

# Oteiza y el cine. Escenario de Acteón. Estética de Acteón

Zunzunegui, Santos (ed.)  
(2011)

Madrid: Fundación Museo Jorge Oteiza  
en colaboración con el Museo Nacional  
Centro de Arte Reina Sofía

Una fotografía de un tren parado en una estación ilustra la portada de Oteiza y el cine. Por las indicaciones que figuran en la solapa delantera del volumen sabemos que la fotografía fue tomada en la estación de Irún en 1960. Más adelante, en la página 31 del estudio introductorio que precede a los dos textos inéditos de Oteiza (“el corazón de este volumen” en palabras del propio editor), se recupera un testimonio del escultor vasco: “Se han rodado los primeros metros de AC-TEÓN en Picos de Europa y ahora aquí en Irún. Los planos de la estación y la frontera. He debido estar muy nervioso. Un creador no puede contenerse en una situación dispuesta para la creación”. Gracias a este dato el lector alcanza a comprender el porqué de la fotografía de la estación de Irún en la portada. Ahora ya sabe, con absoluta certeza, que esa imagen pretende evocar los primeros días de un rodaje que no fue; los primeros metros de una película que nunca llegó a realizarse; si me apuran, los primeros balbuceos de una forma de expresión que siempre mostró una especial fijación por los trenes.

Atendiendo a un encargo de la Fundación Museo Jorge Oteiza (pero también a una cuenta pendiente de orden más personal), Santos Zunzunegui ha editado un volumen cuyo propósito último no es tanto reconstruir los pormenores que rodearon aquel singular y, a la postre, amargo episodio, como rescatar los materiales más significativos que

Oteiza pergeñó durante la fase de preparación de ese proyecto. A través del mismo el artista vasco pretendía dar continuidad a una investigación experimental que hasta entonces, como es bien sabido, se había encauzado, esencialmente, por medio de la escultura. El primero de estos materiales es el guión (plagado de anotaciones manuscritas) con el que Oteiza pensaba co-dirigir, asesorado en la parte técnica por Jordi Grau, una película que finalmente acabaría dirigiendo este último en solitario (con un guión, por cierto, completamente distinto). El segundo es un texto titulado “Estética de Acteón” que, como advierte Zunzunegui, fue “concebido como un texto de acompañamiento”, una suerte de manual de instrucciones pensado para orientar, antes y durante el rodaje, a sus colaboradores y que tiene además la ventaja añadida de permitir al lector “asomarse a la cocina creativa del artista, a su taller conceptual”. Cierran el volumen dos textos preparados para la ocasión por Paulino Viota y Jenaro Talens respectivamente. Aunque de naturaleza bien distinta, las dos aportaciones comparten un mismo propósito: demostrar que las ideas de Oteiza sirven (siguen sirviendo) para pensar la forma artística en cualesquiera de sus manifestaciones. Si el primero concentra toda su atención en la forma cinematográfica el segundo amplía el campo de maniobras para incluir en su estudio “las múltiples propuestas de las décadas de los años 50 y 60 del siglo pasado” que, desde distintos ámbitos creativos (Beckett y Joyce en la literatura, Cage en la música, Kubelka en el cine, etc.), asumieron ese *agotamiento de la expresión* que definió Oteiza y que le empujaría, a la postre, a dar por finiquitada su investigación en el terreno de la escultura.

Que la intención primera de este volumen es dar la palabra a Oteiza es algo que se percibe en la propia organización de los diferentes materiales que lo conforman. El propio Zunzunegui habla en la introducción de una estructura circular que recuerda a la

de esos *cromlech* vascos sobre los que Oteiza volvía una y otra vez en sus escritos: el “Escenario” y la “Estética” en el centro, y los textos de Zunzunegui, Viota y Talens alrededor, escoltándolos. Así, al reservar para los dos textos del escultor vasco un lugar central en la estructura del libro se insiste en el carácter ineludible de los mismos de cara a comprender y valorar la intervención del artista vasco en el medio cinematográfico y, de paso, se reivindica esa parte del legado de Oteiza (su discurso estético) que, según los firmantes de este volumen, no ha tenido hasta ahora la repercusión que habría merecido. Ese deseo de privilegiar la palabra del artista (al que Zunzunegui considera un “escritor de primer rango” en lengua castellana) se va a percibir también en el mimo y el rigor filológico que ha guiado la edición crítica, no sólo de los dos textos centrales, sino también de todas esas otras fuentes documentales (cartas, conferencias, testimonios, etc.) que han sido consultadas (fundamentalmente en el archivo del Museo de Oteiza en Alzuza) durante la investigación. La manera de presentar los materiales, interviniendo por medio de la anotación sólo cuando se considera estrictamente necesario, confiando en el bagaje cultural y las destrezas interpretativas del lector, es decir, sin entorpecer innecesariamente la progresión autónoma del discurso, convierten a esta edición crítica en un trabajo ejemplar.

Apuntaba al principio de esta reseña que el origen de este volumen cabría encontrarlo, por un lado, en un encargo pero, por otro, en algo que me voy a atrever a llamar una deuda intelectual. La imagen del tren arribando a la estación de Irún remite a los primeros días del rodaje de *Actéon* pero, en filigrana, ya lo he dicho, apunta también (vía *L’Arrivée de un train en gare de La Ciotat*) a los orígenes del cine o, de una manera más precisa, al germen de una determinada manera de pensar el cine. Tanto Santos Zunzunegui como Paulino Viota han señalado en varias

ocasiones que la figura de Oteiza, y de manera muy especial su discurso estético, fue, durante sus años de formación, una referencia ineludible. De hecho, Zunzunegui y Viota, acompañados por Javier Vega, concibieron, pocos años después de que se tomara la foto de la estación de Irún, el guión de un film titulado *Contactos* (Paulino Viota, 1970) que aspiraba, entre otras cosas, a ser la plasmación fílmica de algunas de las ideas que atraviesan el *Quosque tandem...!* Así pues, este *Oteiza y el cine* puede ser visto también como el tributo que rinden los discípulos a uno de sus maestros. En este sentido, el monumental artículo que Viota ha preparado para la ocasión resulta ejemplar por lo que tiene de aplicación (personal) a la historia del cine (en realidad, a los autores sobre los que ha trabajado el “Viota analista” a lo largo de los últimos treinta años) de algunos de los conceptos esenciales alumbrados por Oteiza en un *Quosque tandem...!* que, a tenor de lo expuesto hasta aquí, parece conservar intacta su arrolladora capacidad para poner las mentes a funcionar.

***Asier Aranzubia Cob***

## ***La experiencia fílmica. Cine, pensamiento y emoción***

**Zumalde, Imanol (2011)**

Madrid: Cátedra

*Rara avis* en el panorama de los estudios sobre cine, el trabajo de Imanol Zumalde en *La experiencia fílmica. Cine, pensamiento y emoción* da como resultado un libro impecable cuya lectura es, además, capaz de proporcionar un placer de idéntica índole. En efecto, a lo largo de las trecientas páginas que lo

componen, *La experiencia fílmica* despliega la *conditio sine qua non* del goce con la que, en última instancia, todo trabajo teórico que se precie de tal debería cumplir en su diálogo con el lector, esto es: hacer que experimentemos el placer de enmudecer porque se nos da qué pensar; y ello incluso cuando, llegado el caso, el lector pueda sentir la necesidad de matizar alguna de las hipótesis puestas en juego. Aspecto, este último, casi inevitable, dada la envergadura de la tarea que acomete este libro y que encontramos formulada con toda claridad ya en las primeras líneas de la «Introducción»: sentar las bases para una hermenéutica de la emoción fílmica, vale decir, una hermenéutica de la emoción estética *in extenso*.

En la consecución de ese objetivo el volumen se estructura en dos partes que mantendrán en vertical el fiel de la balanza: la primera de ellas lleva por título «La emoción fílmica: un balance teórico» y está dedicada a establecer los fundamentos epistemológicos que hacen del análisis textual —como el propio autor precisa, modelo de exégesis propuesto por la semiótica estructural— no solo la metodología más solvente a la hora de desarrollar la labor hermenéutica propuesta, sino también un potenciador de la experiencia estética: cuanto mayor sea la calidad de nuestra actualización semántica mayor será el placer que obtengamos del texto; la segunda parte «Los placeres del sentido: análisis y goce intelectual» se edifica sobre esos fundamentos teóricos y es en ella donde, con finura analítica, Imanol Zumalde disecciona un *corpus* fílmico que, precisamente gracias a los resultados que posibilita la metodología del análisis textual, puede mostrarnos toda su riqueza y, con ella, la necesidad de reconsiderar el carácter menor con el que ha venido siendo sancionado por la tradición crítica. Bajo estas premisas se aborda un *excursus* que parte del segmento sonoro de la filmografía de Charles Chaplin, pasa por los títulos que, en el caso de John Ford, se

constituyen como huellas morfogénicas de su producción de madurez, para, por último, fondear el cauce por el que al finalizar la II Guerra Mundial discurre la filmografía de Kenji Mizoguchi.

Como se colige de manera obvia, es en la primera de las dos partes que componen el libro donde *La experiencia fílmica* realmente fija las reglas de su juego, y lo hace en una progresión teórica perfectamente estructurada a través de los cuatro capítulos en que se divide. El primero empieza por exponer las diferencias teóricas de partida entre análisis fílmico («*discurso del Ser* que emplea una determinada metodología para poner al descubierto la inmanencia de un artefacto estético») y crítica cinematográfica («*discurso del Parecer* que se apoya en la contingencia del gusto personal para exponer una conjetura»). Una vez aceptado el carácter inmanente de la lógica de los mecanismos de significación de todo texto que la metodología del análisis textual permite desvelar, se hace posible, en el capítulo sucesivo, «clarificar que la razón y la emoción actúan sinérgicamente y, lo que no es menos importante, que lo hacen en sincronía con el dictado del texto». Así, «La vivencia estética. Del *síndrome de Stendhal* al gozo intelectual», nos conduce por un viaje fascinante en el que la multiplicación de territorios conlleva un único destino posible: desde la crónica del mítico desfallecimiento florentino de Stendhal en Santa Croce — como epifenómeno del problema semiótico abordado—, pasando por las disquisiciones de Pseudo-Longino a propósito de lo Sublime o el deslumbramiento de la oscuridad que Greimas desentraña a partir de *Elogio de la sombra* de Tanizaki, hasta llegar a los *ready made* y el régimen del arte conceptual o a los análisis de Nikolaus Pevsner sobre las leyes que rigen el mecanismo estructural de la catedral de Notre-Dame de Amiens en tanto experiencia estética. El ejercicio de la tarea hermenéutica propuesta desvela aquí un único horizonte posible, aquel donde «la viven-

cia estética es un fenómeno de obediencia textual en el que la discrecionalidad emotiva del lector empírico está sujeta y condicionada por esa suerte de *hipótesis de cooperación interpretativa* prevista por el objeto estético que la semiótica denomina Lector Modelo». Los capítulos tercero y cuarto se construyen sobre este punto realmente medular, el primero para hacer frente a las razones de distintas líneas teóricas derivadas del post-estructuralismo (desde los *Cultural Studies* a los estudios de género) y el segundo para desplegar una suerte de vademécum de los aspectos que deben ser tenidos en cuenta en la «puesta en forma» de un texto filmico para, con ellos, poder comprender en sus justos términos esas instrucciones de correcto uso que cada texto proporciona al pensamiento y a la emoción.

Al final de este libro excelente queda sin embargo, para quien esto firma, una cuestión en suspenso: las implicaciones que conlleva la noción de «obediencia textual» si, con ella, a la hora de actualizar modélicamente en la lectura el cumplimiento de las instrucciones previstas por el texto, hemos de confundir «el mismo» (o *lo idéntico a sí*) -cuyo despliegue en una distensión lineal del tiempo convierte en irrepetible y, por tanto, remitiría el trabajo hermenéutico al desvelamiento de una propiedad privada del sentido- con «lo mismo» (o *lo igual*). Porque, en realidad, una actualización semántica modelo *es, y solo puede ser*, producto de ese ámbito de «plausibilidad compartida» que cada tradición histórica instaura como límite de pertinencia textual con respecto a un texto, lo que implica que el significado no puede ni identificarse sin más con «lo idéntico a sí» en sus diferentes actualizaciones modelo ni, a la inversa, considerarse solo idealmente subsistente fuera de cada actualización modelo particular.

Un pensador tan prudente como Gadamer plantea en *Verdad y método* ese carácter polivalente de la palabra cuyo significado no está presente únicamente en el sistema y en

el contexto y, que a efectos de lo que aquí se dirime, podríamos considerar como consustancial a «lo mismo» a la hora de asumir el cumplimiento de la «obediencia textual» en las diferentes (históricas y, por tanto, contingentes) actualizaciones semánticas modelo: «Estar-en-un-contexto implica a la vez que el significado no pierde totalmente la polivalencia que posee la palabra en sí, aunque el contexto dé univocidad al sentido respectivo. El sentido literal que corresponde a la palabra en el contexto no es sólo lo que está presente. Hay algo más que está co-presente, y la presencia de este elemento co-presente constituye la fuerza evolutiva que reside en el discurso vivo». Quiere esto decir que, bajo tradiciones distintas y ámbitos de «plausibilidad compartida» distintos, pero siempre en el interior de flexiones singulares, «lo igual» puede reaparecer en su valor y efectividad reales de «obediencia textual», de manera que cabe reconocerlo y convertirlo en disponible con solo no buscar actualizarlo como un retorno de «lo idéntico a sí».

**Susana Díaz**

## ***La práctica del visionado cinematográfico***

**Sangro Colón, Pedro (2011)**

Madrid: Editorial Síntesis

“Campana” es el título del episodio que cierra la película de Andrei Tarkovsky *Andrei Rublev* (1966). En él se nos narra la historia de un joven, Boris, a quien su padre, famoso fundidor de campanas, antes de exhalar su último aliento, ha revelado supuestamente los secretos de su elaboración. Y digo supuestamente porque, tras ofrecerse al Gran Príncipe para la fundición de la gigantesca

campana de bronce que debiera coronar la catedral y dirigir el complejo desarrollo de su fabricación bajo la escéptica mirada de los que le rodean, acabará confesando, entre llantos, lo evidente: su mezquino padre fue enterrado con todos sus secretos intactos. Pese a ello, Boris ha triunfado. La revelación de este hecho tiene lugar al tiempo que pueblo y señores se regocijan mientras oyen el hermoso repique de la nueva campana que él ha creado. Equiparando la elaboración de la campana con cualquier otro proceso de creación artística, la conclusión de Tarkovsky es palmaria: hay algo de inefable en el arte, algo que no se puede transmitir, que no circula, que no admite intercambio, que, en definitiva, no puede enseñarse. Ese “algo” pertenece al artista. Llámesele don, talento, capacidad de ir más allá que los demás, de elevarse por encima del resto y vislumbrar aquello que estos ni siquiera pueden llegar a intuir, como se expresa, también, en el primer episodio (“El Globo”) de esta misma película y que enmarca de manera programática, junto con el que acabo de relatar, a aquellos otros centrados en la vida de otro artista, el pintor de iconos Andrei Rublev.

Viene todo lo anterior al hilo del libro cuya reseña me ocupa: “La práctica del visionado cinematográfico”, escrito por el catedrático de Lenguaje y Narrativa Audiovisual de la Universidad Pontificia de Salamanca, Pedro Sangro Colón. Porque el objetivo del libro en cuestión está señalado explícitamente desde sus primeras líneas: “(dar) cuenta de la importancia del visionado del cine pretérito, su papel educativo y sus posibilidades pedagógicas para aquellos que deseen trabajar detrás de una cámara contándonos historias” (pág. 13). O, dicho de otro modo: “clarificar el funcionamiento de algunos conceptos fílmicos que todo narrador audiovisual debe conocer a través de la ilustración que proporcionan diferentes pasajes, escenas y secuencias, pertenecientes a cerca de trescientos filmes” (pág. 10). Es, por lo

tanto, un libro destinado a la formación de futuros cineastas. Pero, retomando lo que Tarkovski plantea: ¿es realmente posible enseñar a ser director de cine? ¿Corresponde a las facultades, escuelas o academias de todo pelaje el desvelamiento de sus secretos, la iniciación en sus arcanos y el alumbramiento de sus misterios? Es más, ¿existen tales secretos, arcanos y misterios?

Por supuesto, el diagnóstico del que parte el profesor Sangro es certero. Existe un cierto grado de *adanismo* en muchos de los jóvenes que pueblan las diversas Facultades de Comunicación Audiovisual y/o Escuelas de Cine. Muchos de los que se ven a sí mismos como los cineastas del futuro carecen de los más mínimos fundamentos y rudimentos sobre lo que tienen entre manos. Creen hollar por primera vez senderos ya transitados, innovar lo ya caduco, romper con lo mil veces roto. De ahí la necesidad de invocar a la “autoridad de la tradición”, a la labor de aquellos creadores cuya obra se considera paradigmática. De ahí la necesidad de asignaturas como las que él imparte y de manuales como el que propone. Porque, en último término, “La práctica del visionado cinematográfico” no deja de ser un manual *encubierto* de la asignatura Narrativa Audiovisual de la que el autor es docente. Así lo atestiguan los grandes ejes en torno a los que está organizado su contenido: la cuestión del punto de vista, el narrador, el montaje o la temporalidad. Amén de dos capítulos finales: uno sobre una necesariamente sucinta Historia de los estilos cinematográficos (33 escasas páginas) y otro sobre el cine de Alfred Hitchcock, cineasta ejemplar, según Sangro, de obligado estudio en las escuelas de cine por “su virtuosa capacidad para transformar cualquier historia en un interesante relato audiovisual en el que el espectador es siempre interpelado a la participación” (pág. 183).

Alejado conscientemente del ya cansino, por repetitivo, desarrollo teórico que lastra buena parte de los manuales al uso sobre es-

tas cuestiones, su lectura resulta ágil, amena y variada. Aunque, en ocasiones, su principal virtud se torna en su mayor defecto. Así, prima la cantidad (número de ejemplos expuestos) sobre la profundidad, la descripción (paráfrasis de lo que se ve-oye) sobre el análisis, la arbitrariedad (taxonomía de narradores: mentiroso, atormentado, cómplice, muerto) sobre la sistematicidad. En cualquier caso, o precisamente por ello, este libro constituye una buena oportunidad de adentrarse sin complicación en algunos de los vericuetos del llamado “lenguaje audiovisual”, tenga el potencial lector la vocación de convertirse en director de cine o, simplemente, pretenda ir un poco más allá de lo que la superficie de la pantalla le ofrece. Para los primeros, conocer lo que cineastas ya consagrados han hecho y cómo lo han hecho constituye, me temo, condición necesaria pero en ningún caso suficiente para conseguir que el tañido de su campana consiga emocionar a quien lo oiga.

*Iñigo Marzabal*

## Alexander Mackendrick

**Aranzubia Cob, Asier (2011)**  
Madrid: Cátedra

Es bien sabido para todos aquellos aficionados a la práctica y a la lectura del análisis fílmico la importancia que tiene la elección del objeto de estudio y los riesgos que ésta conlleva. Otra de las consideraciones de envergadura para un estudioso del cine y sus obras es la de seleccionar un momento, un género, una película o un autor que sean representativos de un periodo o, por el contrario, cuya luz haya sido oscurecida por la literatura publicada en torno al momento histórico en el que la obra ha sido producida. Asier Aranzubia hace gala del oficio apren-

dido y en este volumen publicado por Cátedra demuestra su saber hacer como analista y como historiador cinematográfico, actividades que ha compaginado y aunado a lo largo de su producción literaria, al atreverse a hincar el diente a un cineasta fagocitado y, probablemente, minusvalorado por las historias escritas sobre el cine.

La elección de un cineasta como Alexander Mackendrick no es baladí, ya que lo hace emerger de un panorama cinematográfico en el que su figura había quedado oscurecida por el brillo de algunos compañeros de generación y, sobre todo, porque Aranzubia tiene la valentía de defender una hipótesis ciertamente arriesgada al proclamar que Mackendrick es un autor y demostrarlo con brillantez y solvencia. Resulta sorprendente la elección de este tipo de director que siempre se ha definido como un artesano del celuloide en una época en la que el culto a la personalidad del artista/autor resulta desmedido. Sin embargo, Aranzubia defiende con convicción la autoría de Mackendrick al demostrar que el británico fue capaz de elaborar una propuesta diferenciada dentro de un sistema y de poner en pie una obra lo suficientemente singular y coherente.

Resulta evidente que el punto de vista de Aranzubia, que convierte en autor a un cineasta al que las historias del cine le habían mantenido en la categoría del artesano eficaz, no se sostendría sin una vigorosa argumentación de cuáles son las características estilísticas que dan solidez a esta transmutación. Todas ellas van a ser desmenuzadas en el segundo capítulo del libro, titulado *Identificación de un autor*, y, curiosamente, la primera que plantea es la del rechazo contundente de Mackendrick a la idea del director de la película como un artista. En su opinión, los grandes directores son los que tienen la capacidad de disolverse y desaparecer. A partir de esta idea, sustentadora de la filmografía del cineasta, Aranzubia va desgranando las claves del estilo del director de origen británico:

la ironía que consigue que sus películas se desmarquen de las comedias producidas por la Ealing, sus obras entendidas como artefactos formales milimétricamente diseñados, las repeticiones o rimas visuales que se advierten en ellas, y los desarrollos y complejizaciones de un mismo tema o de una misma solución formal en diferentes películas. Y, como si los ejemplos utilizados para demostrar las reiteraciones estilísticas presentes a lo largo de las nueve películas que forman parte de su filmografía no fueran suficientes, Aranzubia utiliza su capacidad como analista fílmico utilizando como ejemplo los 18 primeros minutos de *Chantaje en Broadway* como el fragmento revelador de su manera de hacer cine.

Siguiendo las normas de estilo instauradas en la colección Signo e Imagen, Aranzubia dedica el primer capítulo del libro a presentar un recorrido biográfico del cineasta, así como un repaso por las condiciones determinantes que gestaron sus films hasta desembocar en sus largos años como profesor de cine en la California Institute of the Arts (CalArts). Este trayecto historiográfico se caracteriza por la precisión y la síntesis, ofreciendo un panorama completo de la vida y la ejecución de la obra de Alexander Mackendrick. Repasa así su periodo de aprendizaje, sus momentos de esplendor como cineasta, su decadencia y su actividad como docente. De esta manera, Asier Aranzubia inicia el libro dedicándose a explicar los comienzos de Alexander Mackendrick como publicista, donde se familiarizó con las técnicas de composición, la escritura del guión y la concepción de su trabajo en términos de relato y narración. La II Guerra Mundial hizo que se refugiara en el Ministerio de Información británico, para el que realizó piezas propagandísticas y se encargó de la supervisión de las solicitudes de rodaje del cine italiano, siendo el responsable de que una película como *Roma, ciudad abierta* pudiera llegar a las pantallas cinematográficas. Sus incorpo-

ración en el mundo del cine, al ser contratado por la Ealing como guionista y dibujante de storyboards, pronto dio paso a la producción de sus primeras películas.

A partir de este exhaustivo a la par que sintético repaso biográfico, Asier Aranzubia va a ir desgranando algunas de las características del cine de Mackendrick que después desarrollará en el capítulo posterior. Por ejemplo que el cineasta no trabajaba como era costumbre en la productora para la que estaba contratado, “no con las aspiraciones y deseos utópicos de los espectadores, sino con sus resentimientos”, que de manera velada lo convierten en un “crítico radical hacia las instituciones”, y también como un cineasta extraordinariamente consciente de la importancia de la interpretación, meticulosidad y control de todo el proceso anterior y posterior a la producción. Tras su paso por el cine de Hollywood, la trayectoria profesional de Mackendrick termina en la CalArts, donde enseña el cine como un oficio en lugar de como un arte, en abierta contradicción con la política de un centro que quiere formar a artistas independientes. Aquí Aranzubia pone el dedo en la llaga al reproducir una pregunta que el cineasta hacía a sus alumnos sobre “de qué querían ser la vanguardia”, interrogación que podría ser extrapolable a las aspiraciones de los jóvenes cineastas de cualquier nacionalidad en la actualidad.

El libro finaliza con un microanálisis de cinco páginas de cada una de las películas. De cada una de ellas, Aranzubia extracta los fragmentos más significativos capaces de dar cuenta de las virtudes de cada film. Evidentemente, la introspección en cada una de las obras se queda corta, no por incapacidad del autor del volumen, sino debido a las normas de estilo de la colección, dejando a los lectores con un sabor agrídulo debido a la necesidad de saber más de cada una.

En definitiva, las capacidades de analista e historiador del autor se amalgaman en este volumen para sacar a la luz a un cineasta

olvidado y reivindicar su significativo papel en la historia del cine británico y norteamericano y, por extensión, en la historia del cine universal, convirtiéndose en un volumen imprescindible para todos aquellos aficionados a las figuras destacadas que construyeron el “séptimo arte”.

**Carmen Arocena**

## ***Laberintos Narrativos. Estudio sobre el espacio cinematográfico***

**Martínez García, M<sup>a</sup> Ángeles  
(2012)**

Barcelona: Gedisa.

Transcurridos seis años de la publicación de su obra, *Mito, Cine, Literatura. Laberinto y Caos en el Tercer Hombre* (2006), María Ángeles Martínez vuelve a retomar el tema del laberinto en su última obra, *Laberintos Narrativos* (2012). En esta ocasión la autora se decanta por un texto más aprehensible y pedagógico que estructura en dos bloques claramente diferenciados. En el primero, de marcado tinte teórico, estarían los dos primeros capítulos, “El cine como creador de mundos posibles” y “El laberinto en el cine”, ambos enfocados a ofrecer al lector tanto los fundamentos conceptuales como las herramientas metodológicas necesarias para encarar el análisis posterior. A través de la semiótica, la filosofía y la teoría del Arte, principalmente, nos ofrece una sugerente reflexión sobre las complejas relaciones entre la realidad y la ficción en la creación de los mundos ficcionales. El concepto de verosimilitud se revela como eje central para conocer el funcionamiento de esos mundos ficcionales, máxime si tenemos en cuenta

que los textos audiovisuales y, por ende los cinematográficos, no remiten tanto a un estado real del mundo sino a ese conjunto de expectativas culturales que permiten la construcción de un mundo posible. De esta manera lo verosímil actuaría como una reducción cultural y arbitraria de los posibles reales.

De ahí que M<sup>a</sup> Ángeles Martínez continúe su disertación dirigiéndose a la problemática de la comunicación y la recepción de la obra de arte, con la intención de descubrir cuáles son las formas, condiciones y sujetos implicados en este proceso. Aunque el debate es ya antiguo y la literatura sobre el mismo muy profusa, la autora lo aborda como una necesidad dado que el análisis de los textos fílmicos posteriores así lo exige. La existencia de un autor y un lector modelo, productos y productores del texto, la capacidad intertextual del receptor o la repetición como una forma de acceder a nuevos significados, son algunos de los aspectos a tener en cuenta. En el fondo de esta reflexión surge la clásica diatriba de Gombrich, y otros autores citados por la autora, sobre las posibilidades de la imagen en la comunicación y la comprensión de la obra de arte entendida ésta como autoexpresión.

El segundo capítulo entra de lleno en la delimitación conceptual del espacio cinematográfico como componente esencial de la construcción de los mundos ficcionales a los cuales nos quiere conducir. La relevancia del espacio cinematográfico, o quizás mejor, fílmico, se detalla a través de las funciones a él adscritas: funciones metonímicas, caracterizadoras de los personajes, simbólicas u organizadoras, que se tornaran reveladoras a través del estudio posterior. Dado que dentro de los posibles espacios, la autora ha seleccionado los espacios laberínticos, nos describe con detalle la ontología de los mismos, su presencia en la historia, su carácter simbólico, y sus fuertes lazos con los relatos míticos. A partir de ahí, establece una tipología de laberintos basada

en el número de vías que presentan y sus posibles funciones: iniciáticas, defensivas, lúdicas y representativas.

Entraríamos así en el segundo bloque, destinado a analizar la construcción del laberinto espacial en cuatro filmes concretos: *Dentro del laberinto* (1986), *Blade Runner* (1982), *Los mundos de Caroline* (2009) y *Origen* (2010). La propuesta metodológica queda bien definida al inicio del capítulo, decantándose por la sencillez y la claridad al abordar la construcción del laberinto como elemento espacial a través de los recursos cinematográficos: puesta en escena, uso del campo/ fuera de campo, movimientos de cámara y montaje. La elección de cuatro filmes, que podríamos encuadrar dentro del género fantástico o de ciencia ficción, no parece obedecer a otro criterio sino el de la presencia en todos ellos de laberintos espaciales explícitos o implícitos. Sin embargo, habría que señalar que aunque la elección de un filme como *Blade Runner*, convertido para algunos autores en un filme de culto y sobre el cuál se han vertido ríos de tinta, parecería a priori un poco arriesgada, la autora extrae de la película algunas apreciaciones bastante inspiradas.

Quizás, y aún reconociendo el valor interpretativo de la tipología diseñada, llama la atención la poca relevancia que se le da al concepto de viaje, y en concreto a la interpretación del viaje heroico acuñada por Joseph Campbell, como lo que él denominaba un “monomito”. Pues al fin y a la postre los héroes y heroínas estudiados se ven inmersos en un viaje, aunque sea un viaje por un espacio muy específico, con sus llamadas a la aventura, umbrales, pruebas, apoteosis, enemigos y aliados, sin obviar todas las connotaciones simbólicas y psicológicas que el viaje conlleva y que la autora interpreta con gran acierto. Son, a mi parecer, las descripciones de los distintos laberintos hallados en el filme, junto a la interpretación simbólica de diferentes elementos y su lectura inter-

textual, lo más enriquecedor del análisis cinematográfico expuesto.

No cabe duda de que María Angeles Martínez ha hecho un gran esfuerzo para transmitir y adaptar sus conocimientos a un público más amplio y heterogéneo. De ahí que su texto tenga un gran valor pedagógico, resultando accesible e interesante a partes iguales.

¿Hay por tanto, tantos horizontes de expectativas o sentidos para una película como espectadores?”, se preguntaba la autora en la página 56. La respuesta a este interrogante esta en su libro, donde su punto de vista ofrece un nuevo sentido a los filmes, que no cabe duda completará los ya dados y del que se beneficiaran investigadores posteriores.

*Flora Marín*

## *Españolas en un país de ficción: la mujer en el cine franquista (1939- 1963)*

**Gil Gascón, Fátima (2011)**

Zamora: Editorial Comunicación Social

El cambio de siglo ha sido testigo del progresivo avance y normalización de los estudios de género dentro de nuestro Estado. Esta área de investigación, consolidada como disciplina académica desde hace décadas en el ámbito anglosajón, era - todavía en los 80s y los 90s- dentro de nuestro entorno una excepción que se observaba desde la distancia y el escepticismo. Hoy día no hay Universidad que no los incluya en sus programas y en sus líneas de investigación. Completan esta oferta congresos,

jornadas, conferencias, programaciones audiovisuales y toda una serie de actividades adicionales de formación, reflexión y trabajo. Este desarrollo, en absoluto fortuito, es consecuencia de un intenso y constante trabajo previo, realizado desde entornos complementarios, tendente a alcanzar un objetivo claro: la justa normalización todavía pendiente.

El debate sobre la representación, el análisis de los estereotipos y el esfuerzo por lograr una objetiva visibilidad de la mujer como protagonista de la historia han sido dos de las vías de estudio recurrentes dentro de los estudios feministas y de los estudios de género, que dimanaron de ellos. Ya los primeros análisis de la representación de la mujer sitúan los modelos en el terreno de las fantasías masculinas. Avanzan la idea de que estos estereotipos no muestran la imagen de la mujer real sino construcciones basadas en la versión que de la feminidad tiene el hombre. Estas imágenes consolidadas por mor de su repetición - tal como concluían aquellos pioneros trabajos- no son inocentes, responden al interés de la cultura patriarcal por tratar de perpetuarse.

La cultura, nos enseñó Edgard B. TYLOR, es “aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, las artes, la moral, la ley, las costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”. Es un hecho que, entre los miembros de esa sociedad, la distribución desigual de poder privilegia unos intereses sobre otros y, que es la ideología (política, religiosa..) la que normaliza las relaciones de control sobre los individuos e influye en el modo de dar sentido a la realidad.

El cine, como artefacto cultural, brinda puntos de vista desde los que dar sentido a la realidad, “escribe” la ideología. Como es sabido, comunica, justifica y mantiene aquellas perspectivas que privilegia el sistema social establecido.

Es en este contexto en el que se enmarca el trabajo propuesto por Fátima Gil. Un libro que deriva de su tesis doctoral *Construyendo a la mujer ideal: mujer y censura cinematográfica durante el franquismo (1939- 1963)*, realizada bajo la dirección del profesor Julio Montero Díaz y defendida en la Universidad Complutense de Madrid.

Se trata de un ambicioso proyecto, que desde el ámbito de la historia social, se adentra en uno de los sutiles caminos que la ideología emplea para captar su atención: el cine de ficción.

Un total de 230 películas, producidas en el periodo estudiado (1939-1963) y seleccionadas siguiendo el triple criterio de éxito de taquilla, popularidad y relevancia, constituyen el corpus escogido para examinar como el cine del primer franquismo representa a la mujer. La autora focaliza la atención tanto sobre lo que la imagen de la mujer proyecta como sobre lo que omite con el fin de construir la percepción que la sociedad de la época tiene de la figura de la mujer y por ende del hombre.

Para ayudar a contextualizar el trabajo, Fátima Gil propone como punto de partida un breve recorrido por la época y una rápida visión sobre la censura española. La autoridad otorgada a este organismo, para decidir que es lo que puede o no ser visto en la pantalla, explica el crucial papel de control que el dispositivo jugó tanto en el proceso de regularización y legitimación de determinados valores como en la contención y la ocultación de otros.

El encuadre previo, que el texto ofrece para estudiar como el cine trabaja, es la clasificación de las películas por categorías. Se nos advierte de que no se pretende abordar la polémica sobre los géneros cinematográficos sino elaborar una categorización en la que priman los factores “relacionados con el tema central de la investigación: los personajes femeninos que aparecen en estas historias”. El trabajo, la moral y el amor son los

tres grandes ejes conceptuales que articulan el análisis de este cine que, además de entretener, busca mantener la supremacía del sistema establecido.

A través de la construcción de los personajes, cuya descripción descansa en cómo la sociedad los considera, se revela qué es ser “mujer” en aquella España, cuales son los roles a jugar, las metas a alcanzar y las vías para lograrlas. La convencionalizada estructura narrativa que subyace en las películas visionadas, privilegia cómo deben ser las relaciones de género, al tiempo que las estrategias retóricas invitan a aceptar como natural lo que es mera distorsión de cómo la mujer realmente es y/o quiere llegar a ser. La repetición y combinación de modelos, tales como encontrar la felicidad a través del matrimonio o valorar a la mujer por su apariencia, termina reafirmando estereotipos que acaban conformando actitudes y modos de interacción social.

Nos encontramos ante un estudio que gira, parafraseando a la propia autora, “en torno a la información que el cine da sobre la realidad de la población española del franquismo”. Propone una tipología de imágenes de mujer que ofrecen al lector la oportunidad de reflexionar sobre el entramado de factores que ayudan a entender cómo, bajo las historias de ficción, se escribieron los trazos que definen la etiqueta “mujer”. Alcanzar el ideal propuesto por el estándar cinematográfico suponía adoptar una apariencia, aceptar unas creencias a cerca de cómo ser y comportarse, asumir unos patrones de conducta dictados por aquellas fuerzas que establecían cómo debe ser el modelo. En este proceso, las actrices también tuvieron un papel que jugar, razón por la que el libro les dedica el capítulo previo a los comentarios finales.

***Casilda de Miguel***

## ***EITB aro digitalean. Kudeaketa estrategikoa konbergentziara bidean***

**Larrañaga Zubizarreta, Jotxo  
(ed.) (2011)  
Bilbo: UEU**

Multimedia, Internet, multisoportea, integrazioa, digitalizazioa... hainbat kontzeptu erabili ditugu azken bolada honetan konbergentzia prozesuak adierazteko. Ezbairik gabe, hedabide publikoak asko eraldatzen ari dira Interneteko Web 2.0 mugimendua eta Social Media edo hedabide partehartzailerak sortu zirenetik, eta hedabideen kopurua etengabe emendatzeaz batera, hedabide publikoek ere kanal berriak sortu eta ondo lehiatu ahal izateko konbergentzia prozesuak abiatu behar izan dituzte. Idazgelen bilakera handia izan da, irratiak, telebista kanalak eta webguneak nolabait uztartu nahirik. Hori gertatzen ari da gure artean, eta tamalez ikerketa gutxi burutu dira konbergentzia prozesu horiek ondo ulertzeko. Ematen du gehiago interesatzen zaigula etorkizuna, azken urteotan gertatutako aldaketa prozesuak baino. Hutsune hori betetzeko, Jotxo Larrañaga irakasleak zuzenduriko ikerlan baten emaitza etorri zaigu 2011. urtean; liburu formatuan aurkeztua, unibertsitate mailan erabiltzeko asmoa edukirik.

Euskal Herriko Unibertsitateko bost irakaslek idatzi berri dute EITB erakundearen azken urteotako bilakaeraren gaineko liburu interesgarria. Behar zen horrelako analisisa euskal irrati eta telebistaren konbergentzia aroa islaturik geratzeko. Udako Euskal Unibertsitatearen bidez plazaturiko liburu hau historialari eta ikusentzunezko hedabideetako adituen jakingura asetzeko

ainakoa izango dela uste dut. Carmelo Garritaonandiak egindako hitzaurrean agertzen denez, Sareak edo Internetek eragina eduki du hedabideetan, eta egun ezin da baztertu Sareak ekarritakoa: elkarrenergina, zerbitzu berriak, herritarren partehartzea edota haur eta gazteen erakarpena. Azken finean, Internet motor bilakatu da EITBren 2010-13 Plan Estrategikoari esker, *irratia- ren eta telebistaren menpe egoteari utziz* (161. or.). Horrexegatik, komeni zaigu ondo erreparatzea EITBn oraindik orain gertatu diren prozesuei, bai profesionalen ikuspuntuak aztertuz eta erakundeko zuzendarien iritziak bilduz, bai aldaketa ildo nagusiak agertaraziz.

EITBk ibilbide luzea egin du konbergentziaren asmoa sortu zenetik eta pauso irmoz ibilbidea eginez ibili da etengabe. Liburuan ondo ageri den bezala, egoitza aldaketa gertatu zenean, hau da, Iurretakoa itxi eta berriemaileak Bilboko erakustazokara pasatu zirenean, aldaketa sakona gertatu zen. Liburuan, aldaketaren nondik norakoak arlo soziologikotik ere islatu dira, ikerlari taldean, Manu Martínez soziologo santurtziarrak parte hartu duelarik. Liburuaren 23. orrialdean ageri dira azterketa egiteko erabili dituzten teknikak: elkarriketa erdiegituratuak, eduki analisia, behaketa parte-hartzailea, eztabaida taldeak eta inkestak. Bistan da metodoko zientifikoan oinarrituriko azterketa dela; eta horrexek ematen dio seguraski interesgarritasun handia liburu honi.

Eitb.com webgunearen garrantzia ere nabarmentzen da liburuan, berriemaileen aukera mediatikoen ulertzeko era nola aldatu den ikustaraziz. Konbergentziaren aroan EITBren agente organigrama nola aldatu den ere ageri da liburuan, Bilboko egoitza zabaldu aurreko (2005) eta ondorengo (2007) antolaketa eskemak konparatuz. Bestalde, nabarmentzekoa da 3.7 atalean ageri den analisia konbergentzia kontzeptua ulertzeko erari buruz eta kon-

bergentzia prozesuaren gainean zuzendaritzatik jasotako informazio maila urria erredaktoreen iritzi.

Larrañaga, Larrondo, Agirreazkuena, Martínez eta Mezo irakasle-ikerlariek egindako liburu hau dagoeneko erreferentzia bilakatu da konbergentzia aroan irriti eta telebista publiko baten eredia hobeto ulertzeko. Beste eredu batzuk izan dira lehenago anglosaxoien munduan, baina Europako hego-mendebaldean, zalantzarik gabe, ezinbesteko erreferentzia da EITBn izan den konbergentzia prozesua. Horixe eskertuko dute kazetaritza ikasketak egiten diharduten gazteek, sarritan, geure hedabideen gaineko euskarazko liburuak eskas dituztelako eta hurbileko ereduaren kaltetan urrutiko ereduak erakusten dizkiegulako. Masterra egin edo gradu ikasketetan murgildurik egon, ondo idatzitako testuak topatuko ditu unibertsitariak konbergentziak sortzen dituen hainbat problemari erantzuna emateko.

***Gorka I. Palazio***

## ***Canales de Noticias en Televisión. Contexto operativo, geopolítica y tecnología.***

**Suárez Sian, Michel D. (2011)**

Madrid: Fragua

Esku-liburutik, saiakeratik eta kazetal erreportajetik du zerbait argitalpen honek. Gaia oso interesgarria eta gaurkotasun handikoa. Irakurketa errazten duen idazkera. Informazioan zentratutako telebista kanaletan sakondu nahi duenak abiapuntu egokia.

Ehundik gora ei dira munduan etenik gabe informazioa eskaintzen duten telebista

kanalak. Beraz, garai bateko telebistagintza orotarikoaren monopolioa hautsi eta gero asko izan dira bereiztea aukeratu dutenak. Gaia eta formatoak izaten dira espezializazioak aukeratzen dituen moldeak eta, batzuetan, bien arteko konbinazioa eginez. Mintzagai dugun liburuak tematikoki informazioa zentzurik irekienean hartzen duten kanalak jorratzen ditu, ezagunenak, hedadura handiena dutenak, aintzindariak izan direnak eta, baita ere, txikiagoak direnak, emisio-eremu mugatuagoa dutenak eta duela gutxi aireratzen hasi direnak. Ikuspegi zabala eta neurri berean gaineratuta egiten du Michel D. Suárezek bere doktorego-tesiarene emaitza den liburu honetan.

Argitalpenaren lehen atalean, aztergaiaren oinarriak, neurriak eta izaera definitu nahian, esan bezala, testu-liburuaren itxura hartzen du. Etenik gabeko informazioa dedikaturiko kanalen jabetzan, emisio-eremuetan, azpi-generoetan, formatoetan eta programen taxonomian sakontzen du. Argigarria bere horretan baina beti ere, aurrerago etorriko denaren sarrera izatea baino asmo sendoagoa edukitzeko idatzia ez dagoena.

Liburuaren laurdena bete eta gero dator, hasieran aipatu dugun modura, saiakeratik zerbait baino gehiago duen atala. Informazioa monografikoki lantzen duten kanalei buruzko “arazo teoriko eta politikoak”, egilearen esanetan. Hogeita gutxi orrialde-tan baina gai ugari eta mamitsuak mahai-gaineratzen ditu Suárezek eta ia guztietan zerbait gehiago esaterik badela edo ikuspegi sakonagoa emateko modua egon bada-goela pentsatzera eramanez irakurlea. Izan ere, telebistaren eta bereziki monografikoki informatzea helburu modura hartzen duenaren eragin soziala, kanal hauen erabilera politikoa, kanpo-komunikaziorako arma gisa nolako rola duen edota estilo liburuen garrantzia kazetarien independentzia eta profesionaltasunean gai korapilotsuak eta serioak dira, serioegiak agian, hain modu azkarrean jorratuak izateko. Ados egonik

ala ez (eta bigarren honetarako ere badago zeri heldu) gaiaren garrantzia handiegia da di-da batean landua izateko. Bereziki, eta liburuak irakurtzen zoazen neurrian, espero duzulako gaiaren bete-beteen murgilduko dela eta modu horretara aztertuko dituela informazioa dedikaturiko kanalen inplikazio profesionalak, komunikazioarekin zerikusia dutenak, politikoak, produktiboak eta sozialak.

Azpi-atal hau, hasieran luzeegia badirudi ere, eta gero etorriko denaren tonua ikusita, zabalagoa behar zuela pentsatzera eramaten du. Ondoko ataletan jarrera deskribatzailea da nagusi eta bere horretan, kritikotasuna, komunikazioaren ikuspegi zorrotzagoa eta komunikazioaren eta botere harremanen arteko erlazioaz gehiago irakurtzeko gogoak geratu zaio irakurle honi. Agian, hori muga izateaz gain, gaiaren sakondu nahian dabilenaren jakingura eta gogoak suspertzeko tresna gisa ulertu daiteke. Bietatik badu.

Hasieran esan dugu erreportajetik ere baduela eduki “Canales de Noticias en Televisión” (Editorial Fragua, 2011) izeneko liburuak eta agian hori du arreta lortzeko tresnarik indartsuena. Formalki ondo idatzia, gaiaren zentraltasunetik urrutiratu gabe egituratua eta ikuspegi zabala emanez osatu du Suárezek bere lana. Baina, mugimenduan dauden gauzen deskribapena egiterakoan gertatzen ohi den bezala, fokoa, enkuadrea eta zehaztasuna lortzea ez da beti erraza izaten. Gehien bat, mundu mailako ikusmira hartzen denean eta noiz eta paradigma aldatetan bizi garen honetan. Informazioa lehengai modura daukan telebistagintza tematiko honetan gaur nagusi den joerak agian biharko ez du balio. Erreferentziak aldatuz doazen proportzio berean, aztergaiaren kokapenaren, garapen teknologikoaren, ikuspegi enpresarial eta ekonomikoaren ala kontsumo portaeren iraingitze-data laburtuz doa.

Horregatik, hain zuzen ere, laugarren ataletik aurrera, non CNN, Fox News, Al

Jazeera, Euronews ala TeleSur eta NTN-24ren sorrera, bilakaera eta egungo arazoak aztertzen dituen, tratamendua analitikoagoa izan behar zuen. Erregistro deskribatzailea ere erabili arren, aipatu ditugun bezalako 7/24 kanalen inplikazio politikoez, komunikatiboek, sozialek eta ekonomikoek pisu gehiago eduki behar zuten liburu osoan zehar. Suárezek modu garratzean Ignacio Ramoneti aurpegiatzen dioenaren kontra, alegia, “kritika zorrotza eta telebistagintzaren menpekotasunaren gaineko hausnarketa...ikuspegi ideologikotik” egiten duela esan beharrean, hain zuzen ere, horretan murgiltzea. Tematikoki informazioa gai bakar modura hartzen duten kanal hauen jaiotzeko zergatiak, barne-antolaketa (aurrekontua, organigrama, emisio-eremua) eta edukiak, komunikazioaren politikaren marko orokorretik at ulertzerik ez dago-eta. Telebistagintzaren panorama orokorrean subjektu eta parte diren neurrian, azterketa orohartzaileak eta “ideologikoak” egin beharra dago. Horretarako abiapuntu modura hartzen ziren parametro guztiekin ados egon ala ez, hobe zatekeen norabidea modu orokorragoan egiten zuen azterketaren aurrean egotea.

Liburuaren azken bi kapituluetan, ia kontinentez kontinenteko azter-maila lehenengo eta gero Estatu espainiarreko adibideak hartzen ditu, besteak beste Canal 24 Horas, Intereconomía, TV3n 3/24 ala desagertutako CNN+ aipatuz. Aurrekoen antzera, modu fresko eta arinean, dibulgazio aldizkari baterako erreportajeetan aurkitu daitekeen eran.

Etenik gabe informazioa lantzen duten kanalak gaur egun telebista hargailuetatik ordenadoreetara ala mugikorretara jauzia egiten ari diren bezalaxe, panorama osoa eraldatzen ari da. Bilakaera honen ondorioz kanal tematizatu hauen izaera eta funtzioa birkokatu beharko da eta, nola ez, gaur egungo ekoizpen-moduak, kostoak eta errutina profesional eta programatiboak. Airean

dauden elementu asko dira, gehiegi agian, etorkizun laburrean ere gauzak norantza bideratuko diren jakiteko.

“Canales de Noticias en Televisión” honen hitzaurrean Cebrián Herrerosen dioen modura liburu honek ez ditu bere helburuen artean “errezetak eskaintzea” ala etorkizunaren inguruan “profeziak egitea”. “Egungo egoeraren diagnostikoa” eta “errealitatearen behaketa” egitera mugatu nahi du bere zeregina. Bere horretan, eta esandakoa bezatez, dagoenaren azalpen interesgarria egiten du, berrehun eta gutxi orrialdeko liburuak. Sakontzeko aukera ematen duten puntu asko aipatzen ditu, lantzen ez diren lerroak sumatzen dira eta azterketerako eremu berriak zabaltzen dira.

Tankera honetako liburuen balioa hori ere bada, ez dela dena jorraztera heltzen baina, aldi berean, piztu egiten dituela irakurlearen interesa, jakin-mina eta hala nahi duenarentzako sakontzeko bidea.

**Edorta Arana**

## ***80 claves sobre el futuro del periodismo***

**Orihuela, José Luis (2011)**  
Madrid: Anaya Multimedia

El autor de la bitácora ‘Digital Media Weblog’ nos presenta en esta obra una selección de ochenta entradas publicadas en su blog entre abril de 2009 y marzo de 2011. Cada uno de esos ‘posts’ ha sido aderezado con los comentarios de otros tantos colaboradores seleccionados cuidadosamente. Los textos están ordenados por temática en diez capítulos que abordan las principales preocupaciones del periodismo actual referidas a los trascendentales cambios que le está tocando vivir en los últimos tiempos.

Con más de cien mil seguidores en la red social ‘Twitter’ y autor desde 2002 de otro blog también de referencia –ecuaderno.com–, Orihuela es uno de los teóricos de la materia con mejor olfato digital de nuestro país. El libro que ha construido rezuma ese mismo dinamismo, vertiginosidad e imprevisibilidad que caracteriza también a la revolución digital y a esos cambios continuos que Internet está imponiendo en el mundo de la comunicación mediática, sobre los que precisamente versa la obra.

Cada una de las ochenta aportaciones del autor –de una extensión media de una página– lanza al aire un tema diferente, apunta una tendencia latente y soslaya una inquietud viva referida a la actualidad del momento concreto en que fue publicada, a la vez que insinúa soluciones y posibles derroteros a seguir. A continuación –en la página contigua y con una extensión similar– un colaborador de reconocido prestigio en ese ámbito en cuestión aporta otra visión sobre el tema y firma su comentario desde una perspectiva más serena y atemporal. Predicando con el ejemplo, el profesor Orihuela ha sabido “concentrarse en aquello que se sabe hacer mejor y enlazar el resto” (p. 32).

A lo largo de la obra se abordan los nuevos escenarios en los que se desenvuelven los periodistas y los propios medios de comunicación. Se desgana también la crisis de la profesión desde puntos de vista tan alejados como el deontológico, el económico, el tecnológico o el puramente narrativo.

Los tres primeros capítulos se refieren a los nuevos escenarios profesionales del periodismo, la imbricación del oficio periodista en el seno de la sociedad más comunicada de la historia, y las mutaciones que están sufriendo las redacciones de nuestros media. Los tres siguientes desganan la incidencia que todos estos cambios están teniendo sobre los lenguajes y las narrativas periodísticas: cómo hemos alcanzado el

‘lifestream’ o el ‘storystream’, el papel de las etiquetas y la visualización de la información, así como la nueva posición que el audiovisual está ocupando en este tablero tan cambiante. Los capítulos siete a nueve se centran en aspectos más específicos de todos estos cambios tecnológicos; la irrupción de los nuevos dispositivos, las redes sociales y Twitter respectivamente. Por último el décimo capítulo, bajo el rótulo ‘Tendencias’, se aventura a mirar hacia el futuro y a reflexionar sobre en qué dirección caminaremos en cada uno de esos ámbitos. Además, la obra incluye también varios anexos con una selección de blogs, cuentas de Twitter y recursos online recomendados para periodistas.

Resulta de todo punto encomiable el ingente esfuerzo realizado por el doctor Orihuela en la recopilación de esas ochenta firmas de prestigio que acompañan a sus comentarios. Desde cargos de dirección o responsables de contenidos en medios –como Maricella Arias (El Comercio de Perú), Virginia Alonso (20minutos.es), Pablo Mancini (Clarín) o Javier Marrodán (Nuestro Tiempo)– hasta consultores de medios (Juan Varela, Toni Piqué, Mario Tascón), informáticos, infografistas (Cairo, Esteban, Peltzer) y otros periodistas, pasando por los veintidós profesores universitarios, tanto españoles como de universidades extranjeras, que también realizan aportaciones. Además, el libro está prologado por el subdirector de ABC, Borja Bergareche, quien se encarga de recordarnos que no hay libertad ni pluralismo informativo sin empresas periodísticas rentables.

El resultado es, más incluso que una tormenta, un auténtico tsunami de ideas y toda una fuente de inspiración; un mosaico de comentarios en todas las direcciones posibles que recuerda y refleja continuamente ese mismo entorno digital que pretende diseccionar y del que bebe. Como James Breiner comenta, en la página 105, “nadie sabe

a ciencia cierta cuáles son las tácticas y las estrategias acertadas en el Periodismo del futuro. Todo está en el flujo. Todos vamos a fallar. Hay que limitar las pérdidas evitando apostar todo a una única táctica o estrategia....". De esta forma, Orihuela consigue su objetivo de ir más allá de una mera recopilación de textos y convertir a la obra, en sus propias palabras, en "una conversación con mis colegas y amigos". No en vano, es ese mismo concepto de 'conversación' el que se ha erigido en el "rey", por encima de los propios contenidos también en Internet. Así, el propio autor nos recuerda más adelante la afirmación de Cory Doctorow, quien admite que hoy día "...el contenido es sólo algo acerca de lo que hablar..." (p. 54).

Además, dado que las entradas de la bitácora seleccionadas por el autor suelen responder a comentarios realizados en su día al hilo de la actualidad, la lectura del libro también permite revivir en orden cronológico algunos de los acontecimientos puntuales que durante esos 24 meses sacudieron la red o trastocaron el entorno multimedia. Así, el agravamiento de la crisis económica, la cobertura del terremoto de Haití, la aparición de la tableta de Apple o la irrupción de Wikileaks descorcharán algunos de los clímax mediáticos y, al hilo de sus efectos, se suscitaban los correspondientes comentarios y reflexiones.

José Luis Orihuela es profesor en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Navarra (Pamplona, España), donde imparte varias asignaturas relacionadas con la comunicación multimedia y el desarrollo tecnológico en los medios de comunicación. Anteriormente ha publicado otras obras en este mismo campo de estudio, como 'Blogs' (2005), 'Comunicar para crear valor' (2004), 'La revolución de los blogs' (2006) o 'Mundo Twitter' (2011).

***Daniel García***

## *Información en el móvil*

**Arroyo, Natalia (2011)**  
Barcelona: Editorial UOC

Todos los datos y los expertos en medios apuntan a un futuro en movilidad. Los accesos a las webs desde dispositivos móviles aumentan cada día y en la sociedad se van introduciendo elementos de movilidad que no pasan desapercibidos. Por eso es importante entender y saber descifrar la característica de universalidad de estos dispositivos, mayor que la de los ordenadores, y los requerimientos especiales para ofrecer contenidos y servicios a un usuario que ya los ha adoptado a su vida diaria.

Precisamente la generalización de su uso hace necesaria una reflexión y una completa y actualizada descripción de todos los tipos de dispositivos móviles existentes en el mercado. Este es el principal argumento de este libro, que forma parte de la nueva colección de libros de bolsillo de temas de información, documentación y comunicación, que edita la editorial UOC bajo la dirección de Javier Guallar y Tomás Baiget. La idea es muy buena porque han querido aprovechar la buena imagen de la revista "El profesional de la información" <<http://www.elprofesionaldelainformacion.com>> para lanzar una colección de libros bajo la misma marca <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/libros.html>

Los primeros títulos publicados de la colección son "Tecnologías de la web semántica" de Juan-Antonio Pastor, "La revolución del libro electrónico" de José-Antonio Cordón, "Sistemas de información en la empresa" de Josep Cobarsí-Morales, y "Acceso abierto a la ciencia" de Ernest Abadal.

La autora del libro que nos ocupa es Natalia Arroyo, documentalista en el De-

partamento de Análisis y Estudios de la Fundación Germán Sánchez Ruiperez, y especialista en temas de web social y web móvil, sobre los cuales imparte numerosos talleres. Arroyo ha sabido descifrar muy bien todo lo relacionado con la información en dispositivos móviles pero tratado de forma sencilla. Un repaso, o una introducción para algunos, sobre conceptos fundamentales si queremos entender el mundo en el que vivimos. Un mundo rodeado de móviles, iPads, libros electrónicos, consolas... que llevamos a todas partes y están ya vinculados a nuestra vida cotidiana.

El libro, en formato pocket, está formado por seis capítulos donde se trata desde cómo funcionan los dispositivos móviles, cuáles son los sistemas operativos que utilizan, características de la web móvil, aplicaciones, códigos bidimensionales aplicados a la publicidad, geolocalización y realidad aumentada.

El primer capítulo sirve de introducción a los diversos tipos y sistemas operativos de dispositivos móviles que ahora mismo tenemos en el mercado. Todo ello explicado en un lenguaje sencillo donde podemos iniciarnos en el mundo de las plataformas de los sistemas móviles desde Apple, Android, pasando por BlackBerry, Windows Mobile o Symbian. Sus características y nuevas opciones como teclados virtuales o nuevas conexiones WIFI o Bluetooth, son algunas de las propiedades e indican por dónde irá el desarrollo de estos productos en el futuro. También es importante destacar las distintas características de estos dispositivos, como son la visualización, interacción y conectividad. Todas ellas propiedades cada vez más importantes y desarrolladas por parte de las empresas dedicadas a la movilidad.

Un capítulo especialmente interesante es el dedicado a la web móvil, donde no solo se presta atención a la adaptación de un sitio web ya existente a dispositivos móviles, sino

que se dan pautas para el diseño de sitios para la web móvil y se especifican los estándares de la movilidad.

Se hacía necesaria una explicación sobre las muchas aplicaciones que cualquiera de estos dispositivos móviles nos permiten descargar en la actualidad. Juegos, redes sociales, educación, fotografía, libros, prensa, radio, televisión y salud o fitness son algunas de las aplicaciones comentadas y que nos dan idea del panorama existente en las tiendas de aplicaciones.

Especialmente novedosos y recomendables son los últimos capítulos dedicados a los códigos bidimensionales o QR, clara evolución de los famosos códigos de barras y que permiten orientar muchas acciones al público destinatario. También son reseñables los dedicados a la geolocalización o la realidad aumentada, donde la autora se adentra en los distintos navegadores como Wikitude, Layar, Junaio o Sekai Camera que tan de moda están ahora mismo.

***María Ganzabal Learreta***

## ***Marketing del vino***

**Küster, Inés (Coord.) (2011)**  
Madrid: Pirámide-ESIC.

Küster coordina un libro en el que participan 17 autores - la mayoría trabajan en la Universidad- y que está estructurado en cuatro partes. La primera, una introducción donde se presentan diferentes temas relacionados con el proceso de decisión de compra del vino y con la caracterización de la demanda y de la oferta. La segunda, dedicada a la segmentación del consumidor de vino, del posicionamiento y de la exportación. La tercera se dedica al Marketing mix. Finalmente se presentan ocho casos.

En 2011, según datos del Instituto de Comercio Exterior, España produce 40 millones

de hectolitros, lo que significa el 15 % de la producción total mundial. El 40% de la producción tiene Denominación de Origen.

Junto a Francia e Italia se sitúa como uno de los tres principales países productores mundiales, aunque no de consumo, porque Estados Unidos y Alemania superan en consumo a España (pp. 27 y 145)

El mercado vitivinícola mundial tiene una tendencia al alza y se caracteriza porque los países tradicionalmente consumidores de vino reducen el consumo, y esta disminución es compensada por el aumento en otros países como USA, Canadá y China.

La importancia del comercio exterior es abordada en el capítulo quinto, dedicado a las estrategias de internacionalización. Las exportaciones de vino español y sobre todo de cava crecen desde hace veinte años, con algún descenso esporádico, hacia una cuarentena de países, entre los que destaca Alemania y Reino Unido, que absorben el 50% del mercado (p. 141). Muchas son las bodegas españolas que exportan y, algunas de estas (Codorníu, Freixenet, Torres, Grupo Osborne, etc.), incluso se expanden mediante la adquisición de bodegas en el exterior.

La utilización del Marketing como herramienta en el sector del vino es relativamente reciente, si bien se puede observar que las bodegas la van interiorizando ante la inevitable convicción de que coexisten diferentes tipos de consumidores (entendidos y no entendidos), distintas ocasiones para disfrutar del vino, miles de marcas y muy diferentes precios. Es por ello que el capítulo tercero ofrece ejemplos de segmentación, relativos a los socio-estilos (pp. 92-102).

Para ver la complejidad del sector vinícola se puede apuntar alguna cifra. Es un mercado en el que existen unas 4.000 bodegas, la mayoría de reducida dimensión, 83 denominaciones de origen –incluidos los vinos de pago- y 45 zonas con Indicación Geográfica Protegida. Puede estimarse que existen más de 20.000 marcas, lo cual implica que el

consumidor tiene un conocimiento relativamente débil (p. 198 y ss.). Se trata además de un mercado en el que la parte *experiencial* y social son determinantes en el consumo de vino y espumosos.

Sobre marcas trata el capítulo séptimo. Y más en concreto las marcas colectivas, que son las establecidas en torno a las denominaciones de origen. Sólo la Denominación Rioja supone cerca del 40% de la producción de todas las denominaciones de origen. Precisamente uno de los estudios de caso –el séptimo- se dedica al Consejo regulador Ribera de Duero. Las denominaciones de origen constituyen uno de los principales criterios utilizados para elegir el vino (p. 206). En este capítulo se establece también una tipología de los nombres comerciales utilizados por las bodegas, que es diferente según las distintas denominaciones de origen.

Los casos presentados en la última parte del libro son particularmente interesantes, porque pueden ser integrados directamente incluso en un curso de Marketing general, ya que cada uno de ellos explica (aplica) una determinada dimensión o herramienta del Marketing.

La mayoría de los casos se refiere a bodegas o actividades de relativamente reciente creación, pero destaca el caso de la más que centenaria Marqués del Riscal, que ofrece un caso de *co-branding* claro. No solamente porque se asocia la bodega a una marca, la del arquitecto Frank O. Ghery -diseñador del Guggenheim de Bilbao-, sino también porque la gestión del hotel construido por Ghery la realiza una cadena prestigiosa de hoteles –Starwood Hotels & Resorts- (caso quinto).

A través de los diferentes casos se observa una constante: el eno-turismo y el compromiso con la calidad de fabricación y de los productos ofrecen un argumento para el posicionamiento de las bodegas (casos tercero, cuarto y sexto, este último con el matiz de la agricultura ecológica –Bodegas Puelles-). El caso primero matiza el posicionamiento a

# Marketing. Conceptos y Estrategias

**Santesmases Mestre, Miguel  
(2012)**

Madrid: Pirámide

través de la diferenciación con un pequeño porcentaje de producción de calidad, en botella, y otro grande a través del *Bag in box*.

En otros casos se analizan actividades relacionadas con la web (caso tercero, que muestra el paso de un foro de aficionados a un sitio en Internet que también organiza eventos profesionales; y el caso octavo, referido a una agencia de viajes *pure player*, porque sólo ofrece servicios a través de la web y del teléfono, dedicada a La Rioja).

El posicionamiento es estudiado en el cuarto capítulo, que muestra el proceso a seguir para ver en qué puede diferenciarse una marca, o una bodega (pp. 125 y 127). Este posicionamiento debe ser comunicado, para lo cual debe leerse el capítulo nueve, que se dedica a la comunicación integrada de marketing. Cabe destacar que la publicidad de vinos, en términos de soporte tiene alguna particularidad, ya que se utiliza más el soporte papel, mientras que como media se utiliza el 27% en los soportes diarios, revistas y suplementos. En el vino esta cifra asciende al 53%. (p.279).

En el mercado del vino existen dos sistemas de distribución. Uno, profesional –HORECA–, mayoritario en términos de volumen de vino y cerca del 46% en términos de valor, y otro, a través de los circuitos de la alimentación (p. 227). Se estudian también los motivos de implantación del comercio electrónico para la venta de vino y las marcas de distribución, que aunque no alcanzan el porcentaje de otro tipo de productos, su presencia se incrementa a cada momento.(p. 248).

El libro, según su coordinadora, está destinado fundamentalmente a los universitarios y a los profesionales del sector, pero puede interesar a quienes disfrutan del vino, para entender la maquinaria que existe detrás de un vino y de una etiqueta.

En verdad un manual interesante, por el que merece la pena brindar por su éxito.

***Juan Carlos Miguel de Bustos***

La obra es un manual de referencia en el campo del marketing. A través de sus más de 1.100 páginas, nos explica con profundidad y claridad la práctica totalidad de conceptos clásicos que todo responsable de marketing debería dominar, como son el ciclo de vida del producto, la segmentación del mercado o las cuatro herramientas del *marketing mix*. La distribución de los contenidos es la esperable de un manual de introducción al marketing: comienza presentando los conceptos básicos para pasar a la descripción general de la dirección comercial, continúa con los capítulos relativos al análisis del mercado y el consumidor, y dedica el grueso del volumen a pormenorizar las estrategias relativas a producto, precio, promoción y distribución. Además de estos contenidos, dispone de varias secciones adicionales hacia el final del libro para tratar temas más especializados, como puedan ser el marketing industrial, el de servicios, el internacional, incluso, el no empresarial.

La estructura de cada capítulo comienza con una declaración de objetivos, a continuación desarrolla los contenidos y finaliza con una serie de extras. Estos incluyen un resumen, una serie de preguntas que el lector puede utilizar para comprobar si ha comprendido los conceptos explicados, otra serie de preguntas orientada a desarrollar debates en el aula, un glosario de términos clave y finalmente un listado de lecturas recomendadas.

En conjunto, es un volumen diseñado con la clara idea de servir de libro de texto y de material de consulta. La que sale al mercado

es ya la sexta edición y lleva a sus espaldas un ingente trabajo acumulado con los años. Sobra, por lo tanto, detenerse en parabienes sobre la exhaustividad, la solvencia académica y la utilidad profesional de la obra. Nos encontramos ante un trabajo consolidado.

Un aspecto que sí merece destacarse especialmente es su CD de ejercicios, que permite al lector comprobar su nivel de comprensión de la materia y realizar actividades que le ayuden a incrementarlo.

No obstante, en un área de conocimiento como es la introducción al marketing, resulta inevitable compararlo con otros manuales de objetivos similares. Y, ya inmersos en esta dinámica, la comparación no puede ser sino con “Principios del Marketing”, la obra clásica de Philip Kotler. Podemos decir sin temor a equivocarnos que el volumen de Santesmases contiene un desarrollo teórico más profundo que el norteamericano. Mientras que el manual de Kotler no dedicará mucho más de un 60% ó 70% de sus 880 páginas al desarrollo teórico de los conceptos, el volumen español tiene la mayor parte de su espacio dedicado a ello.

“Marketing. Conceptos y Estrategias” carece, sin embargo, de la recopilación de casos que ofrece el manual de Kotler. En la obra norteamericana cada capítulo viene aderezado tanto por un ejemplo inicial que sirve a modo de introducción al tema, como por un caso perfectamente detallado al final, sin mencionar los pequeños textos adicionales insertados a lo largo del mismo. Cada excursión contiene un breve relato que detalla una situación de mercado concreta de una empresa o empresas, lo que ofrece pistas útiles del mundo real y el encanto de empresas tan conocidas como Toyota, Coca-Cola o Victoria’s Secret.

Los casos son críticos para la docencia del marketing, especialmente a nivel universitario donde el alumno o alumna raras veces ha tenido experiencias significativas en el mundo laboral. Los conceptos teóricos son

esquivos y difíciles de asimilar para aquellos que no los han visto materializar consecuencias en el mercado. Los estudiantes habitualmente presentan ideas distorsionadas sobre las prioridades de las empresas o sobre las estrategias más apropiadas para afrontar situaciones concretas. El estudio de casos, presentados mediante relatos que narran circunstancias de empresas conocidas, es una herramienta fantástica para traer los conceptos teóricos a tierra y utilizarlos para comprender situaciones reales. Cada capítulo de un manual que pretenda utilizarse como libro de texto universitario debería venir acompañado de un caso que ejemplifique alguno de los conceptos claves (producto, precio, distribución, segmentación...) estudiados en él.

El volumen de Santesmases no dispone de relatos de marketing similares a los del de Kotler y se centra principalmente en el desarrollo teórico de la materia. Las preguntas para la discusión son sugerentes pero no pueden sustituir completamente el valor de los casos. A mi entender, se trata de una oportunidad perdida, ya que los ejemplos del manual de Kotler pertenecen casi en su totalidad al mercado norteamericano, que tiene particularidades que se vuelven casi tan difíciles de entender para el neófito como esos conceptos teóricos abstractos de los que hablábamos hace un momento. El tamaño de las empresas, la división de tareas que éste permite, la legislación propia, el tamaño y relativa homogeneidad del mercado interior... diversas cuestiones hacen que los ejemplos de “Principios del Marketing” no sean siempre todo lo efectivos que deberían en el ámbito didáctico, al menos cuando se trata de estudiantes españoles. Nombres como Walmart excitan los pabellones auditivos de los estudiosos del marketing pero producen la más descorazonadora indiferencia entre los postadolescentes universitarios que pueblan nuestras aulas.

No conozco una obra en castellano con una profundidad equivalente a la de “Mar-

keting. Conceptos y estrategias” que haya recopilado casos del mercado español y latinoamericano. Por supuesto existen numerosos libros de otros autores dedicados exclusivamente a los casos empresariales, pero raras veces se pueden utilizar directamente en la docencia porque no han sido seleccionados de manera acorde con un temario introductorio.

Si puede ofrecerse una crítica constructiva a esta nueva edición, ésta no iría encaminada a profundizar más en el desarrollo teórico de conceptos y estrategias, apartado que cumple sobradamente, sino a la inclusión de casos que ejemplifiquen esos conceptos y estrategias. De este modo, la visión del tomo quizá resultaría menos intimidante para el joven estudiante que se acerca por primera vez a la materia y no defraudaría tampoco al estudioso del marketing que, si bien no necesita ayuda para desentrañar los entresijos teóricos, siempre agradece un relato atractivo que ejemplifique las cuestiones que estudia.

***Sergio Monge Benito***

## **EL SUEÑO DE LA VERDAD. LOS CONFLICTOS EN LA SOCIEDAD ABIERTA**

**Cotarelo, Ramón (2012)**  
Madrid: Catarata

Paradojas del pensamiento. Mientras el libro “Egunkaria. La verdad de un sueño” (Tarttalo-Berria, 2010) -del que soy coautor con otros tres profesores, Txema Ramírez de la Piscina, Teresa Agirreazaldegi y Pedro Ibarra- relataba los sueños, zozobras y el inconcluso *happy end* judicial del des-

truido diario Egunkaria, hete aquí que se me encarga la recensión del libro del politólogo Ramón Cotarelo titulado “El sueño de la verdad. Los conflictos en la sociedad abierta”. Sueño y verdad, he ahí el dilema.

No se trata de juegos de palabras sino de dos modos opuestos de encarar el cambio social. En el primer caso, las utopías que nos mueven como un faro pueden convertirse en realidad social....pero también en pesadilla por la acción destructiva precisamente (del Poder) de la “Sociedad Abierta”. En el segundo caso se postula la inutilidad e inconveniencia de las utopías proyectivas -con las que Cotarelo es particularmente ácido- y la resignación pragmática a las puras mejoras, aunque luego el autor vaya bastante más allá.

Cotarelo rezuma pesimismo antropológico (no habría *hombre nuevo* previo a los cambios, ni después) Las personas solo velan por su bolsillo y su seguridad, y quieren eficacia, y como la izquierda no se reivindica suficientemente de la Sociedad Abierta, se despegan de ella. Tengo para mí que probablemente, sea al revés: si la izquierda no trae cambios y mejoras, el votante prefiere el original liberal (la derecha) a la fotocopia. Igualmente el autor minusvalora el rol de los valores (voto fijo de izquierda) o de las identidades grupales (nacionalismos)... En cambio transpira aparente optimismo sistémico y en el fondo acepta la lógica de reproducción lampedusiana del Poder, con la aspiración de ponerle algunas bridas.

Y es que el gran ausente en el libro es el Poder y sus mecanismos. Ni está ni se le espera. Es más, se ceba en quienes echan pes-tes contra el Sistema. El texto usa el peligroso criterio implícito de que lo que no existe no es posible. No parece que otro mundo ni otra democracia sean posibles. Gestiona y, si puedes, mejora lo que hay!. O sea, a lo Pangloss: “no puede ser de otra manera”, por algún motivo que no explicita y que, quizás, sean la madurez histórica del sistema liberal, o la convención social, o la im-

plosión de los regímenes del este Europeo. Tampoco hay ideologías dominantes para el autor. Todas pugnan por dominar sin resultados constatables al parecer. La Sociedad Abierta sería tan abierta que todo es acordable en ella y el voto el instrumento central del cambio. Y ello a pesar de las evidencias de sentido contrario que la gestión de la crisis nos está dejando, y es que en el principio era el Verbo (..) y el Verbo era Dios, o sea el capital financiero.

Porque es insostenible ese punto de vista formalista termina por reclamar socializaciones e incluso la revolución democrática y pacífica si se dismantelara el Estado del Bienestar (pg 48) contradiciendo sus propias tesis. Y eso que señala la dificultad para financiar el mantenimiento de la Sociedad del Bienestar cuando hay que competir con los países emergentes de costes bajos laborales.

El libro se centra en la defensa de la Sociedad Abierta, entendida como la sociedad democrática plural y tolerante y de libre mercado, o sea, de capitalismo realmente existente. Una sociedad abierta es mejorable, si se explora en los órdenes participativo, discursivo y de extensión de su validez universal. Pero estos elementos no son imprescindibles. Una sociedad de extrema desigualdad podría ser abierta, bajo ese foco.

Al fondo sociedad abierta y sociedad liberal ya eran lo mismo en Popper (“La sociedad abierta y sus enemigos”. Paidós 1994) quien, al menos, era contrario al relativismo y sostenía que el conocimiento es búsqueda y acercamiento a verdades (no absolutas pero sí de cada tiempo), mientras que Cotarelo aboga, en su realismo, solo por las verdades construidas (mediante convención de mayorías y unos mínimos como los derechos humanos) aunque se reclama, contradictoriamente, de la kantiana ley moral que “los seres humanos llevamos en el corazón”.

Cotarelo es progresista y de nuevo se contradice con la visión formalista por la

que aboga. En lo relativo a las Teorías de la Democracia, y aun reconociendo como imprescindible una parte procedimental y valorando las aportaciones de las teorías descriptivas de la democracia (en torno a arreglos y el modo de abordar los problemas), se inclina por las teorías normativas que permiten profundizar la democracia en sus versiones comunicativa/dialógica (Habermas), cosmopolita (Held) o participativa (Pateman) y que conllevan cambios estructurales.

A diferencia de Rawls, que contemplaba la posibilidad de sociedades bien ordenadas, distintas a las occidentales, con una concepción pública de la justicia, Cotarelo tiene un planteamiento eurocéntrico, e implícitamente etnocéntrico; y, a fuer de parecer ese planteamiento el único legítimo, roza el riesgo de ser imponible desde el autoritarismo aunque el autor no lo propugne en ningún momento. Hay una aproximación implícita a Huntington y su no homologación de otras civilizaciones. Como concibe una única sociedad, la sociedad abierta, con una alternancia entre liberales (o sea versión conservadora y versión socialdemócrata como variaciones sobre un único modelo) en el fondo también podría hacer buena la idea de Fukuyama del fin de la historia. ¿O quizás fue Cánovas quien lo inventó con el resultado de la dictadura primoriverista y de una guerra civil después?. Sé que es estirar el hilo demasiado pero el autor deja cabos sueltos que otros podrían atar.

Frente a las versiones comunitaristas, que también se fijan en los lazos sociales y culturales, su planteamiento más que de Sociedad Abierta es de Estado liberal. La composición social y cultural diversa no está. La cuestión es si el concepto de Sociedad Abierta sirve para algo, y si no es una abstracción cuyo valor central sería el de la marca autolegitimante, o a lo peor es un simple prejuicio porque sería el esquelético modelo menos malo porque otros siempre deberían ser peores. No se contempla la hipótesis de

que el mejor atributo de la Sociedad Abierta (el principio de libertad y el pluralismo) se pueda combinar con los atributos olvidados de la igualdad, el acceso, la diversidad...y afectando al Poder. Simplemente sería inadmisibles que en el ara de la libertad pueden sacrificarse atributos de cohesión, de vida buena... como en la nueva reforma laboral. Y mucho peor que en su nombre se haya masacrado y empobrecido países enteros como nos dibuja Joseph Fontana (“Por el bien del imperio. Una historia del mundo desde 1945”. Pasado&presente 2012). ¿Y si analizamos no el lado estatal sino el mundo global hiperexplotado que está creando la Sociedad Abierta que no tiene competencia desde hace 20 años?

En cualquier proyecto debe haber algunos componentes de Sociedad Abierta. Es más, son necesarios, imprescindibles –hemos aprendido-, pero no son suficientes. A su vez la Sociedad Abierta sacrifica otros valores al de libertad. Para hacer un viaje de retorno a un liberalismo mejorado no hacía falta un siglo de historia de las izquierdas. Se dilapida una herencia.

En el libro tampoco se contempla que el proceso abierto desde los años 70 en el sistema no es el de sus reformas sino el de sus contrarreformas. Tampoco hace un balance de la Socialdemocracia y de cómo le va. Cotarelo defiende la Unidad de la Izquierda, eso sí, siempre que sea bajo la bandera de la socialdemocracia. Se apunta tanto a ella que, por momentos, parece el “pensamiento único” de gestión racional, mientras denuesta con displicencia tanto los enfoques globales con base en el marxismo (una utopía acientífica en su versión) como los movimientos alterglobalistas y sociales, a los que ve como parciales e incapacitados para ofrecer alternativas, puesto que su buena intención descarrila en la utopía y en una metodología errónea.

La mayoría de las izquierdas ve, desde Gramsci, los procesos de cambio como

combinaciones de legitimidades propias de la “sociedad abierta” con dinámicas participativas, alianzas, proyectos, relaciones de fuerzas y cambios favorables a las mayorías sociales en determinados contextos. Esos cambios podrían dar paso a otro estadio de reglas económicas y políticas que, de todos modos, para sostenerse por fuerza deberán ratificar constantemente sus legitimidades sociales y jurídicas. Todo ello bastante alejado del imaginario insurreccionista y militar de las tomas de “palacio de invierno” en el que Cotarelo parece instalar a la parte no socialdemócrata de esa izquierda.

Rastrea tangencialmente en el campo de la comunicación y aborda –en la segunda parte del libro- problemáticas recientes: el 15-M con sus virtudes y limitaciones; y dos casos opuestos de gestión de la información y ambos judicializados. En el caso Murdock la información se obtenía de manera ilegal e inmoral; en el caso de los cables de las embajadas norteamericanas destapados por Wikileaks la información se logra de manera subrepticia pero ilumina la zona de sombra de los dobles lenguajes y de los secretos de las democracias, desvelando el pensamiento oculto y ocultado de las Administraciones a la opinión pública, en clara mofa con la transparencia democrática. De nuevo, el Poder y no solo las reglas.

En el análisis del poder mediático podemos compartir que los *media* ni son totalitarios ni basados por principio en el falseamiento, aunque puede haber conspiraciones y, desde luego mucha propaganda y capacidad de mentir. Como señala Cotarelo- se requiere capital para disponer de un *media* influyente por lo que el poder mediático está muy desigualmente repartido. Pero además habría que añadir que no siendo iguales entre sí los *media*, comparten valores dominantes (razón de Estado, mercado, estabilidad institucional) y tienen lazos con las elites, y más en el “modelo mediterráneo” (Hallin&Manzini) en que elites políticas y

mediáticas tienen mutua dependencia. Y, por todo ello, no es verdad que los media “reflejan aproximadamente el pluralismo de una sociedad que es abierta porque vive (..) en competencia (pg 95).

El poder mediático está concentrado en las élites, especialmente las más pudientes y, mayoritariamente, más conservadoras. Compensan el riesgo del voto de la plebe con la presentación del mundo ante ella, o sea la gestión de la opinión pública o al menos parte de la agenda. Suelen ser factores decisivos, en mi opinión: el criterio del propietario o del grupo empresarial con mayoría en el Consejo de Administración, el interés de los anunciantes relevantes como límite informativo, las fuentes informativas del poder y gabinetes de información institucional (funcionalidad), la ideología bajo el principio de coherencia e interés, el quehacer de la competencia... Asimismo deben incluirse factores internos como los valores y rutinas profesionales, la organización del trabajo, la elección del encuadre noticioso o el proceso de *framing*.

Es provocador decir que se requieren *medias* aunque sean manipuladores o sensacionalistas o que la sociedad no sufre porque se manipule ya que “la competencia garantiza la calidad y los derechos” (pg 92 y 95). El planteamiento debiera ser: ¿qué modelo preferente de medios hay que propiciar –para eso está la regulación y la autorregulación– aunque se haya de aceptar que también los haya puramente sensacionalistas?. La competencia comercial se refiere al mercado y no a los valores morales. En cualquier tema sensible buena parte de las referencias de valores son compartidas por los media, dentro de una limitada oferta.

Tampoco es acertado decir que “es duro admitirlo, en el mercado se oferta lo que la gente demanda” en lugar de señalar que la oferta es anterior a la demanda y la gente elige entre lo que se le ofrece, al tiempo que se le educa en formatos y contenidos que le condicionan los comportamientos. La gente

no es estúpida, son algunos medios los que cultivan la estupidez y la contagian.

Y es muy descalificadora –actitud que Cotarelo afea a los radicales por sus planteamientos sobre el sistema mediático convencional–, la acusación a los medios alternativos de que “mienten, falsean la realidad, manipulan y confunden opinión con información más que los (medios) comerciales” (pg 94.). Es notorio que estos medios pueden incurrir en simplificaciones, pero enseñan la parte oculta, ensayan la interpretación, procuran la contextualización,.. que tradicionalmente olvidan los medios convencionales (solo venden información) operando desde intereses mucho más dominantes y peligrosos y contradiciendo su mucha más obligada responsabilidad.

En suma, este libro de 125 pgs, pedagógico, provocador, contradictorio y de lectura fácil plantea tantas preguntas inquietantes que es útil para el debate.

***Ramón Zallo***

## ***Técnicas de análisis de datos en investigación de mercados***

**Luque Martínez, Teodoro  
(coord) (2012)  
Madrid: Pirámide**

Nuestro mundo es ahora más consciente que nunca de que estamos sometidos a fuerzas múltiples que además interactúan con variabilidad. Este es el marco en el que las técnicas de análisis multivariable resultan inevitables para cualquier comprensión de los fenómenos que nos afectan, tanto a nivel personal como corporativo o institucional. Sin embargo estos métodos, si bien son re-

conocidos de un modo genérico, son usados por élites de expertos y a menudo hay una distancia abismal con relación a sus beneficiarios, que son los gestores. La prueba de ello es el elevado número de encuestas que se realiza con un análisis descriptivo simple.

La inteligencia intuitiva ha bastado históricamente para sintetizar esencias informacionales, pero en las actuales condiciones de sobreinformación, la mente analítica queda simplemente desbordada. De modo lamentable, tenemos una cultura analítica e informativa muy reducida en nuestro entorno, lo cual perjudica la propia supervivencia de las empresas. Y es en este marco de necesidad donde cabe dar la bienvenida a un texto como el que abordamos en este comentario, que trata de las técnicas de análisis multivariable intentando mostrarlas del modo más asequible sin desdeñar el rigor inherente a ellas.

Aunque el título del texto parece sugerir que tratará de “análisis de datos”, y por tanto que se referirá a todo tipo de análisis, tanto simple como complejo, su contenido se centra en el análisis específicamente multivariable, con excepción del análisis de la varianza pero abordando la versión “multí” que es *Manova*.

El catedrático de comercialización e investigación de mercados de la Universidad de Granada, Teodoro Luque, ha conseguido agrupar a un excelente equipo de especialistas en cada una de las 13 principales técnicas de investigación multivariable, seleccionadas según su frecuencia de uso y divididas en las dos grandes categorías clásicas: métodos de dependencia y de interdependencia, como la correlación canónica, las ecuaciones estructurales o el análisis factorial.

Dada la escasez de este tipo de manuales en castellano, se procura combinar la claridad expositiva, con ejemplos prácticos, y la profundidad de las notaciones matemáticas, síntesis muy de agradecer y no demasiado habitual, pues los autores nacionales habían insistido más en el desarrollo tecno- mate-

mático al exponer estas materias. En el mercado bibliográfico en inglés, dada su riqueza de producción, los textos pueden agruparse en dos segmentos diferenciados, por un lado la divulgación extrema o bien la exposición avanzada dirigida a especialistas.

Para homogeneizar las aportaciones de los 13 autores o equipos especialistas, se ha optado por una misma fórmula de explicación, que es en primer lugar una descripción de los fundamentos de cada herramienta para que se comprenda su funcionamiento básico, en segundo lugar se expone la metodología necesaria para su uso, y finalmente se trabaja con un caso práctico que combina mecánica e interpretación de resultados.

Cada herramienta tiene sus puntos fuertes y su lado menos eficaz y se ha creado para aplicaciones en cualquier materia, pero aquí se identifican sus usos específicos en marketing.

Los casos prácticos se han elaborado con gran nivel de detalle para que sea fácil la traslación de método por el lector a otras situaciones diferentes, pero estructuralmente similares, y resulta una ayuda óptima como ilustración para los profesores de investigación de mercados o de cursos de marketing técnicamente especializados.

Los ejemplos expuestos tienen un enlace a las correspondientes bases de datos contenidas en Excel (<http://datacim.ugr.es/ejemplo-tluque/>), que pueden transportarse a software superior de procesamiento como spss, para seguir autónomamente la exposición de las técnicas y comparar los resultados propios con los del libro.

Se echa en falta un apoyo digital de acompañamiento con una guía instructiva precisamente en la aplicación del software, o bien un capítulo dedicado al procesamiento y sus peculiaridades en las distintas marcas existentes. Sin embargo, esta ausencia es comprensible por la rápida obsolescencia que suele acompañar a las herramientas, aunque sólo sea en el plano de su riqueza visual, mientras que la teoría y usos de las apli-

caciones están bien fijadas y son mucho más permanentes, al menos mientras no surgen nuevos avances en técnicas de computación.

El libro ayudará en el largo camino de popularizar el análisis multivariable, campo casi esotérico para los gestores al haber estado confinado en un mundo de econometras. La democratización del poder estadístico gracias a las cada vez más comprensibles plataformas estadísticas y a aportaciones como la del volumen referenciado, parece alcanzar ya el impulso definitivo que desde hace mucho tiempo se venía esperando.

***José Luis León Sáez de Ybarra***

## ***Derecho a la Comunicación. Un análisis jurídico periodístico***

**Ortega Gutiérrez, David (2011)**

Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.

En los últimos años se ha producido una interesante proliferación en la publicación de cursos, lecciones y manuales de Derecho de la Información y de la Comunicación. La mayor parte de estos textos estructura y expone el contenido de esta disciplina académica con destino a los estudiantes de las titulaciones vinculadas a las Ciencias de la Información, ámbito universitario en el que se imparte esta asignatura (la cual no suele aparecer, por el contrario, en los planes de estudio de las titulaciones jurídicas). Ello ha dado lugar a unos trabajos de carácter básico, por lo general claros y sintéticos y, además, sumamente didácticos, pues en gran medida están también orientados a adaptar la exposición de la asignatura a las nuevas exigencias

del espacio educativo europeo. Es en esta línea en la que se encuadra la publicación de la segunda edición del libro que vamos a comentar. Como su autor (David Ortega Gutiérrez, catedrático de Derecho Constitucional en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid) señala en el prólogo, se trata de una obra que pretende ser “bastante práctica y asequible para alumnos que tienen que aproximarse al mundo jurídico desde una disciplina tan diferente como las Ciencias de la Información”.

La obra se estructura en diez lecciones organizadas en cuatro partes cuantitativamente no demasiado homogéneas. En la primera parte (“Fundamentación, elaboración y clasificación del Derecho a la Información. Regulación Internacional”) se abordan -tras la exposición, totalmente necesaria por razones docentes, de una serie de cuestiones previas sobre el valor jurídico de la Constitución, el significado de los derechos fundamentales en ella previstos y el singular papel que en su protección juega el Tribunal Constitucional- los fundamentos, la elaboración y el significado del derecho a la información en los términos en que se halla recogido en el artículo 20 de la Constitución, añadiéndose el necesario complemento que se deriva de su protección en instrumentos jurídico-internacionales. A continuación, en la parte segunda, de una manera mucho más concreta, se exponen el contenido y las garantías de este derecho fundamental, detallando el elenco de diversas facultades que lo componen y analizando con minuciosidad cuestiones tales como la veracidad informativa (elemento central en la configuración del mismo), los derechos constitucionalizados de los profesionales de la información (el secreto profesional y la cláusula de conciencia, a los que se añade una reflexión -de discutible ubicación- en relación al papel de los consejos audiovisuales), finalizando el apartado con la referencia a las garantías judiciales y extrajudiciales del derecho. La tercera parte del

manual se ocupa de exponer el marco legal y de resolución de conflictos entre la libertad de información y los llamados por el autor “derechos personalísimos”, estos son, el honor, la intimidad y la propia imagen. Se trata de una exposición sintética en la que quizás se echa en falta un análisis algo más detallado de la Ley Orgánica 1/1982 de protección civil de estos derechos, norma esencial para la resolución de la mayor parte de este tipo de controversias y que ha dado lugar a una abundantísima jurisprudencia que delimita el ámbito de lo admisible en muchos aspectos del ejercicio profesional de las actividades informativas. En el manual esta ley se aborda casi exclusivamente desde la perspectiva de su carácter de límite a la facultad de investigación propia del derecho a la información, cuando su aplicación al ámbito de publicación o difusión de la información está fuera de toda duda. En la cuarta y última parte del libro se aborda la regulación jurídica de la televisión (no así la de la radio o la de Internet), y aunque hay una especial atención a la doctrina constitucional sobre la televisión y a la evolución del marco normativo en este sector hasta 2010, se echa verdaderamente en falta un análisis, aunque fuera sucinto, del régimen jurídico que establece la Ley 7/2010, General de Comunicación Audiovisual (norma que sí es citada pero no desarrollada en el texto), lo que puede conducir a una cierta confusión del lector -que, recuérdese, es básicamente un estudiante de una titulación comunicativa- en torno al contenido de la legislación aplicable en la materia.

La obra incorpora también un interesante anexo. En él se incluyen, en primer lugar, de manera íntegra las (dos) sentencias más recientes (en el momento de la publicación del libro) del Tribunal Constitucional en la materia, y de la sentencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos del caso *Von Hannover c. Alemania nº 1* (pues en 2012 se ha dictado una nueva resolución de ese mismo órgano judicial en relación a esta misma demandan-

te, rectificando parcialmente sus anteriores criterios). Es de suponer que la inclusión de esta limitada jurisprudencia a texto completo tendrá como objeto su uso como material docente de trabajo directo. La limitación de sentencias completas está, pues, justificada, amén de que en el resto de la obra existe un buen número de citas jurisprudenciales, bastante actualizadas por cierto, de resoluciones tanto del Tribunal Constitucional como del Tribunal Europeo de Derecho Humanos. Sumamente valiosa resulta la relación de normas aplicables en la materia que se recoge en este mismo anexo, normas -muchas de ellas- a texto completo y cuya importancia a efectos teóricos y prácticos de desarrollo de la materia es fundamental (y que podrían ser objeto, tras su correspondiente actualización, de una publicación unitaria por sí solas, como material docente de primer orden para la disciplina).

En el debe de la obra podrían apuntarse varios elementos, aunque muchos de ellos no son achacables al libro en sí, sino al propio estado académico del Derecho de la Información en los estudios universitarios. Como hemos señalado al principio de este comentario, quizás va siendo hora de que quienes nos dedicamos al estudio y la exposición de esta temática demos un paso más y, sin perjuicio de exposiciones generales apropiadas a efectos docentes, profundicemos más en el desarrollo concreto y específico de la materia. Por ejemplo, a fecha de hoy, en relación a la resolución de los conflictos que se plantean en materia de honor, intimidad, secreto profesional o cláusula de conciencia, aportaría más valor un estudio en profundidad de la jurisprudencia de los tribunales (y no solo del Tribunal Europeo de Derechos Humanos o del Constitucional, sino del Supremo e incluso, en algunos casos, de instancias inferiores) y de las líneas interpretativas de las leyes que de la misma se derivan, que el análisis de los antecedentes parlamentarios de elaboración del art. 20 de la Constitución

o de documentos sin valor jurídico directo (o de efectividad jurídicamente discutible), como los estatutos de redacción o determinados documentos de *soft law* (del Consejo de Europa, por ejemplo). Es necesario que confrontemos nuestros dogmas, nuestras interpretaciones, nuestras dudas, en materia de Derecho de la Información, con las construcciones que en el seno de cada especialidad jurídica (Penal, Procesal, Laboral, Administrativo, etc.) se producen cuando abordan de manera puntual, pero no sistemática, los conflictos jurídicos que se producen en el ejercicio de la actividad profesional por parte de periodistas y medios de comunicación. Algo que ocurre con naturalidad en otros países, en los que en muchos casos no existen tantas diferencias estructurales, de contenido, de fuentes o de detalle, entre lo que se publica como propio del Derecho de la Información y lo que se produce en esas otras disciplinas jurídicas (sin perjuicio, por supuesto, del di-

ferente tono que a efectos docentes se ha de dar a esa materia en el aula).

Más allá de algunas consideraciones de contenido, que en una recensión es imposible rebatir con detalle pero respecto de las cuales podría ser discutible la posición del autor (por ejemplo, su interpretación de la sentencia del Tribunal Europeo de Derechos Humanos en el caso *Otegi c. España* como ataque a la dignidad de un pueblo -el español-, o la ausencia -habitual, por otra parte, en este tipo de cursos y manuales- de toda referencia a la problemática jurídica que plantea el cierre judicial de periódicos), la obra que reseñamos constituye una de las aportaciones más relevantes para la docencia del Derecho a la Comunicación publicada en los últimos tiempos.

***Iñigo Lazkano Brotóns***