

que precisa la actuación de Fiscal. En consecuencia, el autor aboga por redefinir su papel y acercarlo a la “parcialidad objetiva”, principio más realista que no colisionaría con la evidencia de que las condiciones de éxito del discurso son incompatibles con su imparcialidad.

Al incuestionable valor del volumen en términos de solidez metodológica y conceptual, de dominio de los instrumentos de la lingüística y de la doctrina jurídica, de audacia y de oportunidad en un momento convulso como el que vive España, se añade el mérito de demostrar que no solo es ingenuo el mito de “juez imparcial”, sino en general el mito de un “hablante imparcial”: todas las unidades léxicas de las que nos servimos son en el fondo subjetivas, y conllevan juicios interpretativos insertos en el subconsciente lingüístico de los interlocutores. Con parcialidad, pero parcialidad objetiva, recomendamos por tanto el volumen reseñado al lector interesado en el discurso jurídico, la sociopolítica, la política judicial y en el papel del lenguaje en la forja de la rabiosa actualidad.

DOI 10.14672/0.2018.1498

Cecilia Lazzeretti, *The language of museum communication: A diachronic perspective*, Londres, Palgrave Macmillan, 2016, 270 pp. ISBN 978-1-137-57148-9. DOI 10.1057/978-1-137-57149-6.

Jorge Leiva Rojo
Universidad de Málaga

El volumen aquí reseñado tiene como objetivo estudiar la evolución que ha experimentado la comunicación museística en lengua inglesa desde 1950 hasta la actualidad. El campo de la comunicación en los museos, si bien no ha sido aún explorado en profundidad, cuenta con trabajos muy notables, como el caso de las contribuciones de Ravelli (*Museum texts: Communication frameworks*, 2006) o Serrell (*Exhibit labels: An interpretive approach*, 2.ª ed. 2015), por citar solo dos ejemplos. La lectura del presente trabajo de Lazzeretti permite apreciar que se trata de una aportación que profundiza sobre aspectos concretos y conclusiones interesantes.

Según afirma Lazzeretti en la “Introducción” (2), la comunicación en museos se produce en infinidad de contextos, pues existen desde comunicados de prensa, de corte más tradicional –en los que se espera cierto nivel de detalle, lo que se traduce en una mayor extensión, datos concretos sobre un artista y aparición de citas textuales–, hasta fenómenos de comunicación mediada por ordenador, de más reciente aparición –publicaciones en redes sociales como Twitter, Facebook o Instagram, con

una mayor tendencia a la concisión.

Como indica su autora, se pretende, mediante estudios basados en corpus, analizar cómo han evolucionado con el paso del tiempo la selección léxica y las estructuras en los comunicados de prensa. Adicionalmente, también se analiza si estos rasgos están presentes en las herramientas de comunicación que emplean los museos hoy en día. Todos los textos que estudia Lazzeretti comparten, entre otros rasgos, el hecho de que no solo aportan información relevante de utilidad para difundir las actividades de los museos, sino que también, mediante ellos, los museos transmiten una imagen de profesionalidad que les permite construir una reputación positiva ante visitantes, especialistas y, también, patrocinadores.

The language of museum communication se divide en nueve grandes apartados. En el primero de ellos se sientan las bases conceptuales y de diseño metodológico de la investigación. Se menciona qué se entiende por lo que se denominan *exhibition press announcements* (comunicados de prensa de exposiciones), detallando de forma minuciosa cuáles son sus principales rasgos y su evolución desde sus orígenes en la década de los cuarenta del siglo pasado (4). El segundo capítulo, por su parte, se centra en el análisis de géneros y en la lingüística de corpus. En lo relativo al primero de los aspectos, aborda Lazzeretti el estudio de los textos museísticos como fenómeno a medio camino entre el discurso artístico, el promocional y el de los medios de comunicación (24), y menciona lo complica-

dos que resultan estos textos en ocasiones para los visitantes de los museos (28). En cuanto a la lingüística de corpus, tras un sucinto estado de la cuestión, con especial hincapié en el aspecto diacrónico (49), se prosigue en el capítulo tercero abundando en cuestiones relativas a la compilación de los corpus para el presente trabajo. En lo que respecta a los corpus, se han compilado dos: uno de 430 comunicados de prensa de exposiciones y otro de géneros textuales museísticos de reciente aparición. De este último, no obstante, no se ofrece información tan detallada como del de los comunicados de prensa (cf. 64). En el capítulo 4, en cambio, se presenta un análisis preliminar de los textos que componen el corpus de comunicados de prensa, con diferencias en función del origen de los textos (museos británicos frente a museos estadounidenses o variaciones entre los colocados más frecuentes de *exhibition* en función de los años de creación de los comunicados), así como el planteamiento general del análisis que se realizará, en el capítulo 6, de los cambios en las estructuras de los textos. Entre algunos descubrimientos llamativos, destaca el hecho de que los comunicados de prensa más reciente incorporan un lenguaje con una mayor carga emocional (78).

En los capítulos 5, 6 y 7 se lleva a cabo un estudio diacrónico de comunicados de prensa de exposiciones. El primero de los mencionados, el capítulo 5, se centra en el cambio léxico experimentado en los comunicados de prensa de museos, con la intención, según expresa la autora, de «explain some of the major transformations

museums have undertaken from the 1950s to the present» (97). De esta manera, se estudian las voces cuyo uso más ha aumentado con el paso del tiempo, aquellas que ahora son menos frecuentes y las denominadas *lockwords*, esto es, palabras cuyo uso ha permanecido prácticamente estable en las últimas siete décadas. Los resultados que se muestran son sin lugar a dudas interesantes (cf., por ejemplo, 125-128), si bien se basan en el estudio de apariciones totales en las distintas subdivisiones del corpus diacrónico (quizá los resultados divergirían si se hubieran analizado las apariciones normalizadas de acuerdo con una base común). En el capítulo 6 se analiza, como se mencionaba, el cambio estructural en una muestra –seleccionada de nuevo con carácter diacrónico– de los comunicados de prensa que componen el corpus. Se observa, por ejemplo, la homogeneización progresiva en cuanto a los componentes de los comunicados (132, 137) o un aumento drástico en el recurso a citas textuales. Llamativo es, en este sentido, el hecho de que las primeras citas de patrocinadores no aparezcan hasta la década de los años noventa, lo que la autora considera reflejo del “pre-dominant role that sponsors have begun to play in the organisation of exhibition[s] in more recent years” (143). En el último capítulo dedicado al estudio diacrónico, finalmente, se estudia la forma en que han evolucionado los títulos de las exposiciones, con algunos hallazgos más que llamativos. Sirvan como muestra de ello, por ejemplo, el hecho de que, en los comunicados de prensa estudiados aproximada-

mente, la mitad de los pertenecientes a las décadas de los años cincuenta y sesenta no incluyan el título de la exposición de la que se realiza la acción de difusión (153-154) o la progresiva desaparición hasta llegar a fechas recientes de las palabras *exhibition*, *retrospective* y *museum* en los títulos de las exposiciones (157).

El último gran apartado, por su parte, se dedica al estudio sincrónico de nuevos géneros textuales del ámbito museístico, en concreto textos de páginas web, boletines de noticias, blogs y textos de redes sociales, a la vez que se comparan sus rasgos esenciales con el texto objeto de los capítulos anteriores, el comunicado de prensa. De entre las principales conclusiones que extrae Lazzaretto, se advierte una influencia de los comunicados de prensa, sobre todo, y de forma más evidente, en los textos de las páginas web y en los boletines de noticias, con una tendencia relativamente alta al reaprovechamiento de los textos de los comunicados. Igualmente, pone de relieve la autora el empleo de recursos creativos de diversa índole (citas de artistas, narración de leyendas relativas a alguna pieza del museo) en los textos de redes sociales (202 y ss.). Como colofón al libro, se incorporan un apartado donde se detallan de forma clara y concisa las principales conclusiones de este trabajo y dos apéndices, en los que se ofrecen una lista de recursos de utilidad y un listado de todos los textos que conforman el corpus de comunicados de prensa.

En resumidas cuentas, el presente libro es de gran utilidad para comprender cómo ha evolucionado la lengua inglesa

en la comunicación de los museos, como reflejo del cambio experimentado por estas instituciones en las últimas décadas –por ejemplo, el mayor énfasis en la mención en los textos de la figura del comisario de las exposiciones como indicio de calidad de las actividades de los museos o, de forma más evidente aún, el papel preponderante que adquiere en estos textos el visitante como centro casi único de interés de los museos. Se trata, en definitiva, de un trabajo con un buen planteamiento, una metodología sólida, bien escrito y mejor documentado, que resultará de interés, sin duda, para expertos y estudiosos en comunicación en museos, para quienes pretendan iniciarse en este campo de estudio, para investigadores con intereses en análisis del discurso o la lingüística de corpus e, incluso, para traductores que tengan que abordar la traducción de este tipo de textos al inglés o, desde el inglés, a otras lenguas.

DOI 10.14672/0.2018.1499

Félix San Vicente, Gloria Bazzocchi, Pilar Capanaga (eds.), *Oraliter. Formas de la comunicación presencial y a distancia*, Bononia University Press, 2017, 282 pp. ISBN 978-88-6923-296-1

Andrés Ortega Garrido
Università degli Studi di Milano

Este volumen, coordinado por el profesor San Vicente y las profesoras Bazzocchi y Capanaga, reúne a lo largo de sus diez capítulos (seis en lengua española, tres en italiano y uno en inglés) una serie de trabajos sobre distintos aspectos de la oralidad, teniendo en cuenta el factor de la contrastividad entre los usos del español y el italiano, principalmente. La obra se divide en dos grandes bloques, “Aspectos lingüísticos y discursivos de la comunicación oral” y “Formas de la comunicación a distancia: audio y vídeo”, cada uno de los cuales articula una serie de capítulos que dan cabida a distintos temas, bien teóricos, bien prácticos, relacionados con la oralidad en diversas facetas.

El primer capítulo, “Hablado/*Parlato*: aspectos lingüísticos y discursivos de la comunicación oral”, firmado por Félix San Vicente, es el más extenso del volumen y supone una exposición de los aspectos fundamentales de la oralidad, partiendo de un repaso a la bibliografía y a los métodos de análisis que esta disciplina ha conocido, desde la estilística de los años 30 hasta el actual análisis del discurso. Se exponen asimismo las categorías diferenciadoras de lo