas de autorregulación-, al tiempo que exige variedad y originalidad -en los temas y en su tratamiento-, investigación, profundización e independencia respecto a los condicionantes políticos y las presiones económicas» (Gómez Mompert y Palau, p. 35).

La obra arranca con una introducción panorámica sobre la calidad periodística realizada por dos de los editores del volumen, J.L. Gómez Mompert y D. Palau Sampió, quienes junto con J.F. Gutiérrez son director, secretaria y coordinador, respectivamente, de la sección *Producción y circulación de contenidos de la Asociación Española de Investigación en Comunicación (AE-IC)*. A lo largo del capítulo se realiza un inventario de las investigaciones sobre la calidad periodística realizadas tanto en Europa como en América en las últimas cinco décadas (pp. 17-38). A partir de esta piedra angular se edifica una aproximación sobre la calidad periodística en la que encontramos trabajos que responden a distintos impulsos y motivaciones, y cuya relevancia, naturalmente, es también distinta.

En primer lugar, siguiendo un criterio cronológico pero también de relevancia a tenor de las alusiones que se llevan a cabo en la obra, encontramos un texto de M. M.

García, O. Bezunarte y I. Rodríguez (pp. 39-52), centrado en el análisis de la calidad periodística, concretamente en el método del Valor Agregado Periodístico (VAP), desarrollado en la Pontificia Universidad Católica de Chile y la Pontificia Universidad Católica de Argentina pero aplicado a otros países. El VAP pretende medir la capacidad del periodista para procesar información sin distorsionar la realidad, partiendo por un lado de la selección de la noticia (*gatekeeping*) y, por otro, de la creación de esta (*newsmaking*). Este mismo método (VAP) es el que utilizan C. Pérez, I. Méndez y J.L. Rojas (pp. 119-132) para averiguar los parámetros que determinan que unos contenidos publicados en la Red puedan considerarse periodísticos y cuales resultan identificables con el periodismo de calidad. Para ello aplican el VAP al periodismo ciudadano o participativo y muestran como los estudios realizados al respecto confirman que las unidades desarrolladas por los ciudadanos no cumplen con los criterios o parámetros de calidad, puesto que esta «exige no solo informar sino contrastar, señalar antecedentes, buscar, explicar y analizar las causas, proponer, diseñar una perspectiva de futuro...» (p. 130). En esta misma línea, C. Ruiz, P. Masip, D. Domingo, J. Diaz Noci y J.Ll. Micó (pp. 133-146) reflexionan sobre el valor y el alcance de la participación de la audiencia en el periodismo 2.0. a partir de la consideración de que «el ciudadano es fuente; el periodista, el profesional que elabora la información para construir sentido. La expresión *periodista ciudadano* abona esa confusión. El lector no puede sustituir al periodista, pero puede ayudarlo a mejorar la información. Y el periodista debe aprovechar esta oportunidad» (p. 142).

Por otra parte, están las aportaciones centradas en el estudio de alguno de los rasgos que caracterizan la calidad periodística. Este es el caso del texto de A. Casero y P. López (pp. 73-89) que está focalizado en la gestión de las fuentes, un aspecto relevante de la calidad periodística. Para ello establecen unos indicadores vinculados al uso de las fuentes, interconectando el nivel interno (estatus profesional, verificación, transparencia, relevancia y reducción de la incertidumbre) y el externo (credibilidad, influencia, pluralismo y participación), que aplican a algunas cabeceras de prensa de referencia durante el periodo 1980-2010. Otro de los indicadores de la calidad periodística, al mismo nivel que la objetividad y la imparcialidad, es el pluralismo interno de los medios, aspecto en el que se centran Humanes y Montero (pp. 163-175). En su estudio sobre la televisión de la TDT, parten de la tipología de los sistemas de medios en relación con los sistemas políticos propuestos por Hallin y Mancini. Mediante una serie de entrevistas en profundidad con los actores de la información, bajo el prisma de la argumentación y aplicando la pragmatialéctica a sus opiniones en relación con el campo periodístico, M. Parreño (pp. 105-118) aporta la perspectiva de los profesionales de la información sobre la calidad periodística.

Otro aspecto tratado es el influjo de la prensa gratuita sobre la denominada prensa de referencia dominante. Para ello, R. de Miguel y R. Berganza (pp. 53-72) analizan, más allá de los aspectos formales, distintos parámetros morfológicos y de contenido. Del estudio comparado de una selección de diarios de pago y gratuitos de gran difusión concluyen que aunque la prensa gratuita presenta características alejadas de los estándares de calidad, cada vez es más complicado localizar medios de comunicación de masas a los que designar medios de referencia. Por su parte, E. Marín, P. Satcovsky

y A. Crespo (91-104), tras repasar las transformaciones producidas en las últimas décadas en el sistema periodístico, transformaciones que han alterado los recursos, los dispositivos y las rutinas en las producciones informativas, analizan cómo estas modificaciones están provocando un cierto cambio de paradigma en las agencias informativas, elemento clave de la calidad en el nuevo escenario digital. En el estudio aplican un prototipo de índice de calidad a la citación de informaciones suministradas por agencias. De los estándares de calidad en los informativos de televisión de mayor audiencia se ocupan E. Israel y R. Pomares (pp. 147-161) a partir de las aportaciones teóricas de J.A. García Avilés y E. Pujadas. Por último, I. Rodríguez (pp. 177-189) se ocupa de la calidad de la información sobre medio ambiente.

De este conjunto de aportaciones, a nuestro juicio, resultan especialmente relevantes las contribuciones de Gómez Mompert y Palau: en primer lugar, por el carácter introductorio al tema y, después, por el repaso al inventario de las propuestas destinadas a medir la calidad periodística desarrolladas en las últimas décadas tanto en el ámbito español como en el latinoamericano; así como las que firman Casero y Pablo, por una parte, y Humanes y Montero, por otra, fundamentalmente por los objetos de estudio y los instrumentos metodológicos que proponen. Pero más allá de esta valoración, el verdadero valor del libro es, desde nuestro punto de vista, su concepción global. Podemos decir que, en conjunto, la obra es una contribución relevante a la excelencia periodística. En primer lugar, porque a partir de los trabajos de autores que en nuestro país han abordado con anterioridad la cuestión de la calidad periodística como J.A. García Avilés y Eva Pujadas, se le da un nuevo impulso al conocimiento periodístico; luego, porque gracias a este impulso se abre el zoom sobre la cuestión para darle un enfoque más amplio, más ambicioso; y, por último, porque más allá de la mera descripción de los síntomas de la anomalías y perversiones que rodean la praxis periodística, plantea distintas metodologías de análisis con las que acercarse al conocimiento científico de un ámbito de la sociedad como el de la comunicación mediática. Al fin y al cabo, la única manera de reorientar el objetivo y enfocar de nuevo la realidad. Y más en un terreno, el de la comunicación periodística, de certezas escasas y cuyos fundamentos se asientan sobre terrenos inestables, propensos, con frecuencia, a transformarse en arenas movedizas que lo engullen y lo hacen desaparecer todo sin dejar rastro.

Antes de acabar, y a modo de sugerencia, aunque es cierto que el punto de vista de los periodistas se aborda en uno de los trabajos publicados, hay que señalar que se echa en falta a lo largo de la bibliografía recopilada en la obra la voz de aquellos profesionales que han reflexionado a través de los libros. Textos de distinto signo en donde se han hecho eco, de forma asistemática e intuitiva la mayor parte de las ocasiones, de las transformaciones que ha sufrido el periodismo en las últimas décadas para reivindicar a su manera un periodismo de calidad. Entre otros, podemos citar las aportaciones de Maruja Torres (1999), Arcadi Espada (2002, 2003), Jorge Martínez Reverte (2002), Xavier Mas de Xaxàs (2005), Enric Juliana (2006) e Iñaki Gabilondo (2011). Y en el ámbito internacional, a Ryszard Kapuscinski (2002), Indro Montanelli (2003), Tiziano Terzani (2007) o Robert Fisk (2009).

En definitiva, *La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*, además de ser, como su título indica, un compendio de trabajos y de sugerencias metodológicas para profundizar en la excelencia periodística, es un punto de encuentro para todos aquellos interesados en una aproximación científica a la salud del periodismo contemporáneo, así como un cúmulo de estímulos intelectuales y de referencias bibliográficas. La cuestión no es baladí porque, como se subraya reiteradamente a lo largo de la obra, no hay democracia sin periodismo ni periodismo sin libertad. Y este no es cosa solamente de periodistas sino del conjunto de la sociedad. Como señalan Pérez, Méndez y Rojas en las páginas de esta obra: «hacer periodismo corresponde a los periodistas. Que sea de calidad debe ser responsabilidad de los medios y una exigencia de los ciudadanos» (p. 124).

Manuel PELLICER ROSSELL  
Universidad de Valencia

**LÓPEZ HIDALGO, Antonio y FERNÁNDEZ BARRERO, María Ángeles** (2013): *Periodismo de inmersión para desenmascarar la realidad*. Salamanca, Comunicación Social, ediciones y publicaciones, 185 páginas.

Los autores traen un nuevo concepto: el periodismo de inmersión. La verdad es que no he sido amiga de los adjetivos que acompañan tan a menudo al periodismo pero reconozco que, en este caso, tiene una utilidad conceptual que evita largas especificaciones. En efecto, se trata de un estudio vindicativo sobre el periodismo de calidad, responsable ante el ciudadano, ese periodismo que necesita tiempo y profesionales con acusada conciencia social.

“En un contexto caracterizado por la profunda crisis que sufre la profesión periodística, en la que convergen circunstancias concomitantes, como los bajos salarios, la precariedad laboral, los continuos cierres de medios y la creación de otros tantos de vida efímera, los excesos del periodismo de mesa, el abuso de fuentes institucionales, la sobreabundancia de informaciones, la gestación de nuevas rutinas productivas al hilo del desarrollo del periodismo en línea, la proliferación de contenidos basura, multiplicada por los agregadores de contenidos y, en definitiva, el agotamiento de los modelos tradicionales de periodismo, nos preguntamos qué futuro le aguarda al periodista en un panorama lleno de sombras” (p. 9). De este modo comienza la introducción justificativa de una obra llena de sentido y plenamente realista.

Al periodismo de inmersión (con el que se titula el libro), los autores añaden pronto dos conceptos más: encubierto y *gonzo*, tres etiquetas con las que definen y defienden un periodismo escudriñador del entorno social, inmediato, rutinario o lejano, para aflorar aspectos que de otro modo pasarían inadvertidos. Se trata de rastrear temas de realidad e interés social que influyen en la vida de las personas mucho más de lo que se quiere admitir. Un periodismo con iniciativa, independiente de las fuentes oficiales y de las agendas mediáticas, responsable, comprometido y, ante todo, de calidad. Calidad narrativa, calidad informativa, calidad social.

La bien ordenada estructura del libro de Antonio López Hidalgo y de María Ángeles Fernández Barrero nos ofrece 6 capítulos, cada uno de ellos con propuestas absolutamente originales y fruto de un estudio e investigación de interés genuino en nuestro ámbito comunicativo. El primer capítulo, “Otro periodismo para desenmascarar la realidad” pone al día las técnicas y estrategias de investigación periodística, define el periodismo de inmersión (con los ejemplos de John Reed y Upton Sinclair), el periodismo encubierto o de infiltración (con las referencias de Jack London y Nellie Bly) y el periodismo *gonzo* (por supuesto con Hunter S. Thompson). El segundo capítulo se adentra en el concepto de periodismo narrativo y su fuerza simbólica de la realidad que importa; el tercer capítulo trata sobre el periodismo de inmersión en los medios audiovisuales; el cuarto capítulo advierte sobre aspectos éticos y legales del periodismo de investigación; el quinto capítulo, “Con nombre propio”, analiza a reconocidos periodistas narrativos, muy diferentes, como Günter Wallraff, Juan José Millás, Antonio Salas, Lydia Cacho, Leila Guerriero, Gabriel Wiener y Andrés Pelipe Solano, en una selección corta (se echan de menos más nombres aunque de ningún

modo desmerece la contribución) e indudablemente elegida con libertad de criterio. El sexto y último capítulo analiza los peligros que acechan al periodista investigador.

*Periodismo de inmersión para desenmascarar la realidad* no es un manual sino una investigación con su propuesta profesional y académica. Es por tanto un libro muy original y de una gran utilidad para estudiantes de periodismo y profesores y para quienes deseen penetrar en la profesión periodística como un sistema fundamental de acción social. Es también una apuesta real y necesaria para salvar a una profesión que se muere si no reencuentra su esencia, su sentido social; si no se reconcilia con la calidad literaria siempre exigible; si no se independiza de los mediocres y cortos intereses de los políticos y de las imposiciones de esas agendas que tratan de parcelar y guiar la realidad, domarla, por si acaso; si no se diferencia del entretenimiento, si no se libera de la tiranía de “lo más visto”, “lo más votado”; si no empatiza con lo que le pasa a la gente, si no selecciona lo que en verdad influye en la vida de las personas de un modo determinante.

En definitiva, estamos ante un buen libro, maduro, profesional, conocedor y amante del periodismo y justo con la realidad. Y muy bien escrito. Agradezco a los autores, ambos de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, esta admirable aportación reflexiva, sumamente original y muy rica en matices, que utilizo ya en mis clases.

María Jesús CASALS CARRO  
Universidad Complutense de Madrid

**MAYORAL, Javier** (2013): *Redacción periodística. Medios, géneros y formatos*. Madrid, Editorial Síntesis, 401 páginas.

Javier Mayoral, profesor de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, aporta con este libro una gran visión de conjunto sobre todos los elementos de la escritura periodística en los diferentes medios existentes. El resultado es una sintetización sobre el discurso periodístico actualizado y atento a los cambios en los medios tradicionales y a la realidad de los nuevos digitales. Se trata de un manual útil para estudiantes de periodismo y también para periodistas porque abarca la perspectiva profesional con conocimiento de causa. Javier Mayoral, además de profesor, ha ejercido el periodismo durante muchos años y es escritor. Por tanto, este libro supone la aportación de lo que sabe desde diferentes perspectivas y con método de investigador.

Estructurada en 8 capítulos, *Redacción periodística. Medios, géneros y formatos* parte en el primero de la revolución digital y la crisis de identidad en el periodismo. Sigue con los conceptos de género, estilo y formato; con una síntesis y análisis de los géneros informativos clásicos; un estudio sobre la información audiovisual; otro sobre los géneros con una dosis de subjetividad (crónica, reportaje y entrevista); la diferencia entre información, interpretación y análisis; a continuación los textos de opinión; y, por último, un taller de periodismo práctico con ejercicios de estilo, divididos en textos para contar y explicar y en textos para opinar y entretener.

Es evidente que ante una obra en la que se manejan nociones tan amplias e importantes pueden plantearse, como a mí me sucede, ciertas refutaciones conceptuales, lo que no solo no le resta mérito sino que se lo añade. Porque el libro de Javier Mayoral no es un recetario ni está dirigido a quien nada sabe. Por el contrario, se trata de una obra muy trabajada, fruto de la experiencia de muchos años de docencia universitaria, de muchas lecturas y de reflexiones originales. Si invita a la discusión es precisamente porque aporta consideraciones propias, sin repetir lo que otros ya han dicho aunque con toda honestidad siempre cite a los autores que aportaron ideas con anterioridad, en su justa medida. El libro es absolutamente suyo, con el mérito indiscutible de aportar una panorámica ordenada, realista y sumamente útil del quehacer periodístico y del valor de la palabra.

La verdad es que se debería celebrar en el ámbito universitario los libros de esta naturaleza porque amplían la mirada docente y ayudan a la sana argumentación sobre muchos de los conceptos que se manejan. Y también es admirable el hecho de que el profesor Mayoral no trate de ocultar en el título su carácter de manual docente, algo que desde hace años podemos ver con frecuencia porque las agencias de acreditación y de reconocimiento de méritos de investigación en España castigan la publicación de manuales, un criterio absurdo e injusto. En realidad, no se quiere reconocer el valor de los libros. Se aplica un criterio del ámbito de las ciencias experimentales -en las que los libros son de divulgación, algo también mal visto- cuyos trabajos se publican en artículos para la discusión de los miembros de una determinada comunidad científica. No ocurre lo mismo en nuestra área de comunicación. Es más, los artículos son a veces

metodologías de ciertas investigaciones cuyo interés es muy discutible. Sin embargo, los libros son aportaciones de investigación sintetizada, de estudio, de análisis, un proyecto original, producto de mucho tiempo de observación y experiencia y expuesto absolutamente al escrutinio público. Es incomprensible que esto esté ocurriendo y que se conciba la comunicación y su enseñanza como una ciencia experimental con sus resultados de laboratorio. Un libro como el de Javier Mayoral es una auténtica investigación, metódica, observante, analítica y sintética, con evidente utilidad docente, con propuestas nuevas y originales y con una necesaria actualización de la realidad comunicativa. No se puede pedir mucho más.

El propio autor se defiende a priori en su prólogo:

“Este texto intenta sintetizar sin incurrir en una mera acumulación de materiales dispersos. Resumir la gran cantidad de información disponible hoy sobre redacción periodística puede resultar útil, pero quizá lo sea más si la compilación final responde a un plan coherente y a una visión personal, meditada de esta disciplina académica. En tal sentido, esta obra refleja la experiencia y los conocimientos acumulados en el periodismo y en la enseñanza universitaria. En ambos campos, y no solo por separado” (p. 10)

El esfuerzo de Javier Mayoral ha dado como fruto esta admirable obra sobre redacción periodística y sobre periodismo. Es un libro útil y enriquecedor, con un estilo y redacción impecables, que atestigua que el autor es un gran profesor, preocupado por su calidad docente, por sus alumnos y por la profesión periodística que tanto le apasiona.

María Jesús CASALS CARRO  
Universidad Complutense de Madrid

**RODRÍGUEZ-MONTEAGUDO, Eliseo e HIDALGO-MARÍ, Tatiana** (2013): “Radiografía de la Universidad de Alicante a través de las noticias emitidas en el Diario Información”, en *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 4, nº. 1, 145-167. Doi: 10.14198/MEDCOM2013.4.1.05.

**HIDALGO-MARÍ, Tatiana y RODRÍGUEZ-MONTEAGUDO, Eliseo** (2013): “La tipología de los mensajes en el suplemento ‘Parainfo’ de la Universidad de Alicante: temáticas, públicos objetivos y finalidad de los mensajes”, en *Miguel Hernández Communication Journal*, nº. 4, 31-64.

La presente reseña analiza los artículos de dos jóvenes investigadores, la Dra. Hidalgo-Marí y el Mgter. Rodríguez-Monteagudo, en torno a la información publicada sobre la Universidad de Alicante (UA) por el *Diario Información* y su suplemento *Parainfo*. Estos artículos científicos han sido publicados en la *Revista Mediterránea de Comunicación (RMC)* y *Miguel Hernández Communication Journal (MHCJ)*, ambas pertenecientes a la Plataforma Latina de Revistas de Comunicación (PLATCOM).

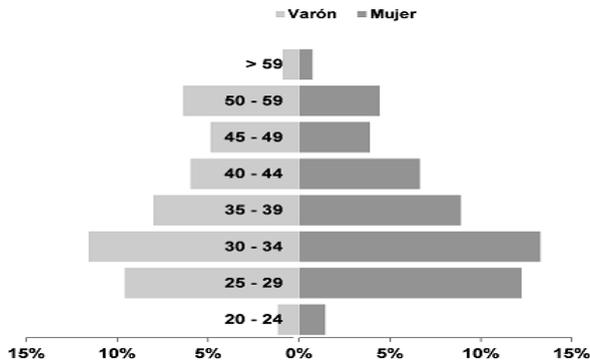
Su proximidad en el tiempo así como el paralelismo de los soportes estudiados, suscitan un estudio comparativo de ambos, que permita conocer si se trata de estudios complementarios en torno a los mensajes emitidos sobre la Universidad de Alicante a través de las empresas Prensa Alicantina Media, S.L.U. y de la Editorial Prensa Alicantina, S.A.

Los estudiantes universitarios, así como la propia institución son objeto de investigación. En el área de Comunicación, destacamos los siguientes estudios: García Rivas (2003) realiza un estudio DAFO sobre la comunicación institucional de la Universidad de Murcia. Palencia-Lefler i Ors (2008) centra su análisis en el necesario carácter bidireccional de la comunicación interna de las universidades. Herranz, Tapia y Vicente (2009) analizan igualmente la comunicación interna, en este caso de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, mediante encuestas que miden no sólo la percepción de sus públicos sino también el uso de canales y herramientas de comunicación y su eficacia. Matilla y Xifra (2009) abundan en las relaciones entre la institución universitaria y el mundo empresarial, concretamente entre las facultades de Comunicación y las escuelas de negocio de Cataluña. Los casos que nos ocupan abundan en esta línea y pretenden conocer no sólo qué dicen un periódico y su suplemento universitario sobre la institución docente e investigadora alicantina, sino también cómo lo cuentan a sus destinatarios.

Atendiendo al número de lectores y según el EGM (mayo 2013), la posición del *Diario Información* en la provincia de Alicante es muy destacada y privilegiada con respecto a su competencia. El 64% de los lectores de periódicos de la segunda provincia más importante de la Comunidad Valenciana lo leen. Le sigue muy de lejos *El País* (14,8%), *El Mundo* (9,2%), *La Verdad* (5,7%), *ABC* (3,1) y *Las Provincia* (2,5%). Por tanto, la elección del soporte que han llevado a cabo los autores es adecuada.

Según el mismo estudio, el perfil sociodemográfico del *Diario Información* -cuyos lectores rondan los 250.000- es de hombres (62%) como sustentadores principales (51,3%), de clase media (49,5%), de 35 a 44 años (21,5%) y de 45 a 54 años (21%), casados (64,3%), con estudios EGB-Bachiller-FP (36%) y BUP-COU-FP (30,8%), en activo (51,5%) y que viven en municipios de 200.000 a 500.000 (44,7%).

Aunque se carece de datos referentes a la variable edad -puesto que la información disponible relacionada con las matrículas llevadas a cabo en la UA está segmentada por rama, sexo, ciclo, centro, nacionalidad y conocimiento del valenciano y no por edad- los datos de los alumnos de tercer ciclo hacen presagiar que la principal audiencia del *Diario Información* no coincide demasiado con el perfil de los estudiantes de la Universidad de Alicante. Más si cabe cuando la duración de los estudios universitarios eleva la media de edad en la que se accede a estudios de tercer ciclo (gráfico 1).



Pirámide de edad de los alumnos de tercer ciclo del curso 2011-2012 (UA)<sup>1</sup>

Por ello, si los estudios de Hidalgo y Rodríguez hubiesen elegido o contemplado la página web del diario [www.diarioinformacion.com] como otro objeto de su análisis, habrían dado con el medio (internet) que previsiblemente más consume el *target* de la Universidad, los alumnos jóvenes. No obstante, debemos recordar que los autores pretenden conocer una posible imagen de la UA generada en la sociedad en general a través del periódico y su suplemento. Además, las cifras de la web sitúan también a la versión digital del periódico en una posición igualmente ventajosa.

Tabla 1. Datos de la versión digital de www.diarioinformacion.com

	Navegantes o usuarios únicos	Visitas	Duración media	Páginas
2013/08	1.126.067	2.796.299	00:15:29	9.518.467
2013/07	1.201.213	3.021.681	00:15:57	10.427.647
2013/06	1.266.704	2.984.884	00:16:42	9.995.566
2013/05	1.329.677	3.084.362	00:16:43	10.756.796
2013/04	1.175.484	2.754.541	00:16:34	10.117.760
2013/03	1.239.656	2.802.255	00:16:44	9.675.092
2013/02	1.090.223	2.545.022	00:08:09	9.859.142
2013/01	1.154.740	2.768.483	00:08:39	10.366.957

<sup>1</sup> Fuente: <http://memoria.ua.es/es/comunidad-universitaria/alumnado.html#tercer-ciclo>

<b>2012/12</b>	974.839	2.406.702	00:09:09	9.329.408
<b>2012/11</b>	1.072.089	2.663.533	00:08:32	10.384.524
<b>2012/10</b>	1.095.851	2.744.187	00:07:21	12.383.967
<b>2012/09</b>	1.034.499	2.632.215	00:07:34	11.212.986

Fuente: <http://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales/diario-informacion-evolucion-audiencia/totales/anual/74/trafico-global/>

No obstante, lo aquí expuesto habría tenido mayor cabida si los autores hubieran buscado un estudio de percepción, de los valores asociados a la UA, motivos y criterios que propicien el inicio de los estudios universitarios en la Universidad de Alicante en detrimento de otras, de fuentes de información consultadas para la búsqueda de estudios, grados, posgrados y centros universitarios, entre otras cuestiones, que igualmente se podrían tener en cuenta para futuras líneas de investigación más centradas en los estudiantes.

Los estudios de Hidalgo-Marí y Rodríguez-Monteagudo (y viceversa) son descriptivos, interpretativos y complementarios. Ambos recogen las características de los mensajes que tienen a la institución universitaria alicantina como fuente de información para un medio de comunicación de prensa escrita (con una audiencia más general) y de su suplemento semanal, que sólo se publica en papel pues carece de versión digital y que está especialmente destinado a la comunidad universitaria. Por tanto, son investigaciones iniciales de todo un proceso que podría contemplar no sólo qué, cómo y dónde se dice, sino también y en un futuro, qué perciben las alumnas y alumnos de la UA, así como otros colectivos relacionados con el centro. Al igual que destacan los autores, cabe un estudio similar al planteado, que tenga por objeto otros medios y soportes informativos, aunque la muestra analizada de cada uno de ellos sea más reducida.

Porque el artículo de *RMC* analiza el contenido de las 1165 noticias aparecidas en la edición impresa del *Diario Información* referentes a la institución universitaria alicantina durante todo el año 2011. Para ello los autores hacen uso de variables como fecha de publicación, autoría, autor que firma la noticia, centro de la institución, sección dentro del periódico, temática, protagonismo de la UA, perspectiva, formato, página-s, relevancia, número de módulos y presencia, tipo, características y relevancia de las imágenes. Además, los autores pretenden medir el tono y su posible influencia en los destinatarios. Se reitera el calificativo posible porque a pesar de que parece ser concebido previsiblemente como un estudio de percepción, el artículo realiza un análisis exhaustivo pero meramente descriptivo.

Por su parte, el artículo de *MHCJ* estudia cinco años (2007-2011) del suplemento *Parainfo* del mismo periódico, publicados cada martes lectivo en torno al mismo centro docente e investigador. Si bien las unidades de análisis del periódico son diarias, del suplemento son cuanto más, semanales, de ahí la ampliación del período temporal analizado. Su análisis se centra, en este caso, en la finalidad de los mensajes emitidos, la temática y público al que se dirigen. Los resultados se muestran en grá-

ficos longitudinales que permiten ver de una sola mirada la evolución (principal objetivo de este artículo) durante los cinco años en función de los tres criterios indicados.

Merece destacar que los estudios son relativamente actuales, no sólo por la muestra analizada sino por la bibliografía utilizada. Mientras que el artículo publicado en la UA contiene quince referencias bibliográficas publicadas en torno al año 2006 como media –tanto impresas como digitales– el de la UMH está apoyado en 24 fuentes documentales, que rondan el año 1996. Si nos fijamos en la procedencia internacional de éstas, el texto de *RMC* carece de referencias internacionales mientras que el de *MHCJ* cuenta con ocho.

Por todo ello, junto a la idoneidad del método y las herramientas utilizadas, el procesamiento de los datos y la información obtenida así como por ser la primera investigación que se realiza en este sentido del centro, tanto de un soporte generalista como uno especializado, los estudios realizados sobre las publicaciones referidas a la Universidad de Alicante desde su propia Unidad de Comunicación -por estudiantes del centro- invitan a seguir esta línea de investigación.

## Referencias

- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN (2013): *Resumen General de Resultados EGM* (octubre de 2012 a mayo de 2013). En [www.aimc.es](http://www.aimc.es) [Consultado el 19 de septiembre de 2013].
- GARCÍA RIVAS, Marta Isabel (2003): “Presente de la información institucional de la Universidad española el caso de la Universidad de Murcia”. *Comunicación y sociedad: Revista de la Facultad de Comunicación*, vol. 16, nº 1. Navarra, Universidad de Navarra, pp. 29-55.
- HERRANZ DE LA CASA, José María; TAPIA FRADE, Antonio D. y VICENTE LÁZARO, Arturo (2009): “La comunicación interna en la universidad. Investigar para conocer a nuestros públicos”. *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 64, pp. 262-274.
- MATILLA, Kathy y XIFRA, Jordi (2009): “Comunicación corporativa y relaciones públicas: un proyecto de aproximación universidad/profesión en Cataluña, en el contexto de integración al espacio europeo de enseñanza superior”. *Razón y palabra*, nº 70.
- PALENCIA-LEFLER I ORS, Manuel (2008): “La incomunicación interna en la Universidad español”. *Revista Latina de comunicación social*, nº 63, pp. 277-286. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna.

Jesús SEGARRA-SAAVEDRA  
Universidad de Alicante

**VELLÓN LAHOZ, Francisco Javier** (2013): *Norma y estilo en los libros de redacción. Hacia un modelo lingüístico del discurso informativo*. Salamanca, Comunicación Social, ediciones y publicaciones, 182 páginas.

El propio autor califica este libro como un “manual de manuales” que da respuesta a multitud de problemas lingüísticos que no aparecen en las normativas convencionales -libros de estilo de los medios-, adecuándolos a las necesidades comunicativas del discurso periodístico. Y es así, es justa su definición.

*Norma y estilo en los libros de redacción* ofrece una ayuda y orientación para los periodistas, tanto los que ejercen su trabajo en medios escritos como los que lo hacen en medios audiovisuales. Y, por supuesto, también para estudiantes y profesores. Javier Vellón Lahoz es doctor en Filología y profesor titular del Departamento de Filología y Culturas Europeas de la Universidad Jaume I de Castellón. Su actividad docente e investigadora se centra en los aspectos lingüísticos de los discursos periodísticos, políticos, audiovisuales y de los medios audiovisuales. Por tanto aporta su conocimiento especializado en lingüística para analizar problemas y dudas del lenguaje, ese compañero constante pero muchas veces esquivo para conocerlo adecuadamente.

En efecto, la lengua es la herramienta comunicativa fundamental para el trabajo periodístico y plantea numerosos problemas y dudas que no siempre es fácil resolver en los diccionarios, gramáticas y libros de ortografía. Por ello, algunos medios de comunicación, tanto de prensa escrita como audiovisuales, confeccionaron desde hace poco más de 20 años libros de estilo en los que, aparte de ciertas normas profesionales y deontológicas, tratan de prestar un servicio de rápida consulta para la resolución de las dudas más habituales en el ejercicio de la escritura periodística y también advertir de usos viciados del lenguaje. Valorando esta ineludible aportación de los manuales de estilo, Javier Vellón se propone con su obra aunar las cuestiones actuales en el uso de la lengua en el marco del discurso periodístico, ofrecer un “manual de manuales”, con una orientación lingüística y pragmática, elaborado a partir de los libros de estilo de diarios como *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *La Vanguardia*, *El Periódico*, *La Voz de Galicia*; del manual de “español urgente” de la Agencia EFE; y de medios audiovisuales como RTVE, Telemadrid y Canal Sur, todo ello “tomando en consideración que el universo del periodismo escrito está sufriendo una profunda transformación para encontrar su lugar en una semiosfera determinada por la inflación de estímulos informativos” (p. 14).

El libro del profesor Vellón Lahoz se estructura en los 9 capítulos siguientes: 1) el discurso periodístico y las variedades de la lengua. 2) Ortotipografía (con explicaciones clara sobre algo tan importante como la acentuación y la puntuación). 3) la forma de las palabras. 4) Las categorías nominales (incluye algo tan inexcusable ahora como el género gramatical y el sexismo y el uso del adjetivo, entre otros subcapítulos. 5) Pronombres y determinantes. 6) El verbo (con un subcapítulo interesantísimo sobre estilística de los tiempos verbales de la información y la coherencia del discurso -las correlaciones temporales-). 7) Adverbios, conjunciones y preposiciones (esas pequeñas partículas del idioma que tantos problemas y dudas nos provocan). 8) Los elementos del enunciado (muy importante: el orden sintáctico y el estilo periodístico, los

mecanismos de cohesión: el párrafo, una cuestión que no se suele explicar nunca de forma clara y suficiente; y el estilo directo y estilo indirecto, con la inclusión de las citas, un problema que se resuelve muy mal en bastantes escritos periodísticos según puedo observar con frecuencia). Y 9) Léxico y estilo periodístico, con un análisis sobre aspectos tan relevantes como los neologismos, los extranjerismos, los clichés idiomáticos, los eufemismos y disfemismos y el lenguaje figurativo.

Con la descripción anterior puede valorarse el interés real de este libro, su utilidad y su necesidad. El autor aporta explicación clara sobre todas las cuestiones que aborda, un análisis crítico y comparativo entre los diversos libros de estilo existentes y ejemplos variados y oportunos. Es un libro de cabecera profesional y universitaria. Y desde luego se trata de una valiosa investigación. Su autor, filólogo, contagia su entusiasmo por el valor de la palabra justa, de la sintaxis adecuada, advierte sobre los vicios más comunes aunque no por ello desdeñables y ayuda en esa siempre difícil relación con el idioma. Tiene el mérito además de haber sabido sintetizar hasta llegar a lo esencial, atendiendo a la urgencia con la que habitualmente se consultan estos libros de necesario auxilio.

Confieso que abrí el libro del profesor Vellón y pasé gratas horas en todas sus páginas. Una cosa me llevaba a otra y disfruté mucho por la curiosidad que me suscitaba cada capítulo. Un buen estudio sobre el lenguaje y el idioma es siempre apasionante.

María Jesús CASALS CARRO  
Universidad Complutense de Madrid