

García Galindo, Juan A. y André Vitalis (dirs.) (2015). MEDIOS DE COMUNICACIÓN E IDENTIDAD. ESTUDIO COMPARATIVO DE DOS REGIONES EUROPEAS: ANDALUCÍA Y AQUITANIA (1960-2005)

Reseña: *Emilio Ortega Arjonilla*  
Universidad de Málaga

Autores: Juan Antonio García Galindo y André Vitalis (dirs.)

Editorial: Ediciones Alfar. Sevilla: 2015

Reseña: Emilio Ortega Arjonilla (Universidad de Málaga)

Nº de páginas: 150 páginas

ISBN: 978-84-7898-609-5

**FECHA DE RECEPCIÓN: 10/09/2015**

**FECHA DE ACEPTACIÓN: 30/11/2015**

**PÁGINAS: 1007-1008**

Esta monografía colectiva resultante de un proyecto de investigación internacional dirigido por dos expertos en la materia de la Universidad de Málaga y de la Université Bordeaux Montaigne plantea un tema siempre complejo y apasionante, abordado en este caso desde una perspectiva transversal e internacional. Nos referimos en concreto al estudio de los medios de comunicación en la construcción de la identidad cultural en dos regiones europeas bien delimitadas geográficamente: Andalucía y Aquitania.

Es evidente que en el contexto de globalización en el que estamos inmersos se atisba una doble función en la difusión de información realizada por los medios de comunicación: la información exógena o ajena a una determinada región o espacio geográfico, que se trata con mayor o menor profundidad en función de la cercanía que ese tema pueda tener para los receptores potenciales de ese espacio geográfico concreto (al margen, claro está, del enfoque ideológico o línea editorial adoptados para analizar la información que se difunde); y la información endógena o propia, que además de versar sobre algo que afecta directamente al destinatario potencial se utiliza para construir identidades a escala social (manifestaciones culturales, eventos, tradiciones que se recuperan o se valoran en un espacio de comunicación, etc.).

Como apuntan los autores en el breve resumen de presentación de la obra que aparece en la contraportada, “la historia y la geografía condicionan el espacio geográfico determinando su identidad cultural y propiciando un proceso de construcción territorial complejo, en el que la comunicación social se convierte en un factor de primera magnitud”.

En este caso, se trata de comparar, en el marco de la Unión Europea, el papel desempeñado por la comunicación social en dos regiones geográficas bien definidas (Andalucía y Aquitania). Los resultados sirven, como en todo proyecto con vocación internacional que se precie, para conocerse y valorarse mutuamente, reconociendo los puntos de encuentro y las divergencias que hacen distintas a una y otra región desde un punto de vista social y cultural.

El resultado es una monografía dividida en dos grandes apartados en los que se abordan, entre otros, los temas siguientes:

## Capítulo 2. Territorio e identidad

2.1. Comunicación y territorio.

2.2. Descripción comparativa de ambas regiones.

2.3. El sistema mediático en las dos regiones.

2.4. Identidad y territorio en los medios de comunicación.

## Capítulo 3. Temporalidades e identidad

3.1. Medios y temporalidades: pasado, presente y futuro en los medios de comunicación regionales.

3.2. Aquitania. El tratamiento del pasado y del futuro en la prensa diaria regional (*Sud Ouest*, 1962-2002).

3.3. Andalucía. El tratamiento de la identidad andaluza en la prensa regional: pasado, presente y futuro (*ABC* y *Sur*, 1962-2002).

La nómina de autores que firman esta monografía colectiva, incluye, además de a sus dos directores, a los siguientes investigadores de Francia y España: Mélanie Bourdaa, Karine Turcin y Laetitia Biscarraten el equipo francés; y María Teresa Vera Balanza, Juan Francisco Gutiérrez Lozano y Natalia Meléndez Malavé en el equipo español.

Para concluir, afirmar que la valía de esta investigación, amén de los resultados obtenidos en la investigación doble llevada a cabo en Andalucía y Aquitania respectivamente, está, a mi modo de ver, en su grado de reproductibilidad con otros territorios a escala nacional e internacional en futuros proyectos de investigación.