

Dizionario della comunicazione

Juan Pablo Tramezzani*

* Magíster en Periodismo de Investigación (Florida International University).

Licenciado en Trabajo Social (Universidad del Salvador). Técnico Universitario en Periodismo y en Publicidad por el Instituto de Comunicación Social, Periodismo y Publicidad (UCA).

Dario E. Viganò (ed.)

Edición: 2009

Editorial: Carocci, Roma

El *Dizionario della comunicazione* es una obra colectiva que ofrece un amplio recorrido por los diferentes paradigmas teóricos sobre la comunicación. Difiere, en su estructura interna, de los diccionarios académicos tradicionales, que, con estilo sistemático, recogen las voces de una disciplina y las ordenan alfabéticamente. Las voces son, en cambio, temáticas y el orden por perspectiva disciplinaria. Tal articulación se presenta como respuesta al plural que acompaña la misma denominación del campo de investigación como “ciencias de la comunicación”.

En concreto, la obra está compuesta por *Abordajes*, *Ámbitos* y *Focus*. Los diez *Abordajes* (Historia de la comunicación; Formas de la comunicación mediática; Economía y management de la comunicación; Semiótica y ciencias del lenguaje; Sociología de la comunicación; Psicología de la comunicación; Educación mediática; Teología de la comunicación; Ética de la comunicación; Comunicación y política) definen los marcos específicos de análisis de cada sector de estudio. Cada uno de ellos se inicia con un ensayo en el que se explican el paradigma teórico-crítico y metodológico y las características distintivas de cada disciplina.

A su vez, los *Abordajes* contienen *Ámbitos*, escritos de corte informativo, con los cuales se exponen los núcleos conceptuales fundamentales y los principales avances en la investigación de las distintas áreas de referencia. Los *Focus*, por último, constituyen

reseñas sobre nuevas tendencias o sucesos que enriquecen y concluyen los *Ámbitos*.

De esta manera, el *Dizionario* conjuga la descripción científica de los marcos teóricos, la exposición de los asuntos de interés en cada uno de ellos, su evolución histórica, y la apertura de líneas de profundización, que anticipan el futuro de la investigación en el terreno de la comunicación.

Esta novedosa arquitectura se ve enriquecida, además, por la variada proveniencia de los autores, algunos de ellos académicos y otros pertenecientes al mundo profesional, dándose un equilibrio, pocas veces logrado en obras de este tipo, entre la mirada técnica del pensar y la mirada práctica del hacer.

Por otra parte, también se destaca que, en el propósito de inventariar los distintos recorridos conceptuales, el presente diccionario menciona los ya consolidados e incorpora los de reciente desarrollo, como son la perspectiva educativa y la teológica, reservando además un lugar relevante a la ética de la comunicación.

Editado por Dario E. Viganò (Presidente de la Fondazione Ente dello Spettacolo y profesor ordinario de Comunicación en la Pontificia Universidad Lateranense), es, indudablemente, una obra ambiciosa, que en sus 1300 páginas reúne a más de 100 autores, profesores de más de 20 universidades europeas (y una latinoamericana, la Universidad Católica Argentina) y profesionales de la comunicación, en la que se provee un panorama completo sobre la actualidad de la investigación en este campo.

El *Dizionario della comunicazione* es una obra de consulta, útil como soporte informativo y crítico para estudiantes universitarios, profesionales con deseos de indagar en los fundamentos de su arte, docentes e investigadores que requieran referencias y actualizaciones sobre diferentes líneas de estudio. En ello reside su mayor valor y oportunidad. Una obra de consulta imprescindible para quienes se encuentran inmersos en el mundo y en las ciencias de la comunicación.