

Fernando Fernán-Gómez

Castro de Paz, José Luis
(2010)

Madrid: Cátedra, Col. Signo e Imagen/
Cineastas

Con independencia de que la todavía reciente desaparición de Fernán-Gómez otorgue cierto atractivo comercial a la revisión de su obra cinematográfica, el sagaz y concienzudo estudio de José Luis Castro de Paz es cualquier cosa menos oportunista. Visible abanderado de un grupo de investigadores que, con los instrumentos metodológicos más operativos en la mano viene desde hace varias décadas rehabilitando sin prejuicios ni arbitrariedades la memoria del cine español, Castro de Paz ha sabido destilar, aplicándolas al caso específico de la rugosa praxis fílmica de Fernán-Gómez, las ideas medulares de su prolífica trayectoria personal como historiador, sobre todo la que (a la estela de sus maestros Julio Pérez Perucha y Santos Zunzunegui) sostiene que la veta más rica del cine español está integrada por determinados cineastas que declinan fílmicamente por diferentes vías toda una serie de fórmulas estéticas populares (desde el sainete al género chico y la comedia costumbrista, pasando por el esperpento y el astracán) en las que se ha expresado históricamente la comunidad española. De ahí que una manera rápida de dilucidar las múltiples virtudes de su presente trabajo consista en señalar la posición que ocupa respecto a las aproximaciones más rutinarias e inanes a la filmografía del intempestivo pelirrojo.

A semejanza del público mayoritario de nuestros días que huye del cine *made in Spain* como del diablo, un bien nutrido grupo de estudiosos arguyen motivos de malformación genética (surgido en un país secularmente atrasado, con población mayoritariamente analfabeta, coartado por la cen-

sura franquista, etc.) para considerar al cine español raquítico y carente de interés hasta bien entrada la democracia. Por defecto, estos autores han centrado el foco en las felices excepciones que, casi por cuestión estadística o gracia divina, se salvan de la quema (los Bardem, Berlanga y *cía*) a los que han dedicado laudatorias semblanzas. Pues bien, tras batirse el cobre demostrando con datos la insoslayable riqueza que atesoran las películas que vieron la luz en los años más turbios del franquismo, Castro de Paz encara aquí una de las figuras fetiche de esa historiografía desafecta al cine español para situarla *en el lugar que le corresponde*.

Porque amén de inventariar, como lo hace la crítica más superficial, los contenidos y atributos temáticos de una filmografía atrabiliaria que retrata sin paños calientes las miserias morales y materiales de la España franquista, Castro de Paz invierte su afilado talento analítico en la tarea de poner en limpio las peculiares formas fílmicas en las que fragua esa crispación irreductible que caracteriza el cine de Fernán-Gómez (“la singular escritura de un cineasta en la que la rabia toma *forma*” son las atinadas palabras del autor). Esa primacía dada a la materialidad del filme permite a Castro de Paz evidenciar que en las películas que dirigió este cineasta “se funden de manera única y peculiar todos y cada uno de los elementos que singularizan el cine español”, lo que desarbolando ese tópico que aprecia en Fernán-Gómez una flor improbable nacida por un casual en la ciénaga del cine franquista, pone en evidencia que, para lo bueno y lo malo, hablamos de un filmografía que no pudo darse en otras latitudes ni circunstancias.

Todo ello es factible gracias a que Castro de Paz conjuga la investigación histórica y el análisis textual. La primera le permite detallar las múltiples fuentes en las que bebe el cine de Fernán-Gómez. A este respecto el primer capítulo resulta memorable toda vez que, prescindiendo de las efectistas bagatelas biográficas al uso, expone las circunstancias que convirtieron en seminales a ciertos encuentros

que experimentó el joven actor durante los años en los que fue sustanciándose su vocación de cineasta: con Sáenz de Heredia y Fernández Flórez a razón de *El destino se disculpa* (1945), con Edgar Neville que le dirigió en *Domíngos de carnaval* (1945), con Serrano de Osma para quien protagonizó *Embrujo* (1947) y *La sierra negra* (1947), y con Nieves Conde que contó con él en *Balarrasa* (1950).

Gracias al análisis minucioso de las películas, Castro de Paz está en condiciones de esclarecer además dónde reside la alquimia personal e intransferible de un cineasta como Fernán-Gómez que puso al día el sainete mediante una serie de artefactos fílmicos dotados de una factura ciertamente compleja. Es el caso de las alambicadas construcciones enunciativas que exhiben sus filmes mediante esa insólita figura, idiosincrática de su cine, en la que se fusionan el narrador, el protagonista, el actor y el director para dar lugar a un relato en el que el personaje encarnado por él mismo, situado dentro y fuera de la historia a un tiempo, gobierna a su antojo interpelando periódicamente al espectador. Si la indagación histórica de Castro de Paz señala la nómina de posibles antecedentes (desde Hitchcock a Capra, pasando por Jardiel Poncela, Fernández-Flórez, Rafael Gil, Berlanga, Antonio Román o Neville), el análisis textual escruta su mecánica interna, sus efectos de sentido y su sinuosa evolución formal desde su aparición embrionaria en los primeros compases de su ópera prima (*Manicomio*, 1953), hasta su manifestación cimera en el inolvidable personaje de Antonio Redondo que protagoniza *La vida por delante* (1958) y *La vida alrededor* (1959).

Mención especial merece el rigor con el que se exponen los pormenores de ese tránsito que va del sainete cinematográfico de raigambre nevilleasca encarnado en el antedicho díptico, al esperpento fílmico que ve la luz en *El mundo sigue* (1963) y *El extraño viaje* (1964), sus títulos mayores. La indagación sobre las fuentes pictóricas, teatrales

y literarias del esperpento es sencillamente magistral, aunque no lo es menos la descripción detallada de los caminos estéticos bien diferentes mediante los que estos dos filmes sin par materializan esa *crispación y elevación de la mirada* en la que el autor sintetiza sus maniobras de estilización esperpéntica.

Es una pena que tamaña pulcritud, eficacia y esmero en la descripción de los mecanismos formales no sea correspondida por unas ilustraciones que, desentendiéndose de los argumentos del cuerpo del texto, asoman la mayor de las veces a salto de mata con propósito meramente decorativo. Esta carencia, imputable sin duda al rígido diseño editorial de la colección que lo acoge, apenas hace mella en un trabajo soberbio, magníficamente escrito, que dignifica sus instrumentos analíticos y refrenda la validez de sus posiciones epistemológicas a la hora de evaluar el cine español.

Imanol Zumalde

La casa abierta. El cine doméstico y sus reciclajes contemporáneos

**Cuevas Álvarez, Efrén (ed.)
(2010)**

Madrid: Ocho y medio, Libros de cine

Quién no posee olvidada en algún polvoriento anaquel o en la oscuridad de un cajón una película que muestra a un niño que trastabillando se acerca a la cámara hasta chocar con ella. Quién no recuerda haber participado en la filmación de una escena apenas visible porque la única fuente de luz proviene de unas velas colocadas sobre lo que parece ser una tarta y en torno a la cual inciertas figuras gesticulan grotescamente. Quién no ha asistido, en fin, con apenas disimulado bos-

tezo, a sesiones de cine consistentes en vertiginosas panorámicas y poco discretos *zooms* sobre paisajes, edificios o monumentos casi siempre idénticos. Lo que en el ámbito anglosajón se conoce como “home movies” o en el francófono como “filmes de famille” también ha llegado hasta nosotros. Es la hora del “cine doméstico”. Es decir, de aquellas películas “realizadas por un miembro de una familia a propósito de personajes, acontecimientos u objetos ligados de una u otra manera a la historia de esa familia, y de uso preferente por los miembros de esa misma familia” (p. 39)

Parece llegado el momento de reivindicar este tipo de cine que, se nos dice, habiendo comenzado con *Le déjeuner de bébé* de Louis Lumière alcanzaría a las grabaciones con teléfono móvil que alguien puede estar subiendo, en éste mismo momento, a YouTube. Se trata, por consiguiente, de dignificarlo, de hacerlo objeto de estudio académico. A tal empeño parece destinado el volumen que aquí se va a reseñar: “*La casa abierta. El cine doméstico y sus reciclajes contemporáneos*”. Editado por Efrén Cuevas, autor, por otra parte, de numerosos artículos en revistas especializadas sobre el tema, el libro recoge las contribuciones de casi una veintena de especialistas y profesionales en torno a cuatro grandes ejes: “Conceptos y contextos”, “Reciclajes: el metraje doméstico en el cine documental”, “Mestizajes: el cine doméstico y las vanguardias” y “La voz de los documentalistas contemporáneos”.

En lo que sigue no se va a describir y valorar el contenido de todas y cada una de las aportaciones (como suele ocurrir en este tipo de textos: buena parte son interesantes, algunas imprescindibles, unas pocas irrelevantes). Me propongo, más bien, comentar una serie de paradojas presentes en este libro sobre un tema ya de por sí paradójico. Porque hacer del llamado cine doméstico objeto de estudio implica sacarlo del ámbito para el que fue producido y para quienes será reproducido: la familia. De ahí que haya po-

cas cosas con menos interés que las películas domésticas... de los demás. Como repetidamente se afirma en el libro, una película de este tipo no es sino “una recreación mítica del pasado vivido” (p. 47), una representación idealizada de la familia en la que “*todos los días son domingo, todos los meses agosto, todas las estaciones verano*” (p. 125). Si aceptásemos el manido inicio con el que Tolstoi abre *Ana Karenina* (“*Todas las familias dichasas se parecen, pero las infelices lo son cada una a su manera*”), no cabría sino concluir que nada se parece más a un vídeo doméstico que otro vídeo doméstico. En cualquier caso, vayamos con las paradojas.

Ya el nacimiento del interés por el tema del impulsor de esta iniciativa resulta fruto de una de ellas pues, como él mismo reconoce, esa curiosidad tiene su origen en la “falsa” película doméstica que José Luis Guerin recrea en su film *Tren de sombras*. En la misma línea, sorprende que Roger Odin, en su seminal artículo sobre este tipo de cine, acuda en su argumentación a otro “falso” “film de famille”. Concretamente al que Alain Resnais introduce en *Muriel*.

Paradójico resulta también que pareciendo que el objeto de este volumen es ese cine de producción y consumo eminentemente privado, familiar, sólo una de las cuatro partes que lo componen (“Conceptos y contextos”) está específicamente dedicado a él; sólo tres de las diecinueve contribuciones. El resto, lo que sin duda constituye la parte más interesante del libro, se dedica a analizar o bien el trabajo de una serie de documentalistas cuya práctica consistiría en la reutilización de películas documentales propias o ajenas para, descontextualizándolas, abrirlas a nuevos significados (“Reciclajes: el metraje doméstico en el cine documental”); o bien a establecer un vínculo entre este tipo de cine y el experimental o de vanguardia que, en su afán de yuxtaponer arte y vida, tomaría al cine doméstico como “referente formal”, como “*modelo de emancipación en relación*

a las condiciones socioeconómicas del cineasta profesional” (p. 261) (“Mestizajes: el cine doméstico y las vanguardias”).

En este sentido, no es paradoja menor que aquellos rasgos (dispersión narrativa y ausencia de clausura, montaje inexistente, saltos, rupturas y vacíos, desenfoques, imagen temblorosa o iluminación deficiente) que dotan a este tipo de cine de su especificidad e, incluso, se afirmará en alguno de los artículos, hacen de él un repositorio de “prácticas cinematográficas y convenciones que cuestionan las normas de Hollywood” (p. 69), pasen a un segundo plano cuando se aborda el trabajo de los “documentalistas del reciclaje”. Así, el más destacado de los mismos, el realizador húngaro Péter Forgács, a quien están dedicados nada menos que tres de los artículos, será definido como “un maestro del montaje” (p. 177), como alguien que “*explota las propiedades formales y materiales del medio para dar forma al conjunto de la estructura, el ritmo y el significado del trabajo*” (p. 194), en fin, como un creador que “*dota a su trabajo de una base estética y una unidad formal que no existe en el metraje de la película doméstica original*” (p. 202).

Del mismo modo, la reivindicación de “una mirada inocente” (p. 311) presente en los trabajos de los cineastas experimentales pasa por la adopción de estrategias enunciativas afines a las del cine doméstico. La diferencia estriba en que lo que en un progenitor *amateur* que filma los primeros pasos de un hijo es necesidad, en el cineasta profesional es libertad, es opción consciente, es elección cargada de significación. Es cualquier cosa menos inocencia.

En cualquier caso, y en concordancia con la actual reivindicación de las historias de lo cotidiano frente a la Historia Oficial, sea bienvenido un libro que, sentando sus bases, amplía el campo de juego de los estudios cinematográficos.

Iñigo Marzabal

La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica

**Enrique Bordería Ortiz,
Francesc A. Martínez Gallego
y Josep Ll. Gómez Mompert,
(2010)**

Valencia: Tirant lo Blanch

El humor periodístico, “cuya esencia es informar y opinar sobre el devenir noticioso mediante un lenguaje ingenioso, cómico, provocador, irónico, satírico o sarcástico (...), una manera inteligente de decir –e influir– con dibujos, textos o escenificaciones aquello que los actores sociales disimulan un ocultan”, centra el interés de este trabajo, que es, en definitiva, una apuesta, en serio, por la risa periodística, por el humor ilustrado como medio para informar y formar una opinión crítica. Reivindica el humor periodístico como digno ejercicio de la profesión, pero también como objeto de investigación. Un trabajo que trata de erigirse, en sí mismo, en herramienta para el estudio de esta forma de periodismo.

El mismo planteamiento de la obra responde a esta pretensión de servir de instrumento para la investigación. En una primera parte se presenta una periodización de la prensa satírica española en relación con el discurso político dominante de cada etapa, que, tal y como proponen los autores de la obra, puede permitir de cara a futuras investigaciones contextualizar, en el marco de la historia de la comunicación social, el estudio de una publicación satírica española. Un estudio que parte del siglo XVIII, de los “prolegómenos de la revolución liberal-burguesa” donde “la risa se altera porque ha de servir para convertirse en conciencia de

la emergente clase media”, para recorrer el siglo XIX y parte del XX con una reflexión sobre la influencia de la dictadura franquista en la sátira periodística. Una periodización, por tanto, que abarca un marco temporal de referencia para el estudio académico.

Un primer punto de partida seguido de una aproximación teórica al método, ‘Metodología para el estudio de la sátira mediática’, a través de las aportaciones de los principales autores internacionales en la materia, como Sinclair Goodlad, Patricia Keith-Spiegel, Mary Douglas, Peter Berger, Mijail Bajtin o José Antonio Marina, entre otros.

Finalmente, se presentan diversos estudios de caso. Enrique Bordería propone un análisis del éxito de las publicaciones satíricas durante la Segunda República. Se concretan algunas investigaciones empíricas como el caso de *La Traca*, en Valencia, que en 1931 superó el medio millón de ejemplares y es considerado como exponente de la prensa satírica. Se analizan así mismo acontecimientos como las reacciones en la prensa satírica española a las viñetas de Mahoma publicadas en el diario danés *Jyllands-Posten*; la sátira centrada en la monarquía española en la actualidad; la ‘infosátira televisiva’ como género en España; las viñetas publicadas en relación a la Iglesia y el debate educativo o el tratamiento del 23F en la revista *El Papus*. Amplio margen, por tanto, para los estudios de caso, completando una obra que funde teoría, metodología e investigación empírica.

Un ejercicio de ordenar y dotar de metodología el estudio de un periodismo que aspira a la crítica y a la libertad; que constituye, a pesar de su postergación, un producto de primera magnitud, capaz de transmitir con eficacia el mensaje periodístico al tiempo de generar con el lector o lectora una especial complicidad. Quizá porque, como señala uno de los autores de la obra, recupera el principio freudiano de que la risa, como el sueño, es la vía por la que el inconsciente se desahoga. La risa periodística desahoga, pero también comunica, y denuncia, incluso

de manera descarnada, como se ejemplifica en esta obra; cumpliendo, por tanto, las funciones atribuidas a la profesión periodística.

La risa periodística es una apuesta, en definitiva, de formalizar académicamente la investigación en torno al mensaje humorístico, quizá en un ejercicio de aplicar a la profesión y a la investigación las teorías sobre el poder curativo de la risa.

Leire Iturregi

El cambio mediático

**Campos Freire, Francisco
(coord.) (2010)**

Sevilla-Zamora: Comunicación y
Sociedad

La colección Periodística nos presenta en esta obra colectiva una profunda reflexión acerca de los medios de comunicación en el momento actual. La crisis internacional, como telón de fondo que ensombrece la actividad económica del sector, es el punto de partida de este trabajo conjunto; pero la realidad se impone, y hablar de medios hoy en día es reconocer también que las empresas informativas cargan sobre sus espaldas una crisis que les es propia, que no es coyuntural sino estructural y –que viene de mucho más atrás del colapso financiero de 2008–, aunque éste sin duda ha agudizado las causas de su difícil situación.

La obra recoge las comunicaciones presentadas en los encuentros que tuvieron lugar en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo en 2009 sobre el tema central –La crisis de la comunicación en tiempos de recesión económica–, jornadas que fueron dirigidas por el catedrático de Periodismo de la Universidad de Santiago, Xosé López García. Ya se advierte desde la propia presentación del libro que la intención no es la de resolver dilemas sino plantear cuestiones y preguntas, paso previo ineludible para la búsqueda de soluciones.

Si algo caracteriza a este libro es su actualidad; por ello su contenido satisfará al lector que quiere conocer la dimensión de la crisis internacional en el sector de la comunicación, al que se plantea el futuro de la profesión, al que se pregunta sobre el porvenir de los negocios periodísticos o al que mira con asombro y con curiosidad la metamorfosis acelerada que está sufriendo el mundo de la información en la era digital.

El libro se divide en cuatro partes que pretenden ser cuatro áreas temáticas, cuyos artículos se espera tengan un denominador común, un mismo punto de mira en la reflexión. Se cumple este planteamiento en la primera parte, que lleva por título *La crisis y los cambios mediáticos*, conjunto de artículos fundamentales para entender cómo se encuentra el sector y hacia dónde se dirige. El primero de ellos, –Gestión de la transición del cambio mediático–, firmado por el propio Francisco Campos, hace un primer y esclarecedor diagnóstico de la crisis y de sus múltiples causas para preguntarse luego cómo está afrontando la empresa informativa la situación actual de cambio. A la hora de valorar la gestión empresarial, el autor se centra fundamentalmente en el sistema español, al igual que el resto de los investigadores que han visto ubicados sus artículos en esta primera sección, salvo Juan Manuel Corbacho que analiza la crisis en Alemania. Aunque el interés del artículo sobre el país germano está fuera de toda duda, su inclusión aquí parece un poco forzada, y nos lleva a echar en falta otras colaboraciones que hagan referencia a la gestión de la crisis mediática en distintas geografías.

La segunda parte observa la crisis desde un ángulo completamente diferente pero sin duda muy interesante, sobre todo para aquellos que fijan su atención en los contenidos que venden los medios y en los hábitos y prácticas profesionales de los periodistas: en esta sección, la crisis es entendida y atendida como producto informativo. Se analiza cómo se ha comunicado, cómo han informado los mass-

media sobre el devenir de esta crisis, cómo han cumplido su función en tanto mediadores entre la realidad económica y el público. En esta bloque, el artículo de Francisco Esteve es especialmente clarificador, por cuanto extrae tanto los aspectos positivos como los negativos de esta creciente demanda de información económica a la que se han tenido que enfrentar los medios, porque con la crisis, la mayor parte de la sociedad ha querido acceder a una información -tradicionalmente reservada para los dirigentes políticos, expertos económicos, responsables de organizaciones financieras, etc.- Los resultados del proyecto de investigación desarrollado en la Universidad Complutense de Madrid, destacan, entre los aspectos positivos, que la información económica se ha presentado de forma más atractiva y útil y con un lenguaje más comprensible. Entre las características negativas sobresalen el sensacionalismo y la politización de las informaciones relativas a la crisis, la falta de periodistas especializados o la escasez de análisis crítico. En esta línea de análisis, Fernando Salgado, en su artículo *-Cómo informan los medios de comunicación sobre la crisis económica-*, va más allá al concluir que “las herramientas del trabajo del periodista económico, instrumentos conceptuales y lingüísticos, se han quedado parcialmente obsoletas () y es preciso someterlas a reciclaje”.

Es tal vez en la tercera parte, “La estructura mediática europea”, donde hubiera podido incluirse el texto sobre Alemania del que hablábamos antes, toda vez que los tres artículos aquí recogidos no reflejan más que una porción de esa estructura mediática a la que el título hace referencia: los medios y los grupos con vocación europea y el caso de la televisión en España. La cuarta parte del libro, bajo el título genérico “Calidad y utilidad social del periodismo”, nos enfrenta a la que está siendo, sin duda, la gran revolución del periodismo: la era digital. La llegada de Internet, elemento fundamental en la reconfiguración del sistema mediático del siglo XXI, ha obligado a las empresas de comuni-

cación a reorganizar su modelo de negocio, difícil y costosa transición que se ha visto, además, sorprendida y ensombrecida por la tormenta financiera, que ha devenido en recesión mundial y que ha dañado sus cuentas de resultados. Es evidente que el abanico de desafíos al que se enfrentan los medios es grande y complicado, pero del libro se extrae un mensaje positivo y esperanzador: calidad periodística, asunción por parte de los medios de una mayor responsabilidad social como valor añadido, reconversión de los profesionales y mejora y adaptación de la formación universitaria a las nuevas circunstancias, son algunas de las claves que, según los autores, servirán para salir adelante. Al fin y al cabo la historia de los medios de comunicación ha sido una suma de espinosas travesías y de continuas adaptaciones a circunstancias y demandas sociales nuevas. Por eso, frente a posibles malos augurios, preferimos quedarnos con la esperanzadora frase de la catedrática María Pilar Diezhandino, cuando señala en su artículo que “el periodismo encontrará su lugar bajo el sol de la revolución digital”.

Susana López Pérez

El perfil periodístico. Claves para caracterizar personas en prensa

Belén de Rosendo Klecker (2010)

Madrid: Tecnos

El perfil nunca ha sido un género sencillo, ni desde el punto de vista del profesional, ni desde el académico. Poco sujeto a reglas y fórmulas narrativas cerradas, tradicionalmente ha estado tan vinculado a la literatura como al periodismo. El buen perfilista se des-

taca por su destreza, y sus aptitudes tienden a ser entendidas como fruto de su experiencia y se su *saber hacer*, acercándose de esta forma a una forma de *arte* que se resiste a ser clasificado, estructurado y sistematizado. Del mismo modo, en el mundo académico el perfil se ha visto en muchas veces constreñido –e incluso eclipsado– por otros géneros interpretativos de mayor alcance como la entrevista o el reportaje –géneros con los que, por otra parte, guarda una estrecha vinculación–, haciendo que los manuales hayan pasado usualmente de puntillas.

Sin embargo, frente a su complejidad, el lector ha tendido siempre a disfrutar de su calidez y su alta carga emotiva. La lectura del perfil posee una cierta *facilidad de digestión* que oculta una extensa labor en la cual “el perfilista se acerca a la persona, la mira desde todos los ángulos, la observa, la tantea, la escucha, le pregunta, la disecciona, la entiende, la critica, la contextualiza, la relaciona, la analiza y, finalmente, le representa en un texto donde queda justificado su interés informativo” (Pág.14). Nos encontramos así ante un género extraordinariamente exigente que requiere de altas dosis de precisión, documentación y habilidad narrativa a partes iguales; características que le confieren una cercanía y riqueza únicas.

Con *El perfil periodístico; claves para caracterizar personas en prensa*, Belén de Rosendo presenta un libro extraordinariamente maduro, que guarda un curioso paralelismo con el género analizado. Redactado con un tono sorprendentemente cercano –el uso de la primera persona no es algo habitual–, sus cerca de trescientas páginas conjugan la exhaustividad y el rigor propios de la tesis doctoral de la que procede, con la vocación didáctica de un texto dirigido a profesionales y estudiantes a la que aspira. La aparente ligereza de la forma oculta un ambicioso proyecto, destinado tanto al mundo académico como al docente y profesional, y que divide el libro en dos grandes apartados.

Los dos primeros capítulos recogen las más importantes aportaciones bibliográficas relativas al perfil, provenientes de la tradición sajona y latina, pasando después a abordar su carácter multidisciplinar. La autora evita conscientemente constreñir el perfil a una serie de reglas absolutas que limiten su riqueza característica, acercándose al mismo por comparación, bosquejando sus límites a través de las similitudes y diferencias provenientes de otros géneros afines como la entrevista, el reportaje o la necrológica. Sólo en el tercer capítulo —una vez establecidos los complejos y extensos límites del género— encontraremos una definición de perfil: “un género periodístico, de forma predominantemente narrativa, cuya función consiste en contar fielmente quién es una persona de actualidad, mediante un proceso caracterizador que articula e integra acciones sobre su vida con rasgos de su carácter” (Pág. 73), e iniciaremos el complejo proceso de su construcción. Este tercer capítulo actúa de puente entre la primera parte —académica, lineal, elaborada principalmente a partir de la tesis doctoral de la autora— y la segunda —mucho más didáctica, más puntual, destinada principalmente a servir de guía para su elaboración—.

Ilustrada con más de cuatrocientos ejemplos, los siguientes capítulos estarán dedicados a presentar el perfil periodístico en sus más variadas formas, reflejo de la riqueza que encierra este género. El cuarto capítulo establecerá un punto de partida a través de la persona —o la personificación— que representa el eje sobre el que pivotará el texto, y marcará las pautas para animarlo —para dotarlo de movimiento—, y a lo largo de cerca de cien páginas los recursos narrativos y las formas de caracterización serán los cimientos que nos enseñen a pasar “de la persona al personaje”. Con el quinto capítulo pasaremos a su macroestructura; a las distintas formas que puede adoptar el perfil periodístico. Organizado en torno a tres variables —el referente, los contenidos y la forma—, este capítulo evita las clasificaciones lineales y se asemeja

más a una matriz, permitiéndonos construir el perfil, combinando libremente tres vectores que en ningún momento se excluyen unos a otros. Por último, y siempre fiel a su vocación didáctica, este segundo apartado se cierra con un capítulo en el que se recrea de principio a fin la elaboración de un perfil periodístico estableciendo un plan de trabajo sistemático, y complementado con una serie de ejercicios puntuales destinados a formar-orientar al alumno-profesional en las destrezas requeridas para convertirse en un buen perfilista.

El perfil periodístico; claves para caracterizar personas en prensa nace reconociendo —y conociendo— la complejidad inherente al perfil periodístico. Dirigido tanto al mundo académico como al profesional y a la docencia —al futuro profesional—, el libro en sí mismo representa el más evidente ejemplo de las aptitudes que debe poseer un buen perfilista al aspirar a cubrir una doble función —analítica e ilustrativa—, una doble lectura —lineal y puntual—, y una doble naturaleza —teórica y práctica—, encarnada en un lenguaje ágil, confiado, seguro de sí mismo. Enfrentándose con la honestidad y la gravedad que el género se merece —o, más bien exige—, Belén de Rosendo Klecker predica con el ejemplo abordando el perfil periodístico como perfilista.

Aingeru Genaut

La comunicación política

Gianpietro Mazzoleni, (2010)

Madrid: Alianza editorial

Vínculos inextricables. Así define el autor de esta obra los vínculos entre la política y los medios de comunicación; relaciones siempre difíciles, enmarañadas, liadas y confusas particularmente desde el auge de la comunicación de masas. Nada de confusa tiene, sin

embargo, la obra de este profesor milanés de sociología de la comunicación. El manual es una edición revisada y ampliada de la obra que él mismo publicó en 1998 y que tuvo una importante acogida editorial.

Desde que se publicara la primera edición de esta obra, las tecnologías de la información han experimentado un desarrollo espectacular. Ello ha generado nuevas formas de comunicación política; estrategias surgidas a través de, por y para la red. Todo ello aparece, de alguna forma, en esta obra, si bien es cierto que no con la profundidad que sería deseable (algo sin duda a completar en futuras y deseables reediciones).

La obra de Mazzoleni aporta una visión académica muy completa de la comunicación política desde mediados del siglo XX hasta la actualidad. Combina de forma equilibrada la certeza de la cita bibliográfica con el abordaje desapasionado de fenómenos mediáticos y políticos tan apasionantes como el de Silvio Berlusconi en la Italia actual. El autor disecciona con rigor el lenguaje fácil, directo y sobre todo asertivo del líder italiano, desvelando las claves de su retórica discursiva: *El Cavaliere no hace otra cosa que devolver al ciudadano: lo que el ciudadano piensa de él*, afirma. Para Mazzoleni, el presidente italiano se arroga virtudes mágicas. Es un chamán, una figura demiúrgica, una auténtica divinidad que tiene encomendada una sagrada misión: interpretar los deseos más profundos de los telespectadores.

El análisis de la retórica discursiva de Berlusconi ocupa una mínima parte en la obra. El grueso del manual ofrece un cuadro de conjunto de los fenómenos políticos y comunicativos más recientes, intentando huir de opiniones y valoraciones personales, lo cual es siempre de agradecer. El libro se ha organizado en torno a la idea de comunicación política como producto de la interacción de los actores de la *polis*: el sistema político (instituciones, partidos, políticos), el sistema de los medios (empresas de comunicación, periodistas) y el ciudadano-elector. Pero

dicha interacción es un proceso complejo y multidimensional que adopta perspectivas diferentes dependiendo del punto de vista desde el que se aborde.

La obra tiene ocho capítulos. En el primero se definen los límites epistemológicos del campo de la comunicación política. El segundo y tercero están dedicados a los dos emisores-receptores principales: el sistema político y el sistema de los medios. El cuarto corresponde al mensaje: analiza las dimensiones discursivas, simbólicas y rituales de la actuación política dentro y fuera del contexto mediático. Los capítulos quinto y sexto abordan la comunicación política en un contexto muy especial: las campañas electorales. Se analizan especialmente los problemas derivados de los mensajes de índole partidista generados por los políticos. El séptimo se centra en el actor destinatario de la comunicación política y aborda el controvertido asunto de la influencia y los efectos de los media en las decisiones que toman los electores. El capítulo final ofrece detalles sobre cómo se elaboran las orientaciones políticas, los estudios de opinión pública y los sondeos electorales.

A lo largo del libro existen numerosos apartados que por su trascendencia y actualidad merecerían capítulo aparte. Nos referimos, por ejemplo, a la trascendencia de los *spin doctors* y a los *pundits*. El término *spin doctor* se introdujo definitivamente durante la campaña de Bill Clinton en 1992. Sustituye a lo que hasta entonces se entendía como *asesor electoral*, aunque su manual de uso excede con mucho el contexto propio de unas elecciones. El principal cometido de este asesor es claro: “masajear el mensaje”; o lo que es lo mismo, ejercer el arte de convertir una decisión impopular en un “acontecimiento noticia” convenientemente *adaptado*. Los *spin doctors* actúan en las fronteras de los sistemas político y comunicativo y resultan hoy en día imprescindibles para todo líder.

El término *pundit*, de origen sanscrito, significa *hombre de ciencia, instruido o maestro*. Se utiliza sobre todo en el lenguaje

político de los Estados Unidos, y nos recuerda enormemente a la figura de los tertulianos y / o expertos que a diario pueblan las redacciones de los medios de comunicación. El autor aporta ilustrativos ejemplos de la influencia que estos líderes de opinión tienen en la actual sociedad post-moderna.

En definitiva, nos encontramos ante una obra interesante digna de ser consultada –y por supuesto, también criticada– por todo estudioso de la comunicación política o, simplemente, por cualquier ciudadano o ciudadana interesado por los asuntos de la *polis*.

Txema Ramírez de la Piscina

Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información

**Carolina Moreno Castro
(Ed.) (2009)**
Madrid: Biblioteca Nueva/OEI

Los estudios sobre comunicación de riesgos contemporáneos, especialmente aquellos derivados de la tecnología, todavía se enfrentan a retos difíciles de superar. Entre los más relevantes se pueden señalar la diversidad de temas y actores implicados, la falta de teorías y definiciones compartidas sobre el riesgo y el rol de la comunicación, que si bien se reconoce importante no termina de definir su lugar. Además, estos estudios se enmarcan en una relación que está en permanente transformación entre ciencia, sociedad y opinión pública.

El libro editado por Carolina Moreno Castro, profesora de la Universidad de Valencia, es una buena radiografía del momento que viven los estudios sobre este campo de la

comunicación y los retos que busca superar. Este trabajo surge a partir de un seminario organizado por la Universidad de Valencia. Además, ha sido ampliado con la participación de expertos de universidades nacionales y extranjeras, por lo que reúne trabajos que, desde distintas disciplinas y con diferentes enfoques, reflexionan sobre el fenómeno del riesgo y su comunicación.

Entre los temas tratados se encuentran aquellos que más han alertado a la opinión pública: la energía nuclear, el terrorismo, la seguridad alimentaria y sanitaria, algunos riesgos medioambientales y el caso de la enfermedad de la gripe Aviar. Temas que comparten algunas de las características que ya señalara el sociólogo alemán Ulrich Beck como propias de la modernización, tales como su carácter global, la dependencia del conocimiento experto para su visibilidad como peligros o su origen en el propio desarrollo de la industria y la tecnología (Beck, Ulrich. *La Sociedad del riesgo. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós, 1986).

La mirada global e histórica siempre es un buen punto de partida. El desarrollo de la comunicación de los nuevos tipos de riesgo ha estado íntimamente ligado al avance de las nuevas tecnologías y la necesidad de buscar su aceptación. En el capítulo “La comunicación del riesgo: las lecciones del pasado y los desafíos del presente”, Bruna De-Marchi hace un interesante recorrido por los principales enfoques que han predominado en los estudios sobre los riesgos y la forma en que cada uno ha entendido la comunicación.

Otro aspecto de la complejidad de los estudios sobre comunicación del riesgo está dado por la diversidad de actores que intervienen. La reflexión y estudios sobre los medios masivos de comunicación tienen su lugar, donde destacan los capítulos de Guillermo López García con “La violencia terrorista como situación de crisis y su tratamiento a través de los medios de comunicación” y de Carlos Lozano Ascencio con un trabajo sobre el periodismo de catástrofes. Un estudio

en línea con el rol de los medios pero centrado en sus efectos es abordado por Ramón Camaño Puig en el caso de la gripe Aviar.

Otros autores como Carmelo Polino y María Eugenia Fazio se centran en los ciudadanos y la opinión pública para analizar la percepción del riesgo en el caso de la energía nuclear en Argentina. Un estudio que pone en relieve la importancia de la credibilidad y la confianza de los ciudadanos en determinados actores sociales o fuentes de información, especialmente cuando se producen situaciones polémicas.

En el capítulo “Las dimensiones sociales del conocimiento experto del riesgo”, Stephen Hilgartner hace un llamado a analizar el rol de los expertos por razones tanto prácticas como teóricas. El autor pone énfasis en que los riesgos importantes se incrustan en sistemas complejos en los que la causalidad es multifactorial y, por lo tanto, difícil de controlar. En ese contexto se pregunta cómo los expertos detectan y evalúan los riesgos y, especialmente, cómo se transforman en foco de atención para quienes elaboran políticas públicas.

El principio de precaución ocupa una parte relevante en los estudios sobre el riesgo. Carolina Moreno Castro y J. L. Luján López analizan el principio de precaución presente en la prensa gráfica, las temáticas en las que es utilizado y los actores que apelan a éste. Por otra parte, Andrew Stirling analiza este principio en relación con la evaluación de los riesgos y sus métodos -científicos válidos- con los que “tan a menudo es comparada desfavorablemente la precaución” (p.341).

La reflexión teórica también tiene su lugar. Ramón J. Moles Plaza y Anna García Hom lanzan una inquietante pregunta: “¿es posible comunicar el riesgo?” (p.280). La respuesta se encuentra en la distinción que realizan entre las habituales definiciones del riesgo en un marco acotado y la necesidad de entenderlo como parte de un proceso de construcción social. Una distinción que es central para poder comprender el rol de la comunicación no sólo en relación al sistema

de gestión del riesgo, sino en otros niveles del proceso.

La complejidad epistemológica del riesgo también es analizada por Jordi Farré Coma y J. L. Gonzalo Iglesia en las reflexiones resultantes de sus trabajos sobre el riesgo petroquímico en Tarragona. Los autores proponen realizar una aproximación desde cinco campos conceptuales transversales (percepción, confianza, incertidumbre, gobernabilidad y comunicación) para un mayor conocimiento del riesgo como proceso de construcción.

Por último, la dimensión más acotada del riesgo en relación a su gestión está presente a través de los trabajos de Francisco J. Morales-Olivas, -La comunicación de los riesgos de los medicamentos- y de Jesús Timoteo Álvarez, -Gestión de la comunicación de crisis: perspectivas-. No obstante, este último caso es un ejemplo de la necesidad de distinguir y acotar conceptualmente la comunicación del riesgo y diferenciarla de otros conceptos como el de comunicación de crisis.

En definitiva, un libro en el que no se encontrarán respuestas únicas a los desafíos que enfrentan los estudios de comunicación del riesgo pero que, por su diversidad y aporte de miradas, puede ser un buen lugar para indagar en las líneas de investigación vigentes.

Verónica Rocamora

La bisagra. Ensayo sobre complejidad, crisis y comunicación

Acosta Romero, Ángel (2009)

Sevilla: Alfar

“Si aceptamos que la vida ha surgido misteriosamente de la no-vida, la comunicación, que exige pluralidad y diferencia, ha debido surgir desde lo no-comunicativo (o quizá de lo radi-

calmente comunicativo: desde la radical unicidad de un Uno a la vez Plural.” (p. 39).

Plantear la comunicación desde la referida oposición dialéctica comunicación/incomunicación o no-comunicación, supone, en mi opinión, postular y sostener el axioma fundacional de una Teoría de la Comunicación de nuestro días, y justificaría él solo el valor cognoscitivo, metodológico y académico del ensayo que vamos a reseñar.

La teoría del conocimiento en que se sustenta tal afirmación radical se sitúa en la antípodas de las diferentes teorías de la comunicación circulantes, y nos hace evocar el postulado hegeliano que sostiene que el acto de discernir es comunicación interrumpida. Afirmación idéntica en el fondo, aunque diferente en la forma, a la sostenida por el profesor Acosta. Este pensamiento, que el gran dialéctico alemán formula en la Lógica, era la tesis necesaria para comprender el proceso comunicativo desde una dialéctica fuerte (pares antagónicos) y no desde una dialéctica débil (meras po(opo)siciones: emisor -mensaje-receptor), como sostienen las teorías comunicativas basadas en lo que Acosta Romero llama el modelo clásico.

La lógica presente en la cita con la que iniciamos estas reflexiones dialectiza todo el proceso de escritura y conocimiento que, en un mismo movimiento, se extiende/condensa, se diversifica/unifica, se complejiza/simplifica a lo largo de las 230 páginas del estudio en las que, a la vez, comienzo y final se oponen y complementan. Y será el final del referido proceso quien nos aclare, ilustre y justifique la revisión metodológico-conceptual que recorre y atraviesa el libro.

“Nos parecía necesaria esta larga digresión para comprender que la información y la comunicación se han desplegado, del ciclo reproductivo al individuo, de la célula al organismo, del individuo a la sociedad, hasta la aparición del enorme cerebro del *homo sapiens*, de un nuevo tipo de sociedad, dotada

de un enorme complejo generativo informacional propio (la cultura)... (p. 218).

La necesidad de formular una nueva Ciencia de la Comunicación lleva al autor a realizar un examen histórico de los conceptos presentes en las diferentes teorías del conocimiento y métodos (tanto de las conocidas como ciencias de la naturaleza como de las llamadas ciencias humanas), a partir, fundamentalmente, de la Física y la Biología contemporáneas; en un intento de compatibilizar ámbitos del conocimiento hasta entonces separados, cual era el caso de las referidas disciplinas.

Ilustremos, a través de algunos de los pares antagónicos más significativos, el movimiento dialéctico al que nos hemos referido, en un intento de entender y extender la referida nueva Teoría de la Comunicación. Y es que, como dice el autor, la historia del pensamiento humano es la historia de sucesivas escisiones.

El principio de identidad, el principio de no contradicción y el del tercio excluido (que ejemplifica las dos anteriores) han sido la base del pensamiento occidental durante dos milenios: Una cosa no puede ser y no ser al mismo tiempo. Van a ser las leyes de la termodinámica las que consigan, a través de las nociones de orden (negentropía) y desorden (entropía, desorden y equilibrio), demostrar que algo puede ser y no ser al mismo tiempo.

Lo mismo sucede con la inducción y la deducción, dos operaciones cognoscitivas que, formalmente separadas, en la metodología científica contemporánea constituyen los dos polos de un mismo movimiento del conocer. Idéntico proceso sufren las nociones de análisis y síntesis las de comunicación y ruido; información y ruido.

Sujeto y objeto; el todo y las partes forman una unidad contradictoria que llamamos sistema. Veamos en detalle la dialéctica todo/partes: a través de la axiomática el todo es más que la suma de las partes/el todo es menos que la suma de las partes:

“En efecto, el todo posee cualidades o propiedades novedosas con relación a las partes: las llamadas emergencias.

Así el átomo es un sistema que tiene propiedades originales, como la estabilidad, que no tienen las partes aisladamente, pero que las partes reciben como efecto de la globalidad. (...) Es, en este sentido, que se puede afirmar que la parte es, en y por el todo, más que la parte en su naturaleza aislada.

(...) El todo es menos que la suma de las partes. (...) Debemos percatarnos de que, al mismo tiempo que surgen las emergencias como cualidades nuevas de la globalidad, surgen constreñimientos: es decir, hay propiedades de las partes que son eliminadas o virtualizadas en y por el todo. La parte puede perder algo al convertirse en parte. Toda asociación implica, por ello, constreñimiento. (...) así, si es la sociedad la que permite emerger las cualidades humanas, es al mismo tiempo, la que impone restricciones a los individuos.” (pp. 87-88).

Lo real (lo insimbolizable) y la realidad, lo inteligible, lo ya formalizado, en clave lacaniana, distingue, formula y opone el autor del ensayo. Simplicidad y complejidad; razón e irracionalidad.

La teoría de conocimiento señalada se resume y condensa en un modelo epistemológico llamado *bucle tetralógico*. Este artefacto cognoscitivo, elaborado a partir de los avances de la Física actual, supone un nuevo modo de ver y entender el mundo y dispone de la virtualidad de hacer posible la integración de las diferentes áreas del conocimiento:

“En el bucle tetralógico ha surgido un concepto capital: el de interacción. Las interacciones son acciones que modifican el comportamiento de los elementos en contacto.

(...) La interacción es la placa giratoria (la bisagra) donde es comprensible la relación entre orden, desorden y organización.” (pp. 80-81).

La epistemología presente en la obra de Acosta Romero se soporta en una ética, en una teoría de la acción, fundamentada en la decisión; en lo que Hegel llama la acción

inmediata, y que el autor desarrolla extensamente a partir de la noción de crisis, central en el presente ensayo:

“Como dice Ferrater Mora, la crisis es una situación en la cual la realidad humana emerge de una etapa *normal* —o pretendidamente *normal*— para ingresar en una fase acelerada de su existencia, fase llena de peligros, pero también de posibilidades de renovación.

(...) Pero conviene recordar ahora que la palabra *crisis* deriva del griego *crisis: decisión* (del verbo *krino*: yo decido, separo, juzgo).

(...) Si, en buena parte, los avances tecnológicos, ligados a los procesos de información y comunicación, han desencadenado la crisis de nuestras sociedades actuales, podemos pensar que es en la comunicación donde podemos encontrar las nuevas vías de salida de la situación.” (pp. 145-171).

En fin, si la dialéctica soporta la epistemología y la ética de la obra que estamos analizando, esta, como es lógico, se debe manifestar también en la estética; es decir, en el estilo presente en la misma. Y no sólo en el movimiento del propio proceso de escritura, que también; sino, sobre todo, a través de una figura de pensamiento y estilo que conocemos con el nombre de *quiasmo*. Figura de repetición que combina la antítesis y la inversión; es decir, un tropo que crea una oposición, hace surgir una diferencia y genera una contradicción, al invertir el orden de los términos repetidos. Al no tratarse de un mero juego de estilo, el recurso al quiasmo, movido por un deso de verdad, expresa también variedad, eufonía y originalidad expresiva, tal y como sucede con muchos de los epígrafes del ensayo: Del conocimiento de la organización a la organización del conocimiento. De la génesis del universo al universo de la génesis. De la teoría del sistema al sistema de la teoría. De la crisis del sentido al sentido de la crisis. De la vida de la comunicación a la comunicación de la vida...

No olvidemos que el quiasmo es la figura favorita del gran dialéctico K. Marx. Recordemos el conocido “Filosofía de la miseria o

miseria de la filosofía,” con el que al tiempo que ironizaba con la figura de Proudhon, hacía salir a la luz una verdad profunda sobre la obra de este socialista utópico francés.

En fin, a modo de conclusión, podemos decir que la Bisagra pone las bases de una nueva teoría de la comunicación, pero no la desarrolla. Habida cuenta de la vinculación metodológica de Ángel Acosta con E. Morin, nos atrevemos a sugerir la noción de acontecimiento, que avanza este autor francés, como pilar conceptual de la misma: “Parece que todos los sistemas conocidos, desde el átomo a la galaxia, están constituidos por partículas que son asociadas o combinadas. Estos reencuentros han sido los acontecimientos, unos, estadísticamente probables, los otros, no. Siempre sucede que la emergencia de propiedades nuevas nacida de la combinación de elementos parece indisoluble de los acontecimiento-reencuentro.” (Morin, E. (1972): “L’ événement,” in *Communications*, nº 18, Seuil, Paris, p.3). Noción que, para ser productiva, habría que vincular al par que la complementa y excede, la idea de sujeto; pero no el sujeto reflexivo cartesiano (“pienso, luego existo.”), sino el sujeto entendido en el sentido lacaniano: “Pienso donde no estoy y donde estoy no pienso.”

Nicolás Xamardo González

Guerra y Propaganda en el siglo XXI. Nuevos mensajes, viejas guerras

Adrian Huici Módenes, (2010)
Sevilla: Ediciones Alfa

El profesor de la Universidad de Sevilla, Adrian Huici, nos hace la tercera entrega sobre un tema que creímos poder olvidar pero

que siempre estará de actualidad, como es la propaganda al servicio de guerras abiertas o de guerras psicológicas.

Ya fue un estímulo la lectura de sus anteriores obras: “Estrategias de la persuasión. Mito y propaganda” y “Cine, literatura y propaganda”, y en este nuevo libro hace gala de dos condiciones de su estilo, como son la amplitud de visión, la amplitud de los campos que están afectados por la propaganda, y saber construir un texto fácil y ameno con numerosos ejemplos, que vale tanto como lectura continuada como para manual de consulta.

Con Alejandro Pizarroso, Adrian Huici se ha convertido en uno de los principales proveedores de conocimiento en materia de propaganda, con capacidad para crear convicciones en amplias capas de lectores, tanto académicos como aquellos con dedicación profesional.

La propaganda ha adoptado nuevos estilos, se reinventa continuamente a sí misma, porque el mundo no parece poder vivir sin conflictos o, mejor dicho, selectos grupos de poder global necesitan de la propaganda para sus necesarios conflictos. Y ya no es ejercida principalmente mediante ostentosas manifestaciones de fuerza arrolladora, presentándose camuflada en los contenidos de buena parte de los medios de comunicación que no acostumbran llevar el rótulo de a quién pueden estar sirviendo.

Las referencias de campo incluidas por Huici son todas las posibles para mejor ilustrar sus proposiciones: historia lejana y moderna, psicología social, análisis lingüístico y propuestas de grandes expertos pasados y recientes. Esta amplitud ofrece al lector la sensación alada de estar recorriendo los vastos espacios de la cultura con una mirada fácil y muy cinematográfica.

Quizás el texto hubiera debido resaltar más cómo la propaganda está siendo utilizada hoy en el seno mismo de las democracias, lo que parece políticamente incorrecto desde luego, así como algunos métodos básicos que van más allá de los mensajes y formas como el slogan. Incorporaciones recientes que están haciendo historia son al menos la

colaboración de todos los poderes a las tareas de propaganda, los mensajes implícitos entre grupos de poder usando los medios, las subvenciones mediáticas, la negación desconcertante de las evidencias más elementales y visibles, así como la oscilación entre narcolepsia y movilización social. De algún modo, esta hiperpenetración de la propaganda, que no se limita a períodos electorales, sino que considera cada hora y cada día del año como susceptibles de ser usados, acaban produciendo una extensión del escepticismo general y la incorporación a la vida cotidiana por mimetismo de los leitmotivs del cinismo discursivo en los grandes medios, así como la degradación de vocabulario y de los umbrales mínimos de la seriedad existencial.

La doctrina clásica en democracia ha sido que debe imperar el debate racional y suprapartidista y no la propaganda como medio básico de legitimidad, pero sólo parecen haberse desterrado los viejos y burdos formatos a favor de métodos más florentinos. Y tan elemental como la propaganda es su contrario, la ocultación. Quizá sea ésta, más que los mensajes manifiestos, lo realmente destacable de los modernos métodos.

Consecuencia de la moderna persuasión en su contagio de todas las instituciones, así como el extendido clientelismo político, serán la falta de credibilidad, las posiciones tácticas a corto plazo en clave electoral y la ausencia de una perspectiva de cumplimiento de promesas; se dice que sí a todos, se escenifica todo, se teatraliza, y de ahí deriva el desprestigio. Todo ello queda enmarcado en un relativismo cultural que se refuerza en forma de relativismo de los mensajes y correspondiente desmoralización social, donde nadie puede estar ya seguro de nada, a no ser los mismos persuasores que son los únicos que saben (o creen saber) por dónde va la realidad.

Se produce un ajuste de cuentas permanente con las realidades ominosas del pasado, como si no hubieran cambiado, y siguen presentes como referencias negativas, muñecos de paja, y quien los combate sigue teniendo el prestigio de los

audaces de los tiempos revolucionarios, lo cual provoca una lucha contra el pasado como si fuera presente, y justificado por la supuesta existencia de gentes del ahora que estarían oculta-mente laborando por la reedición de ese pasado. La reiteración de ese pasado, hacerse portavoz de la lucha contra ese pasado que amenaza volver, es la base de legitimidad de todas las instancias de discurso: quien no está con nosotros está a favor del pasado.

Pero el discurso político si es calificado como propaganda queda desacreditado, por eso hay que restringir este término siempre a enemigos: persuasión sería un término neutro mientras que propaganda será aquello que dice el enemigo. Esta dialéctica amigo-enemigo sigue omnipresente, tanto vale para dictaduras como para democracias; si hay un enemigo eso permite aglutinar a los pobladores sociales, la única fe solo puede estar en la lucha contra las amenazas, ya que las ideologías han perdido su capacidad aglutinante.

En suma, salvadas algunas lagunas y asumiendo su contexto, el texto que referenciamos quedará como una obra básica en su género en la literatura castellana.

Jose Luis León

El discurso del miedo. Inmigración y prensa en la frontera sur de la Unión Europea

Rodrigo Fidel Rodríguez Borges (2010)

Madrid: Plaza y Valdés editores

El autor enjuicia, desde una perspectiva ética, la labor informativa de los medios de comunicación que abordan el tema de la

inmigración irregular. Para ello, realiza un análisis exhaustivo de los contenidos publicados a lo largo de 2006 en cinco periódicos canarios y los critica desde un punto de vista deontológico.

A la idoneidad del ámbito sociodemográfico seleccionado —especialmente sensibilizado con este tema, ya que las Islas Canarias lo viven muy de cerca— y del periodo de tiempo elegido —año record en la llegada de pateras y cayucos a España— se une la experiencia de este profesor de la Universidad de La Laguna en el análisis de contenidos mediáticos, tema al que ya había dedicado tanto íntegra como parcialmente algunos de sus libros anteriores. Doctor en Ciencias de la Información y Doctor en Filosofía, Rodríguez Borges nos presenta un buen ejemplo de ‘ética aplicada’ a un caso concreto.

Parte de los principios de la Filosofía Moral que deben guiar la actividad informativa de los agentes de la comunicación, y de los ‘bienes internos’ de una profesión que debería tener como objetivo esa “formación de una opinión pública madura y responsable” para, a continuación, demostrar, con datos empíricos, análisis de campo y resultados de entrevistas cuantitativas consultadas, cómo las rutinas de producción industrial de los media y el mercantilismo de sus ciclos productivos provocan efectos perniciosos sobre las informaciones que éstos publican. La selección de las fuentes, en la que sorprendentemente parece evitarse al propio inmigrante, y la repetición de patrones de contenidos preconfigurados, les aboca a simplificar el mensaje. Así, éste se apoya, una y otra vez, en estereotipos que abundan en el miedo al inmigrante —se analiza el repertorio léxico y las formas discursivas alarmantes más recurrentes— y la creación de un espectro basado en el ‘ellos’ vs. ‘nosotros’. La búsqueda de la atención del lector a cualquier costa lleva a la prensa a caer en la “...lógica del exceso, aún al precio de inocular en la opinión pública ese ‘síndrome del mundo malo’ del que habla George

Gerbner...”. Por otro, los medios también provocan, con el fenómeno incontrolable del lenguaje metafórico, que el lector aborda el tema desde el sentimiento, más que desde la razón, y acaban moviéndose, como también le sucede a la sociedad, “entre la compasión y la xenofobia”

En la primera parte del libro se configura el marco teórico general, que se enriquece con una serie de datos demoscópicos contextualizadores sobre la situación demográfica de España y el fenómeno migratorio en este país, así como específicamente en la Comunidad autónoma de Canarias. A continuación se introduce al lector en los diferentes paradigmas deontológicos aplicados a la profesión periodística, mediante la definición de sus términos básicos y las principales teorías al respecto, y se realiza una aproximación a los que debemos entender como ‘bienes internos propios’ de dicha actividad. Esta visión de conjunto se completa con un análisis sobre el efecto que respecto a la percepción de nuestro entorno tiene la actividad de los media, al que se añade un estudio de caso basado en el proceso de fijación de agenda, que ilustra cuáles son los mecanismos que, a juicio del autor, ‘construyen’ mediáticamente la realidad.

En su segunda parte, Rodríguez Borges realiza, tanto desde una óptica cualitativa como cuantitativa, un análisis centrado en el discurso informativo sobre la realidad migratoria. Primero repasando las estrategias discursivas, el juego léxico y los elementos metafóricos presentes habitualmente en las informaciones de prensa escrita al respecto de este tema, y después contrastando de un modo práctico algunos ejemplos de encuadres noticiosos perversos aparecidos en los medios de comunicación canarios. Hace un profundo análisis sobre el discurso editorial de cada uno de los medios, y comprueba cómo, en ocasiones, el discurso explícito buscado por éstos en sus manifestaciones públicas de opinión no concuerda con el efecto práctico constatado en la ciudadanía,

y que puede achacarse precisamente al resto de informaciones publicadas por esos mismos medios en sus páginas de información.

También constata lo reciente del interés por parte de las instituciones públicas canarias en investigar el fenómeno inmigratorio. Por ello, aboga por impulsar la investigación sobre esta realidad, no sólo desde la administración sino incluso desde el ámbito académico, al objeto de subsanar ese déficit de conocimiento sobre un tema tan candente en la calle. Baste trasladar el significativo dato que el autor aporta respecto a la presencia mediática de esta realidad; a lo largo del año analizado, un tercio de las portadas de los diarios canarios objeto de estudio tuvo a la inmigración como objeto central. Sin embargo –denuncia– la voz de sus principales protagonistas, los propios inmigrantes, prácticamente no llega a tener eco a lo largo de las más de diez mil informaciones publicadas al respecto. En ellas, por el contrario, predomina aplastantemente el periodismo oficialista de portavoz y una información “administrativa y administrada” que provoca una asimetría comunicativa evidente, y además tiende a dar la espalda al drama humano que esconde esta realidad.

La obra es fruto de la tesis doctoral de su autor: ‘Inmigración, discurso informativo y ética periodística en la prensa de Canarias’, dirigida por María José Guerra y Domingo Fernández Agis (Facultad de Filosofía de la Universidad de La Laguna; julio de 2009). Prologada por la catedrática barcelonesa Victoria Camps, el libro conforma un vínculo entre la reflexión ética y la profesión periodística desde una posición crítica, tomando como referente aquéllos que deberían conformar los ‘valores preferentes de noticiabilidad’ y comparándolos con el producto diario de su labor. Llega a concluir que lejos de comportarse como testigos objetivos de la realidad, los medios “trasladan a su público una reconstrucción selectiva y subjetiva

de los acontecimientos de la actualidad”, pero admite también que aunque queda comprobado que los medios nos dicen sobre qué debemos pensar, no siempre lo gran imponernos qué.

Daniel García

Gestión de empresas de comunicación

Mateo Pérez, Rosario; Bergés Saura, Laura y Sabater Canals, Marta (2009)
Sevilla-Zamora: Comunicación Social

Las empresas de comunicación viven el momento de transformación más grande en décadas. Todo en su seno está sometido a discusión y probablemente a cambio. Y nadie tiene asegurada la supervivencia. No es un diagnóstico arriesgado sino la mera constatación de la realidad a nada que el observador se acerque al mercado. De ahí que este libro aparezca en un momento más que oportuno.

Hasta los años ochenta, la gestión de los medios de comunicación parecía no presentar grandes dificultades, sobre todo si la estrategia de las empresas era tan solo la de permanecer cómodamente en su nicho de mercado. Los clientes estaban entonces definidos y localizados, los medios tenían sus cuotas de difusión y publicidad razonablemente asentadas y el mundo parecía el mejor de los posibles. Todo eso se ha venido abajo y ninguna de las bases de la gestión empresarial de esos años sirve hoy para nada.

Las profesoras De Mateo, Bergés y Sabater dan buena cuenta de ese cambio vertiginoso y de las dificultades de los retos de un futuro que nadie es capaz de prever con un mínimo de seguridad. Lejos de participar en el juego fácil y sin riesgo de los gurús, esos especialistas en

vender humo, las autoras del libro explican los fundamentos de la gestión, los relacionan con la nueva situación, ponen a modo de ejemplo estrategias, éxitos y fracasos de las empresas de comunicación de España y del mundo y muestran la dificultad del momento presente.

Por razones obvias de producción, los datos sobre las cuentas de resultados de algunas empresas han quedado viejos. En la situación actual, no hay artículo en revista científica ni libro que no presente datos que no lo sean antes incluso de entrar en la imprenta. Pero en este caso las autoras han llegado a tiempo de ver el cambio de tendencia y sugieren ya que la situación del mercado de la comunicación se había modificado radicalmente en 2008. No pudieron prever la magnitud del drama que se cernía sobre algunas empresas, pero sí alcanzaron a ver lo que se avecinaba.

En un afán de mostrar los elementos clave de la gestión, se tratan aquí numerosos asuntos que además se entrecruzan. Porque, como sugieren las autoras, ya no se puede hablar de empresas de Prensa, Radio o TV, como se hacía hasta bien entrados los años ochenta. La realidad es ahora mucho más compleja, y no se trata solo de que empresas del ámbito industrial o de servicios hayan entrado a formar parte del capital de esos medios, sino de que el panorama está dominado por grandes grupos que tienen intereses en todos ellos a la vez y que mantienen alianzas en algunos mercados mientras son enemigos irreconciliables en otros.

El libro habla de los nuevos problemas en la distribución y del papel de las promociones, del impacto de la publicidad en los distintos medios y de la difícil gestión del personal, entre otros muchos asuntos. En todos ellos va mostrando lo que dice la buena práctica de gestión empresarial en general y las especificidades de las empresas de comunicación. En lo primero, el libro no se diferencia demasiado de un manual de empresa de los muchos que existen en librerías y bibliotecas. Lo que lo distingue de todos ellos

es, obviamente, que se detiene en un sector específico e ilustra cuanto dice con ejemplos sacados de empresas y países que son la referencia en cuanto a medios de comunicación.

Lo hace con un lenguaje y una profundidad de conceptos que convierten el volumen en un instrumento adecuado para estudiantes de postgrado y profesionales que se acerquen por primera vez a la gestión de una empresa de este tipo. Les ofrece las bases de la gestión y les muestra el terreno movedizo en el que se desenvuelve debido al efecto combinado de una crisis económica de alcance global y una reordenación del panorama de los medios y los soportes que ha convulsionado eso que hace ya tres décadas se dio en llamar el ecosistema informativo.

César Coca

El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI

Guillermo López García (Ed.) (2010)
Valencia: Tirant lo Blanch

El libro está organizado en dos partes. La primera, constituida por el prólogo, la introducción y los cinco primeros capítulos, contextualiza la comunicación en la Comunidad valenciana y analiza los elementos constitutivos de su ecosistema. La segunda está dedicada a las industrias de los medios (capítulos seis a nueve), y establece una reflexión complementaria sobre determinadas industrias culturales; se analizan los gabinetes

tes de comunicación y se estudian determinados casos de convergencia redaccional. Se trata de una obra colectiva, en la que únicamente dos capítulos están realizados por un solo investigador.

La comunidad de Valencia tiene un gasto público en cultura inferior a la media de otras comunidades (p. 20), y una tendencia al *colbertismo*, ya que se priman grandes inversiones, como la Ciudad de las Artes y las Ciencias. El endeudamiento de la Radio televisión valenciana es de más de 1.200 millones de euros (en 2008). Existe también una sociología específica, que es la solidez electoral del Partido Popular valenciano, aunque esté inmerso en casos graves de corrupción, y una concentración de la propiedad en sus medios; pertenecen a grupos de comunicación de otras comunidades, especialmente Madrid.

En el capítulo cinco, se analizan las políticas de comunicación y se especifican los problemas de la radiotelevisión pública valenciana (deuda, gubernamentalización, sesgo informativo para favorecer al partido gobernante y falta de modelo lingüístico). Indudablemente esta caracterización no puede sino dificultar cualquier diseño de política comunicativa de la comunidad valenciana.

Lo local es el ámbito en el que destacan múltiples iniciativas en las que predomina el valenciano. Valencia es una de las comunidades pioneras, ya que se crean radios locales a principios de lo 80s.

En el libro se ofrecen datos reveladores de las prácticas de consumo de medios. En el caso del libro, algo menos del 2% lee en valenciano, e incluso menos en el de la prensa, muy lejos del 22% de los catalanes o del 6,4% de los que leen en euskera. Es en Internet en donde la lengua valenciana es más utilizada, ya que de los medios en este soporte, el 14% son exclusivamente en valenciano y otro 14% combina esta lengua con el castellano (p. 72). En los blogs, es también más importante que en los medios tradicionales, situándose el porcentaje en el 14,8%, siendo únicamente el 1,6% de los mismos los que combina las dos citadas lenguas (tabla p. 51). Estos datos

contrastan especialmente con el uso de los medios en catalán en Cataluña, en donde las cifras son 26,2% en prensa, 46,7% en radio y 22,5% en televisión, respectivamente. Ello a pesar de que el 47,3% de los valencianos lee valenciano bastante bien o perfectamente, y el 75,90% lo entiende bien o perfectamente.

Resultan sugerente el epígrafe destinado a revistas del capítulo seis, que muestra las múltiples iniciativas locales con una presencia del valenciano importante, y la existencia de revistas destinadas a las poblaciones extranjeras que residen como turistas más o menos fijos, así como las destinadas a los emigrantes latinoamericanos.

El capítulo 11 está destinado a la industria cultural valenciana. Así, establece una reflexión general sobre la musical, la editorial y los videojuegos, incluyéndose también las artes escénicas. Este capítulo debiera haber incluido la industria cinematográfica, aunque sólo sea en su versión de públicos, y haberlo incluido como el primero del libro. Esa inclusión hubiera ayudado a contextualizar y enmarcar el conjunto de industrias culturales.

El capítulo 12 estudia cinco casos de convergencia de las redacciones. Las conclusiones que se sacan de los análisis de casos son equiparables a otras empresas de medios de otra zonas lingüísticas, por lo que resulta difícil ver la especificidad de estos análisis.

Tal y como se apunta en la página 80, “los medios de comunicación constituyen un instrumento magnífico para dar forma a la sociedad que queremos”. Se trata de planificar no sólo la comunicación sino la cultura, de cara a lograr alcanzar diferentes objetivos como la búsqueda del pluralismo, de la diversidad, la transparencia, la promoción de la identidad (casi siempre ésta es plural), etc.. A veces, los referidos objetivos pueden ir de la mano de objetivos industriales, pero nunca éstos deben condicionar aquéllos.

Para siguientes ediciones, cabe hacer varias reflexiones, que pueden ayudar a incrementar la calidad de las aportaciones.

En primer lugar, deben eliminarse ciertas reiteraciones de datos, en cierto modo inevitables por el tipo y ámbito de estudio. Dicha mejora se consigue organizando los capítulos por industrias, estableciendo después algún estudio transversal.

En segundo lugar, debiera repensarse el papel de lo privado y lo público en la constitución de un espacio de comunicación. Lo público constituye de por sí un instrumento de política cultural y comunicativa. Comienza a haber precedentes de relaciones fructíferas entre ambas esferas, como en el caso de Escocia, en donde la BBC, Scotland y STV (privada) establecen pautas de colaboración en diferentes ámbitos, incluido el informativo.

En tercer lugar, es deseable renovar el concepto de ecosistema comunicativo, que debiera estar relacionado con la cultura, como marco de análisis. Debe ser analizar

en concreto el significado de los inmigrantes, para ver que un espacio o ecosistema o estructura de medios debe incluir toda la diversidad que caracteriza y debe caracterizar a este espacio, ecosistema o estructura.

En cuarto lugar, debiera prestar más atención a los procesos y a la demanda. Así se invertirá la actual tendencia dentro del ámbito de las industrias culturales de primar el análisis de la producción y la distribución, estudiando el consumo sólo de forma nominal.

En último lugar, los estudiosos de las políticas de comunicación y de cultura debemos dar un salto cualitativo dedicando más energía a los procesos políticos en los que las políticas de comunicación se enmarcan. En este sentido los artículos recientes de autores como Philip Schlessinger son clarificadores.

Juan Carlos Miguel de Bustos