

COMUNICACIÓN MEDIÁTICA Y SOCIEDAD. MANUAL DE TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN. ENRIC SAPERAS. (2013). ED. OMM. “2ª. EDICIÓN. MADRID

José Ramón Santillán Buelna (España).¹

El catedrático de Periodismo Enric Saperas ofrece en este libro un estudio pormenorizado de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad mediática. Se trata de una obra que pone al día la investigación comunicativa y que sigue en la línea de su obras, *Los efectos cognitivos de la comunicación*, publicada en 1987 y *Manual Básico de Teoría de la Comunicación*, editado en 1998, textos de referencia para el ámbito académico iberoamericano.

Comunicación mediática y sociedad es un manual indispensable para investigadores, profesores, estudiantes y profesionales del campo de la comunicación, periodismo y publicidad; El libro les ofrece cuatro tipos de conocimiento de los medios de comunicación: a) observar su presencia e influencia social en la actualidad; b) conocer la evolución de los *media* para comprender en qué contexto se iniciaron las investigaciones; d) Relacionar el análisis de la comunicación mediática con el proceso de innovación tecnológica.

La obra tiene un carácter pedagógico, dada la condición de profesor universitario del autor, que se manifiesta en la tres dimensiones del manual: la estructura de la obra, la exposición clara y sencilla de conceptos y la ilustración con esquemas, cuadros, ejemplos transmiten la sabiduría y sensibilidad del autor, académico e investigador de gran prestigio internacional en el campo de la comunicación.

El contenido del libro se divide en tres partes: 1) la comunicación en la sociedad actual, donde se presentan los conceptos básicos para el estudio del proceso comunicativo y que construyen un marco teórico para analizar científicamente la comunicación mediática; 2) Explica las teorías de la comunicación clásicas (funcionalismo, teoría crítica) como orígenes de la investigación y delimitación del campo científico; 3) Comprende el desarrollo de los actuales enfoque comunicativos: Innovación y determinismo tecnológico, los estudios culturales y también se explica, en este apartado, el “news making” para estudiar las prácticas profesionales y de la producción de las noticias con los sistemas mediáticos.

Por lo tanto, es una obra centrada en el estudio de las clásicas y actuales teorías de la comunicación, que son explicadas de forma muy didáctica. Se definen conceptos, autores, marcos de estudio, relaciones, consecuencias. En cada tema hay análisis crítico de las ideas que se proponen, ejemplos e ilustraciones gráficas que señalan el análisis y aplicación de los modelos teóricos en el ámbito de los *media* desde la perspectiva del poder, la influencia, el uso social y los receptores.

Para ilustrar lo anteriormente escrito, cuando el profesor Saperas desarrolla el Tema 3. Las actuales teorías de la comunicación. El estudio de la producción de las noticias (“newsmaking”). Comienza definiendo las prácticas profesionales de los periodistas y su relación con la información noticiosa. Para continuar enmarcando el contexto y tipo de investigación en que se sitúan; a continuación señala las dos primeras aportaciones que han sido referentes para este ámbito de estudios, el “Gatekeeper” de David M. White y los estudios sobre la Cultura profesional de Warren Breed; Luego, explica a Gay Tuchman, Herbert Gans, Mark Fishman y The Glasgow Media Group. El docente avanza describiendo la noticia como resultado de criterios de selección, y por último, enmarca el estudio de los tres modelos de relación entre medios de comunicación y la política de Daniel Hallin y Paolo Mancini para el análisis de la información. Toda la exposición cuenta con ejemplos, cuadros sinópticos, gráficos, que ilustra y enriquece el desarrollo de las ideas.

El discurso académico que plantea el profesor Saperas en esta obra, es insistir en la comprensión del por qué y en qué contexto se desarrolla la investigación de los medios de comunicación desde sus inicios hasta la actualidad, como principio de conocimiento humano y profesional para observar la capacidad e influencia que tienen los medios de comunicación en la interpretación de las múltiples realidades: social, política, económica y cultural.

Reflexiona también el autor en torno a la investigación comunicativa relacionada con la innovación tecnológica, que hibrida todos los ámbitos de la sociedad: política, economía, educación, ocio, entre otros, como tendencia que nos proporciona nuevas formas de información, conocimiento y relación con los medios.

El libro *Comunicación mediática y sociedad* lleva de la mano al lector para hacer juntos un recorrido académico sereno por el extenso campo de la investigación de los medios de comunicación, desde sus orígenes como disciplina científica hasta las tendencias actuales, enmarcadas en el desarrollo tecnológico que define una sociedad mediática, globalizada y compleja.

¹ José Ramón Santillán Buelna. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. Joseramon.santillan@urjc.es. Doctor en Ciencia Política por la Universidad Pompeu Fabra, Barcelona; Ha sido profesor en la Universidad Iberoamericana y el Tecnológico de Monterrey, campus Toluca. Desde 2006 es profesor e investigador de tiempo completo en la Universidad Rey Juan Carlos, Madrid. Pertenece al Grupo de Investigación Estudios Avanzados en Comunicación (GEAC).