

La historia contada en televisión. El documental televisivo de divulgación histórica en España

HERNÁNDEZ CORCHETE, Sira (2008)

Barcelona: Gedisa

Este trabajo, dedicado al estudio del relato documental de contenido histórico en el medio televisivo, se presenta al lector con la intención de subsanar la escasez bibliográfica dedicada al análisis del documental de divulgación histórica en España, pese al aparente interés que las obras de este prolijo género despiertan en las audiencias y entre los realizadores de la pequeña y gran pantalla.

El contenido del libro se ha estructurado en dos grandes apartados, dedicados a la aproximación teórica al documental de divulgación histórica y a la indagación de sus orígenes, desarrollo y consolidación como género tanto en la realización cinematográfica internacional, como en la televisión española, respectivamente.

El primero de estos apartados trata de abordar una reflexión teórica del concepto documental y del contexto histórico en el que surge y se desarrolla esta modalidad de representación histórica, todo ello ilustrado por una escueta presentación de obras que, a la

manera de referentes cinematográficos, hubieran contribuido al desarrollo y consolidación de este género y de la temática histórica en la televisión. Con el objetivo manifiesto de esbozar las características que comparten la mayoría de los textos cinematográficos y televisivos acogidos bajo la denominación de “documentales”, la autora centra la reflexión en un breve análisis etimológico del término para, inmediatamente, adentrarse en una panorámica histórica de obras y autores que se han interrogado por los rasgos esenciales y diferenciales del género documental.

El objetivo de este primer apartado queda, sin embargo, seriamente comprometido debido a que, si bien la indagación etimológica del término documental puede contribuir a una mayor comprensión del modo en que en un momento histórico y entorno cultural determinados se organiza la forma del contenido de un término o concepto, el análisis que aquí se realiza no apunta hacia el esclarecimiento de la formación discursiva que lo acoge, ni profundiza en las formas convencionales y estereotipadas que rigen la organización de los procesos de significación, aquellas en cuyo encuadre interpretativo la obra encuentra su pertinencia y orientan la construcción de su sentido.

El libro prosigue con un repertorio de recursos argumentales mediante los cuales diversos realizadores han tratado de dar cuenta de esas prácticas discursivas que convencionalmente han sido reconocidas como documentales,

bien sea por su compromiso realista con la realidad, bien por la expectativa de movilizar el trabajo interpretativo del espectador hacia algún aspecto relevante de dicha realidad. Sin embargo, el análisis no indaga en los procedimientos y estrategias discursivas sobre las que las convenciones documentalistas construyen la representación de la realidad, bajo la expectativa de una expresión realista, verosímil o veridictoria. Tales procedimientos tienen su fundamento en la experiencia que el espectador tiene de la forma de organización del contenido practicada por otros textos cuya economía discursiva consiste, precisamente, en la negación y ocultamiento de las intervenciones practicadas en la selección y organización de los materiales narrativos y expresivos que el relato documental practica en la puesta en escena de una pretendida realidad. Desde esta perspectiva, el efecto-género-documental no es el resultado de una supuesta especificidad en su relación ontológica con la realidad, sino el efecto estratégicamente dispuesto y programado de una serie de operaciones textuales, de procedimientos discursivos compartidos con otros textos y destinados a instalar en el espectador una ilusión de realidad, un efecto característico de cada género, cuyo sentido comparte únicamente con las obras que le pertenecen. Una incursión en la organización formal de las obras que se reconocen pertenecientes al género documental hubiera permitido un análisis más pertinente de la producción y circulación de los relatos documentales en los distintos dispositivos audiovisuales, así como

la puesta en relación de los textos documentales que abordan lo histórico como objeto narrativo con las condiciones de escritura y recepción de los mismos.

El segundo apartado se centra en la elaboración de un panorama histórico del desarrollo del documental televisivo de divulgación histórica en España, con especial atención a sus realizadores, temáticas, personajes y periodos históricos, junto con una incursión en los recursos narrativos y formatos empleados para relatar el pasado histórico.

El libro introduce el objeto de su atención afirmando que la televisión “no sólo ha desempeñado una importante función en el traslado de la realidad presente, sino que, gracias a sus producciones de carácter retrospectivo y, en especial, a los documentales de divulgación histórica, también ha tenido un gran peso en la reconfiguración del pasado”. El enunciado, de carácter adversativo, parece querer llevar la atención del lector más allá de la percepción común acerca del quehacer televisivo en tanto que “traslado de la realidad presente”, para enfocarla sobre las prácticas discursivas documentales, en su modalidad divulgativa, y su función reconfiguradora del pasado histórico. Sin embargo, pese a que el enunciado introductorio delimita un campo de análisis de interés para la teoría de la comunicación y del discurso, evita nuevamente entrar en la elaboración teórica de los conceptos que maneja, así como en el análisis del discurso a partir del cual se configuran las reconstrucciones históricas que los documentales

seleccionados acometen, recurriendo a su mera inscripción en una cronología de la que parecen conjeturarse influencias, desarrollos y hallazgos formales más o menos consensuados por la crítica y el público televisivo.

Al igual que ocurre en el apartado anterior, donde la realidad de la que habla el documental se asume como algo dado, preexistente a la representación y al encuadre cognitivo del espectador, otro tanto acontece respecto de la historia, implícitamente propuesta como un repertorio de acontecimientos pasados, preexistentes y ajenos al texto cuya pertinencia y significado construye y relata. Si la memoria histórica practicada por el documental se ejercita desde el presente y se proyecta como expectativa hacia el futuro, ningún pasado está exento de la interpretación y valoración que del mismo realiza aquel que en el relato documental lo enuncia. A partir de este momento, la historia del documental histórico deja de ser una mera relación de obras, cronológicamente ordenadas y clasificadas por temas, filias y fobias, para revelarse como un proyecto de elucidación de las formas de pensamiento que las alumbró en un contexto social, económico y cultural determinado. Sólo un abordaje tal puede dar cuenta de la aparente deriva en la que están inmersas las prácticas documentales, de sus hibridaciones y mestizajes, e incluso de su propia negación en tanto que territorio discursivo netamente diferenciado del ficcional.

Eneko Lorente

La televisión pública en Europa

MANFREDI SANCHEZ, J. L. (2008)

Madrid: Fundación Autor

La televisión pública se encuentra en plena transformación. Aparecen nuevos problemas, difíciles de resolver con fórmulas tradicionales. Estamos ante un libro interesante por varios motivos. En primer lugar porque de las televisiones públicas quienes hablan son las televisiones comerciales, y, en segundo, porque se necesitan reflexiones que ayuden a definir las televisiones públicas, y, consecuentemente, a encontrar los necesarios recursos financieros en un momento en que las televisiones públicas implementan su desarrollo hacia los servicios online.

El libro comienza estableciendo modelos y etapas en las televisiones públicas y esboza una problemática fundamental, cual es la de la calidad en la televisión. La dificultad de definir y, por tanto, de medirla hace pensar en la necesidad de refundamentar el concepto de servicio público sobre bases genéricas, pero relativamente fáciles de medir, para saber el grado de cumplimiento.

En la definición de servicio público se ha pasado de la concepción *reithiana* de informar, educar y divertir a un listado de múltiples objetivos, cuyo número se incrementa a medida que pasa el tiempo.

El texto dedica su espacio fundamentalmente a estudiar

sistemas audiovisuales determinados: Alemania, Francia, Estados Unidos, España y Reino Unido. Los tres primeros son presentados muy someramente, ya que en muy poco espacio busca hacer una síntesis histórica, el modo de gestión, el panorama actual y la financiación.

Las tres cuartas partes del texto se dedican a España y Gran Bretaña. La relativa a la primera es la más interesante, porque analiza los problemas más recientes y ofrece análisis en detalle, ciertamente novedosos, desde una perspectiva crítica. Cabe resaltar la reorganización del servicio público audiovisual, desde 2004, y el nuevo marco legal (pp. 146-161). Así, en el apartado en el que se estudia la externalización de la producción de TVE se ofrecen datos y se argumenta sobre cómo dicha actividad ha sido nefasta, al menos a principios de este siglo (pp. 122-131). Si al externalizar se busca reducir costes, resulta que, al menos en determinados programas, si se hubieran producido internamente se hubiera reducido los costes en al menos un 50%. Es el caso de programas como Gran Prix. También ofrece datos sobre Operación Triunfo, en donde RTVE sólo recogió un 20% de los ingresos generados, yendo el resto a productoras como Vale Music y Gestmusic, entre otras.

En relación a España, se echa en falta alguna mención a las televisiones autonómicas, ya que estas también son públicas y participan de muchos problemas similares, como es la definición del servicio público hoy, de la justificación y alcance de las actividades *on line* que todas las televisiones han iniciado, y de las nuevas formas de organización, como

son los contratos programa y los mandatos marco, que constituyen una herramienta de gestión y de legitimación del quehacer de las televisiones públicas.

En el análisis de la televisión en Gran Bretaña coexisten las anécdotas con la descripción del sistema televisivo y de los cambios recientes. La anécdota se refiere al caso Kelly, nombre de un experto en armamento que consideraba que los informes oficiales eran algo exagerados y tenían errores importantes. Resultaba que en la BBC se recogían opiniones de algún experto, pero sin señalar ningún nombre, pero se sospechaba de Nelly, quien en un determinado momento apareció muerto, aparentemente de suicidio. Resulta que la BBC es de las pocas televisiones, al menos europeas, que a pesar de estar en un país favorable a la intervención en Irán, se recogieron diferentes puntos de vista, aunque sin revelar fuentes.

Sobre la televisión en Gran Bretaña se recogen los distintos agentes que intervienen, pero hubiera sido necesario profundizar más en los cambios, ya que no considera los conceptos sobre los que la BBC ha justificado su quehacer y su desarrollo hacia los nuevos medios online, como es el *Public Value Test*. El Informe *Building Public Value* se redacta en el 2004, y se inscribe en el proceso de renovación de la *BBC Charter*. El Informe propone usar el *Public Value Test* como el mecanismo de evaluación de las decisiones que se tomen. Para ellos estudia la predisposición a pagar de los ciudadanos (se refiere al canon), el valor del servicio ofrecido a la sociedad y el valor (*Poor Value for Money*) ofrecido por el servicio y su

relación con los costes. Además, en relación a los nuevos servicios, la OFCOM realizará un estudio del impacto que sobre el mercado tenga el desarrollo e implementación de las nuevas actividades.

El último capítulo estudia la televisión ante la sociedad de la información, considerando la TDT y las posibilidades que Internet ofrece a las televisiones públicas.

Manfredi considera que la televisión digital, junto al desarrollo hacia Internet, inicia la tercera fase en el desarrollo de las televisiones públicas en Europa, tras una etapa inicial en el que las televisiones públicas eran monopólicas, y tras la segunda etapa de coexistencia privadas-públicas. Los retos de la TDT se refieren a España y, en menor medida, a Gran Bretaña, ya que ésta es pionera en este ámbito, y a Finlandia.

En concreto, señala que la TDT permite reducir la brecha digital, ya que la totalidad de la población tiene televisión, y permite una mayor oferta de contenidos, especialmente dirigidos a públicos que considera desprotegidos, como la infancia y las minorías.

En las últimas páginas, dedicadas al desarrollo hacia Internet, el autor hace un inventario de problemas y de opiniones que no están siempre justificadas. En efecto, en la página 248 especifica que “el gasto destinado a deportes de masas o música popular tiene difícil justificación, ya que encuentra suficiente (y diversificada) cobertura mediática”. Lo piense el autor o no, no son únicamente las temáticas quienes se consideran o no de servicio público,

sino el tratamiento. Además de la existencia de informativos en radio y de prensa diaria y periódica, también las televisiones comerciales emiten informativos, películas y documentales, y sin embargo no se cuestiona la existencia de informativos en las televisiones públicas. Más al contrario, constituye una de las principales apuestas que, en concreto, realiza RTVE cuando señala que los informativos serán realizados mediante producción interna exclusivamente, ya que los informativos son como la enseña o el pabellón del barco servicio público de radio y de televisión.

Libro imprescindible para todo estudiante, investigador o trabajador relacionados con Estructura o de Economía del Audiovisual.

Juan Carlos Miguel de Bustos

Siete miradas, una misma luz. Teoría y análisis cinematográfico

MIGUEL BORRAS, Mercedes;

BERMEJO BERROS, Jesús;

CANGA SOSA, Manuel

(Coords.) (2008)

Valladolid: Universidad de Valladolid

El título de este texto, "Siete miradas, una misma luz" sugiere una cohesión y coherencia que no se ven del todo

satisfechas por los contenidos que encontramos en el interior. Tras tan sugerente título una espera hallar siete perspectivas teóricas y analíticas distintas sobre un mismo texto, o incluso sobre diferentes textos cinematográficos pero compartiendo quizás una estructura común. Sin que ello afecte a la calidad de estos ensayos, hemos de decir que lo que nos encontramos son efectivamente diferentes miradas, estructuradas de forma muy dispar, tanto en el planteamiento como en la extensión, e incluso ordenadas de manera un tanto arbitraria.

Pero al margen de estas cuestiones formales, también hemos de decir que cada uno de los autores que colaboran en este libro aporta un poquito más de luz sobre el hecho cinematográfico, que es el objeto de análisis y teorización.

Iniciamos el libro con dos aportaciones de corte histórico aunque con pretensiones bien diferentes:

Luis Martín Arias busca las razones que puedan explicar el impacto de los hermanos Lumière en la historia del cine. Ni una estrategia comercial particular ni una consecuencia lógica de su hegemonía cultural son la respuesta a la influencia y trascendencia histórica del cine de los hermanos Lumière. A través del análisis textual de las obras de los Lumière y de otros pioneros, como Edison y Skladanowsky, pretende explorar en el ámbito de la estética para hallar así la clave a su pregunta. Sorprende el análisis del autor acerca de la inmovilidad de la cámara de los Lumière, y cómo al final el valor de su cine se centra, desde su

punto de vista, en un exceso de lo real en la imagen en movimiento.

José-Vidal Pelaz López y Pablo Pérez López se acercan no a la historia del cine sino a la forma que tiene el cine de enfrentarse a la historia. Dentro de la categoría de los filmes de "reconstitución histórica" seleccionan *Trece días*, de Roger Donaldson (2000), con el fin de observar cómo la película aborda un momento concreto y ofrece su propia interpretación de los hechos.

Los autores contextualizan la situación histórica que derivaría en esos 13 días de crisis internacional que se producirían con motivo de la instalación de varios misiles soviéticos en suelo cubano. Una vez situados en ese periodo de la Guerra Fría nos ofrecen las diferentes versiones sobre el conflicto, para tratar de dilucidar cuál es la tesis final que sostiene el film y cuál es la visión que de ese acontecimiento del pasado se está ofreciendo al espectador del presente.

"La poética del cine" es el título del tercer ensayo, escrito por la, a su vez, coordinadora del libro, Mercedes Miguel Borrás. La autora trata de penetrar en la expresividad del lenguaje cinematográfico, y con ese propósito aborda el tema tanto desde la poética inherente a la propia naturaleza del discurso cinematográfico, como a través de las adaptaciones de textos literarios al cine. Para el primer planteamiento se vale de dos filmes aparentemente distantes como *Ladrón de bicicletas* (V. De Sica, 1948) y *El apartamento* (B. Wilder, 1960), unidos ambos por la misma esencia poética.

En el caso de las adaptaciones literarias inicia su recorrido con un

breve repaso al filme de Kubrick *Lolita* (1962), y profundiza en las mismas a través de dos análisis más exhaustivos de *Campanadas a media noche* (Welles, 1965) y *Apocalypse Now* (Coppola, 1979).

Manuel Canga analiza en su texto el film *La huella*, de Joseph L. Mankiewicz (1972).

En su caso, parte de la Teoría del Texto desarrollada por González Requena y busca desvelar el sentido de esa experiencia que el artista desea compartir con nosotros.

Su análisis muestra aspectos de la obra tan sugerentes como en ocasiones enigmáticos: las referencias al número dos y a la temática del doble; el deseo, el sexo y el poder como ejes y motores de la estructura del relato; la serpiente como elemento simbólico connotada malignamente a través de su puesta en escena.

Este ensayo revela tanto las metáforas del sexo como el manierismo de la historia y su representación. Como en un espejo, la mirada de Canga nos devuelve la imagen de una obra más lúcida, más rica y sugerente.

El quinto ensayo se lo debemos a Francisco Javier Plaza, y no tanto por su brevedad, apenas tres páginas, sino porque su planteamiento creemos debería estar situado al inicio de esta obra.

El autor hace un recorrido por las teorías y autores que prácticamente desde el origen del cine han ahondado en su naturaleza e indagado en sus particularidades. Especialmente interesantes son sus reflexiones sobre el cine como arte de síntesis e intertextualidades, así

como los ejemplos que ilustran estas conexiones. Y al final la pregunta clave: ¿Por qué nos gusta el cine?

José Luis Cano de Gardoqui García aborda desde el campo teórico de la estética filmica la doble condición del espectador. El autor nos dibuja un cuadro donde el cine es objeto de diversas teorías y no deja de indagar sobre su propia especificidad. En palabras del propio autor, este ensayo “trata, pues, de los diversos planteamientos formulados en el panorama de las teorías de cine en el esbozo o constatación de la existencia concreta del espectador de cine a través de esta dinámica comparativa de la especificidad filmica de carácter estético respecto a otras artes, medios de expresión y espectáculos”.

También del espectador trata el último ensayo de Jesús Bermejo Berros, aunque desde una perspectiva diferente. Parte de la premisa de que el filme necesita del espectador para completar su significado y su sentido. Tomando como objeto de análisis la película *Historias mínimas*, de Carlos Sorín, y a través de una investigación psicopragmática, analiza las respuestas de 62 espectadores tras su visionado. Aunque sus conclusiones no sean en absoluto sorprendentes, probablemente no podían serlo, la metodología que aplica resulta muy interesante y novedosa. Al final, el espectador, como *homo symbolicus*, construye el sentido del film porque ambos son piezas ensambladas en una misma maquinaria productora de símbolos, significados, emociones e interpretaciones diversas.

“Siete miradas, una misma luz” ofrece siete puntos de vista distintos, algunos más teóricos, otros

más ligados al análisis, todos ellos reflexivos e incluso en algunos aspectos coincidentes. En cualquier caso, es un texto que da fe de que pese a la mucha tinta vertida en torno al cine en su más de un siglo de vida, todavía no se ha dicho todo y es posible seguir alumbrando un poco más este arte de contar historias con la luz.

Flora Marín

Historia de la publicidad

CHECA GODOY, Antonio (2007)

A Coruña: Netbiblo

En un sector cada vez más complejo y dinámico como es el de la Comunicación y las Ciencias Sociales, asistimos en las últimas décadas a la proliferación de textos que se interesan por el análisis, la investigación y la documentación de su historia. Si hay una parcela de la historia de la comunicación que desata pasiones, esa es la de la historia de la publicidad, la evolución de sus formas, de sus sistemas y sus procesos.

El interés por la publicidad ha crecido de forma espectacular en las últimas décadas, y la necesidad de integrarla como disciplina académica ha hecho necesaria la demanda de nuevas investigaciones y bibliografías renovadas que complementen textos anteriores y reemplacen trabajos obsoletos.

Los profesionales de la publicidad no acostumbran a escribir

sobre su oficio y sus rutinas profesionales, y es tarea del investigador la de rescribir y documentar su historia. Los textos históricos sobre publicidad producidos en los últimos años se dirigen a un lector particular y concreto que es el alumnado de los centros y facultades universitarias que imparten estas titulaciones de comunicación. Es en este espacio donde debemos ubicar el texto “Historia de la Publicidad” del profesor Antonio Checa Godoy. Con un marcado carácter académico, el autor hace un recorrido de los últimos 150 años de la historia de la publicidad. Se detiene brevemente en los antecedentes de su prehistoria para dar paso a los orígenes de la publicidad moderna, la conformación del primer cuerpo teórico y fundamental de la “ciencia publicitaria”, el arte del cartel, el nacimiento de las profesiones y la industria publicitaria, su expansión y su apogeo en “la edad de oro” de la sociedad de consumo y postconsumo. Incorpora ilustraciones que facilitan y amplían la comprensión del texto. Una historia de la publicidad que es necesario leer y ver al mismo tiempo para comprenderla en todas sus dimensiones. Documentar la historia de la publicidad es un reto ambicioso. No sólo se trata de la historia de los anuncios; es necesario revisar la historia de los procesos productivos, la evolución y conformación de la industria y el sistema publicitario, el desarrollo de su cuerpo teórico y sus técnicas.

Ha sido habitual en este tipo de textos vincular la evolución de la publicidad con su correlato, el consumo. Las relaciones entre

publicidad y consumo son evidentes y es objetivo de esta obra señalar alguno de esos lugares donde se entrecruzan los cambios en las formas y tipos de consumo y su relación con los mensajes y valores que la publicidad ha marcado. Este texto presenta una originalidad añadida, ya que se completa con una breve historia de las relaciones públicas, un concepto de comunicación que siempre ha estado unido de forma latente a la publicidad, sobre todo en los Estados Unidos. Curiosa herencia, ya que son los investigadores norteamericanos los primeros que se preocupan de la reconstrucción de la historia de la publicidad y de las relaciones públicas.

Con esta publicación, el profesor Antonio Checa intenta corregir esa trayectoria, otorgándole a la publicidad europea el lugar que se merece en la historia de la comunicación.

Patxi Doblaz

Economía y rock: la influencia de las relaciones internacionales y la economía mundial en el rock

GARCÍA LUPIOLA, Asier (coord.) (2007)

Bilbao: Servicio Editorial UPV/EHU

La música popular contemporánea es un conglomerado de prácticas discursivas de hondos raíces en lo social, uno de los fenómenos culturales más interesantes de las últimas cinco décadas. La pasión y emoción que despierta en el oyente o fan se equilibra con su alta capacidad para la cohesión social en grupos de pares, definidoras de variadas y ricas identidades colectivas como las tribus urbanas, por ejemplo.

El rock tiene una esencial naturaleza de movimiento protesta, que históricamente le ha servido y le sigue sirviendo para ejercer como instrumento de denuncia ante las desigualdades provocadas por el orden político y económico establecido.

El libro trata de analizar este estilo musical popular en su contexto internacional, caracterizado por el capitalismo salvaje y las teorías posmodernistas, para estudiar de manera práctica su potencial como elemento de crítica al sistema sociopolítico, y las desigualdades económicas que asolan el mundo.

En su primera parte, el texto realiza una revisión histórica y política esclarecedora de las últimas cinco décadas, que han contextualizado el nacimiento y desarrollo del rock. Es decir, se resumen los tipos y modos de las teorías o posibilidades de pensar el desarrollo humano, desde la lógica consumista del capitalismo hasta las nuevas opciones que vienen del Sur, como la teoría del crecimiento personal.

Tras esto, los autores se adentran en el rock como fenómeno cultural y social y lo inserta en las condiciones productivas y de vida de

la sociedad contemporánea. En primer lugar, se realiza un resumen histórico, ciertamente útil, que pasa por la génesis del rock and roll, resume el movimiento hippy, la psicodelia, el rock progresivo de los setenta, el punk, el heavy de los ochenta, el britpop y el grunge de los noventa, así como claves del rock futuro más próximo. Más tarde, se analizan los detalles que convirtieron al rock en un estilo musical más universal que otros, con una audiencia heterogénea en un contexto de crecimiento económico y bienestar social. En esta situación comenzaron a extenderse ciertas fórmulas de inconformismo y oposición política como el Folk, el punk y su respuesta mediante la censura de ciertos contenidos, letras e imágenes en los diferentes medios de comunicación.

La monografía termina con un caso práctico, el de la mítica banda australiana Midnight Oil. Su trayectoria a través de 25 años de discos, letras y canciones, hermanadas con un compromiso político activo, ha sido ejemplar de cómo lo local puede convertirse en denuncia global. En 2004 su cantante, Peter Garrett, ponía fin a la carrera de esta formación musical para asumir mayores responsabilidades en este último sentido. Se analizan en el texto multitud de letras de canciones, comparándolas con la situación política australiana: la lucha de los aborígenes por recuperar su dignidad en forma de plenos derechos de ciudadanía en 1976.

Ana María Sedeño Valdellós

Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una Ciencia de la Comunicología Posible

**GALINDO CÁCERES, Jesús (coord.)
(2008)**

Madrid: McGraw Hill

Pese a lo que el coordinador de este trabajo colectivo afirma sobre la dependencia de las ciencias sociales en América Latina con respecto a Europa y Estados Unidos, uno no puede sino alegrarse por el hecho de encontrar una nueva aportación latinoamericana en el campo de la comunicación. Esta obra viene así a mostrar, nuevamente, la intensidad de la reflexión sobre la cuestión en dicho subcontinente.

Tenemos entre manos el fruto de un proyecto ambicioso, como es el de contribuir a que la comunicación no sólo sea un campo de estudio para diferentes disciplinas, sino que pueda ser indagado por una disciplina propia: la comunicología. Este libro es así un paso más en el quehacer del Grupo hacia una Comunicología Posible (GUCOM), nacido como resultado del trabajo iniciado en 2001 en la Universidad Veracruzana. Cuenta Jesús Galindo en la introducción que en aquel año se propusieron, dentro del programa de doctorado, “construir un mapa de

las teorías de la comunicación” para poder ubicar en él los diferentes proyectos de tesis. Ello conllevó un primer análisis bibliográfico de los trabajos básicos sobre comunicación, y a partir del mismo se fueron perfilando lo que configurarían las familias teóricas que han trabajado ese campo; las cuales darán origen a las nueve líneas o fuentes que se analizan en esta obra.

Siendo como es un proyecto vivo, el libro supone un paso más en el proyecto citado. Se trata, en este caso, de hacer una historia de las aportaciones de las diferentes disciplinas al estudio de la comunicación, para, en un segundo momento, proceder a un trabajo de epistemología. Esta combinación metodológica buscará así avanzar en el desarrollo de la propuesta general.

Un esquema común recorre el análisis de las nueve fuentes o disciplinas estudiadas: así, tras una visión general de cada disciplina, se desgranar las principales aportaciones de la misma al estudio de la comunicación, destacando autores y trabajos básicos, analizando las posibilidades que dichas disciplinas ofrecen para la construcción de una ciencia de la comunicación, y finalizando con una completa bibliografía, tanto comentada como general y complementaria, en cada capítulo.

Es de esta manera como, bajo este esquema común, las y los diferentes autores (además de Jesús Galindo Cáceres, Marta Rizo García, Héctor Gómez Vargas, Carlos Emiliano Vidales Gonzales, Tanius Karam Cárdenas y Roberto Aguirre Fernández de Lara, todas ellas y ellos

procedentes de universidades mexicanas y miembros del GUCOM) analizan una a una nueve posibles fuentes teóricas para fundamentar su proyecto: la Sociología Funcionalista, desde sus fundadores, como Parsons y R.K. Merton, hasta los estudiosos de la comunicación, como Lasswell, Lazarsfeld y C. Wright; la Sociología Fenomenológica, desde las bases puestas por Husserl, Schütz, Berger y Luckmann, hasta la Escuela de Chicago, G.H. Mead y Goffman; la Sociología Crítica, con el aporte general de la Escuela de Frankfurt y su peso en los estudios sobre comunicación; la Sociología Cultural, partiendo de los Estudios Culturales británicos (tanto de los antecesores como Arnold, T. S. Elliot, Williams, Hoggart, etcétera, como del Center for Contemporary Cultural Studies de Birmingham), pasando por los estudios de la cultura desde el marxismo (autores como E. P. Thompson), o incluso la antropología (Geertz), y desembocando en las aportaciones latinoamericanas, como Martín Barbero y García Canclini, entre otros. Prosigue el libro con la revisión de las aportaciones de la Economía Política (Schiller, Murdock, Holding, Garnham y el equipo de la Universidad del País Vasco encabezado por R. Zallo), y su influencia en el debate latinoamericano sobre la dependencia comunicativa y académica; con la Psicología Social, desde el interaccionismo simbólico hasta Bourdieu; con la Semiótica, desde los clásicos Saussure y Peirce hasta Eco o Lotman; con la Lingüística, arrancando de nuevo con Saussure y el Círculo de Praga y desembocando en Wittgenstein, Austin y otros; y, finalmente, con la

Cibernética, la fuente más joven de las analizadas, desde Wiener hasta Palo Alto.

Como puede fácilmente deducirse de lo expuesto, el equipo encabezado por Jesús Galindo Cáceres, en su labor fundamentadora, nos ofrece una obra que permite una doble lectura: de un lado, como reflexión sobre la necesidad de una ciencia de la comunicación; de otro lado, como libro de referencia de diferentes autores y líneas de investigación, especialmente válido para calibrar la aportación de las diferentes disciplinas a nuestro campo de estudio.

Lo hace, además, poniendo a nuestra disposición una bibliografía, clasificada y en numerosas ocasiones calificada, francamente atípica: no sólo por su exhaustividad, sino también por la gran presencia de obras publicadas en español (tanto de autores de la Península Ibérica y de América Latina, como de traducciones a esta lengua). Realmente llama la atención la presencia de estas ediciones, en una época en que parece que lo fundamental se publica en inglés; y es que, como afirma el propio Galindo, “la ciencia suele presentarse como un lenguaje universal; pero no es así del todo, tiene marcas nacionales, se escribe en lenguas nacionales y se exporta a partir de esas marcas” (pág. XXIV).

Para finalizar, si bien debemos calificar el trabajo de exhaustivo, no podemos ocultar nuestra extrañeza por la no presencia de la obra de J. Habermas en algunas de las fuentes que pueden contribuir a una

Comunicología Posible. Si bien muchos de sus trabajos son citados en la bibliografía, creemos que las aportaciones de este frankfurtiano de segunda generación, en el ámbito de la construcción de eso que entendemos como espacio público y en el de la teoría de la acción comunicativa, bien podrían haber sido objeto de análisis, tanto al referirnos a la Sociología Crítica como a la propia Lingüística. Esta –en nuestra opinión– carencia no desmerece, ni muchísimo menos, el espléndido trabajo publicado; lo que sucede es que la profusión de focos que iluminen las aportaciones al estudio de la comunicación hacen más evidentes, al contraste, las partes ocultas.

En todo caso, un loable trabajo.

Josu Amezaga Albizu

*El candidato.
Manual de relaciones
con los medios
(para políticos y
periodistas)*

**HERRERO, Julio César y RODRÍGUEZ
CHULIÁ, Amalio (2008)**

Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

En un momento en que los debates políticos acaparan un gran atención mediática y en que la imagen de los políticos se analiza minuciosamente

por parte de los profesionales, la publicación de “El candidato. Manual de relaciones con los medios” puede despertar el interés de los personajes públicos y no tan públicos. Los periodistas Julio César Herrero y Amalio Rodríguez son los autores de este libro presentado como un manual para los políticos que deben enfrentarse a medios tan familiares y a la vez tan desconocidos en sus entrañas como son la radio y la televisión. No parece intención de los autores teorizar sobre los medios, ni sobre el lenguaje televisivo, ni sobre el discurso político, sino más bien aconsejar a los lectores –aunque el destinatario modelo sea un político– sobre la mejor manera de relacionarse con los profesionales y con el propio medio televisivo.

Lo cierto es que, mientras en Estados Unidos abundan este tipo de publicaciones, en el Estado español se aborda este tema desde un punto de vista más teórico, por lo que este manual viene a llenar un hueco en la praxis de las relaciones entre políticos y periodistas. De hecho, tras la publicación de este libro los autores ya han sido entrevistados en diferentes medios, aprovechando la vorágine informativa en torno a las últimas elecciones y, en particular, en torno a los dos debates televisivos protagonizados por Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy.

Julio César Herrero, además de periodista en la cadena Onda Cero Radio, es profesor de la Universidad San Pablo CEU, especializado en el área del marketing político y colaborador del Gabinete de Prensa de la Fundación Príncipe de Asturias y de la Fundación Pablo Iglesias, donde asesora a políticos en

telegenia, discurso público y relaciones con los medios de comunicación. Por su parte, Amalio Rodríguez Chuliá, es licenciado en Ciencias de la Información y trabaja como director y guionista de distintos proyectos audiovisuales.

El libro consta de poco más de 150 páginas y está escrito con un lenguaje claro y sencillo al alcance del público en general. De esta forma, todos aquellos que estén interesados en el tema lo pueden leer sin dificultad, ya que no se necesita conocer la terminología mediática. Además, para aligerar aún más la lectura, los autores recuadran en cada capítulo varias recomendaciones que, a veces, resultan demasiado obvias, como cuando dicen que para afrontar una entrevista “tanto el periodista como el político deben documentarse”, o que el trabajo en televisión “es un trabajo de equipo”.

Aunque en el título se apostille que se trata de un manual de relaciones con los medios para políticos y periodistas, nos parece que es más apropiado para políticos poco familiarizados con los medios audiovisuales, y para el público que no conozca las entrañas de los platós de televisión o los estudios de radio. Para los periodistas e incluso los alumnos que salen de las facultades de Ciencias de la Comunicación lo que se cuenta en este libro les es ya familiar, excepto alguna anécdota que puede ser desconocida y que agiliza la lectura del libro.

A lo largo de los once bloques en que se divide esta obra se van desengranando los entresijos de los

programas de radio y televisión. Así, en el primer bloque “El político y la televisión” se explican algunas de las funciones del personal de televisión y los elementos de que se compone un programa. Los autores aconsejan a los políticos que si quieren salir en los medios deben “dar juego” porque, de otra forma, no les vuelven a llamar. Desde luego, dentro del espectáculo que es la televisión, el político que da juego y es polémico es requerido por los medios pero, lo que no se dice, es que los políticos de primera fila, como presidentes, ministros o consejeros, tienen siempre abiertas las puertas de los medios de comunicación.

En el segundo bloque “Las formas de la televisión” los políticos disponen de una serie de consejos para enfrentarse a las cámaras relacionados con el maquillaje, el vestuario, las miradas, etc. Le sigue “La entrevista en televisión” con varias recomendaciones que pueden resultar interesantes para los políticos a la hora de preparar estos encuentros mediáticos con los periodistas. En los sucesivos capítulos los autores explican cómo se transforman las declaraciones de los políticos en “totales”, los tipos de declaraciones y de preguntas y la mejor manera de responder a ellas.

También exponen una serie de sugerencias sobre cómo acudir a un estudio de radio o cómo relacionarse con los periodistas. En el bloque “El lenguaje verbal y no verbal” el lector encontrará varios consejos sobre la mejor manera de hablar y de comportarse ante los medios de comunicación y ante el público en general. Tampoco olvidan los

autores el tema del humor al que dedican un capítulo y los debates en televisión, donde desglosan lo que denominan los once “principios fundamentales del buen polemista” y que, a buen seguro, serán de interés para aquellos que se dediquen o pretendan dedicarse a la política. El manual se cierra con un capítulo dedicado a Internet en el que hacen un breve recorrido por las páginas *web* de los tres principales partidos estatales, y señalan el potencial de la red para adquirir y retener una gran base de seguidores o votantes.

Nos parece extraño que los autores no mencionen el hecho de que desde las elecciones del año 2003, los grandes partidos lleven sus propias cámara a los actos políticos para suministrar las imágenes de forma gratuita a las cadenas de televisión para emitirlas en sus informativos. De esta manera, las relaciones entre periodistas y políticos cambian de modo radical al ser la propia fuente la que elabora el vídeo de la información que recibe el espectador. También hemos echado de menos la publicación de bibliografía sobre este tema que puede ser de gran utilidad para periodistas, políticos y asesores, como pueden ser los libros “Marketing político”, de Lourdes Martín Salgado (2002), “Tú eres el mensaje”, de Roger Ailes (1993), ex asesor de Ronald Reagan y Nixon, o “Vida política y televisión”, de José Miguel Contreras (1990), entre otros.

Marian González Abrisketa

Crítica feminista y comunicación

**SÁNCHEZ LEYVA, María José y
REIGADA, Alicia (coords.) (2007)**

Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

Resulta gratificante poder leer las últimas tendencias e investigaciones feministas en el ámbito de la comunicación, teniendo en cuenta la escasez de las mismas y, por el contrario, la basta producción de estudios feministas en otras disciplinas como historia, filosofía o ciencia política.

Además, problemas derivados del aislamiento de los “estudios de género”, como si de un campo aislado se tratase, y problemas relacionados con la reducción de la teoría feminista al análisis de género, o con la utilización de la noción del mismo como sinónimo de mujer, han limitado y simplificado, e incluso ninguneado, mucho los estudios de crítica feminista en este área social.

El hecho de que los 9 artículos que forman esta obra sean investigaciones en curso y llevadas a cabo por jóvenes autoras, le da, si cabe, un mayor interés y actualidad a este libro. Un libro actual pero también complejo, que pone el dedo en la llaga sobre algunos de los problemas teóricos que están marcando las líneas de debate del movimiento feminista contemporáneo.

Las 272 páginas que componen este ejemplar cuentan además con la valiosa introducción de Michèle Mattelart, pionera y

referente fundamental en este tipo de estudios, que junto con el artículo de una de las coordinadoras del mismo, María José Sánchez Leyva, y con el de Elena Casado, conforman una primera parte teórica e introductoria.

Mattelart sitúa en líneas generales lo que han sido las diferentes etapas y escuelas por las que ha pasado la teoría feminista en los procesos comunicativos, no sin citar los obstáculos que han estado presentes en la historia de estos estudios. Por su parte, María José Sánchez, en su “Orientaciones. Comunicación, cultura y sentido”, estudia el género y su representación estereotipada en los medios y en la sociedad. Aunque valora positivamente el aumento de la presencia de la mujer en lo público, alerta, sin embargo, del tratamiento que se hace de la mujer como madre, esposa, para concluir señalando: “Si en la elaboración de representaciones que pretenden ser nuevas se activan los mismos presupuestos y representaciones discriminatorias anteriores, el sentido no varía”. Por su parte, Elena Casado, en su artículo “La des/reconstrucción de la comunicación en las sociedades de la información”, se apoya en teorías feministas de autoras como Donna Haraway o Judith Butler para redefinir el concepto de comunicación en las sociedades actuales.

La segunda parte del libro es más amena y en ella se detallan los estudios en marcha de las restantes autoras. Así, María L. Ruido, en su estudio “Just do it. Cuerpos e imágenes de mujeres en la nueva división del trabajo”, analiza la representación del trabajo de las mujeres en el cine a lo largo de la

historia: desde la primera cinematografía clásica hasta el cine contemporáneo, incluyendo algunos de los cambios más radicales en términos feministas llevados a cabo por algunas realizadoras.

Irene García investiga sobre *“Las mujeres y el trabajo en las series de televisión. Cambio social y narrativas televisivas”*, y analiza el cambio y evolución de la mujer en la sociedad gracias al feminismo. En su estudio también incluye las transformaciones producidas en los entornos laborales a partir de los cambios socioeconómicos. La autora ha estudiado dos series de ficción, como son *Ally McBeal* y *Yo soy Betty la Fea*, para llegar a concluir que la presencia de las mujeres en estas series de televisión se ha diversificado y ampliado, pero que sin embargo todavía existen determinados estereotipos difíciles de eliminar, como es el hecho de que estas mujeres trabajadoras sigan considerándose incompletas si no tienen pareja, que la belleza siga siendo una exigencia para la mujer y que determinadas temáticas de género o bien sean ignoradas o se identifiquen como problemas individuales o de clase.

Cristina Vega, en su estudio *“Atender lo personal. El trabajo afectivo en los servicios domiciliarios”*, alude a un tema especialmente importante, y muy pocas veces estudiado y valorado, como es la importancia del trabajo comunicativo de la mujer en puestos de atención como son enfermera, teleoperadora, dependienta y, especialmente, trabajadora social. Puestos de trabajo a día de hoy imprescindibles, pero

que siguen siendo relegados en la mayoría de estudios de ese tipo.

Carmen Romero, por su parte, estudia *“El exotismo de los cuerpos y la fetichización de la mirada en la producción de las “mujeres inmigrantes” como “otras”*. Es decir, la producción de cuerpos que en distintas situaciones son reconocidos como propios de “mujeres inmigrantes”. Así, ser reconocida como mujer inmigrante depende, entre otras cosas, de tener unas determinadas características corporales, cierta pigmentación diferente a la nuestra-ciudadanos y vestir de una determinada forma.

Vanesa Sáiz Echezarreta estudia el papel de la mujer en la producción publicitaria gráfica de diversas ONGs españolas de 2000 a 2005. La autora concluye su estudio destacando el continuismo y estancamiento de la publicidad en ciertas concepciones mitificadas sobre las mujeres, sobre todo destacando la continua reiteración de la mujer como víctima, siempre dependiente y a la espera, y que sigue considerando la maternidad como destino. Así se hace imposible crear un discurso sobre las relaciones de género y mucho menos esperar una perspectiva feminista de la publicidad en este tipo de organizaciones no gubernamentales.

Quizás sea el trabajo de María Cunillera el más curioso por diferente ya desde su título: *“Mujeres devoradoras. Un recorrido del surrealismo a nuestros días”*. La autora, a través de su estudio de la mujer como “mantis religiosa”, como devoradora, revoluciona un poco la denominación de “femenina” que la

mayoría de las veces se asocia a la mujer. Un paseo por cuadros de Picasso, Dalí, Giacometti...estudiará las mujeres devoradoras, castigadas e incluso mujeres de cuerpos deformados. También se estudia el trabajo de algunas artistas en su representación de mujeres caníbales. La autora ciertamente destaca el potencial insospechado que tienen ciertos estereotipos, que en cualquier momento pueden ser vestidos por aquellas a quienes se imponen.

En definitiva, estamos ante una obra que requiere de tiempo y reflexión, pero al mismo tiempo necesaria para actualizar y profundizar en los estudios feministas en este ámbito de la comunicación.

María Ganzabal

Azotes y Galeras. *Mariano de Cavia*

**ANGULO EGEA, María y
LEAL BONMATI, María del Rosario
(ed.) (2008)**

Zaragoza: Asociación de la Prensa de Aragón

Tal y como se recoge en la contraportada, *Azotes y Galeras* pretende servir de homenaje al periodista aragonés Mariano de Cavia. Las autoras, ambas doctoras en Filología Hispánica, contextualizan primero al periodista, su obra y su época, para luego ofrecernos una selección de sus artículos, exactamente 38,

publicados en el periódico *El Liberal* entre los años 1887 y 1890, en una sección que llevaba por título “Los platos del día”. Cavia insiste en la imagen de la cocina cuando, en el prólogo que escribió en agosto de 1890 para su primera edición, convida al lector a *Azotes y Galeras*: “Porque si mi comida es pobre, procuro, en cambio, que sea un tanto variada. No soy un Lúculo ni un Trimalción. Gracias si llego a ser un mediano cultivador del *Arte de aprovechar las sobras*”.

El libro siente la necesidad de justificarse y deriva inevitablemente en el elogio a la figura del periodista: “El estilo de Cavia es un alarde de inteligencia, buen humor, distanciamiento de la realidad, de saber conjugar los elementos necesarios para que el lector entre y quede sujeto a su prosa visual y directa”. Y sin embargo, no debería sentir la necesidad de justificarse: el perfil de Mariano de Cavia muestra un mundo hecho de periódicos por cronistas. Es decir, al mostrar a Mariano de Cavia, que es el objetivo del libro, se muestra la evolución de la prensa y de los géneros periodísticos.

María del Rosario Leal agrupa los artículos por temas, esto es, extrae de los artículos las ocupaciones y preocupaciones de Cavia, y las ilustra con ejemplos. Lo presenta republicano y antimonárquico en primer lugar. En segundo lugar, recoge que “no se amedrenta a defender o criticar lo español, comparándolo con los valores extranjeros. Demuestra un profundo conocimiento del mundo cultural europeo y americano y lo aprecia en su justa medida,

reconociéndolo”. Advierte su defensa de la pureza de la lengua castellana. En cuarto lugar, su crítica a la política española, expresada entre otros textos en el titulado *La gran mojiganga*: “Ante la gran mojiganga parlamentaria de Madrid, pierde todo su jocoso interés la gran mojiganga taurina de París; y es de notar que siendo la primera un remedo de la segunda, el plagio supera al original... en fuerza cómica”. La relación del periodismo y la publicidad, la dependencia del primero hacia la segunda es otro de los temas recurrentes. También la investigación, la ciencia, y las *Armonías (sin h) entre la ciencia y la fe*, título de uno de sus artículos. Por último, la literatura, su pasión de lector, su devoción por Cervantes, en especial por Don Quijote, y la influencia que recibe de Larra en su escritura.

Los temas que ocupan a Cavia en sus artículos, como se puede apreciar, permanecen. Los rasgos de estilo, diversidad de fuentes, interpelación al lector, diálogos, alusiones al mundo de la política, referencias a autores clásicos, también se mantienen en los géneros de opinión. Y sin embargo, el ingenio del periodista, su erudición, su honestidad periodística, todas las cualidades con las que se justifica el libro, resultan inevitablemente difíciles de rastrear en los artículos, porque la actualidad informativa resiste mal la erosión del tiempo. “¿Por qué se recogen –se dirá– cosas que sólo duraron el espacio de una mañana?”, se pregunta Mariano de Cavia en la portada del libro. Y en la misma portada se responde: “Por lo mismo que se recogen y conservan

las rosas secas entre los cartones de un aficionado a la botánica. Estas colecciones vienen a ser colecciones de herborista literario”.

María José Cantalapiedra

Prensa i nacionalismo. El periodismo en la reconstrucció de la identitat catalana

FIGUERES, Josep M. (2008)

Barcelona: Fundació Ramon Trias Fargas.
Enciclopedia Catalana. Monografies Pòrtic

A través del libro *Prensa i nacionalismo. El Periodismo en la reconstrucció de la identitat catalana*, Josep M. Figueres consigue, por medio de un amplio recorrido histórico y el análisis de casos y situaciones parciales, una obra en la que se puede contemplar la vertebración entre el periodismo y la lucha por la identidad catalana y las ideas del nacionalismo catalán. Una larga y costosa tarea de reconstrucción de esa identidad, a partir de las primeras publicaciones en lengua catalana desde finales del siglo XIX hasta nuestros días.

A lo largo de este texto aparece una clara demostración: la prensa catalana ha jugado históricamente un importante papel en la recuperación de la identidad catalana. Sin embargo, a pesar de

esta constatación, la prensa catalanista no ha jugado nunca un papel hegemónico en Catalunya, si exceptuamos en algunas comarcas donde llegó a tener una influencia importante. Un ejemplo paradigmático es el de *La Vanguardia*, que representa la implantación de un diario de lengua castellana en Catalunya.

Una defensa del catalanismo entendido como superación del provincialismo de finales del siglo XIX y la recuperación del idioma como instrumento de comunicación, que se empieza a forjar a finales del siglo XIX y que sufrirá todos los avatares políticos de una etapa tan convulsa como es esa hasta nuestros días.

El catalanismo de finales del XIX se concibe como una teoría de comportamiento político y social, pero respetuoso con las particularidades del territorio. Un catalanismo oercibido como un todo entre Barcelona y las comarcas. El *Diari Catalá* jugará un papel esencial en la defensa de este catalanismo.

En esta época ya, sin embargo, no hay que olvidar un hecho importante: cuando aparecen diarios en lengua catalana existen periódicos de todo tipo de difusión en lengua castellana. Figueres cifra estos datos en 92 publicaciones en lengua catalana y 472 en lengua castellana.

Desde sus mismos inicios, la prensa catalana comienza a tener una entidad y una significación propias y nace con una finalidad estrictamente ideológica. Los periódicos se convierten en instrumentos dinamizadores de la vertebración del pensamiento y la práctica política del catalanismo.

A lo largo de todo ese recorrido, que pasa por la prensa en la I y II República, la guerra civil y sus incautaciones, el despuntar de un nuevo tipo de prensa a lo largo de la postguerra, la prensa clandestina de corte nacionalista a lo largo de toda la dictadura franquista, los últimos años de la dictadura y los primeros de la transición política, y el inicio de la recuperación de la prensa en lengua catalana hasta los años 80, el libro de Figueres marca una rica trayectoria.

Junto con este interesante recorrido encontramos epilogos con aportaciones de otros autores, en los que reflexionan sobre temas tan importantes como el auge de las radios libres de los años 80, el fracaso del diario *Avui*, el papel de la concentración empresarial de las últimas décadas y su influencia en los contenidos, sobre todo en lo que respecta a las reivindicaciones nacionales.

Al final quedan los datos para la reflexión: ¿qué interrelaciones existen entre ideología y medios de comunicación? ¿por qué una sociedad que busca con fuerza su espacio cultural y reivindicativo catalanista está gobernada por medios de comunicación castellanos que difunden en lengua castellana?

Unas claves que se van desgranando a lo largo de la obra, en la que podemos encontrar, al final, dos aportaciones reivindicativas sobre la prensa catalana archivada en Salamanca después de ser expoliada por las brigadas franquista al finalizar la Guerra Civil, y sobre la importancia que para el autor tiene la aplicación de recursos públicos

para la conservación de los fondos hemerográficos de Catalunya.

José María Caminos Marcet

Mitos Globales y Alteridad. Una mirada crítica sobre el poder mediático y el conflicto intercultural

CAMIÑAS, Tasio (2008)

Barcelona: Los libros de la Frontera

Este pequeño ensayo de Tasio Camiñas, profesor de Comunicación Audiovisual en la Universidad de Málaga (sustentado en su tesis doctoral “Los medios de comunicación como soporte de la propaganda: El caso del 11-S en la prensa diaria española de referencia, a través de los expertos”), se inscribe en la ya extensa tradición de obras críticas con el papel de los medios de comunicación occidentales en este nuevo siglo. Mediante una recopilación sistematizada de autores y teorías (su principal aportación), Camiñas argumenta sólidamente la importancia adquirida por los massmedia globales al difundir, en claves netamente positivas, los episodios bélicos y propagandistas que emprenden las nuevas potencias, como ha sido el caso de la última invasión de Irak por parte de las fuerzas aliadas dirigidas por Estados Unidos. Como señala el autor, “las

noticias en el mundo actual llegan a más individuos que en cualquier otra época, sobre todo gracias a la televisión e Internet pero, a su vez, los medios han dejado de ser los vigilantes del poder para convertirse en un poder omnimodo, que carece de contrapoder y cuyo objetivo es entretener al *rebaño*, crear consenso social y obtener beneficios en el mercado global”. El argumento nos remite, sin duda, a uno de los referentes teóricos de esta obra: hablamos del imprescindible “*Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*” (Noam Chomsky y Edward S. Herman, Crítica. Barcelona, 2001), ensayo central para la elaboración de una metodología de trabajo por parte del autor.

Camiñas ha ampliado el número de medios consultados en su tesis (esencialmente los rotativos españoles *El País* y *El Mundo*) a periódicos occidentales de influencia contrastada (*The New York Times*, *The Washington Post* y *Le Monde*) pudiendo corroborar así que los mensajes de los expertos y los actores principales tienen un componente propagandístico importante siguiendo las directrices que ha marcado la Administración Bush con sus discursos. Nada nuevo bajo el sol: el “nuevo orden mundial” no es sino una copia modificada de la vieja doctrina que Estados Unidos viene aplicando en sus Administraciones desde la época de Harry S. Truman. Lo que contextualizado en el ámbito mediático, nos lleva a volver a referirnos a unos medios de

comunicación cuya libertad queda supeditada a los beneficios de sus propietarios y a la inculcación de una serie de valores, creencias y códigos de comportamiento que legitiman el orden establecido y las estructuras sociales existentes.

Tras analizar el papel de los medios a la hora de la elaboración de este discurso uniformizado, el autor realiza una breve incursión en la “historia de la manipulación” acercándonos distintas voces y reflexiones sobre esa gran subversión de la lengua y de los mensajes consistente en cambiar los significados de manera sistemática y planificada con la intención de controlar el poder y escamotear los nombres verdaderos de la iniquidad. “Por eso –señala– la mayor mentira consiste en inducir la paz de la conciencia, propia y ajena, porque formalmente se puede llegar a creer que hacemos no aquello que realmente estamos haciendo, sino lo que las palabras dicen que hacemos”.

Poder y propaganda, conceptos paralelos a lo largo de la historia que en este nuevo siglo vuelven a establecer en la potenciación de la diferencia su verdadera fuerza legitimadora. La “hegemonía de un mundo que se considera superior” conlleva altas dosis de reduccionismo ideológico y de exclusivismo, sustentando en el racismo, la xenofobia o el miedo al *otro* buena parte de sus supuestos valores. Y todo ello en medio de un particular “indiferencia generalizada”. En este sentido no deja de ser interesante la propuesta de Camiñas imaginando un Michel Foucault reflexionando sobre la existencia del centro especial de reclusión, “limbo jurídico”, de

Guantánamo... Constatación, en definitiva, de un triste clima general en el que “la vida intelectual, política y social es cada vez más pobre porque se han impuesto la denuncia, la difamación, la *eslogonización* y la falsificación del pensamiento del adversario, mientras que la argumentación y la refutación han perdido cualquier espacio, cualquier eco, y todo ese ruido persistente es el que los *doxóforos* trasladan a la escena pública a través de los medios y, sobre todo, de la radio y la televisión, como advierte Bourdieu”.

El ensayo finaliza con el acercamiento a tres realidades concretas y ejemplificadoras de la tesis sostenida: Oriente Próximo (la guerra de Irak, el conflicto palestino-israelí) la idea de Estados Unidos como Imperio (una vieja pretensión que, según el autor, estaría consolidándose en el momento actual) y la cultura occidental frente a las otras culturas (Cultura versus “integrismo cultural”).

Estamos, en definitiva, ante un trabajo que puede parecer ya un poco desfasado en el tiempo al hilo de los nuevos acontecimientos (crisis económica mundial, nuevo mandatario estadounidense, papel emergente de nuevos mercados planetarios “periféricos”, etc.) pero que mantiene básicamente la virtud de convertirse en un buen manual de acercamiento a las escuelas y autores críticos con el papel legitimador de los medios de comunicación en este mundo globalizado en el que “la ingente tarea de conformación y sumisión de las conciencias mediante la propaganda tecnológica, la seducción y la provocación del miedo, el terror o la admiración es también

hoy en día una labor trascendente de la industria militar y de la comunicación”.

Como señala el autor en las líneas finales del trabajo, “el 11-S supuso un giro en la historia, aún no del todo concretado, pero que sin duda desveló el alcance de la mundialización y puso de manifiesto el papel clave de los medios de comunicación comerciales en ese empeño de generar la agenda simbólica y cultural en las sociedades posmodernas”. Todo parece indicar que tiene razón.

Joseba Macías

Laberinto visual

GÓMEZ, Agustín y PAREJO, Nekane
(eds.) (2008)

Málaga: Círculo de Estudios Visuales Ad Hoc

La imagen del laberinto sirve de expresiva (y visual) metáfora a esta compilación de textos en torno a los más diversos aspectos, formas y manifestaciones de la comunicación. Se trata de un libro colectivo concebido por un grupo de profesores de la Universidad de Málaga y editado por Agustín Gómez y Nekane Parejo, que acoge asimismo trabajos firmados por estudiosos radicados en otros territorios estatales (Córdoba, Madrid, Santiago de Compostela y Vigo). La colección de textos a cargo de diferentes autores se está convirtiendo en práctica cada vez más habitual entre las publicaciones dedicadas a la investigación del ámbito comunicacional, y es reflejo,

como bien señala Miguel Aguilera en el prólogo, de la imparable ampliación de los objetos de estudio y los enfoques empleados en la investigación de la comunicación. Ampliación desarrollada en paralelo a la evolución de las industrias culturales en los últimos años, y amparada por la creciente proliferación de facultades de comunicación en la Universidad española.

Los editores Gómez y Parejo prescinden de una línea o argumento vertebrador que enlace consistentemente los diferentes temas y opciones metodológicas presentes en cada uno de los textos, puesto que es precisamente esa estructura laberíntica que señala la posibilidad de adoptar múltiples vías de exploración ante el vasto campo de la comunicación, la auténtica razón de ser de este *Laberinto visual*.

Cine, fotografía, música, prensa escrita, propaganda, ferias... son algunos de los campos de estudio sobre los que versan las 280 páginas que componen el libro, abordados desde presupuestos metodológicos dispares, que parten del tradicional punto de vista semiótico dominante en los primeros capítulos dedicados al análisis de textos filmicos, para deslizarse después hacia perspectivas históricas, tecnológicas o económicas, a medida que se amplía el objeto de estudio. Junto a la diversidad de temas y herramientas de investigación, la interdisciplinariedad también se convierte en rasgo característico de las líneas analíticas recogidas en estas páginas, que persiguen explorar las relaciones entre artes visuales tan próximas entre sí como

el cine, la fotografía y el arte pictórico.

Los tres primeros capítulos, dedicados al cine, mantienen cierta conexión, probablemente involuntaria, ya que acometen el análisis de tres filmes dispares entre sí que, sin embargo, comparten ciertas estrategias narrativas y visuales próximas al surrealismo. Eduardo Rodríguez Merchán y Juan A. Hernández Les elaboran un repaso de las adaptaciones cinematográficas realizadas sobre la inmortal obra *Don Quijote*, y concluyen que es la delirante e inacabada versión ideada por Orson Welles en los años sesenta la que mejor se aproxima al espíritu cervantino en su reflexión acerca de la estrategia del relato y la dialéctica entre ficción y realidad. Nekane Parejo, por su parte, analiza la función de la fotografía en la película *Amélie* de Jean Pierre Jeunet (2001), en la que la recomposición de instantáneas fotográficas fragmentadas se convierte en metáfora de la reconstrucción de las vidas rotas por la soledad de los personajes que pululan en torno a Amélie. Y en el tercero Pedro Poyato reflexiona sobre la presencia y la importancia de lo feo y lo escatológico en la puesta en forma de la película *L'Age d'Or* (Luis Buñuel, 1930) como vehículo de representación del filicidio, la irreverencia anticatólica o la pulsión caníbal, y como seña de identidad de un surrealismo propiamente español.

El cine sigue siendo objeto de estudio de los tres capítulos que siguen. Así, Agustín Gómez diserta acerca de las funciones que

desempeña el texto escrito al inicio de tres películas que tienen como base argumental la pintura: *La kermesse heroica* (Jack Feyder, 1935), *Rembrandt* (Alexander Korda, 1936) y *Bedlam* (Mark Robson, 1964). Javier Ruiz San Miguel sigue la misma línea de análisis casi microscópico de Poyato, y desmenuza las estrategias empleadas por Alfred Hitchcock en *La ventana indiscreta* (1954) y *Vértigo* (1958) para crear significados a través del uso psicológico y simbólico del color. Y Carmen Rodríguez, por su parte, se aproxima a los presupuestos teóricos de los estudios culturales actualmente en boga al definir el rol social de la folclórica en el cine español de los años cuarenta como representante de un patrón femenino fuerte y autónomo, más cercano a los tímidos avances obtenidos por la mujer durante la República, que al modelo de esposa y madre sumisa que entonces fomentaba el Estado.

Los seis capítulos posteriores abandonan definitivamente el terreno cinematográfico y se detienen en otros aspectos de la comunicación de naturaleza variopinta. Xaime Fandiño, por ejemplo, examina la influencia que los progresos tecnológicos han ejercido sobre la producción musical y la sonoridad de los instrumentos eléctricos en el último siglo, mientras que Gorka Zamarreño defiende que el discurso del espectáculo creado por Franco para afianzar propagandísticamente la imagen de su régimen puede considerarse reflejo de la consolidación de lo *kitsch* y la cultura *trash* en España.

Ana Julia Gómez y Sonia Blanco se interesan desde posicionamientos opuestos por la presencia de la violencia en la fotografía. La primera, parte del reportaje fotográfico realizado por Roger Fenton en la guerra de Crimea para demostrar que la no-mostración del resultado de la violencia en imágenes explícitas puede suponer la más devastadora representación del horror de la guerra. Y en las antípodas de esta concepción, el análisis de Sonia Blanco sobre el tratamiento visual que los atentados del 11-S y el 11-M recibieron en los periódicos estadounidenses y españoles revela una preocupante tendencia en la prensa escrita hacia la espectacularización en detrimento de la información.

Tasio Camiñas repasa en su texto los últimos movimientos empresariales de los grandes emporios de la comunicación, que amenazan con situar la libertad de expresión comercial por encima del derecho de los ciudadanos a recibir información plural y equilibrada. Y finalmente, el libro se cierra con el trabajo de los profesores Xosé Manuel Baamonde, Fermín Galindo y José Lorenzo, que definen las ferias y salones profesionales como un moderno espacio público de encuentro, intercambio de información y debate de ideas, en el que adquiere un valor decisivo, en esta sociedad absolutamente tecnologizada, el contacto interactivo y humano entre personas.

Nekane E. Zubiaur Gorozika

Medios de comunicación, tecnología y entretenimiento: un futuro conectado

LÓPEZ VIDALES, Nereida (ed.) (2008)

Barcelona: Laertes

Tal y como señala Diego Carcedo, la tecnología digital nos anticipa el futuro y ya empieza a convertirlo en presente... Entre otras cosas, hará que la libertad en la comunicación se amplíe y se haga más factible en algunos aspectos de lo que lo era hasta ahora. No solamente nos proporcionará un abanico más amplio de opciones para acompañar a los usuarios, sino también de posibilidades para desarrollar a los profesionales y a los emprendedores. Una de ellas está, sin lugar a dudas, en el ámbito de la información y otra, no menos importante, en el entretenimiento.

En esta línea, y como una contribución al debate sobre la sociedad-red se van a conjugar conocimientos y experiencias de varios autores coordinados por Nereida López Vidales en “*Medios de comunicación, tecnología y entretenimiento: un futuro conectado*”, una obra publicada por LAERTES.

Se trata de una obra colectiva en la que profesionales de los medios de comunicación y académicos realizan diferentes aportaciones con distintos puntos de vista sobre el

entramado mediático, en el que las innovaciones, los nuevos escenarios digitales, los nuevos profesionales, los otros soportes, otros contenidos y otras formas de distribución van a ser la esencia de la futura comunicación.

Nereida López Vidales ha sabido plantear una serie de cuestiones, capitales, en este escenario audiovisual de cambio, estructurando la obra en tres partes.

En la primera parte, se abordan los medios de futuro, tales como la prensa del siglo XXI a cargo de Mariola Cubells; la radiofórmula 2.0 por Gotzon Toral y Jon Murelaga; la televisión que viene, firmado por la propia Nereida López; el cine digital escrito por Elena Medina; y las tendencias en televisión y vídeo por Internet y en movilidad, cuyo autor es Gorka J. Palazio.

Los cinco capítulos de la segunda parte del libro están dedicados al servicio del usuario, y a través de los cuales Miguel Ángel Ortiz Sobrino realiza una exposición de la audiencia televisiva; Mario Tascón habla de informar, entretener y jugar en los nuevos medios de comunicación; Rafael Linares se centra en la promoción de las películas a través de Internet; Joaquín Pérez realiza una proyección de los videojuegos y Pilar Yébenes aborda la democratización de la animación.

La tercera parte del libro recoge tres artículos que miran hacia un mercado de la información y cuyas aportaciones corresponden a Nereida López, Alicia Tapia y Antonio del Castillo.

Finalmente, la obra recoge cuatro perspectivas sobre la situación actual y de futuro escritas por Miguel Ángel Expósito sobre el ocio digital; la lucidez frente al cambio de Emmanuel Biscay; el audiovisual, la revolución digital y la implantación de las nuevas tecnologías por Manuel Cristóbal y, para terminar, un capítulo de José Antonio Jiménez Blesa sobre la televisión digital prefabricada.

Aunque son artículos independientes entre sí mantienen una línea común que muestra los efectos de la revolución digital en el mundo de la comunicación. Según nos comenta Nereida López Vidales, en la introducción de la obra, *el objetivo fundamental es señalar tendencias de futuro coherentes acerca del comportamiento, los usos, los contenidos, la financiación, la publicidad, los modelos de negocio, la convergencia tecno-digital, etc. que supondrán las características definitorias de nuevos y viejos medios de comunicación en el próximo universo multimedia.*

Esta obra, caracterizada por el mestizaje de artículos, pone el énfasis no tanto en el aspecto técnico sino en los aspectos culturales, sociales y comunicativos/mediáticos a lo largo de sus 260 páginas.

Se trata de un libro de lectura obligada para comprender las claves de la nueva comunicación, en el que se abordan cuestiones y preocupaciones como la falta de creatividad y talento en las nuevas programaciones, los hábitos de los más jóvenes frente a los “juguetes” multimedia, el papel de la tiranía de la audiencia o el cambio de la

situación laboral de los profesionales de la comunicación.

Nereida López Vidales ha sabido coordinar una nueva singladura en esta obra gracias a su experiencia en la tecnología de los medios audiovisuales, el conocimiento sobre los perfiles profesionales, la educación de la audiencia y la creación de nuevos contenidos de entretenimiento para el ocio digital.

La obra, además de ser analítica, presenta un punto de vista prospectivo, de diagnóstico, sobre los medios de comunicación en la era digital. En este sentido, los expertos e investigadores que colaboran realizan un gran esfuerzo por acercar dos ámbitos: el de la universidad y el de la profesión para converger en un interés común que es el de ofrecer un producto capital con el fin de comprender las nuevas tendencias.

Por tanto, *Medios de comunicación, tecnología y entretenimiento: un futuro conectado* representa un pulso a los diferentes ritmos mediáticos relacionados en el proceso de cambio y digitalización de la comunicación y el entretenimiento dentro de un planteamiento global.

Es evidente que el ecosistema de la comunicación está cambiando y es permeable a las ofertas de interés cultural, social, infantil, juvenil, servicios interactivos, etc. que satisfagan los gustos de los diferentes públicos. Se trata de un proceso imparable al que Nereida López ha querido dar respuesta con esta aportación, de gran valor para estudiantes de las licenciaturas de la

comunicación, para profesionales de los cross-media y para investigadores y académicos que buscan compartir reflexiones sobre la comunicación en general.

Carmen Peñafiel Saiz