

# Cuadernos de comunicación multimedia

*por Alfonso López Yepes*

---

Reseña del último número de la revista "*Cuadernos de Documentación Multimedia*", editada por el Servicio de Documentación Multimedia de la Universidad Complutense de Madrid (España).

---

Puede afirmarse, recién entrados en 1999 que las nuevas tecnologías de la información han provocado definitivamente un cambio profundo en los modos de trabajo de cualquier tipo de profesional y en cualquier labor que se realiza en la denominada sociedad de la información. Es un hecho, unánimamente aceptado, que se ha producido una transformación social y cultural que está originando un nuevo ámbito industrial y unas nuevas formas culturales, de relación y de intercomunicación personal y grupal. La mencionada transformación está afectando a todos los ámbitos profesionales y sus campos de aplicación: Comercio, Finanzas, Servicios, Entretenimiento, Formación-Enseñanza, Medios de comunicación social, Edición-Publicación ... Se precisa por tanto de una fase de adaptación a dichos cambios originados por los últimos desarrollos de la tecnología digital, hasta la culminación, en todos los niveles de actuación, del proceso de integración ya iniciado.

La actual "sociedad de la información" (también denominada "sociedad multimedia" y más recientemente "sociedad-red"), considerada como nuevo medio de comunicación, plantea una serie de cuestiones actuales sobre la influencia de las nuevas tecnologías de la información en el entorno del individuo y supone una reflexión sobre la transformación de nuestra vida cotidiana y de las formas de organización social. El debate sobre el futuro inmediato que propugnan las nuevas tecnologías multimedia en la era digital está abierto.

Por otra parte, el desarrollo imparable e incuestionable de la microinformática, de las memorias ópticas de almacenamiento y de las redes de comunicación, deberá complementarse permanentemente con nuevos sistemas, más inteligentes, de almacenamiento holográfico, de compresión y de producción de informaciones, de mejor calidad en la visualización, lectura y audición, de mayor velocidad en el acceso a los datos. Porque actualmente la demanda de información es tan inmensa, la generación de documentación tan ilimitada, que el sistema tradicional, basado en soportes impresos, se muestra físicamente incapaz de controlar tal cúmulo de datos.

Asimismo, la tendencia progresiva a la consulta, producción, almacenamiento, recuperación y difusión eminentemente digital de información, y al uso de las redes que posibilitan el acceso y gestión virtual de la documentación de cualquier ámbito profesional está provocando la aparición de una "sociedad documental". En ella se generan, comunican y localizan documentos en entornos digitales, que posibilitan en muchos casos el acceso a informaciones con contenidos multimedia (texto, imagen fija, audio y vídeo). De ahí que también se utilice el término de "sociedad multimedia", como consecuencia de esa proliferación de documentos multiformes.

En fin, la evolución de las redes, más concretamente de Internet, ha sido tan grande que los datos estadísticos que se relacionan a continuación prueban el fenómeno que ha supuesto la introducción de la red de redes en el entorno profesional e incluso familiar. La radiodifusión tardó cerca de 30 años en llegar a casi 60 millones de hogares en Estados Unidos; la televisión logró idéntica penetración en 15 años, y la televisión por cable lo hizo en 10 años. Internet lo ha conseguido solamente en tres, según datos del Congreso sobre Internet celebrado en España en 1998.

No obstante, como resulta obvio que a más datos no necesariamente mejor información, sino más "ruido" informativo, y que a mayor cantidad de información, mayor necesidad de búsqueda y sistematización documental... se precisa disponer, en consecuencia, de motores cada vez "más inteligentes" de tratamiento documental y de localización de informaciones contrastadas, y de profesionales cada vez más expertos en la localización, producción, recuperación y difusión de informaciones.

Por consiguiente, los comunicadores, los profesionales de la información en general, los documentalistas tienen un nuevo cometido que cumplir en la era de la información electrónica, caracterizada por la digitalización, la integración, la globalización, como una inmensa red universal de datos o Red Mundial. La red de redes, Internet (y sus derivaciones, Intranet/Extranet), se presenta en consecuencia como un nuevo medio de comunicación, como el actual instrumento por excelencia para la recepción, consulta, producción y difusión de informaciones de todo tipo.

Hasta tal punto que se tiende progresivamente al establecimiento en todos los ámbitos profesionales de verdaderos "Sistemas interactivos en línea" para el acceso a la información que circula a través de las infopistas, una vez haya sido resuelto a nivel global el problema del ancho de banda adecuado. Nos encontramos en los albores de la era digital, en un momento en que las tecnologías disponibles de digitalización de imagen y sonido, robótica y manejo de grandes bases de datos y redes permiten a cualquier profesional en cualquier ámbito de trabajo, consultar todo tipo de informaciones, producir información propia, digitalizar su material e integrarlo en un complejo sistema de acceso y difusión remotas.

En este contexto, y haciéndose eco de todo ello, surge el número 6-7 (1997-1998) de "Cuadernos de Documentación Multimedia", publicación periódica que edita el Servicio de Documentación Multimedia de la Universidad Complutense de Madrid, y que se publica desde 1992. El Servicio se constituye en 1993 con el nombre de MULTIDOC y está integrado en el Departamento de Biblioteconomía y Documentación de la Facultad de Ciencias de la Información. Tanto el servicio como la revista están dirigidos por Alfonso López Yepes, Catedrático de Documentación de la Universidad Complutense.

Se trata de un número monográfico que con el título "Multimedia y Documentación informativa: Tendencias actuales" muestra un planteamiento integrador de la situación actual que presenta el ámbito de la Documentación informativa en nuestro país: el entorno documental de los medios informativos impresos, audiovisuales y electrónicos españoles.

La publicación periódica reúne, en cuatro bloques temáticos, las aplicaciones más recientes de las nuevas tecnologías en los ámbitos bibliotecarios y documentales, materializadas en 37 colaboraciones. Los contenidos tratados abordan las siguientes temáticas: nuevas metodologías y producción de materiales docentes en la enseñanza; formación e investigación en documentación informativa: hacia una enseñanza con contenidos multimedia; edición-producción multimedia; y documentación multimedia en medios de comunicación social. Se completa este número extraordinario con un Anexo que recoge 42 estudios documentales multimedia sobre medios informativos españoles, elaborados por Licenciados en Comunicación Audiovisual y Licenciados en Documentación por la Universidad Complutense.

Han colaborado en esta última entrega prestigiosos profesionales españoles, entre profesores e investigadores universitarios (16 universidades) y responsables de documentación de medios de comunicación impresos, audiovisuales y electrónicos (10 empresas informativas). Las universidades representadas son: Alcalá de Henares, Barcelona, Autónoma de Barcelona, Pompeu Fabra de Barcelona, Jaume I de Castellón, Extremadura, Complutense de Madrid, Politécnica de Madrid, Europea CEES de Madrid, San Pablo-CEU de Madrid, Murcia, Islas Baleares, Navarra, Salamanca, Rovira i Virgili de Tarragona y Zaragoza. Y las empresas informativas: Agencia EFE, Antena 3 TV, Broadcast Meditel, Cadena Ser, Revistas Cineinforme y Teleinforme, Diario El Mundo, My News, Red Iris, Reuters España y RTVE.

Conviene, en fin, comentar que la publicación ha sido editada en un triple soporte, en papel, en cd-rom y accesible a través de Internet, pudiendo afirmarse que es la primera revista española (en soporte convencional y electrónico) sobre documentación que presenta esta triple posibilidad de lectura (de consulta). Debe destacarse, asimismo, que incluye información multimedia: 450 páginas de texto, 100 ilustraciones fijas y 55 minutos de vídeo digital (de información audiovisual digitalizada sobre formación en documentación y sobre documentación en la empresa informativa). Sobre el primer aspecto se incluye un vídeo de 10 minutos ("Los estudios de Documentación en la Universidad Complutense de Madrid"), escrito, realizado y postproducido en una plataforma AVID de edición no lineal, dedicándose el resto del minutado a la información audiovisual obtenida en las instalaciones de diversos medios informativos.

En suma, se trata de un trabajo desarrollado en equipo, integrando los conocimientos y experiencias de una serie de especialistas, comprometidos en todo momento con la situación actual que plantea la actual sociedad de la información.

La publicación está sujeta a suscripción (3.500 ptas.; con CD-ROM, 5.000 ptas.) y su punto de venta en España está localizado en: LIBRERIA FRAGUA, calle Andrés Mellado, 64. 28015 Madrid. Tel. 91 5491806 y 91 5442297. Fax: 91 5491806. E-mail [fragua@fragua.com](mailto:fragua@fragua.com)

DPTO. DE BIBLIOTECONOMIA Y DOCUMENTACION. FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACION. UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID (ESPAÑA):

(<http://www.ucm.es/info/multidoc>)

SERVICIO DE DOCUMENTACION MULTIMEDIA:

(<http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc>)

REVISTA "CUADERNOS DE DOCUMENTACION MULTIMEDIA":

(<http://www.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista>)

Febrero 1999

---

©Alfonso López Yepes

# La explosión de manuales sobre informática

*por Javier Díaz Noci*

---

**Yraolagoitia**, Jaime de (1998): *Microsoft Internet Explorer Suite 4*. Madrid: Paraninfo.

---

Uno de los más pingües negocios de la industria editorial hoy en día es, sin duda, la edición de manuales sobre el manejo de los programas informáticos más extendidos, especialmente en el mundo de los PCs compatibles. Tanto es así, que en muchas ocasiones volúmenes de varios cientos de páginas, cuidada maquetación y abundancia de ilustraciones aparecen en el mercado a la vez o muy poco después de los programas de que se ocupan. Esto se debe a que los manuales de uso que acompañan a los propios programas suelen ser insuficientes, no explican todas las posibilidades del *software* y, a menudo traducciones apresuradas del inglés (americano, para más señas), suelen ser de difícil comprensión para quien sólo lee en español. Por el contrario, los manuales publicados por otras editoriales diferentes de aquella que pone en circulación el programa en cuestión suelen ser más claros, correctos y amplios que el propio manual de uso que acompaña al producto informático. En otras

ocasiones, el manual se hace necesario puesto que el usuario - no podemos cerrar los ojos a esta realidad - dispone de una copia pirata del programa que utiliza y, por tanto, no dispone del manual que acompaña a la versión legal. Esta tendencia se acentúa en el caso de programas muy populares y difundidos entre los usuarios de ordenadores, por ejemplo aquellos de la casa Microsoft, la más poderosa del mundo informático (en realidad, una de las más poderosas del mundo, a secas), y todavía más cuando se trata de programas relacionados con Internet, dado el número crecientes de usuarios de la red que precisan de un navegador.

Todas las características apuntadas se cumplen en la edición del libro que aquí reseñamos. El propio título, que es del programa cuyo uso y trucos explica, lo deja bien a las claras: el volumen, bastante extenso por cierto, de Jaime de Yraolagoitia, se ocupa del navegador con el que Microsoft intenta ocupar su porción del mercado - es decir, poco menos que monopolizarlo - en Internet: Internet Explorer, en su versión 4. El libro, por cierto, incluye un CD-ROM con la versión completa del programa, tanto para PC como para Macintosh (aunque luego las imágenes del libro se refieran sólo a la primera versión), además de otras aplicaciones para Internet.

En honor a la verdad, hay que decir que Jaime de Yraolagoitia ha hecho un buen trabajo: el libro es completo y claro, es decir, justo lo que no tienen los manuales de uso de Microsoft. El libro cuenta, por otra parte, con el beneplácito de la empresa de Bill Gates, como a las claras se deduce del prólogo firmado por el jefe de producto Internet Explorer de Microsoft Ibérica, Carlos González. Apareció además casi a la vez que el producto de que se ocupa, lo que indica la capacidad de trabajo de Yraolagoitia, una de las firmas más prolíficas - e interesantes - de la literatura informática española.

El libro, además de explicar la instalación y el funcionamiento de Internet Explorer Suite 4, dedica además unas páginas introductorias a lo que es Internet, siempre referidas, por supuesto, a los aspectos técnicos: que es una red, los protocolos, los servicios de Internet, etc. Define además lo que es una página *web*, lo que es el correo electrónico, un grupo de noticias, etc. Además, incluye sendos apéndices, uno dedicado a Infovía y otro a las redes digitales de servicios integrados (RDSI). Todo ello hace de este libro un volumen muy completo.

Por otra parte, las propias posibilidades del programa - que no entramos a comentar, por supuesto -, de las que Jaime de Yraolagoitia de cuenta exhaustivamente, han hecho de este libro un volumen extenso. No obstante lo cual, y como es costumbre en este tipo de ediciones, está dividido en secciones claras y cuenta con un diseño lleno de ilustraciones que hagan más fácil el uso del libro y, por supuesto, del programa que explica.

---

©Javier Díaz Noci

## **El reportaje, el rey de los géneros**

*por Koldo Meso Ayerdi*

---

**Echevarria Llombart, Begoña** (1998): *Las W's del Reportaje*. Valencia. Fundación Universitaria San Pablo C.E.U.

---

Si la noticia es una fotografía de la realidad, el reportaje es una radiografía de la misma, una posibilidad de diagnóstico que el periodista ofrece al lector. Esta es la definición que Begoña Echevarria Llombart se atreve a aportar sobre el reportaje en su estudio sobre este género. Esbozar el mundo del reportaje, su proceso de elaboración, es el principal objetivo que se plantea Begoña Echevarría -profesora de de Redacción Periodística en el Centro Universitario de Ciencias de la Información en el C.E.U. San Pablo de Valencia y doctora en Ciencias de la Información- en su manual "Las W's del Reportaje" en el que trata en profundidad a este género periodístico, al que Bernardino M. Hernando define en el prólogo como .

El libro de la profesora Echevarría es el fruto de varios años de trabajo en la docencia y de horas compartidas en el aula con sus alumnos, lo que le ha permitido advertir la necesidad de aportar, junto a la teoría, ejemplos de de textos publicados en diferentes medios impresos. Todo ello -lectura, análisis y comentarios de esos ejemplos, posibilita a los alumnos comprender y asimilar mejor la estricta teoría.

"Las W's del Reportaje" está estructurado en dos partes más o menos diferenciadas. Cada uno de los capítulos responde a una de las preguntas básicas en periodismo: Qué es el reportaje y Cómo se elabora. Asimismo, hay también un anexo, en el que el lector encontrará una propuesta de método de análisis de reportajes.

En primer lugar, la autora facilita, en muy pocas páginas, un buen número de definiciones sobre el reportaje que teóricos de la talla de Martín Vivaldi, Martínez Albertos, Pilar Diezhandino, entre otros, han aportado con anterioridad, y que no está de más recordar.

Pero no acaba ahí todo, ya que el mismo concepto de reportaje se ve ampliado gracias al análisis más en profundidad que la profesora Echevarria hace partiendo de los planteamientos de dos de esos teóricos: José Luis Martínez Albertos -acompañado de dos ejemplos que ayudan a entenderlo mucho mejor- y José Javier Muñóz

También en esta primera parte, la autora aporta una serie de definiciones que del reportaje dan los libros de estilo de diferentes medios impresos -*ABC, El País, El Mundo y La Voz de Galicia*-.

La segunda parte del libro, la más extensa, constituye el eje fundamental de este manual. En ella, se describe de manera detallada el proceso de elaboración del reportaje, dividido en unas etapas muy claras: selección del tema y proyecto del reportaje; clasificación de los tipos de información necesaria para fundamentarlo -donde se reflexiona sobre las fuentes donde encontrar esa información y los canales para llegar a ellas-; selección y evaluación del material obtenido; la redacción del reportaje -partiendo de dos conceptos: la estructura y el estilo del texto-; la corrección tanto del fondo como de la forma del reportaje; y los condicionamientos para la publicación del mismo -para lo que la autora se basa en los planteados por el también profesor de Redacción Periodística Bernardino M. Hernando-.

En algunos de esas etapas se incluye el análisis de varios reportajes publicados, ejemplos que conforman una pequeña muestra que puede servir de pista para quienes tengan el propósito de elaborar un reportaje.

En la tercera y última parte de la obra, Begoña Echevarria Llombart ofrece una propuesta de cómo se puede analizar un reportaje publicado para medir su calidad, rigor, investigación, redacción, etc. En definitiva, para poder determinar si el periodista ha trabajado con la suficiente profesionalidad que precisa todo reportaje correcto. Esta propuesta teórica de análisis del reportaje se acompaña de una aplicación práctica de la misma en un texto publicado en prensa.

En honor a la verdad hay que decir que Begoña Echevarria Llombart ha hecho un buen trabajo: el libro es completo y claro, es decir, justo lo que se echa de menos en otros libros que tratan el mismo tema.

Se trata de una obra que, a buen seguro, tendrá una buena acogida entre alumnos y profesores de Ciencias de la Información, y entre quienes muestren un mínimo de interés por el mundo del reportaje -los propios profesionales de la comunicación-

"Las W's del Reportaje" está prologado por Bernardino M. Hernando, Profesor de Redacción Periodística de la Universidad Complutense de Madrid. Las 134 páginas de que consta el libro se leen con bastante fluidez, ya que la autora ha sabido combinar el rigor de la parte teórica con la amenidad que proporcionan la infinidad de ejemplos citados. Quizás como único reproche a la autora, se echa de menos una bibliografía más detallada y amplia relacionada con el mundo del reportaje y de los demás géneros periodísticos.

---

©Koldo Meso Ayerdi

# El oficio más bonito (pero no el más fácil) del mundo

*por César Coca*

---

**Bezunartea**, Ofa; **Hoyo**, Mercedes del; y **Martínez**, Florencio (1998): *21 lecciones de reporterismo*.

Bilbao. Universidad del País Vasco.

---

Vivimos tiempos caracterizados por el imperativo de la tecnología y la economía. Casi todos los fenómenos sociales se analizan desde esos dos puntos de vista, y el periodismo no escapa a lo que ya parece como una maldición. Así que la bibliografía publicada en esta década de los noventa está dominada, de forma inequívoca, por los títulos que se centran en los aspectos más crudamente técnicos, con Internet como referencia ineludible, y los relativos a las empresas informativas, con la creación de grupos multimedia y la concentración como elementos de partida o de llegada de los análisis.

En ese contexto, parece como si los estudiosos de la Comunicación se hubiesen desinteresado por el factor humano, por los periodistas que ya sean estrellas con elevados salarios o modestos reporteros de sueldo escaso y contrato precario, siguen realizando lo que en palabras de Gabriel García Márquez es el oficio más bonito del mundo.

Y es que los medios de comunicación seguirán siendo eso, medios de comunicación, y no otra cosa mientras existan personas arrastradas por la pasión de contar, seres tantas veces extraños en sus comportamientos, capaces de arriesgar su vida o simplemente su comodidad personal, por conseguir una noticia y difundirla; informadores, en fin, que no se pliegan a los poderes, ni a los institucionales ni a los otros, y que siguen contando las cosas

tal y como las ven, intentado aproximarse honradamente a la verdad, aunque sepan que alcanzarla es imposible.

De este oficio, tan denostado por unos y por otros, tan amenazado por todos, trata este libro, que explica algo aparentemente tan simple como la labor del reportero: cómo conseguir noticias y cómo contarlas. Y digo aparentemente tan simple porque en realidad no lo es en absoluto. La pequeña historia de las redacciones está llena de casos de personas que intentaron ser reporteros de verdad, y no sólo de salón, y no lo consiguieron, como la historia del articulismo está repleta de nombres de intelectuales incapaces de expresar con estilo atrayente y eficaz sus ideas. Así que probablemente es cierto que éste es el oficio más bonito del mundo, pero en ninguna parte García Márquez ha dicho que sea el más fácil.

A lo largo de muchas páginas y multitud de ejemplos –lo que ya diferencia a este trabajo de otros, demasiado enredados en la simple teoría–, este libro guía al estudiante por los vericuetos de las fuentes informativas y le adentra en las fórmulas redaccionales que permiten elaborar textos sencillos, atractivos y eficaces para la comunicación.

Es evidente que, como en todo trabajo notablemente vocacional, resulta más fácil conseguir ser un buen reportero si la pasión de contar se lleva en la sangre –así lo decían los clásicos, ahora más bien se señala a los genes–, pero no hay que despreciar las habilidades que puede proporcionar la técnica. Son esas habilidades en la búsqueda de información, en el esquema narrativo a utilizar en cada caso, en el estilo empleado, incluso a la hora de salir del atolladero ante más de una duda gramatical, las que el libro escrito por los profesores Bezunarte, Del Hoyo y Martínez explica. Incluso a quien nació dominado por la irrefrenable pasión de narrar nunca le viene mal dominar esa técnica, como demuestran los no pocos casos de escritores atascados muchas veces ante una simple duda gramatical. Recuérdense en este punto las más que frecuentes dudas de Baroja -un narrador muy eficaz, por otra parte– en el uso de las preposiciones.

Así que *21 lecciones de reporterismo* no garantiza el fruto de un buen reportaje, pero sí ayuda a encauzar el impulso y la vocación de quienes un día, normalmente en la adolescencia, llegaron a la conclusión de que no deseaban hacer otra cosa en su vida más que contar historias, las historias pequeñas y grandes de cada día.

---

© César Coca

## **Un estímulo reflexivo sobre los estudios de audiencia en televisión**

*por Carmen Peñafiel Saiz*

---

Huertas, Amparo (1998): *Cómo se miden las AUDIENCIAS en TELEVISION*. Barcelona: CIMS.

---

Un tema tan polémico como es la medición de la audiencia en los medios audiovisuales y que arroja discusiones encarnizadas por parte de programadores, directivos, anunciantes y publicitarios sobre los resultados de cada oleada es tratado en este libro de una manera ágil, con pluma periodística y rigor científico por la Doctora Amparo Huertas, profesora Titular de la Universitat Autònoma de Barcelona.

La autora a lo largo de las 180 páginas del libro va mostrando, paso a paso, la técnica de medición de la audiencia. No hay ninguna otra obra que abarque tan exhaustivamente y de forma tan simplificada cada una de las fases del proceso de la medición en televisión. Es una obra que se lee con gran fluidez.

El tema es tratado en seis capítulos y cada apartado nos invita a reflexionar sobre las audiencias en televisión teniendo en cuenta que son una importante herramienta como instrumento de diagnóstico, de predicción, de tasación y de planificación. La autora nos recuerda que estos estudios sirven para mantener o programar aquellos espacios cuya audiencia está asegurada, para colocar las emisiones con mayores posibilidades, en cuanto a la captura de un amplio número de espectadores, y para eliminar los programas que no llegan a una audiencia determinada. En definitiva, el resultado de estos índices de audiencia sirve para tomar decisiones trascendentales.

La autora es miembro de dos equipos de investigación especializados en el estudio de la programación y audiencia televisiva (Euromonitor y Grup de recerca en imatge, so i síntesi). De su conocimiento y experiencia en este campo es fruto este libro en el que señala, igualmente, los problemas habituales en la aplicación del sondeo (validez, fiabilidad) y analiza los pormenores de esta técnica para intentar encontrar el sistema de medición más oportuno. Advierte que en todo sondeo es importante el proceso de trabajo y apunta a que "la muestra ha de tener el tamaño idóneo, y la selección de sus elementos debe hacerse considerando dos aspectos: las variables pertinentes y el procedimiento estadístico más adecuado". De todos modos, recuerda que las cifras de las audiencias son una pura estimación: "El sondeo, la única técnica disponible, es por naturaleza una estimación. Al basarse en la globalización de respuestas individuales, procedentes de una porción de la población, sólo puede ofrecer información sobre los telespectadores de una forma aproximada. No obstante, trabajar con muestras amplias, manejar variables adecuadas en la selección de las mismas y, en definitiva, evitar todo lo que pueda producir sesgos en los resultados produce sondeos válidos y fiables, aunque lo más recomendable sería acompañar a estos estudios de investigaciones cualitativas, capaces de dar a conocer, por ejemplo, el por qué se consume el medio o qué se opina de él".

Además, la Doctora Huertas aborda los diferentes sistemas utilizados por las grandes y medianas empresas encargadas de medir la audiencia, muchas de las cuales se han convertido en destacadas multinacionales: Nielsen (EE.UU), AGB (Reino Unido) o Sofres (Francia), al tiempo que realiza una exposición de los tres métodos de recogida de datos (la encuesta por entrevista, el panel con diario de escucha y el panel audimétrico) poniendo en tela de juicio que ninguno está libre de limitaciones y que todos muestran un cúmulo de ventajas y desventajas.

Por otro lado, refleja de forma esquemática el sistema utilizado en diferentes países de los cinco continentes así como la financiación, el tamaño de la muestra, el universo, los medios investigados y el nombre de la empresa que realiza el estudio.

Para finalizar trata un punto muy interesante como es la necesidad de elaborar también estudios cualitativos sobre la muestra que se usa para medir la audiencia. Considera que "el objetivo es poder realizar una fusión entre los datos referentes a la extensión y naturaleza de la audiencia, y los de rango más cualitativo, para poder ampliar el conocimiento disponible sobre la misma".

En favor de este libro podemos decir que sintetiza muy bien cada una de las fases de la técnica de medición de la audiencia y que por todo lo expuesto supone una obra muy aconsejable para estudiantes y profesionales del mundo de la comunicación, para directivos de las empresas que deben tomar decisiones sobre sus estrategias comunicativas o publicitarias y, en general, es un libro muy interesante para todos los usuarios interesados en los datos de audiencia.

Este es un libro para que al lector no le suceda como a un reconocido programador de la cadena estadounidense CBS que explicaba como experiencia vivida que muchos americanos creían que rating era una marca de cereales, de tanto oír a los programadores que cada mañana desayunaban con sus ratigs. Al margen de esta anécdota, que cuenta el catedrático Emili Prado en el prólogo de este libro, la autora, Amparo Huertas, expone de forma muy clara cómo se miden las audiencias en televisión.

## Otro pequeño manual básico sobre TV

*por Rosa M. Martín Sabarís*

---

**Prosper Ribes, José; López Catalán, Celestino J.** (1998): *Elaboración de noticias y reportajes audiovisuales*.  
Fundación Universitaria San Pablo C.E.U. Valencia.

---

Algunas publicaciones muestran con demasiada evidencia su vocación de convertirse en libro de texto de las asignaturas impartidas por los propios autores dentro de los planes de estudios de periodismo, comunicación audiovisual, publicidad,... A menudo, muchas editoriales, guiadas exclusivamente por criterios de rentabilidad económica, estiman publicable todo aquello que pueda ser nombrado manual de tal o cual materia; aún más, si se trata de editoriales ligadas a centros universitarios. El enorme número de asignaturas que deben cursar, junto con el escaso interés o capacidad para la lectura y la investigación bibliográfica de la mayor parte de los estudiantes universitarios, ha llevado a contemplar como *natural* la necesidad de establecer un único libro de texto en lugar de varios libros, monografías, artículos, apuntes, etc. Por eso, algunos autores se pueden dedicar a recopilar fragmentos de otros textos para hacer el suyo propio. Pero hasta en esto hay modos de hacer diferentes.

Un rápido vistazo a la bibliografía de la obra de Prósper Ribes y López Catalán nos muestra una treintena de libros -algunos de comienzos de los 60- en los que se mezclan los manuales al uso de autores tan prolíficos como Cebrián Herreros o "el Millerson", uno de los volúmenes más utilizados en este tipo de materias, con reflexiones teóricas desde ámbitos tan alejados entre sí como el *newsmaking* (Tuchman, Villafañe y otros) y la narrativa audiovisual (García Jiménez,...). Como en botica.

Lo mismo sucede con los contenidos expuestos en poco más de cien páginas. El primer capítulo se dedica a examinar las características generales de la información audiovisual desde una óptica que podemos *benévola*mente calificar de ingenua: "La principal característica de las noticias y los reportajes audiovisuales que se emiten por televisión radica en que no solamente explican y ofrecen datos sobre los distintos acontecimientos y sucesos que se producen en el mundo, sino que nos muestran visual y auditivamente dicha realidad." Y simplona: "tipos de presentación de la noticia: no editada, parcialmente editada y completamente editada".

A continuación, repasa los conceptos audiovisuales básicos apoyándose en obras que han estudiado el lenguaje cinematográfico; por eso, a estas alturas, resulta pretencioso hablar de "ofrecer nuestra propia escala de referencia" para hacer la misma tipología de planos según el espacio que se ha llevado a cabo desde que existen imágenes sobre una pantalla. Algo más útil y específicamente televisiva resulta la relación de planos según el procedimiento de trabajo (plano recurso, master, de archivo...) o las transiciones visuales.

Tres cuartos de lo mismo ocurre en el capítulo dedicado al guión. Tras constatar la ausencia de un guión previo en la elaboración de las noticias y reportajes audiovisuales, no le queda otro remedio que referir las normas básicas de su escritura al "guión típico de una compleja producción audiovisual de ficción". La mayoría de los libros sobre televisión que abordan temas de lenguaje, narrativa, guión... terminan por referirse a lo escrito sobre cine, sin avanzar un ápice en esa pregunta que todavía nos hacemos -una vez más- acerca de la existencia o no de un lenguaje audiovisual específicamente televisivo.

La segunda mitad de la obra está dedicada a las fases de pre-grabación, grabación, edición y montaje y emisión en televisión. Además de una descripción de los equipos humanos y técnicos, se trata ahora de desbrozar los diferentes pasos existentes en la elaboración de un programa informativo. Es aquí donde se encuentra el mayor provecho de este libro, al ofrecer, sucinta y más o menos ordenadamente, los mínimos conocimientos de tipo práctico para acercarse al terreno del periodismo audiovisual. En ocasiones, los autores elevan a la categoría de universal lo que no son más que peculiaridades del modo de trabajo de un canal de tv, como por ejemplo términos de argot local (*script, catch, speech...*) que en otras televisiones tienen otras acepciones. Hay que reconocer, sin embargo, que existe una cada vez mayor homogeneización en las prácticas profesionales de televisión en todos los países.

El anexo pretende explicar cómo se lleva a cabo la realización de un reportaje poniendo como ejemplo el programa *Dossiers* de Canal 9. Y entonces los autores vuelven a incurrir en el mismo error que recorre todo el libro, a saber, declarar un objetivo para a continuación no cumplirlo. "El reportaje cuya génesis se expone a continuación es una aplicación un tanto atípica de la rutina de trabajo que se acaba de explicar". Cuando se trata de ejemplificar normas generales, procedimientos de rutina, no se suele poner por caso la excepción, ni siquiera argumentando como excusa la "versatilidad" necesaria en la elaboración de un reportaje.

Precisamente, y sobre todo en la primera parte, un gran número de casos reales aspira a aclarar conceptos con un afán ejemplificador que resulta, a veces, excesivo, poniendo ejemplos a lo que ya se ha explicado y hasta comprendido. También constituye un elemento de valor didáctico las numerosas ilustraciones que jalonan el libro, -no nos referimos a las fotografías del anexo-, dibujos que ilustran temas como el salto de eje o los diferentes tipos de documentos en la preparación de un programa de televisión.

Un volumen con ejemplos e ilustraciones es, evidentemente, de fácil lectura; el que nos ocupa lo es aún más porque está muy estructurado, con esa obsesión de muchos manuales por las tipologías y las clasificaciones. Pero incluso ese afán taxonomizador se queda en nada y presenta unas categorizaciones más que discutibles. Tal es el caso de los tipos de presentación de la noticia comentados más arriba, o del apartado sobre géneros informativos en tv, -injetado sin éxito en el capítulo dedicado a la fase de emisión-, donde vuelve a hacerse una clasificación "propia" (sic) tomando como base el *Curso general de redacción periodística* de Martínez Albertos, libro tan conocido por los estudiantes de periodismo como caduco para analizar la actual programación. Afirmar que el paradigma del género de opinión son los programas religiosos es una muestra más del tono obtuso de muchas de las simplistas afirmaciones que recorren el libro.

En resumen, la virtud de este texto es servir de primerísimo acercamiento a la elaboración de noticias y reportajes audiovisuales; se trata de uno de los numerosos libros que se pueden leer u hojear para comenzar a interesarse por el periodismo audiovisual. Su principal defecto -dejando a un lado los errores veniales (tipográficos, de sintaxis, libros citados y ausentes de la bibliografía...)- es pretender ir más allá. "Nuestro propósito último con este libro -concluyen los autores- es invitar a la reflexión". Pero lo que no es más que un sencillo manual de instrucciones ataviado con una terminología prestada de diversas corrientes de investigación (rutinas productivas, imagen sonora...) difícilmente puede conducir a la reflexión. Antes bien, servirá como eficaz guía para que el novato se integre con éxito en la "dinámica infernal" (sic) de la producción de información en televisión.

---

© Rosa Martín Sabaris

## **Sobre valoración publicitaria en televisión**

*por Juan Carlos de Miguel Bustos*

---

La publicidad y la televisión mantienen relaciones que, en cierto modo, pueden ser caracterizadas de complementarias. La publicidad es una industria que no tiene un canal de expresión propio y que por tanto necesita de otras industrias para expresarse. Entre estas, la televisión ocupa el lugar central. Por otro lado, la publicidad financia, en todo o en parte, un buen número de televisiones, a la vez que ocupa un buen porcentaje de la programación.

Es por ello, que, tras una presentación, la autora establece una periodificación, a modo de una síntesis histórica de la televisión, en cinco etapas, desde una perspectiva publicitaria. La última etapa -especialización de contenidos- tiene una gran trascendencia, porque puede ser caracterizada por la fragmentación de la audiencia, e implica la posibilidad de afinar en un determinado tipo de público objetivo. Significa también la necesidad de creación de mecanismos y herramientas que vayan más allá de lo cuantitativo. En esta perspectiva, la autora del libro, tiene el propósito de mostrar nuevos factores que ayuden a valorar publicitariamente los programas de televisión, que complementen el factor que fundamentalmente ha sido utilizado hasta ahora -los ratings-. Es indudable que las audiencias de los programas de televisión son fundamentales para los anunciantes, pero no bastan, ya que hay muchas maneras de ver un determinado programa. De este modo, un programa puede tener una audiencia importante, pero ser visto con desagrado. Utilizar únicamente los ratings, significa prescindir de la manera en que se ve, o, en otras palabras, significa considerar que todos los programas son vistos con la misma actitud, es decir, independientemente de la valoración establecida por la audiencia.

Esta quinta etapa, la actual, tiene también como característica la internacionalización de los contenidos, el desarrollo de nuevas tecnologías que permiten una cierta interactividad y una heterogeneidad de formas de financiación.

En el libro, resultan particularmente interesantes y sugerentes los comentarios sobre el valor. Podríamos decir que el valor tendría dos componentes: uno en sí y otro, instrumental. El componente en sí, viene dado por la capacidad de satisfacción de alguna necesidad, correspondiendo al valor instrumental el establecimiento de una determinada jerarquía que nos permite elegir el mayor valor en sí, dadas unas determinadas limitaciones. Y para el establecimiento de esta jerarquización deberemos tener en cuenta dos tipos de factores: tangibles e intangibles. Un factor típicamente tangible son los precios, pero dadas las circunstancias en las que está inmersa hoy la televisión, se requieren otro tipo de factores, -inmateriales- como la fidelidad de la audiencia, la calidad, la imagen de un determinado programa, o de una televisión, etc.

Es por ello, que la autora aporta herramientas para la objetivación de estos factores inmateriales, es decir criterios de valoración. Indudablemente la valoración se establece en función de unos determinados objetivos. La valoración publicitaria es definida como «el conjunto de acciones fundamentadas en criterios predeterminados, con el fin de estimar el grado de beneficio para el anunciante de los elementos tangibles e intangibles, del producto informativo (programa de televisión) que realiza, o contribuye a realizar, la oferta publicitaria». Que el título del libro se refiera a la valoración publicitaria de los programas de televisión se basa en el hecho de que estos ocupan un lugar central, al poder ser

considerados como «reclamos» para la comunicación del mensaje publicitario. Y, el hecho de que se coloque en una perspectiva marketing, lleva a que en el libro se analicen todos los elementos que participan en el mercado audiovisual -productores, programadores, etc.-.

En la definición de valoración publicitaria, queda patente que esta valoración tiene como finalidad estimar el nivel de beneficios que alcanza el anunciante, tras el pago de las tarifas publicitarias. De la misma manera en que además del precio pagado, debe tener en cuenta otros elementos intangibles, los beneficios, deben ser analizados, no sólo en relación a cuantificables -incremento en ventas, ...- sino también en relación a elementos más difícilmente cuantificables, que pueden ayudar a entender los elementos cuantificables.

La acción de valorar alcanza su pleno significado cuando se pueden establecer comparaciones. Así, si consideramos que entre los elementos determinantes de la audiencia están la cobertura geográfica, la cobertura temporal (hora de emisión) y el género de programas, interesará establecer cuál ha sido la audiencia de un mismo programa en distintos países, intentando explicar las diferencias, de forma que ayude a establecer una prognosis de las audiencias esperadas en otro país.

El capítulo último se ocupa de señalar pautas de valoración de los programas de televisión desde una perspectiva publicitaria, que ayuden a estimar el nivel de utilidad de un determinado programa de televisión. Es interesante, porque en él se dan pistas para la valoración de intangibles tales como la imagen de la empresa de televisión, los contenidos de la programación, el perfil de los telespectadores, etc. audiencias, así como la gestión publicitaria. Esto es fundamental porque queda claro que si la calidad de un programa va a afectar a la publicidad, la colocación de esta -en calidad y cantidad determinada- afecta, a su vez, a la calidad de la programación.

Una aportación fundamental del libro es la relativa a los elementos tangibles (costes del programa, inversiones publicitarias y audiencias). Establece tres tipos de productividades, consecuencia de las combinaciones de estos tres elementos, tomados de dos en dos, cuya suma total daría lugar a una productividad total. Todo ello, conduce a una serie de conclusiones, que deberán ser complementadas con otros trabajos, ya que el análisis de las productividades se realiza sobre una base demasiado reducida -nueve elementos- y demasiado heterogénea -al mezclar programas de distintos países-

---

© Juan Carlos de Miguel

## Varios modelos para un medio

*por María José Cantalapiedra*

---

Coca, César; Peñalva, José Luis (1998): *Modelos de los medios de comunicación social*. Bilbao. UPV.

---

Aunque en el título se propone un repaso a los medios de comunicación, en realidad, como se recoge en la contraportada, el libro se detiene en las distintas formas que adopta el periodismo escrito. Los autores ofrecen una clasificación de los medios impresos atendiendo a su ámbito de difusión, su periodicidad, sus contenidos y el público al que se dirigen.

Escrito por profesionales del periodismo con una dilatada carrera docente, se combinan la claridad y concisión características del lenguaje periodístico con una estructura didáctica a la hora de organizar los contenidos, lo que le permite ser un libro de lectura y al mismo tiempo un libro de consulta. En él, los alumnos de Periodismo, primer público al que se destina, pueden encontrar las claves para comprender cuál y cómo es el mercado de los medios impresos en España, con apuntes que les aproximen, aunque sea mínimamente, a la realidad de ese mismo mercado en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica.

Conocer los distintos modelos de medios impresos que existen, así como sus principales características, no sólo es algo exigible a cualquier futuro licenciado en Ciencias de la Información sino también un conocimiento muy útil para plantear su futuro profesional. A menudo, los estudiantes de Periodismo no son conscientes de que la proyección profesional de su formación universitaria abarca mucho más que los diarios de información general; y a menudo también, no son conscientes de que el producto informativo que ofrezcan, así como su elaboración, ha de ajustarse a las características del medio en el que quieran trabajar, para lo cual han de conocer esas características.

En este libro no se pretende explicar que la prensa nacional y la regional tienen un ámbito de difusión distinto, sino qué consecuencias tiene esa diferencia en la selección de la información, en la valoración que de ella se hace, en el tratamiento que recibe, en las fuentes de información que se manejan y en el interés que despierta en el lector.

Por otro lado, cada uno de los modelos que existen en el periodismo escrito y que responden a objetivos distintos, a formas de trabajo distintas, etc., quedan perfectamente engarzados en el conjunto, lo que permite comprender qué lugar ocupa cada uno y qué relaciones mantiene con los demás, así como cuál es su papel en la totalidad, ahora sí, de los medios de comunicación; unos medios que están en constante evolución, mimados o apaleados por vaivenes económicos de origen dispar; empujados, pellizcados, seducidos y despreciados por las nuevas tecnologías; y al lado, enfrente, debajo o encima de los poderes públicos. De eso, los autores, tampoco se olvidan.

---

© María Jose Cantalapiedra

## De color limón

*por José Ignacio Armentia Vizquete*

---

**De Pablos Coello**, José Manuel (1997): *Amarillo en prensa*. Ediciones Idea. Santa Cruz de Tenerife. 135 páginas.

---

«Amarillismo fue el nombre por el que se conoció antiguamente a la prensa sensacionalista, la de los grandes titulares voceados por las calles. Aquella prensa capaz de provocar la noticia cuando no existía e, incluso, capaz de deformar la información o tomarla por donde más pudiera despertar el interés del lector». De esta forma tan expresiva se refiere Monserrat Quesada al concepto de prensa amarilla, en el prólogo del interesante y ameno libro de José Manuel de Pablos Coello.

De Pablos, catedrático de Periodismo en la Universidad de La Laguna, y periodista con una larga experiencia a sus espaldas se había caracterizado en los últimos años por la publicación de una serie de obras más bien relacionadas con el aspecto formal de los diarios: el diseño periodístico y la fotografía. En *Amarillo en prensa*, en cambio, incide en el contenido de estas publicaciones. Según el propio autor anuncia, este libro es el primero de un proyecto de trilogía sobre los límites del periodismo.

Las 135 páginas de que consta el libro de José Manuel de Pablos se pueden leer de un tirón, tal es la amenidad con la que están escritas. La obra está estructurada en una serie de breves pasajes (2-3 páginas), en los que se desgranar diversos ejemplos de amarillismo en la prensa española actual. Algunas de estas actuaciones -el considerar sistemáticamente culpable a un detenido, la exaltación del morbo y el dolor ajenos, el desmedido espacio que se concede a las denominadas "informaciones rosas"- han venido constituyendo una práctica habitual en la mayor parte de los diarios del Estado.

Al margen de esta exposición, el autor va más allá de lo evidente y aborda casos menos llamativos, pero en los que, a menudo, se incurre en una cierta falta de rigor periodístico. Un ejemplo de lo anterior lo constituyen las páginas de televisión, donde algunas sinopsis no tienen absolutamente nada que ver con el contenido de las películas a las que se refieren. En este ámbito, resulta especialmente llamativo, según De Pablos, la crítica positiva que sistemáticamente reciben en las páginas de *El País*, casi todas las películas que se emiten por Canal Plus (en donde la editora del citado diario es uno de los accionistas principales), benevolencia que no se observa para con las películas que se emiten en el resto de las cadenas televisivas.

La última parte del libro es más analítica y en ella se nos ofrece un estudio comparativo del tratamiento dado por distintos medios de comunicación a tres informaciones concretas: la asistencia, vestida con minifalda, de la difunta princesa Diana de Gales a la entrega de unos premios; la explosión de un artefacto cuando era manipulado por un joven; y la denuncia por presunta pederastería contra el cantante Michael Jackson.

Especialmente significativo es el caso de la malograda princesa. Una foto en la portada de *The Times*, en la que aparecía Diana de Gales luciendo una minifalda en la entrega de los premios ABSA (Asociación de Negocios Patrocinadores de las Artes), dio pie a que casi toda la prensa nacional aludiera a la brevedad de dicha prenda y al llamativo aspecto de las piernas de la princesa. Algunos diarios destacaron el hecho de que la citada fotografía no sólo fuera publicada por la prensa sensacionalista británica, sino también por un rotativo de prestigio como *The Times*. Lo que casi nadie dijo es que la presencia de Diana en la portada de *The Times* respondía exclusivamente al hecho de que el acto de entrega de los premios ABSA estaba organizado y copatrocinado por la centenaria publicación londinense. Además, en su información, *The Times* se refería exclusivamente a los galardonados, sin hacer referencia alguna al atuendo de la princesa. Por emplear una expresión del propio autor, este es un claro ejemplo de como la prensa llega a *hinchar el perro*.

En definitiva, el libro de José Manuel de Pablos puede resultar especialmente útil tanto para los estudiantes de Periodismo o para aquellos licenciados que se vayan a iniciar en el oficio de juntar letras, como para aquellos lectores que deseen estar avisados de los vicios más frecuentes en la prensa y que conllevan una pérdida del rigor siempre exigible a un medio informativo.

---

© José Ignacio Armentia

## Es cosa que maravilla

*por Pedro Barea*

---

Toral, Gotzon (1998): *Tertulias, mentideros y programas de radio*. Zarautz: Ed. Alberdania.

---

El libro de Gotzon Toral "Tertulias, mentideros y programas de radio" empieza con el pedacito de un latiguillo popular, "es cosa que maravilla...". La cosa que le maravilla al autor es "el esplendor radiofónico de la tertulia", y motivos tiene.

A lo largo de un centenar de páginas Toral se empeña en tres tareas: describir las tertulias radiofónicas, su gestación y desarrollo; hacer una biopsia del fenómeno, utilizando un decálogo de su creación que fija los caracteres dominantes; y -a partir de un caso concreto, el de La Linterna de la COPE- exponer una posición distanciada ante el nuevo formato radiofónico. Distanciada y despiadada.

El autor acredita su doble condición de veterano periodista radiofónico y de profesor universitario. De la primera, su conocimiento del medio, su experiencia directa, su información. De la segunda, su sentido crítico, y una metodología didáctica y amena para con los destinatarios actuales del trabajo, los lectores.

"Tertulias, mentideros y programas de radio" parte de un trabajo académico que el autor defendió en 1997 como su tesis doctoral. Es otro dato interesante del libro: Toral se ha dado el gusto de publicar de modo sintético algunos de los logros de su obra anterior ("Las tertulias de la radio. La Linterna. Análisis de un Modelo". Publicaciones UPV. Leioa. 1998), y cumplir con un deseo muchas veces frustrado en la dinámica universitaria: el de liberarse de algún corsé académico en los temas que se han vivido obsesivamente -los doctorandos forman estrambótica pareja de hecho con su tesis-, para llegar a un público diferente.

El libro es un pequeño gran desafío hacia muchos valores convenidos. Cuestiona las tertulias y en esa medida cuestiona algunas modas radiofónicas. Cuestiona la resbaladiza mixtura de información y opinión, convertidas ya en resbaladizo potaje que se sirve por radio sin advertencia. Cuestiona las rutinas de producción de las que vienen estos lodos... Algunos de los epígrafes del texto -la telesocialidad, decálogo tertuliano...- son sugerentes en muy alto grado. Si el libro es breve, se coloca sin embargo en un punto exacto para provocar el debate.

El trabajo -y sus itinerarios analíticos- va a poder interesar a cualquiera que se haya sentido "maravillado" por lo que han representado y representan las tertulias en la radio española; a profesionales, estudiantes y al gran público adicto. Gotzon Toral maneja una prosa amena, nerviosa, interdisciplinar hasta la audacia, pirotécnica muchas veces, y llena de hallazgos verbales, como corresponde a la imaginación y la inteligencia verbal que requería su profesión radiofónica. Si parece que Toral se había preguntado igual que Lola Flores "¿cómo me los maravillaría yo?", una de las respuestas correctas es, escribiendo "Tertulias, mentideros y programas de radio".

---

© Pedro Barea

## Contando historias

*por Casilda de Miguel*

---

Minguez Arranz, Norberto (1998): *La novela y el cine. Análisis comparado de dos discursos narrativos*, . Valencia: Ediciones de la Mirada.

---

La tentación de tratar de identificar el filme con la novela de la que procede, de pensar en la adaptación como la mera traducción de un lenguaje a otro, es una trampa. Es evidente que no siempre la mejor adaptación es la

mas fiel. En el cine abundan casos de buenas películas basadas en novelas mediocres y de filmes deficientes elaborados a partir de excelentes referentes literarios. Basta con estudiar la obra de Buñuel para comprobar como un director es capaz de superar el material literario del que parte y convertirlo en una obra autónoma, con entidad propia, capaz de hacer olvidar el texto que la inspiró. ¿Por qué? Pues probablemente porque Buñuel tiene una intuición, una habilidad excepcional para saber captar lo esencial y reescribirlo en imágenes cinematográficas.

¿Cómo trasladar al filme la complejidad de la obra literaria? ¿Cómo se produce el proceso de transcodificación de la novela al cine?... Para explicar las complejas relaciones entre el cine y la literatura, el estudio de los textos en paralelo no parece suficiente, antes o después nos vamos a encontrar con las diferencias específicas propias de cada uno de los medios. La adaptación es un complejo proceso de transcodificación que nos obliga, previo al inicio de cualquier discusión, a aludir obligatoriamente a la necesidad de definir la naturaleza tanto del cine como de la literatura, de ahí la propuesta que plantea el autor de "ofrecer un ejercicio de narratología comparada que nos permita establecer los distintos tipos de relaciones que se pueden dar entre la novela y el cine, al tiempo que profundizamos en el análisis de sus mecanismos de enunciación y, por tanto, en las particularidades de dos modos de representación que no están tan alejados como a primera vista pudiera parecer".

La necesidad de abordar los problemas discursivos, los modos de enunciación y sus relaciones, lleva a Norberto Minguez a hacer un esfuerzo compilador y de análisis para profundizar en un tema tan intrincado como es el de las relaciones cine / literatura. Las dos primeras partes del texto son el resultado de un trabajo ambicioso, bien organizado que busca, a pesar de la amplitud del campo- un recorrido por la historia y la teoría cinematográfica, al que lógicamente se podrían añadir algunos datos - cubrir todas las facetas desde las que puede abordarse el tema de la adaptación.

El análisis comparado de estos dos discursos narrativos realizado sobre una muestra, cuidadosamente seleccionada, representativa de la novela española de postguerra, *Pascual Duarte*, *El bosque animado*, *La colmena*, *Nuevas amistades* y *Tiempo de silencio*, nos permite reafirmar no sólo la crucial importancia de la intertextualidad sino también los diferentes modos de adaptación en función del tipo de relación que se establece entre el filme y su referente literario y que no tienen porque afectar obligatoriamente al nivel de calidad.

Contar historias, entretener, divertir y hacer pensar son algunas de las claves que caracterizan tanto al cine como a la literatura, pero por encima de todas ellas, el gran reto es llegar a emocionar. Ahora bien, ¿Hasta que punto es comparable la emoción que emana de la obra literaria con la que emana del filme?. Esta es alguna de las cuestiones que brotan de la lectura de este texto, escrito en tono académico, que recoge además un Censo de novelas españolas llevadas al cine y una amplia bibliografía.

---

© Casilda de Miguel

## Volver con los pictorialistas

*por Josu Bilbao Fullaondo*

---

**Zelich**, Cristina y otros (1998): *La fotografía pictorialista en España. 1900-1936*. Barcelona: Fundación "La Caixa".

---

Acaba de publicarse el libro-catálogo *La fotografía pictorialista en España (1900-1936)*. La iniciativa corresponde a la Fundación la Caixa que desde hace años viene desarrollando una excelente labor en este terreno de la expresión plástica. En esta ocasión, se trata de una excelente aportación que se echaba en falta. Se refiere a una vertiente sobre la que ya se habían realizado algunas prospecciones. Una muy loable aproximación fue la de Marta Gili hizo en el catálogo "Idas y Caos", dedicado a las vanguardias fotográficas en España y publicado por el Ministerio de Cultura en 1984. Otro precedente de inestimable valor, animado también desde la misma institución, fue el de Publio López Mondejar en su obra *Las fuentes de la memoria 1900-1939*. Podríamos recordar algunas otras intervenciones de indudable valor pero la que ahora se presenta bajo la tutela de Cristina Zelich supone un paso adelante en las investigaciones realizadas hasta el momento y agrupa el mayor número de documentos foto-pictorialistas conocidos hasta el momento.

A la búsqueda de un reconocimiento artístico para la fotografía, en el último tercio del siglo XIX surgió el movimiento pictorialista. Quería ser solución del sentimiento de inferioridad que padecían amplios sectores del ámbito fotográfico con respecto a su referente icónico más cercano: la pintura. No se contentaban de captar los acontecimientos tal como se presentaban. Su interés radicaba en suscitar una reflexión o sentimiento por lo que su creatividad debía imponerse a la naturaleza mecánica de las cámaras. Privilegiaban un estilo de composición clásica cargada de subjetividad y una esmerada técnica abierta a nuevos soportes y pigmentos. Sus imágenes idealizaban los temas que trataban, edulcoraban las formas con el fin de obtener atmosferas inmatrimiales y trataban los paisajes con inequívocas huellas de melancolía. Fueron de su predilección escenas costumbristas y retratos de mujeres enigmáticas con cierto aire sensual. Con frecuencia se recurrió al desnudo femenino, en tanto que alegoría de la belleza. No fue así con el cuerpo masculino que se juzgaba un tanto obsceno e indigno para el artista. A pesar de ello, el catalán Josep Masana (1894-1979) ha dejado bellos ejemplos de ambos sexos.

En España la corriente pictorialista llegó con cierto retraso respecto a Europa y América. Sus representantes nunca alcanzaron la envergadura ni el prestigio de otros muchos de sus colegas extranjeros cuyos premisas estimularon (en la confrontación con posiciones encontradas) el desarrollo de otras líneas de expresión. Algunos autores, al coincidir en el tiempo con lo que se denominó fotografía de vanguardia, fueron permeables a esta influencia y produjeron interesantes manifestaciones marcadas por un evidente mestizaje estilístico. Tenemos los casos de Joan Porqueras (Barcelona, 1899-1969), en una constante ruptura de los puntos de vista clásicos llegó a las tomas cenitales, picados y contrapicados; el navarro Miguel Goicoetxea (1894-1983) se inclinó hacia una obra muy personal de marcado talante expresionista; o Antoni Campaña (Barcelona 1906-1989) que, desde su insistente inclinación hacia las composiciones en diagonal, se desmarcó hacia algo próximo al reportaje.

La figura más representativa, en la ortodoxia de lo que se ha conocido como tardopictorialismo español, fue Ortiz de Echagüe (Guadalajara, 1886-1990). Sus trabajos de gran perfección técnica recuerdan con frecuencia a algunos cuadros del Greco. Las tomas meticulosamente montadas no permiten que gestos, líneas y figuras escapen de la intencionalidad de un autor muy identificado con presupuestos conservadores, incluso con los valores franquistas. Su prestigio alcanzó relieve internacional y su influencia en los círculos fotográficos, después de la guerra civil, ralentizó la llegada de nuevos estilos y tendencias. Publio Lopez Mondejar en su *Historia de la fotografía en España* publicado por Lunwerg en 1997 resume de una manera muy contundente la trayectoria de este autor. Dice que "*desplegó toda una gigantesca capacidad fotográfica para recrear una España que, más que en sus gentes, en sus pueblos incógnitos y miserables, en su esfuerzo conmovedor por superar los estragos de la historia, o en sus ciudades abiertas ya a la modernidad, estaba en su propio prejuicio de una patria que él quería mística y guerrera, Una, Grande y martillo de herejes liberales y masonazos*". En cualquier caso es de gran interés seguir su trayectoria desde principios de siglo para descubrir su evolución desde sus imágenes más intimistas hasta su llegada a las imágenes de corte documental. En el prólogo de su primer libro "Tipos y trajes de España" Ortega y Gasset decía: "Con su máquina fotográfica Ortiz Echagüe ha conseguido algo épico....".

La recopilación de 130 fotos que pertenecen a 16 autores que ahora nos ofrece Cristina Zelich podría haberse visto ampliada a un mayor número de autores (recuerdo en este momento a Luis Torcida y algunas de las imágenes de su libro Bizkaiko begiragarria-*Lo admirable de Vizcaya* publicado en 1934). En cualquier caso y sin ningún menoscabo, es un documento resuelto con inquestionable maestría. Su fortaleza se vigoriza aun más con la oferta de una antología de textos de época referentes al tema, con una serie de fichas referentes a las revistas de fotografía publicadas en España entre 1900 y 1936, con un glosario de técnicas y un breve curriculum de los artistas. Un trabajo que se ha convertido en referente obligado para todo estudioso y amante de la fotografía del primer tercio del siglo XX.

---

# Kazetaritzaren teoria eta praxia

*Jose Inazio Armentiak idatzia*

**Ramirez de la Piscina**, Txema (1998): *Kazetari-lana Euskal Herrian. Interpretaziorako eta espezializaziorako abiaburua*. Bilbao. Udako Euskal Unibertsitatea.

Leioako Komunikazio Zientzien Fakultatean irakasle moduan diharduen Txema Ramirezek bere liburuaren aurkezpenan argi eta garbi uzten du zein den beronen helburua: «euskaraz bizi eta aritzen den Kazetaritzako ikaslearen prestakuntzarako funtsezko lehengaia izatea». Hala ere, Ramirez de la Piscinaren lana askoz haruntzago doa: Fakultateko ikasleentzako ezezik informazioko profesionalentzat ere oso material baliotsua baita.

Lehenengo eta behin, liburu honek hutsune handi bat betetzen du; hots, euskaraz idatzitako informazio arloko lehengaiena. Pixkanaka pixkana eta Udako Euskal Unibertsitatea eta Euskal Herriko Unibertsitateari esker agertuz doaz Komunikazio arloko eskuliburuak. Kasu honetan Kazetaritzako lizentziaturako 3. mailan dauden *Ikañketa Prentsan; Informazio orokorra* eta *Kazetaritza Berezitua I: Elementu orokorrak eta lanbide irudiak* ikasgaientzako oinarritzko testua dugu Txema Ramirezena. Beraz, karreraren erdian dauden ikasleentzat lan hau oso erreferente lagungarria izango da hemendik aurrera. Libururaren aitzinsolasean *Euskaldunon Egunkariaren* zuzendaria den Matxelo Otamendik azprimarratzen duenez, «etapa horretan dagoen ikaslea baita interesgarriena, probetxugarriena beste modu batean esanda». Seguru asko, liburu honek ikasle hauen jakinmina aseko du.

*Kazetari-lana Euskal Herrian* bi atal nagusitan egituratzen da. Hauek, lehenago aipatu den ikasgai bakoitzari dagozkio; Idazketari eta Kazetaritza Berezituari, alegia. Aldi berean, zati bakoitza beste bi azpizatian banatzen da. Lehen azpizatiak *Interpretazioa eta errealitatea gaur egungo kazetariaren* darama izenburutzat. Bertan hiru gai jorrotzen dira: Kazetari-lana eta errealitatea Euskal Herrian, Informazio-iturriak eta Kazetari-lanik ohikoenak. Bigarren azpizatiari *Teknika interpretatibo desberdinak kazetaritza-generoen arabera* izena jarri dio Txema Ramirezek. Esparru honetan sartzen diren gaiak hauek dira: Literatur kazetaritza, interpretazioaren erakusle, Albistearen analisisa, Kronika interpretatiboa, Erreportaia interpretatiboa, eta Literatur elkarrizketa.

Lehen atal hau orokorragoa bada, bigarrean espezializaren ildotik abiatzen da Ramirez de la Piscinaren testua. Lehen atalean gertatzen zen legez, honetan ere bi azpizati aurkezten dira. *Definizioa eta elementu orokorrak* deritzona 3 gai osatuta dago: Kazetaritza Berezituaren definizioa eta garrantzia, Espezializazioaren arrastoak euskarazko prentsaren historia, eta Espezializazioa eta teknologia berriak III. milurtekoan. Liburuaren azken zatia, *Lanbide-irudiak edukien arabera* deritzona, mardulena da, bertan 6 kapitulu sartu baitira: Herriko informazioa; Informazio politikoa Euskal Herrian; Kazetaritza ekonomikoaren historia, ajeak eta korajeak; Nazioarteko informazioa; Kirol-Kazetaritza eta Kazetaritza zientifikoa. Ikus daitekeenez, Txema Ramirezek informazioaren sail eta espezialitate guztiak jorrotzen ditu.

Liburuaren kapitulu guztiek bibliografia osagarri bat daramate. Honez gain, testuaren azken orrialdeetan egileak testuliburu osoko bibliografia bat sartu du eta oso baliagarria suerta daitekeen aurkibide alfabetiko bat.

Txema Ramirezek hainbat urte jardun zuen kazetari moduan Euskadiko komunikabide diferenteetan eta esan bezala, azken urteotan Euskal Herriko Unibertsitateko euskal adarreko irakaslea dugu. Curriculum hau aintzat hartuz, ez da harrizkoa bere liburuan mantentzen duen ikuspegia, hots. kazetari euskaldun batena.

Komunikabide euskaduneei arreta berezi bat eskeintzen badio ere, ezin da Ramirezen liburua lokalista edo mugatutzat hartu, testuan zehar informazioa bere osotasunean aztertzen baita. Hau dela eta, liburuaren kapitulu gehienak oso interesgarriak izango lirateke Euskal Herritik kanpoko edozein kazetari edo informazio arloko irakaslerentzat.

Ramirez de la Piscinak bere liburuan inbertitu duen lana itzela da. Bere 361 orrialdetan zehar urteetako ikerkuntza isladatzen da. Koadroz eta grafikoz ondo hornituta egoteaz gain, argazki ugari agetzen dira ere obra honetan. Argazki gehienak agerkarienak dira eta, besteak beste, genero desberdinen ezaugarriak ilustratzeko erabiltzen dira.

Konklusio gisa, goraiatu behar da Txema Ramirezek liburu honekin egin duen ekarpena. Duda barik, hemendik aurrera ezinbesteko erreferentzia bihurtuko da bai euskal kazetariarentzat baita Informazio Zientzien Fakultateko adar euskadunaren ikasleentzat ere.

© José Ignacio Armentia

## Zulotik atereaz

*Lucia Martínez Odriozolak idatzia*

**Arbelbide**, Xipri (1998): *Manex Hiriart Urruty: Eskualduna*. **Agirreazkuenaga**, Joseba (1998): *Manu Ziarsolo: Eguna*. **Diaz Noci**, Javier (1998): *Bittor Garitaonaindia: Argia*. **Garmendia**, Elixabete (1998): *Gregorio Mujika: Euskalerrriaren alde eta Euskal-Esnalea*. Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia. Bidegileak Bilduma 11.

Duela hamabost urte, artean esaten zen prentsa laugarren boterea zela. Bukatzear dagoen mende honetan ez da egia ezta egiantzekoa ere. Margarita Rivière kazetariak argi eta garbi utzi du oraindik orain argitaraturiko *El segundo poder* izenburuko liburuan. Beraz komunikabideek eskailera-maila bi igo dituzte tontorrerako bidean.

Baina egoera ez da beti horrelakoa izan. Mende hasierako kazetariak ez ziren gaur bezain ospetsuak, gaur bezain boteretsuak, eta pobreen artean, txiroenak, euskaldunak. Dena dela, euskal kulturagintzaren historian badira lan handia egin dituztenak, gure aurretik bidea jorratu duten horietakoak. Eskokatze lanetan asko eta asko izan dira, guretzako erreferentzia ez badira ere.

Ezagutza falta hori konpondu nahian, Eusko Jaurlaritzako Kultura Sailak erabaki zuen liburuxka sorta bat kaleratzea, *Bidegileak* izenburupean. Urte hauetan dramaturgo, nobelagile, poeta eta saio-idazleak, denak euskaldunak, atera dituzte zulo beltz horretatik. 1998ko irailean mende hasierako lau kazetariren biografiak argitaratu ziren: Bittor Garitaonaindia (1876-1929), Manex Hiriart Urruty (1880-1917), Gregorio Mujika (1882-1931) eta Manu Ziarsolo, *Abeletxe* (1902-1987). Bidegile hauen lana irakurri zen, hurrenkera honetan, *Argia*, *Eskualduna*, *Euskalerrriaren alde* eta *Euskal-Esnalea*, eta *Eguna* aldizkarietan.

Biografiok Javier Diaz Noci, Euskal Herriko Unibertsitateko irakaslea; Xipri Arbelbide, Ipar Euskal Herriko kazetaria; Elixabete Garmendia, Argia eta Euskal Telebistako kazetaria, eta Joseba Agirreazkuenaga, EHUKo katedradunari zor dizkiegu.

Liburuxka hauetan bidegileen biografiak eta beren komunikabideen historia jasotzen dira, biak loturik. Adibide moduan, esan dezagun ezin dela Bittor Garitaonaindiaren bizitza kontatu *Argia* aldizkariak hitz egin barik. Liburuxka hauen bidez egindako lana garrantzi handikoa da, batez ere nondik gatozen ikasi dezakegulako, eta jatorria jakinda, bidea hobeto aukeratuko baitugu. Diaz Nocik esan duen moduan, "biografia

*hauek oso mesedegarriak dira Kazetaritzako ikasleentzat, eta baita hainbat ikertzaileentzat. Ez dugu pentsatu behar euskal kazetaritzaren historia atzokoa denik".*

Lau lagun hauen eta bost aldizkarion ibilbidea ezaguturik, onartu behar da bidea sasiz eta asunez garbitu digutela eta *bidegileak* izateaz gain, bide-erakusleak ere izan direla. Eginaren eginaz, nor bere modura, euskal kazetaritzaren hiztegia eratu zuten, inolako laguntzarik gabe baina moldez eta artez. Garitaonaindia, *Argia*ko zuzendaria izan zena, nahiko kezkatu agertzen zaigu hizkuntzaren batasuna dela eta sasoi hartan euskalki bakar bat erabiltzearen defendatzailea zen. Berak, Bizkaiko semea izanik ere, gipuzkera bultzatu zuen eta horretarako oso tresna baliotsua erabili zuen: moldezko letra. Eta hala dio Javier Diaz Nocik bere biografian: *"Esan dezakegu, oker egoteko batere beldurrik gabe, Argian irakurri abal zen idazkera begoaldeko lehenengo euskara baturantzako emandako adibiderik hoberenetariko bat zela".*

Diseinu aldetik *Bidegileak* bildumako liburuxkak erakargarriak dira eta arduradunek ahalegin handia egin dute txoko guztietatik material grafikoa eskuratzeko. Argazki horietan ikus daiteke mende hasierako aldizkariok sasoioko kutsua badute ere, baten bat, *Argia*, hain zuzen ere, diseinu aldetik, oso aurreratua zela: erretratu asko, handiak eta, batez ere, kalitate handikoak. Fotografia horietako batek galdera asko ekartzen ditu burura: Ekialdetar mutiko bat agertzen da. Begi zorrotzuak ditu eta *Argia*ko ale bat eskuetan. Argazki-oinak zera dio: *"Etxeberria nauzun onen sukaldelaria zure eta nere Argia eskutan dula".* Zein ote zen? Euskalduna agian? Nondik etorria?