

## Reseñas

CASTAÑARES, Wenceslao: *La televisión moralista. Valores y sentimientos en el discurso televisivo*. Madrid, Fragua, 2006. 307 páginas

Con este atrayente título presenta Wenceslao Castañares la recopilación y consolidación de sus estudios en torno a la televisión, y en concreto a un tipo de programas específicos como son las diversas ediciones de “*Operación Triunfo*”, formato incluido, aunque con sus salvedades, dentro de los *reality shows* contemporáneos. Este texto continúa investigaciones que se desarrollan desde hace una década, cuando el autor afrontó de urgencia, según sus propias palabras, los primeros especímenes españoles del hiperrealismo televisivo, en un número precisamente de esta revista, que dedicamos a la “Información y el Drama en televisión” (CIC número 5, 1998). Ya entonces se hizo patente la preocupación del autor por estudiar y detectar los géneros televisivos y sus nuevas formas.

En esta ocasión, en un esfuerzo por aglutinar y organizar su análisis sobre estos géneros televisivos, Castañares nos presenta una pormenorizada revisión de los conceptos académicos y de investigación en torno a este medio audiovisual. Utilizando muchas veces fundamentaciones metodológicas de la Semiótica, pero también usando sus conocimientos de Filosofía e historia del pensamiento, cultura clásica y Ética, nos presenta, más que un diagnóstico, una descripción analítica de estos nuevos programas, concentrándose en *Operación Triunfo*.

El autor hace un esfuerzo por basamentar la investigación en una revisión teórica muy completa en torno a la imagen, el medio televisivo y la tradición de reflexión en torno al poder de las imágenes para producir emociones o para cortocircuitar el pensamiento. En esta parte el autor rompe algunos tópicos que han opuesto siempre imagen y raciocinio y el otro binomio teórico para esta discusión, sentimiento y pensamiento. Muy actuales están sus reflexiones en torno al icono y a la funcionalidad de las imágenes en el conjunto de las capacidades cognoscitivas. Tenemos necesidad de investigaciones como ésta para actualizar nuestras bases de reflexión en este campo.

El autor hace dos innovaciones en este texto, que resultan especialmente características: una es la aplicación de metodología interaccionista a los mensajes provenientes de las tecnologías del móvil (SMS), para completar y evidenciar la tesis de la presencia de contenidos claramente moralizantes en los discursos que rodean o que emergen de este programa televisivo, *Operación Triunfo*. La otra innovación es más un rasgo peculiar del estilo investigador del autor, que es capaz de poner en relación tradiciones de conocimiento dispares como la interpretación filológica de la mitología y los ensayos sociológicos, o la revisión del pensamiento de Adam Smith con la tradición de estudio cultural de las narraciones sentimentales en los medios masivos.

La clave está, de acuerdo con el autor, en la hipertrofia del mundo sentimental, que es tanto un síntoma como el motor de procesos sociales complejos que rodean la construcción de la sociedad presente. Castañares encuentra en la moral de raíz protestante-capitalista (Adam Smith) que relaciona la visión del espectador con el propósito moralizante, una filo-

génesis del discurso moral que fluye en estos programas de proyección al imaginario. También rastrea en sus precedentes norteamericanos de los años 70 (*Fame*) una ética relacionada con el proceso de profesionalizarse como artista. Son muchos los aspectos que son sacados a colación para aportar más elementos de análisis en torno al fenómeno de los *realities*, y en sus derivaciones particulares como es el caso de *Operación Triunfo*. Las discusiones en torno al discurso de la identidad, a la ética asociada a la formación de la identidad, en la base del imaginario moral contemporáneo, también están presentes.

Como decimos, se trata más que de un diagnóstico, donde se escoja una interpretación, de un análisis descriptivo que pone sobre la mesa todos los elementos para que el lector concluya su propia tesis. Sin duda que existe una relación clara entre la hipertrofia del sentimentalismo –que no de los sentimientos– en estos programas, y el crecimiento de los discursos moralistas o éticos que manan de ellos. Mi impresión es que la relación entre ambas cosas, y dado el poder de presión que todos los *realities* imprimen al individuo o al particular, independientemente de su lograda proyección al imaginario, es una relación de coartada para el chantaje. Pero en este punto llegamos a otro tipo de reflexiones en las que la interpretación muy crítica se hace patente, y ésta no es sin duda la intención de una descripción analítica bien medida como la que se hace en este texto, que sin duda moverá a pensar y revisar nuestra manera de ver la televisión, de una manera profunda y exhaustiva.

Eva ALADRO VICO  
Universidad Complutense de Madrid

VALBUENA DE LA FUENTE, Felicísimo (Editor): *Eric Berne, teórico de la Comunicación*. Madrid, EDIPO- Fundación General de la Universidad Complutense, 2006. 383 páginas

Me veo obligada a comenzar esta reseña declarando que mi orientación es de Terapia Gestalt, de Frederick (Fritz) Perls, aunque no exclusivamente. Y cuando añado esta matización, es porque cada día me doy cuenta de la validez que tienen otras escuelas, aunque por supuesto, no puedo aspirar a un eclecticismo de las muchas que hay en Psicología. Entre las que más me atraen, está el Análisis Transaccional, de Eric Berne, como le ocurre a muchos estudiosos y profesionales de la Terapia Gestalt, y viceversa.

Hablando de Fritz Perls, se me quedaron grabados los párrafos de su Autobiografía, en los que se refiere a Eric Berne, y que he vuelto a consultar para escribir esta reseña:

En camino a San Francisco me detuve en Monterrey para asistir a un Simposio durante el Congreso de "Análisis Transaccional". Me gusta el término "transacción", que indica que durante el intercambio verbal está ocurriendo algo verdadero, algo más que una serie de clisés, más que el intercambio de clisés, más que el juego del ping-pong, más que el juego de "quién tiene la razón"...

Sin embargo tengo envidia del éxito de Eric  
Sí, estoy celoso debo confesar  
(Tienes un olfato perfecto)  
Que el tratado de Eric fue un batatazo  
Un best-seller por cien semanas

(Perls, F. *Dentro y fuera del tarro de la basura*, Cuatro Vientos Editorial, Pp.218-219). (Fritz se refiere a *Juegos en que Participamos*, de Berne).

Siempre me ha atraído la gran sinceridad de estos dos genios, que murieron el mismo año, 1970, con unos meses de diferencia. Berne admiraba la gran inventiva de Perls, como si fuera un Niño Libre, su excelente intuición del invento de la mesa, de los diálogos arriba-abajo... y, por otra parte, ¿quién encuentra, incluso hoy, a alguien que confiese su envidia (sana) por el éxito popular de otro colega?

Estas dos Escuelas han tenido un gran éxito terapéutico desde mediados de los años sesenta. Incluso, y según una investigación que realizó Theodor B. Novey en 1992, la efectividad de los analistas transaccionales certificados es superior a de cualquiera de los grupos que estudió Martin Seligman como consultor de *Consumer Reports*.

Del libro que ahora paso a comentar, me llama la atención algo que les diferencia de muchos otros salidos de las aulas universitarias: Su editor, Felicísimo Valbuena, ha sabido transformar las Actas de un Congreso sobre AT, celebrado en Noviembre de 2005, en un libro sistemático y atractivo. Efectivamente, el destino de muchas Actas de demasiados Congresos parece ser que nadie las lea. Se recogen las intervenciones tal como sucedieron y notamos que la publicación parece un almacén de materiales amontonados. En este caso, el editor los ha ordenado según tres niveles del sistema de Eric Berne: Estructural, Transaccional y de Juegos. Echo de menos el último nivel del sistema de Berne —el Guión de Vida—, porque me parece que la aportación de José Luis Martorell es insuficiente y las reflexiones que hace Gustavo Bueno sobre el Guión de Vida se encuentran entre las páginas más atractivas del libro... pero como colofón a muchas más páginas que tendría que contener el libro sobre este gran tema. Cuando he preguntado por esta ausencia en el libro, me informan que el Congreso Nacional de Análisis Transaccional de 2008 estará dedicado, prácticamente en exclusiva, al Guión de Vida, de Berne.

Francisco Massó Cantarero traza una semblanza vital de Eric Berne muy atractiva. Viene a ser como un plano de un edificio que hace años trazaron Elisabeth y Henry Jorgensen en

*Eric Berne, Master Gamesman* (Nueva York, Grove Press), una de las mejores biografías de investigación que he leído. No es un resumen de esa Biografía —Massó ni siquiera la menciona—, sino un plano que recoge aspectos magníficamente planteados que ayudan a interpretar más profundamente la biografía de los Jorgensen.

Síntesis del Análisis Estructura y Transaccional son las que ofrecen Rafael Sáez Alonso y Eva Aladro Vico. Estos dos autores me hacen recordar la norma que Eric Berne sostenía: los artículos no han de sobrepasar las diez páginas, porque un autor puede explicar en ellas todo lo esencial que tiene que decir sobre un asunto. Ellos cumplen muy bien esta norma de Berne.

Hay Capítulos del libro que, en sí, deberían constituir otros libros. Me ha agradado mucho el de José María Jiménez Ruíz sobre La comunicación en la pareja. Noto que detrás de cada párrafo hay mucha experiencia terapéutica y muy finas destrezas de comunicación.

Los Capítulos que Felicísimo Valbuena dedica a los Estados del Ego, Transacciones y Juegos pueden resultar muy útiles para profesores, terapeutas, aspirantes a novelistas, periodistas, guionistas de cine, actores... o entusiastas de la Literatura y del Cine. Es una nueva manera de observar e interpretar lo que todos los días estamos vemos en la televisión, o en el teatro o el cine cuando salimos de casa. Como diría Ortega, es la razón narrativa funcionando ante nuestros ojos.

El Análisis Transaccional dedica mucha atención a lo que Berne denominó “caricias (strokes)”. También algunos de quienes intervinieron en el Congreso *Eric Berne, treinta y cinco años después*. Me parecen puntos de vista muy originales en todos los casos.

Si he destacado lo útiles que pueden resultar los Capítulos de Felicísimo Valbuena, lo mismo he de decir de todos y cada uno de los Capítulos de la Segunda Parte del Libro: Aplicaciones del Sistema de Eric Berne a algunos campos de la Actividad Humana. Como no tengo espacio para destacar a todos, recomiendo leer a José María Román cuando se ocupa del Análisis Transaccional como técnica para comentar textos... y para redactarlos. Los aspirantes a novelistas y guionistas de cine tienen aquí mucho que aprender. También es muy original Elena García Fernández cuando da una interpretación marciana —como diría Berne— de algunos cuentos.

Quiero acabar diciendo que la entrevista con Terry Berne, hijo de Eric, y que vive en España, debería haber sido más extensa. Incluso, ¿por qué no convertirla en una monografía?

Diana PLASENCIA PLASENCIA  
Psicóloga  
Sanatorio Esquermo  
Madrid

ALBORNOZ, Luis A.: *Periodismo digital. Los grandes diarios en la red*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2007. 298 páginas.

Dada la importancia que está adquiriendo Internet en el contexto infocomunicacional en el que nos movemos, la investigación que presenta Luis Albornoz, editada por la editorial bonaerense La Crujía, se revela como un trabajo cuanto menos oportuno. Si a esto le añadimos una minuciosa labor metodológica y de análisis, junto a una reflexión crítica sobre algunos de los aspectos mitificados por la red (como el espejismo de la interactividad), la publicación de este profesor de la Universidad Carlos III de Madrid nos parece todo un acierto. *Periodismo digital. Los grandes diarios en la red* se enmarca dentro del estudio de la prensa como industria cultural, y parte de la situación de la prensa impresa para abordar su prolongación al campo digital. La tendencia general se hace evidente en todos los contextos: mientras disminuye paulatinamente el número de lectores del “contenido impreso” aumenta el del “contenido online”, propensión que se extiende a su principal fuente de financiación: la publicidad. Más de una década después de la incursión generalizada de los diarios en la red, cabe por tanto preguntarse: ¿nos encontramos ante un nuevo producto periodístico, con características propias?, ¿ha introducido cambios en la relación de éste con el público?, ¿qué tipo de modelo o lógica de negocio sigue la prensa online?

Para dar forma a su estudio, el autor se plantea estas y otras preguntas igualmente pertinentes que intenta responder a través del análisis individual y comparativo entre sitios *web* pertenecientes a algunas de las principales cabeceras *online* en español. Su selección se decanta por los principales diarios de información general (aquellos con un mayor número de visitantes únicos y páginas vistas por día), en este orden: ElMundo.es (España), Clarín.com (Argentina), Reforma.com (México), ElPaís.es (España), Abc.es (España) y LaNación.com (Argentina). Como podemos observar, todos ellos son a su vez productos de empresas editoriales con una cabecera impresa destacada, por lo que se desvela el valor añadido de la marca del periódico papel para atraer y fidelizar lectores, convirtiendo a su versión digital en nuevos medios de referencia.

La gran aportación del trabajo de Albornoz es la elaboración de una categorización propia para vislumbrar los elementos particulares de cada uno de estos diarios, elaborando a partir de ellos una suerte de catálogo de características generales de los principales periódicos *online* en lengua española. En esa categorización destacan cuatro elementos: contenidos (información-noticia, información-servicio, información-ocio, información institucional), servicios (adaptación de los contenidos a las demandas/necesidades de los lectores; recuperación, almacenamiento y/o distribución de contenidos; servicios comerciales), áreas de participación de lectores, y recursos audiovisuales y multimedia, e hipervínculos (audio, vídeo y gráficos animados; enlaces con otros sitios *web*). La investigación pormenorizada de estos seis diarios de referencia en el mundo digital en español, desarrollada durante 2004 y comienzos de 2005, se recoge en diversas tablas (parte central del estudio) que ponen de relieve algunas de las cuestiones más candentes con respecto a los cambios que Internet está propiciando en la forma de hacer (y entender el) periodismo.

En primer lugar, la aparición de un nuevo formato que conjuga los distintos lenguajes (audio, video, fotografía, texto escrito) y que se configura como la punta de lanza de la experimentación multimedia, aprovechando al máximo la no limitación de espacio —prerrogativa de la red— y las ventajas de la cobertura en tiempo real. Muestra de la relevancia de este hecho es la puesta en marcha por parte de las editoras tradicionales de una plantilla exclusiva para trabajar en esta área y el aumento progresivo de su número de trabajadores, al mismo tiempo que crece la frecuencia de actualización de contenidos y la creación de contenidos propios del formato digital (aunque el mimetismo con la prensa impresa esté todavía dema-

siado presente). Ello supone además nuevos espacios de producción, distribución y consumo de información.

En segundo lugar, existe una mayor interactividad y participación de los lectores (foros de discusión, encuestas, elaboración del *ranking* de noticias más destacadas, incluso la posibilidad de crear la portada individualizada del diario). Sin embargo, la frontera que divide a los periódicos de su público sigue siendo firme, y la falta de conexión entre la producción periodística y los contenidos elaborados por los lectores es patente. En este sentido, Albornoz añade: “la mayoría de los diarios *online* ha establecido reglamentos y figuras —denominadas moderadores— que sirven como intermediarios entre los lectores y el propio medio. Precisamente en la figura del moderador reside el poder de veto sobre las comunicaciones de los lectores” (p. 241). Por ello concluye de manera lapidaria: “los dispositivos de participación de lectores se nos revelan como un simulacro de interacción entre el medio y su audiencia, prevalece en el conjunto estudiado el tradicional modelo de difusión punto-masa de los medios de comunicación” (p. 267).

Por último, una preocupación que asoma en repetidas ocasiones a lo largo del texto es la mayor vinculación/difuminación en la red entre contenidos editoriales y publicitarios. La lógica de negocio adoptada no tiene aún los perfiles del todo definidos, con una diversidad de fuentes de financiación —combinando la publicidad, los contenidos de pago y el comercio electrónico con nuevas formas de negocio como la venta de material a terceros o el desarrollo de contenidos para el mercado de dispositivos móviles—, aunque con una clara dependencia de los ingresos por publicidad y una peligrosa tendencia: los acuerdos con empresas externas al medio que se presentan como contenidos cuando en realidad son espacios comerciales.

Como conclusión, señalar que este exhaustivo análisis es una fotografía fija de la situación (en pleno proceso evolutivo) que nos da las pistas necesarias para entrever los desarrollos del futuro. En palabras de Albornoz, su pretensión es que “este producto transitorio sea una contribución efectiva para futuras investigaciones que pongan su lupa en el campo de la prensa *online* en español” (pp. 258-259). Esperemos que así sea.

Ana Isabel SEGOVIA

ABRIL, Gonzalo.: *Análisis crítico de textos visuales. Mirar lo que nos mira*. Editorial Síntesis, Madrid, 2007. 255 páginas.

Las tres citas que saludan al lector de este libro, de Merleau Ponty, Giorgio Agamben y John Berger, son reflexiones completamente imprescindibles para situarnos en el nivel de calidad de la obra que está en nuestras manos. Gonzalo Abril está editando sin tacañería, en los últimos años, el fruto de su entregado trabajo teórico, docente y de investigación. Se sitúa en un lugar de fusión de la teoría comunicativa, la teoría social y antropológica, la estética, la semiótica y la historia de la cultura. Nos parece que constituye un gran avance para el campo de estudios de la comunicación en medios visuales y verbales a la vez.

Este *Análisis crítico de textos visuales* aborda el estudio de los mensajes y textos visuales y verbal-visuales, utilizando las herramientas metodológicas y de pensamiento que ya poseemos en este campo de las teorías de comunicación y de información y la teoría semiótica, pero vertiendo también teorías originales y aportaciones rescatadas del olvido académico, sin hacer ascos a escuelas o ejemplos que sean necesarios para conocer más el mundo de lo visual.

El autor ha decidido afrontar desde hace algún tiempo el análisis de los procesos de formación cultural, creemos que no para poner en común, sino para ir incluso más allá de los campos disciplinares actuales que abordan los fenómenos comunicativos de los medios, y huyendo del escolasticismo excesivo de una u otra tradición de estudio se sabe mover entre categorías claras y básicas de la semiótica para organizar el estudio de los textos verbo-visuales y visuales, yendo en este caso, como es preciso, no hacia delante en la complejidad de las diversificaciones conceptuales, sino hacia atrás para una mayor cortesía del teórico y una mayor perfección comunicativa.

Al mismo tiempo, y los distintos capítulos de este texto así lo muestran, el autor pone su sensibilidad al servicio de una exactitud conceptual y metodológica total, refinando las aportaciones que hace de un modo característico, y también rescatando universos de conocimientos y conceptos que al ser omitidos en general por otros autores están provocando graves llagas en la visión completa de los fenómenos comunicativos. Ahí está, por ejemplo, la reclamación que el autor hace de situar a la semántica de los símbolos en un lugar más cercano al análisis semiótico de las formaciones textuales, el rescate de conceptos como el de “relación de factorialidad” (la totalidad de una cultura está indicada por textos o actos individuales), o el de “matriz de significación” que vienen a completar la visión de análisis en la dimensión semiótica.

El autor aporta el resultado de sus investigaciones y reflexiones en cuadros sinópticos que ponen en relación distintas herramientas teóricas de diversas tradiciones de conocimiento, y que sin duda se le habrán ido decantando con el trabajo de reflexión e investigación docente. Así la evolución de las semiosferas y su conexión con el advenimiento de los distintos medios y formas de uso de los mismos es muy valiosa, y abre vías de confluencia entre disciplinas y autores. El autor nada hacia el centro del lago de corrientes teóricas y de investigación, allá donde la profundidad de los recursos pone a todos en relación y permite encontrar cauces comunes de trabajo.

Desde luego hay que resaltar la creatividad que aquí y allá se hace presente en observaciones o iniciativas que Abril lleva a cabo, como, por decir dos entre decenas de ellas, el cotejo del cambio visual entre un texto docente de los años 60 y un manual de enseñanza de 2003, o la conexión entre dos fotografías, la conocida de los soldados sujetando la bandera en Iwo Jima y la más garbancera de los militares en el peñón de Perejil. Entre las aportaciones novedosísimas en teoría señalo la llamada de atención al respecto de cómo el espacio de pensamiento es un espacio visual.

Creemos que la única pega que puede ponerse al texto es que su autor tiene un exceso de delicadeza en la consideración de todos los factores, relativizaciones y matizaciones que rodean, subyacen o se deben recordar al abordar el análisis de textos visuales y verbales, de modo que carga sobre sus hombros mucha cantidad de elementos teóricos a los que da cabida y que sin duda son necesarios hoy en día para no dejar de lado u omitir, en un pensamiento más brutalmente original, nada esencial. Nuestros modos de investigación deben de encontrar, como así hace el autor, la vía media entre la corrección a la hora de no olvidar todos los elementos previos que matizan y relativizan el conocimiento, y las aportaciones originales que pisan el acelerador y avanzan sobre lo ya sabido. Creemos que Gonzalo Abril ha encontrado hace tiempo esa vía media y que sus aportaciones son tan correctas y originales a la vez que constituyen piedras angulares en el campo de investigación en que trabaja.

Eva ALADRO VICO  
Universidad Complutense de Madrid