

Tierra sin paz. Guerra Civil, cine y propaganda en el País Vasco

PABLO, Santiago de

Madrid: Biblioteca Nueva, 2006

Los escritos históricos sobre cine, producidos en las últimas décadas, ocupan un espacio cada vez más singular en el terreno editorial. El espectacular crecimiento del cine como disciplina académica ha generado la demanda de investigaciones y la aparición de abundante bibliografía que completa y/o reemplaza trabajos pioneros.

Cada paso que se da en esta dirección ayuda a desvelar sombras y a evidenciar la necesidad de escribir y/o rescribir momentos, territorios, periodos de la historia del cine. Permite además comprobar la favorable situación, con respecto a épocas pasadas, en la que ahora nos encontramos para poder acceder a las fuentes. Los desarrollos tecnológicos, los avances en los medios de comunicación, la labor de los centros documentales- filmotecas, archivos...- se unen a los testimonios personales favoreciendo la accesibilidad y posibilitando una mayor disponibilidad de documentos, películas y material objeto de exploración.

En este espacio se ubica *Tierra sin paz*, fruto de un exhaustivo trabajo de investigación realizado por Santiago de Pablo, que ofrece una minuciosa revisión del cine y la Guerra Civil en el País Vasco.

Dentro del marco general de la historiografía cinematográfica, el objeto de estudio que esta obra abarca, la actual comunidad autónoma del País Vasco (periodo 1936-1939), necesitaba, por su trascendencia política y sociocultural, de esta atención

Comienza el autor abordando la situación del cine en el País Vasco durante la Segunda República, la Guerra Civil en este mismo ámbito geográfico y la evolución del cine en España durante el conflicto. Contexto absolutamente necesario para poder proceder al estudio de la producción cinematográfica franquista sobre la guerra en Vasconia, las películas realizadas bajo los auspicios del Gobierno Vasco y los Noticiarios y Documentales extranjeros y republicanos.

Ciertamente son muchas las preguntas que suscita este periodo en el que las situaciones varían en función del nivel de autonomía de cada uno de los territorios históricos. ¿Qué porcentaje ocupa la producción cinematográfica referente al País Vasco?, ¿Se puede hablar de una especificidad vasca?, ¿Cuál fue el destino de las películas promovidas por el Gobierno Vasco durante la guerra?, ¿Qué ocurrió con el archivo cinematográfico, que estaba en París en 1938 y que el Gobierno Vasco no conservaba cuando regresó del exilio en 1979?, ¿Qué atención prestaron los noticiarios cinematográficos de Francia, Gran Bretaña y EEUU a la Guerra Civil?, ¿Qué atención prestaron los países aliados de cada uno de los bandos?, ¿Cómo cubrieron el desarrollo de la guerra en el País Vasco? ¿Cuál fue la visión que dieron?, ¿Qué atención prestó el cine republicano español a la situación de Euskadi?, ¿Qué atención prestó Laya Films?

En esa búsqueda de respuestas, el profesor De Pablo bucea por archivos y filmotecas de Europa, Estados Unidos y México, analiza noticiarios y películas, examina con especial detalle el cine promovido por el Gobierno de Euskadi, aportando nuevos datos de gran interés que ayudan a rescribir la historia. Maticar, corregir, profundizar y acabar con algunos tópicos que por mor de la mera repetición han sido dados como ciertos.

Completa el libro un anexo que recoge las películas que nunca existieron al tiempo que explica y justifica cómo se ha llegado a esa conclusión.

Este acercamiento al pasado en absoluto queda anclado en el tiempo, aspectos tales como la atención prestada a la construcción de la identidad nos ayudan a interpretar el presente. Como señala el autor:

“Aunque la situación actual no tenga nada que ver con la de 1936, la reciente polémica en torno a *La pelota vasca: la piel contra la piedra*, de Julio Medem, indica que la discusión en torno a la imagen de Euskadi en el cine continúa en nuestros días”.

Casilda de Miguel

L'élite journalistique et son pouvoir

SANTOS-SAINZ, María

Rennes: Éditions Apogée, 2006

A los estudios sobre el poder y la información del periodista de *Le Monde Diplomatique* Serge Halimi, en “*Les nouveaux chiens de garde*”; o los realizados por Péan y Cohen en “*La cara oculta de Le Monde*”; o “*Les média-Maîtres*”, de Bertolus; o “*L’Omerta française*”, de Coignard y Whickham, se suma ahora otra nueva aportación de la periodista y Doctora en Ciencias de la Información, María Santos-Sainz quien ha publicado “*L’élite journalistique et son pouvoir*”. Se trata de una versión actualizada en francés de la obra “*El poder de la élite periodística*” publicada en castellano tres años antes por la editorial Fragua.

El origen de esta obra tiene sus raíces en una profunda e interesante investigación realizada en Francia, donde existe desde hace años un apasionante debate en la opinión pública en torno a las relaciones entre prensa y poder, en concreto, sobre las numerosas y turbadoras interrogantes entre la connivencia y la complicidad ideológica o de intereses de la élite periodística con el poder político y económico, así como el grado de influencia de los periodistas de renombre sobre la clase dirigente y, en general, sobre la opinión pública.

María Santos-Sainz considera que “la élite periodística es una élite emergente respecto a la ya clásica división de Mills (élite política, económica y militar). Algunos profesionales funcionan por amiguismo, clientelismo político y económico, pero todo depende de las ocasiones y lo que está en juego. A veces pueden

llegar a imponer su agenda a la de los políticos. Pero, ante todo, sirven al grupo que les emplea y a las alianzas que promueve según sus intereses político-económicos. Hay todo un entramado de redes horizontales, redes de poderes, intersectantes y en interacción entre el periodismo, la economía y la política. Por eso se les puede acusar de un cierto periodismo de connivencia, además de periodismo de mercado” (*Magazine Golden*, Año 2, otoño de 2003).

Aunque el libro toma como referencia el caso francés, la autora considera que las conclusiones son perfectamente extrapolables a los medios de comunicación en España. En este sentido, el catedrático Enrique Bustamante, profesor de la Universidad Complutense de Madrid, en una referencia a esta obra publicada en castellano en *Le Monde Diplomatique*, sostiene que “en España también se da ostentosamente una élite periodística escandalosa y autista, vinculada asimismo a un proceso de concentración acelerado y abrazado al poder político y económico. La diferencia respecto a Francia, es que en España ni se ha suscitado debate alguno ni han aparecido críticos de ese sistema. Así, si el poder informativo no es sólo la capacidad de hablar algo sino la de silenciar muchas cosas, parece colegirse que en España el control de los periodistas estrella y del poder mediático es todavía más aplastante” (*Le Monde*, ediciones internacionales, noviembre de 2003).

María Santos-Sainz, a través de las páginas de este libro quiere resaltar que la omnipresencia de los medios de comunicación está provocando profundas mutaciones en el funcionamiento de las democracias. La llamada “democracia de opinión” debilita y tiende a sustituir las bases tradicionales de la democracia representativa. Pero los medios de hoy, definidores de una nueva época, son poderosos resortes controlados, orientados e instrumentalizados por una minoría de periodistas, cuyo eminente papel en el sistema democrático plantea numerosos conflictos e interrogantes.

Describe, igualmente, las nuevas censuras en forma de solidaridad orgánica, dentro de la profesión, favores y “castigos”, autocensuras, apoyándose en casos concretos que han sido ya desvelados en otros estudios, tales como el dirigido por Halimi en *Les nouveaux chiens de garde* sobre la situación de la prensa francesa. En el que manifiesta de forma muy clara que “el periodismo se ha encerrado en una clase y en una casta. Ha perdido lectores y su crédito. Ha precipitado el empobrecimiento del debate público”. Incluso va más allá y se atreve a denunciar y hablar de “simulacro democrático”. Para Halimi los códigos de deontología no van a cambiar nada, porque, entre otras cosas no se cumplen. Son pura ficción. El paisaje mediático francés aparece como conservador, manipulado y uniforme.

María Santos-Sainz, profesional de la prensa y actualmente profesora de la Escuela de Periodismo de la Universidad Michel de Montaigne de Burdeos, pretende con esta obra desvelar algunas claves sobre el papel que juega en la actualidad la prensa, y sobre todo, sirve de autocrítica, tan necesaria ahora.

La nueva versión francesa está estructurada en diez capítulos, cada uno de los cuales se fundamenta en una sólida documentación y en la exposición de un profundo análisis que trata de explorar el estado de la cuestión en Francia, así como las interesantes aportaciones que realiza en base a toda una serie de entrevistas realizadas en profundidad a personalidades pertenecientes a la alta jerarquía periodística y a los medios más relevantes, cuya identidad se mantiene a la sombra del anonimato. A través de las cuestiones planteadas en las entrevistas se arrojan importantes datos referidos a ingresos salariales, pluriempleo estelar, mecanismos de ascenso y redes de influencia de estos prestigiosos profesionales.

La metodología con la que ha trabajado la profesora Santos está directamente inspirada en los análisis de Pierre Bordieu y de sus discípulos. A lo largo de las 223 páginas, la autora trata de describir a la élite emergente en Francia y la llegada de la élite periodística; el contexto en el que se mueve esta élite, su composición, el origen social, la jerarquía profesional; el capítulo tercero está dedicado a la formación, visibilidad y notoriedad de los profesionales, estudiando también la representación femenina en la élite periodística, que es más bien inexistente porque la profesión no es un verdadero modelo de paridad. Mientras la profesión en su conjunto tiende en general a feminizarse, -ha pasado del 24% en 1981 al 34% diez años más tarde-, sin embargo, son muy pocas las mujeres que consiguen llegar a integrar la élite; continúa con la figura del intelectual mediático; las redes de influencia; las nuevas censuras; los grupos industriales y medios de comunicación; élite, ideología y poder; crítica mediática; y, por último, en el capítulo décimo aborda la credibilidad de los medios de referencia, tales como El *New York Times* y el “caso Blair”, la autocrítica, la radicalización de la crítica y una guerra político-mediática.

Se trata de una obra crítica de ensayo, escrita con un estilo desenfadado, claro y preciso, muy propio de la personalidad de la autora quien anima a sus alumnos a “no tirar la toalla” ni a abandonar el periodismo, sino todo lo contrario, a luchar por unos ideales dentro de la profesión. La lectura de esta obra nos invita a la reflexión sobre el fenómeno de la élite periodística, al mismo tiempo que nos conduce a preguntarnos y a dar respuesta a numerosas interrogantes sobre el tema: ¿Al servicio de quién o quiénes están? ¿Qué ideología tienen? ¿Priman los intereses empresariales sobre los periodísticos? ¿Hay bandas, familias, grupos que se reparten el poder mediático y, por tanto, el dinero? ...

Gran parte del discurso y algunas de las aportaciones que realiza la autora probablemente sean blanco de afiladas críticas, como lo han sido los estudios de otros autores señalados anteriormente, por parte de los que se han visto denunciados. Pero, tal y como dijo Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, estas críticas forman parte de una nueva concepción del periodismo, entre cuyas misiones prioritarias figuran “la de investigar, desvelar, y revelar las equivocaciones de la práctica periodística” (“Informer sur l’information”, *Le Monde*, febrero de 1998).

La versión en castellano de *El poder de la élite periodística*, editada por Fragua, ha tenido un importante eco y numerosos impactos a ambos lados de los Pirineos y no van a ser menos los indicios de elogio a este profundo estudio escrito en francés. Es una obra muy recomendable, primero, para todos los profesionales -periodistas en activo, jefes y directores de medios relevantes-, para estudiantes que se inician en el mundo de la Información y, para todas aquellas personas ávidas en explorar los entresijos de la profesión a partir del análisis de la evolución de la élite periodística en Francia durante los últimos veinte años.

En definitiva, es una obra muy útil para conocer los efectos y consecuencias muy similares en la prensa española.

“Pour exercer le métier de journaliste, il faut avant tout éter un homme bon: de bons êtres humains. Ceux qui ont de mauvaises intentions ne peuvent éter de bons journalistes. Une personne animé para la bonté peut comprendre les autres, leurs intentions, leur foi, leurs interêts, leurs dificultes, leurs tragédies”

Ryszard Kapucinski, *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Barcelona: Anagrama, 2002.

Carmen Peñafiel Saiz

Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento

McCOMBS, Maxwell (2006)

Barcelona: Paidós Comunicación.

Pocos conceptos en el ámbito de las ciencias de la comunicación han gozado de una aceptación tan amplia y de un empleo tan continuado como las agendas. De hecho, la generalización abusiva de su empleo en los contextos más diversos es uno de las principales amenazas para conservar su validez analítica. En este libro, Maxwell McCombs resume el pasado, el presente y el futuro de la teoría del establecimiento de la agenda desde la privilegiada posición que le otorga su condición de padre fundador de la propuesta. Dificilmente el autor y su compañero Donald Shaw podían imaginar en 1972 la repercusión de su artículo en *The Public Opinion Quarterly*. Y este es el punto de partida de una narración cronológica que sintetiza detalladamente la evolución y diversificación experimentada por este eje transversal del estudio de la opinión pública contemporánea.

El objetivo central del libro es presentar una imagen integrada de la teoría del establecimiento de agenda: una *Anatomía de Gray*, según una sugerente metáfora de John Pavlik (pp. 18-19), que sirva como punto de encuentro para las diversas aproximaciones temáticas y territoriales que han nutrido esta corriente. Partiendo de la función informativa que, para la inmensa mayoría de ciudada-

nos, cumplen los medios de comunicación, el profesor de la Universidad de Austin comienza su relato recogiendo las aportaciones de varios de los pioneros en el estudio de la opinión pública (Walter Lippmann, Robert Park o Bernard Cohen), capaces de anticipar muchos de los presupuestos teóricos de la teoría décadas antes de que se comenzasen a acumular las primeras evidencias empíricas. La capacidad de los medios para incorporar una serie de temas a la arena pública era, por lo tanto, un proceso intuido por varios analistas, aunque carecía de un distintivo propio hasta que McCombs y Shaw publicaron su artículo sobre los votantes indecisos de Chappel Hill.

La década de los setenta se presentaba como un momento de superación del debate sobre los efectos de la comunicación. Dejando atrás tanto las hipótesis iniciales sobre el poder ilimitado de los medios como la restricción introducida tras las primeras incursiones en el entramado social, la teoría del establecimiento de la agenda lucha por otorgar unas dimensiones ajustadas al fenómeno. En este sentido, la hipótesis de la transferencia de relevancia desde la agenda mediática hacia la agenda pública se convirtió en una aportación capital en el desarrollo de la disciplina, posicionándose en un punto intermedio entre teorías mutuamente excluyentes como la percepción selectiva y la aguja hipodérmica. De hecho, a su alrededor, han ido floreciendo otras aproximaciones teóricas y metodológicas que intentan ajustar la estrecha y cambiante relación que vincula a los cinco componentes del paradigma de Lasswell.

La acumulación de investigaciones sobre el establecimiento de la agenda (Dearing y Rogers, 1996) en los últimos treinta años y en escenarios muy diversos justifica la validez de la propuesta y es recopilada por el autor en una serie de resúmenes de algunos trabajos destacados en el progreso de esta tradición, que serán de gran utilidad para aquellos investigadores que no estén familiarizados con los métodos empleados por esta escuela. Los debates sobre la dirección de la causalidad entre agenda mediática y pública ha sido una obsesión constante en estos estudios, así como una de las fuentes de crítica más dura. Sin embargo, el perfeccionamiento metodológico de la investigación sobre el establecimiento de la agenda ha acabado por borrar las sombras que amenazaban su validez y redirigiendo las preguntas hacia aspectos mucho más precisos.

La evolución de la teoría ha llevado a puntualizar uno de los presupuestos clásicos del análisis de contenido cuantitativo, ya que la frecuencia no es el único indicador válido para establecer la relevancia mediática de un acontecimiento. La necesidad de superar la simple contabilidad apunta hacia los nuevos retos que deben afrontar los seguidores de esta corriente. Respecto al punto de partida del proceso de influencia, el propio autor reconoce que la capacidad de fijar la agenda no es propiedad exclusiva de los medios de comunicación, sino que convive con otros agentes en el proceso de formación de la opinión pública, aunque insiste en la necesidad de que las nuevas generaciones, los acontecimientos externos o las empresas informativas no eclipsen el significativo papel que tienen los periodistas sobre la imagen del mundo que construyen sus audiencias.

El equilibrio de causas y efectos que interactúan en la configuración de las agendas se puede percibir en la preocupación del autor por incluir en su relato a todas las partes, otorgándoles su respectiva responsabilidad en el fenómeno. Todo esto sin olvidar cuestiones de orden puramente organizativo, ya que “la influencia a la hora de fijar la agenda es, en su mayor parte, un subproducto involuntario de la necesidad que tienen los informativos de centrarse en unos pocos asuntos cada día” (p.53).

Otro de los puntos fuertes del libro es la posibilidad de identificar a los académicos que han participado en el desarrollo de la teoría mediante el reconocimiento que McCombs incluye a cada una de las obras más significativas de los últimos años. La acumulación de trabajos sobre la teoría del establecimiento de la agenda provoca que esta nueva obra del profesor estadounidense no pueda considerarse un destacado avance científico. Su valor reside, sin embargo, en la capacidad de síntesis de casi cuarenta años de esfuerzo colectivo para captar las dimensiones empíricas de los efectos de los medios de comunicación: ofrecer una amplia panorámica es su principal activo.

Estamos, por lo tanto, ante una obra con un gran valor recopilatorio que, con un estilo claro y divulgativo, ofrece al lector todos los puntos de referencia para sumarse a un debate que, una vez probada su validez, permanece abierto en muchos foros de la investigación en comunicación.

Miguel Vicente Mariño

El ejercicio de la libertad. La prensa española en el Sexenio Revolucionario (1868-1874).

CHECA GODOY, Antonio.

Madrid: Biblioteca Nueva, 2006.

Antonio Checa Godoy, profesor de la Universidad de Sevilla, es, sin duda, uno de los más prolíficos investigadores españoles sobre historia de la comunicación y, en particular, historia del periodismo. A menudo, ha tenido que desarrollar su labor en solitario, aunque es bien conocido en la comunidad científica por su trabajo intelectual honesto y continuo. No hay año en que no publique al menos un libro, y no hay libro que no sea un recorrido completo, exhaustivo, del tema que trata, bien sea la radio, la publicidad en Andalucía, la prensa educativa en España, el periodismo iberoamericano o, en el caso de su último libro, la prensa española durante el Sexenio Revolucionario.

El volumen, publicado por la joven si bien prestigiosa editorial Biblioteca Nueva, especializada en temas históricos (en concreto, en historia contemporánea) censa, para empezar, las cabeceras publicadas en España durante esos seis años prodigiosos, sin duda una de las épocas, aunque breve, más interesantes de la historia contemporánea de este país. Alrededor de tres mil títulos, en total, de los que se dan en apéndice, ordenados por regiones, el año de aparición, tenden-

cia política y periodicidad. Bien sean periódicos de los que han llegado ejemplares, bien aquellos de los que sólo se conocen referencias en otros medios. La propia prensa que ha servido de fuente fundamental –pero no única– al estudio. Toda una base de datos que constituiría por sí misma suficiente muestra de la labor investigadora del profesor Checa Godoy, y justificaría la publicación.

No contento con eso, el profesor Checa hace un completo recorrido por el panorama comunicativo de esos seis años tan especiales de la historia de España. Dedicar la primera parte de su estudio a las diferentes estrategias comunicativas de las facciones políticas (de carlistas a republicanos, de conservadores a liberales, de moderados a revolucionarios, de centralistas a federalistas), sin descuidar el marco político y jurídico, ni la prensa especializada.

La segunda parte del estudio la dedica Antonio Checa a la prensa política en la Corte: republicanos, carlistas, monárquico-liberales, obreros y satíricos. El resto de lo que hoy son las comunidades autónomas se lleva toda la tercera parte del libro, y traza así un panorama que no puede ser más completo de lo que fueron los periódicos en aquellos años decisivos. Todo ello completado con más de una veintena de cuadros ilustrativos y de una completísima bibliografía.

Esta reseña quiere ser breve porque el libro habla por sí solo. Aunque sí quisiera terminarla con una apostilla que no me parece menor: una obra de esta envergadura (como todas las otras del profesor Checa Godoy) debería ser interpretada no tan sólo como un hito en sí misma, que lo es, sino también como el inicio de toda una serie de estudios monográficos que, bajo su magisterio, podrían llevarse a cabo. Los cimientos están echados: ojalá los jóvenes investigadores de nuestras facultades de Comunicación decidan construir toda una colonia de sólidos edificios sobre ellos.

Javier Díaz Noci

La crítica enológica en la prensa española

ARMENTIA VIZUETE, Jose Ignacio; José María CAMINOS MARCET; Flora MARÍN MURILLO

Disponible en <http://www.criticaenologica.com>. ISBN: 84-611-0847-7

Estamos ante un libro que está disponible en Internet y que resulta interesante por múltiples razones. Ofrece elementos de crítica técnica de los vinos, a través de glosarios, y de lo que constituye el corazón central del presente trabajo, que es el análisis de los propios comentarios de los principales críticos de vinos que aparecen en los suplementos de prensa diaria española los fines de semana, durante el año 2003.

Es un libro técnico a la vez que ameno, realizado por dos profesores y una profesora de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación del País vasco.

El consumo de vino en nuestras sociedades se generaliza y en ciertos casos, el consumo y los comentarios de cierta clase de vino son elementos de refinamiento y de estatus. A pesar de la generalización no debe olvidarse que el vino está cargado de símbolos y tiene un componente mítico y religioso asociado con la inmortalidad, la vida y la transformación.

En su vertiente profana, o mejor laica, el vino trasciende el papel de mero consumible o complemento alimentario, ya que puede también considerarse la propia actividad litúrgica del vino, porque es un instrumento de socialización, de comunidad, con su lenguaje, sus prácticas –el brindis–, la cata, sus oficiantes (los críticos y los conocedores, etc.).

No es por casualidad que la comida y la bebida tengan tanta presencia en nuestras sociedades. En efecto, cabe decir que ha habido una transposición de elementos centrales como son el pan y el vino en la consagración y en la comunión. Al ser elementos rituales, los hemos introducido en nuestra práctica cotidiana y tiene presencia obligada en los grandes ritos, especialmente en las religiones cristianas y judía. Esto abre una nueva consideración sobre las prácticas de producción de los vinos en la religión judía, en donde los vinos deben ser *khoser*, es decir que deben cumplir con varias normas, de forma que los rabinos supervisan todo el proceso de producción, para garantizar esta limpieza y que garantizan que no se ha utilizado productos relacionados con animales, como la clara de huevo.

En este libro se analiza la asociación de diferentes mitos y dioses de la antigüedad con el vino. Es el caso de Dionisio, que procede directamente de Zeus, lo cual le acuerda estatuto de la más alta divinidad y que en los escritos de Homero se le representa como un dios dinámico y con capacidad de transformación en un fiero león, lo cual le salva de varios peligros, entre ellos del rapto de unos piratas. Esta capacidad de transformación se asocia con el poder de liberación, de trascender la realidad ordinaria, y con el estado de conexión con la divinidad. Realmente, en muchas tribus, los magos o jefes espirituales beben pócimas alcohólicas (u otras drogas) que les permite ese contacto directo con los dioses para poder después interpretar el porvenir o curar.

También se hacen referencias a la actitud ambigua del Islam respecto del vino, ya que a pesar de que ha estado proscrito, algunos escritores han alabado sus poderes.

Curiosamente, el ritual de la comunión se realiza en el catolicismo de manera diferente que en el luterano. Mientras que en este último, los comulgantes comen pan y beben vino, este último elemento no está presente en el ritual católico, quedando sólo reservado a los sacerdotes.

El capítulo tercero inaugura una segunda parte que es la que da título a la obra. Los autores, al ser expertos en comunicación, sitúan la crítica dentro del género de opinión, ya que consta de contenidos analíticos acompañados de valoraciones, ya que su fin último es convencer (para que se adquiera o se consuma), quedando la información como complemento, en un plano secundario. Por ello se diferencia de la reseña, que tiene un carácter meramente informativo.

Los comentarios de gastronomía y, en especial de vinos, son cada vez más comunes en los principales medios de comunicación escritos y cumplen el papel de difusores de información, de análisis y de valoración. Esta labor de crítica la realizan expertos, que actúan como prescriptores ante un público tan numeroso como heterogéneo, si bien de diferente manera, cada uno incorporando elementos de su personalidad.

El análisis de las columnas semanales de crítica sobre el vino en los suplementos semanales de los diarios, muestra muchos elementos en común. Existe una cierta unidad morfológica, que se caracteriza por la brevedad, a veces excesiva, lo que contrasta con las críticas en diarios prestigiosos como *Le Monde*, *Financial Times* o *The Wall Street Journal*, que pueden ocupar media página o incluso tres cuartos. Claro que estos diarios van dirigido a un público, más homogéneo, aunque sólo sea desde el punto de vista de capacidad adquisitiva.

Además de la existencia de una relación geográfica entre la procedencia de los caldos comentados y la razón social de la empresa, se observa que muchos de los vinos comentados son de un precio medio alto, en torno a los 25 euros y siempre con críticas positivas o muy positivas.

Este libro ofrece a los críticos un espejo en el que pueden mirarse. Se les analiza uno a uno, en diferentes aspectos y después se sacan conclusiones. No siempre ofrecen la ficha técnica de los vinos (vista, olfato y gusto) y no siempre utilizan términos normalizados, que puedan ser entendidos o comunicados fácilmente. Tal vez alguno de los críticos debiera repensar su oficio, ya que en textos tan cortos algunos caen en los pecados capitales, que se consideran: adjetivaciones excesivas, figuras ininteligibles, etc.

El libro ofrece también un interesante análisis sobre lo que consideran y escriben los diferentes críticos de una determinada marca, en este caso *Marboré 2000*. Alguno suspendería por copia y otros por excesiva generalidad o imprecisión.

Este libro, que finaliza con un comentario de diferentes páginas en Internet relacionadas con el vino, es un libro destinado a diferentes segmentos de lectores. Los estudiantes y los profesionales del periodismo están ante un buen ejercicio de análisis, que inmediatamente sugiere nuevos campos de aplicación. El público en general puede disfrutar de la erudición, que no se cierra en sí misma

sino que ayuda a entender que el disfrute de la gastronomía, y en concreto del vino, tiene largas raíces temporales y espaciales. Buena degustación.

Juan Carlos Miguel de Bustos

Concentración y pluralismo en la radio española

IGLESIAS, FRANCISCO

Pamplona: Eunsa, 2005.

En un ámbito comunicativo altamente interconectado y convulso como el que nos encontramos en la actualidad es fácil caer en el error de pecar tanto por exceso como por defecto a la hora de valorar los efectos de la concentración informativa. No obstante, es difícil hallar referencias bibliográficas que versen sobre la misma de forma científica y académica y que no se limiten a describir la realidad sino que con espíritu propedéutico fomenten el estudio de la concentración desde una óptica global. También puede sorprendernos la escasez de autores que se atreven a abordar un campo tan complejo como es el de la radio, quizá uno de nuestros mayores desconocidos en el ámbito mediático. Por ello tiene si cabe mayor relevancia la presente obra.

Al poco tiempo de cumplirse un año de la inesperada muerte del Catedrático de Empresa Informativa Francisco Iglesias ve la luz este libro que constituye su último trabajo de investigación. Al igual que los anteriores —publicó más de setenta trabajos científicos entre los que se encuentran: *Historia de una empresa periodística* (1988); *La televisión dominada* (1990); *Marketing y gestión de periódicos* (1997); *La Empresa Informativa* con Alfonso Nieto; *Marketing periodístico* (2001)...— esta obra destaca por su altitud intelectual y su accesibilidad a contenidos en ocasiones densos como pueden ser los relacionados con las empresas de la información.

Podemos afirmar que es recurrente tratar aspectos relacionados con la concentración pero no lo es tanto proceder a su estudio de forma sistemática y estructurada. Aquí reside el valor añadido de este texto que como trabajo de investigación inédito facilitó al autor la obtención de la Cátedra de Empresa Informativa. Por ello, lo primero que nos plantea el profesor Iglesias es si realmente existe concentración informativa, para lo cual considera preciso responder a algunas cuestiones: ¿se han producido procesos de concentración en nuestro país en los últimos años?; ¿qué relevancia han tenido?; ¿qué causas los han motivado?; ¿es posible proceder a su cuantificación y descripción?; ¿es relevante la cuota de mercado que alcanzan las principales cadenas radiofónicas?; ¿puede ser un factor que perturbe o pueda poner en peligro el conveniente pluralismo informativo? Estas preguntas se irán desglosando a lo largo de la obra con un lenguaje sencillo y ágil, donde se manifiesta el carácter docente del autor y su

interés en cuanto a la difusión de conocimientos relacionados con las empresas informativas.

El autor, uno de los primeros doctores en Ciencias de la Información en España, aborda el contenido del texto dividiéndolo en dos bloques: en el primero desarrolla la naturaleza del concepto de concentración, las clases de concentración y las posibles causas —tanto informativas como económicas—, que la motivan. Como podemos observar, Iglesias parte de conceptos previamente elaborados en otras obras como el de concentración informativa apuntado ya en *La Empresa Informativa*. El desarrollo de dichos aspectos conceptuales le permite obtener una definición concreta de concentración radiofónica entendida esta como la “acumulación de poder económico y técnico en una persona física o jurídica, como consecuencia de transmisiones de patrimonio o de alianzas y acuerdos comerciales, que le otorgan posiciones de dominio o de ventaja en la difusión de emisiones que inciden en la captación de mayor audiencia y de publicidad y que puede alterar la libre concurrencia en el mercado de la radio” (p. 47).

En el segundo bloque el durante tantos años profesor Titular de la Universidad Complutense procede al estudio de la concentración radiofónica desde tres perspectivas distintas que juntas constituyen un todo: las audiencias, la publicidad, y la propiedad de los grupos de comunicación que controlan el panorama radiofónico. Sin olvidar tampoco las consecuencias que las innovaciones tecnológicas pueden tener en el proceso concentrador. Según el autor supondría un error abordar el estudio de la concentración radiofónica desde un solo punto de vista, sin tener en cuenta que el propio concepto de concentración hace referencia a los distintos aspectos de una misma realidad.

Este proceso permite al investigador la obtención de conclusiones, cuya lectura y reflexión explican algunas de las situaciones que se vienen produciendo en el panorama radiofónico actual de nuestro país, donde según el autor en los últimos años han tenido lugar procesos de concentración motivados además de por la propia dinámica empresarial por “la desregularización, la creciente competitividad y el arraigo universal de las empresas multimedia” (p. 276). Según Iglesias el nivel de concentración radiofónica que se da en nuestro país es alto “especialmente en lo que se refiere a sus principales manifestaciones y perspectivas, como son la concentración de audiencias y la concentración de publicidad, resultando ciertamente relevante la cuota de mercado que totalizan las principales cadenas radiofónicas” (p. 276).

No obstante, Iglesias afirma que pluralismo y concentración no son términos simétricos contrapuestos, por lo que se detiene en destacar que “ciertamente hemos llegado a la conclusión de que se registra un alto grado de concentración radiofónica, que configura una situación de ventaja y predominio de las grandes cadenas y especialmente de la Cadena SER” (p. 277), lo que ofrece una situación de concentración, pero asunto distinto es señalar si esta cuestión puede

afectar a la situación de pluralismo. Por este motivo el autor afirma que aunque los datos aportados “no permiten asegurar inequívocamente si la actual situación de concentración resulta atentatoria para el pluralismo de contenidos, sí se puede concluir que tan alto grado de concentración puede dificultar la libre competencia en el sector” (p. 280).

Dicho esto podemos deducir que aunque se ha demostrado la existencia de procesos concentradores no es objeto del presente trabajo determinar cómo afectan a la pluralidad radiofónica. Se abre pues una nueva vía de investigación cimentada en este último trabajo del profesor Iglesias, fiel reflejo de su extensa producción investigadora.

M^a del Mar Blanco Leal

Bobby Deglané. El arquitecto de la radio española

NIETO, Miguel Ángel

Barcelona: Ediciones B, 2005

Miguel Ángel Nieto González es periodista, Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y profesor de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Comunicación de la Universidad San Pablo CEU en la que imparte clases de Comunicación e Información Audiovisual rama Radio. Durante cuarenta años (1960-2000) ha desempeñado labores periodísticas en prensa y televisión y ha sido discípulo de Antonio Calderón y Bobby Deglané. Entre los premios que ha recibido durante su dilatada carrera profesional destacan el Micrófono de Oro de la Cadena SER (1969), la Antena de Oro de la Federación de Asociaciones Profesionales de Radio y Televisión (1992) y el Premio Internacional de Periodismo “Rey de España” (1993).

Bobby Deglané. El arquitecto de la radio, es ante todo, un homenaje. Es uno de esos libros escrito muy al estilo Lorenzo Díaz (*La radio en España (1923-1997)*) o Armand Balsebre (*Historia de la radio en España*). De esos libros que se leen como una novela llena de aventuras y curiosidades. Hablar de Roberto (Bobby) Deglané Rodríguez-Portocarrero (Iquique, Chile, 1905) es hacerlo de uno de los grandes magos de la radio española junto a Antonio Calderón o Guillermo Sautier Casaseca. Sin duda, el sustantivo arquitecto es el que mejor define a Deglané ya que Bobby pertenecía a esa estirpe de hacedores de radio que por su productividad e imaginación han contribuido a escribir parte de la historia dorada de la radio en España.

El prólogo del libro es de otro monstruo de las ondas: José Luis Pecker. Es un comienzo de lujo, digno de releer. De aquellos recuerdos póstumos que a todos nos gustaría que algún día alguien rezara por nosotros.

“Fue, sin duda, el más rebelde de cuantos aceptamos entregar nuestro esfuerzo a ese imperio invisible de la difusión de ideas que

proporcionaba la radio, vigilado de cerca por los censores con lapicero rojo o a llamada telefónica inmediata para <<rechazar>>, haciendo gala de su eficacia incontestable, ajenos a ese espíritu creador, capaz de abrir la puerta que conducía a la reflexión, el humor y la inteligencia. Sin embargo, su amor al micrófono y a la aventura de idear programas, meditar títulos y sacrificar jornadas a nuevos temas en la avasalladora oferta de las ondas estaban por encima de ese mundo de temerosas marionetas donde se vio inmerso jugando con los argumentos que él soñaba, vivía y le multiplicaban las ilusiones” (p.13).

En 243 páginas y 50 fotografías en blanco y negro, Nieto desgrana todos y cada uno de los momentos de la vida del genio adoptivo sevillano. Así, desmenuza la vida del hijo de aquel marino francés que hasta que las ondas no le concedieron los galones de comandante se había dedicado a todo tipo de menesteres (militar, barrendero, practicante...). Agradan sobremanera los fragmentos de prensa aportados (*Excelsius, El Alcázar, Pueblo, Ya...*) y parte del contenido de los archivos personales de Deglané junto a las conversaciones que mantuvo el autor en vida del homenajeado. Todo ello confiere al libro un ritmo dinámico y una lectura agradable.

El libro se divide en doce capítulos, un apartado de testimonios en el que participan quince destacados profesionales del mundo de la comunicación entre los que destacan Jesús Hermida, Carlos Herrera, Manuel Martín Ferrand, Tico Medina (muy sentido su homenaje titulado “Retrato de Bobby Deglané que nos demostró que las palabras no se las lleva el viento”), Luis del Olmo y un epílogo de Adolfo Fernández Aguilar. Todos ellos coinciden en la magia de las palabras de Deglané y en su impagable dedicación al universo de la radio durante décadas. A modo de recopilación se apuntan algunas de las citas que contiene el apartado de Testimonios:

“[...] fue la más grande y popular estrella radiofónica española como no lo es –los tiempos y circunstancias son diferentes– ninguna de las de ahora. [...] cambio y animó la radio, en una España hambrienta de cambios, ánimos y vida. Y [...] la historia de esa radio habrá de contar siempre con él, si quiere ser completa y verdadera”. Jesús Hermida (p. 355-356).

“Su voz no era especialmente atractiva, su dicción distaba de la de los locutores clásicos que le precedieron o le sucedieron, la espontaneidad estaba limitada por la rigurosa censura de la época y por la obligación de ceñirse a los guiones aprobados por ésta... Sin embargo, su capacidad de agitación no tenía límites [...]. Era capaz de colapsar ciudades”. Carlos Herrera (p. 357).

“Deglané, gran practicante del dicho de Winston Churchill según el cual ‘la suerte es el cuidado de los detalles’, hizo una radio atenta a la demanda social [...]. Su vida es una peripecia novelesca y su obra marca una era que, tras varias prórrogas, ya se acaba. La nueva cabalgata de la radio ya no persigue la excelencia”. Manuel Martín Ferrand (p. 362).

“Él era el medio, la voz, el señor de la palabra”. Tico Medina (p. 363).

“Vista ahora, con cierta perspectiva histórica la colosal aventura de Bobby Deglané, nadie podrá afirmar que fue la sonrisa de un régimen sin alegría, sino más bien la voz torrencial de un pueblo entre el silencio y la esperanza”. Luis del Olmo. (p. 370).

“Bobby Deglané no sólo fue un revolucionario e inventor de la radio moderna, fue, sobre todo, un verdadero gigante de su tiempo capaz de animar e ilusionar a los españoles de entonces frente a la radio monocorde del parte”. Adolfo Fernández (p. 378).

Bobby Deglané, el hombre que en otra vida hubiera sido oficial del rey en el arma de Castilla o embajador de Su Majestad en la corte rusa, llamarse Joaquín Romero y haber nacido en la Sevilla de 1600 (p. 167), fue el inventor de programas como *Carrusel Deportivo* y todos los formatos de concursos radiofónicos originales. No obstante, el chileno será recordado por sus *Cabalguas*. Como indica Nieto “un programa que fue, por sí solo, una de las más brillantes páginas en los anales de la radiodifusión española” (p. 70). Poco recuerdo, una única palabra, para un genio tan grande: Bobby Deglané.

Jon Murelaga Ibarra

Periodismo de complejidad: ciencia, tecnología y sociedad.

MORENO CASTRO, Carolina; Josep Lluís GÓMEZ MOMPART; Xavier GÓMEZ FONT (eds.).

Valencia: Universitat de València, 2004.

Los estudios de Periodismo en la Universidad de Valencia, una de las más antiguas de España, son, sin embargo, muy jóvenes. No disponen de una Facultad propia, por lo que, a falta de ella, se están desarrollando dentro de la de Filología. Esto puede que tenga algunas desventajas, pero desde luego cuenta con algunas ventajas: la proximidad de investigadores de otras áreas es una de ellas, y el enriquecimiento que supone poder trabajar codo con codo con ellos, evidentemente otra. El poder disponer de una plataforma ya establecida para publicar las aportaciones que esos nuevos estudios de periodismo y comunicación da también una indudable seguridad y prestigio. De esa forma se publica este libro, como número monográfico de los *Quaderns de Filologia de la Universitat de València*, que ahora también se denomina, en su tercera etapa, *Estudis de Comunicació*.

Este número, de 2004 pero aparecido a finales de 2005, es un monográfico sobre el periodismo especializado, o periodismo de complejidad, y en especial, sobre la divulgación periodística de la ciencia. Así, el volumen se divide en dos partes: una, más general, con una serie de capítulos de los que destacaríamos el de Josep Lluís Gómez Mompert, sobre el periodismo “glocal” (entre lo global y

lo local, tema que han tocado otros investigadores españoles, por ejemplo Xosé López), el de Rosa Martínez Rubio, sobre las técnicas documentales en el ámbito periodístico local, y los de David Vidal y Santiago Ramentol. Mientras este último reclama un “periodismo de la evidencia” para poder “salvar la complejidad”, David Vidal, como ya ha hecho en otros artículos anteriores, defiende una renovación de la teoría de los géneros periodísticos que, más allá del normativismo (representado por un Martínez Albertos que llega a aseverar que el incumplimiento de la rígida observancia de los géneros puede dar con los huesos del periodista en la prisión), se incorpore a las tendencias de la lingüística y la teoría literaria para abrazar un cientifismo que se siente ya imprescindible.

La primera parte del libro la completan dos artículos de sendos investigadores de la Universidad de Valencia, Dolors Palau Sampio y Guillermo López, sobre las metáforas de la guerra de Iraq y los marcos cognitivos de las crónicas, por un lado, y el proceso de formación de la opinión pública, por otro.

La segunda parte de este volumen se reserva al análisis de la divulgación científica que hace el periodismo en España. Varios especialistas en la materia, como Carlos Elías o Mariano Berenguer, publican sus aportaciones. También lo hace una de las coordinadoras del volumen, Carolina Moreno, quien se centra en la televisión. Amparo Olivares, en cambio, centra su atención en las revistas (francesas), Elías lo hace en las disfunciones de la comunicación de la ciencia en todos los formatos (y el modo de paliarlas), Miquel Francés y Martí Domínguez hacen referencia a los géneros y, por último, María Luisa Humanas y Juan José Igartua realizan una aportación teórico-metodológica (lo que siempre viene bien a una ciencia tan joven, y que algunos pretenden solventar con intuiciones revestidas de retórica periodística) sobre el concepto de *framing*, área en la que trabajan desde hace algún tiempo.

El libro, en definitiva, a pesar de carácter misceláneo de este tipo de iniciativas, no resulta en exceso heterogéneo ni disperso, y contiene, además, las suficientes aportaciones metodológicas y críticas para que no resulte, como a veces sucede, un *dèjà vu* o una mera recopilación de postulados considerados, a fuerza de repetidos, como sagrados. Antes al contrario, la lectura de la mayoría de los capítulos de este libro buscan precisamente romper con esa dinámica conformista y plantear la necesidad de, también en el estudio del Periodismo (¿por qué habría de ser de otra manera?) emplear métodos, técnicas y enfoques puramente científicos.

J.D.N.