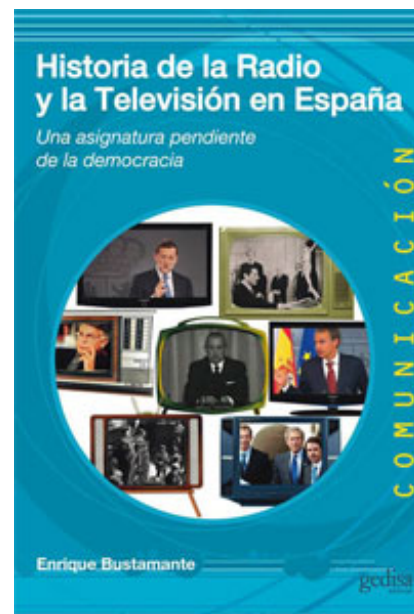


## HISTORIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA

Bustamante, Enrique (2013). *Historia de la Radio y la Televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*. Madrid: Gedisa.

Una anécdota ilustrativa: al mismo tiempo que el Gobierno de Rajoy del Partido Popular reformaba la legislación sobre RTVE para controlar, dada su mayoría absoluta, la elección del presidente de la corporación, la BBC abría concurso público para la elección de su director general (p. 307). Dos modelos bien distintos de entender la función pública que cumplen los medios de comunicación, tanto de titularidad estatal como aquellos de capital privado: por un lado, el británico, muy defendido por los académicos, considerado incluso el modelo a seguir. Y, por otro lado, el español que, tal como muestra su historia, sigue siendo, cuarenta años después del inicio de la Transición, “una asignatura pendiente”, tal como el autor, Enrique Bustamante, apostilla al título de su obra aquí reseñada. Y lo es porque desde su origen, los medios de comunicación públicos y privados han estado al servicio de los intereses gubernamentales. Los gobiernos, como asegura Bustamante, han sido los arquitectos del puzzle mediático de la radio y la televisión, controlando lo emitido en RTVE – modelo seguido por las autonómicas- y diseñando el sistema privado, otorgando licencias con poca transparencia. Hoy, en la tele y la radio española, el poder político es el rey, bien por control extremo, bien por omisión como vigilante ante los excesos.



Esta es la tesis de una obra revisada el pasado año 2013. Aunque se trata de un texto publicado en 2006 por primera vez, en esta nueva edición se incluye un análisis de la política audiovisual y sus repercusiones dentro de las dos legislaturas con Rodríguez Zapatero como presidente del Gobierno (2004-2011). Dentro de este apartado, es de gran interés la explicación que el autor realiza sobre la reforma “democrática” de RTVE diseñada a partir del informe de un consejo de sabios del que formó parte el propio Bustamante. De esta manera, es destacable que quede constancia de dicho informe, de las discusiones que dentro de él se produjeron entre expertos y de su plasmación práctica en la legislación socialista de estos años. Pese a las buenas intenciones, finalmente, afirma el autor de la obra aquí reseñada, el Gobierno de Zapatero siguió el modelo politizado y controlador llevado a cabo por los anteriores gobiernos democráticos en España respecto al campo audiovisual. Otra de las novedades de esta obra imprescindible y de cabecera para los interesados en cualquier estudio sobre la televisión y la radio española tiene que ver con la época del Gobierno de Rajoy, en la que se repiten los vicios audiovisuales de todos los ejecutivos democráticos españoles anteriores. Unos vicios, eso sí, que se han maximizado en los últimos años, con la degradación del servicio público, tal como llevan pidiendo desde su origen los que, según Bustamante, se les debe considerar neoliberales extremos.

Para justificar todo este suspenso democrático, el autor recorre la historia de la radio y la televisión española. Siendo justos, en la obra tiene mayor espacio la televisión en todas sus variantes: TVE y sus delegaciones territoriales, las autonómicas públicas, el fracaso de las autonómicas privadas, la local comercial, la local comunitaria y de proximidad, las televisiones privadas generalistas, el complicado camino del satélite y del cable y la llegada y evolución de los canales de la TDT gratuitos y de pago. Todas estas cadenas tienen cabida en el análisis de Bustamante. Una mirada profunda en el que, además de la historia de los hechos, se plantea un estudio sobre la evolución económica de los medios. Y, todo ello, dentro de un contexto sociopolítico, cultural y económico del país detallado de una manera muy historiográfica. Por otra parte, aunque con menor detalle, Bustamante escribe sobre la radio desde su origen tanto público como comercial, para llegar a entender el modelo actual. Y acaba la obra con una introducción al estudio comparado del sistema español con otros europeos y latinoamericanos.

Con todo ello, la búsqueda de un modelo que permita la supervivencia de RTVE así como la necesidad de un

sistema audiovisual privado plural se esconde detrás de toda la obra de Enrique Bustamante. Es decir, el intento de transformar el mundo audiovisual español para garantizar su papel como pilar democrático en España. [subir]

Miguel Ángel Reyes Lemus  
Universidad de La Laguna

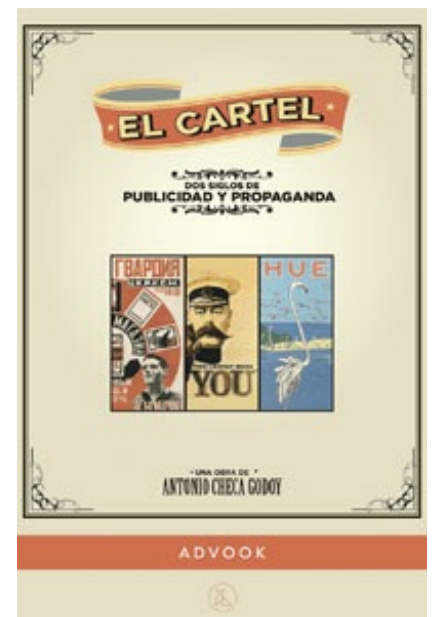
---

## EL CARTEL NO PASA, SE TRANSFORMA

Checa Godoy, Antonio (2013). El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda. Advook Editorial.

El libro enuncia en la contraportada que se dirige a un público objetivo concreto, estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas, Bellas Artes, Diseño, Periodismo o Comunicación Audiovisual, entre otros. También sugiere que puede ser recomendable para profesionales del diseño gráfico, la dirección de arte y la publicidad en general.

Considero que se queda corto al acotar la recomendación a un público especializado porque, esta obra puede ser de interés para un sector más amplio, que encuentre curioso e interesante conocer la historia del cartel. Son dos los atributos principales que motivan tal afirmación: en primer lugar, el lenguaje denota una larga trayectoria del autor en el ámbito periodístico, sin dejar de ser académico, consigue un atractivo que lo hace bastante asequible. El otro atributo es la compilación que se ofrece en la parte central de la obra: carteles que forman parte de la historia de la publicidad y la propaganda, además de formar parte de nuestra Historia, con mayúscula, porque han sido símbolos tangibles de etapas históricas. Desde un Cartel parisino de la Ilustración de finales del siglo XVIII hasta la "postal free", esa fórmula de cartel reducido que se distribuye en locales concurridos, pasando por diversos ejemplos ampliamente conocidos, digamos imprescindibles.



Antonio Checa Godoy, autor obligado para los estudiantes de publicidad por su libro *Historia de la Publicidad* (2008), aporta en esta ocasión una visión completa de esta peculiar forma de expresión publicitaria y propagandística. Estamos ante una obra que, sin duda se convertirá también en referencia ineludible para estudiantes de las diferentes áreas mencionadas al principio de esta reseña.

El contenido arranca con los antecedentes, cuando el cartel era una fórmula única para dar a conocer información careciendo aún de la posibilidad de ser un medio masivo. Cada cartel era elaborado como pieza única, el reto era conseguir la difusión del mensaje a partir de un único ejemplar. La imprenta ayuda a dar el gran salto al ofrecer la posibilidad de elaborar varias copias del mismo diseño pero es hasta el siglo XIX, con la Revolución Industrial y la necesidad de realizar importantes inversiones en publicidad, cuando se va consolidando el uso del cartel.

El siglo XX es, definitivamente, el siglo del desarrollo de la comunicación de masas, al mismo tiempo que nuevos medios van surgiendo y lo van inundando todo, el cartel se consolida como uno de los elementos más significativos en toda campaña y se adapta a las etapas históricas que se van sucediendo.

El siglo XXI, con el torrente de información que se genera día a día, no ha supuesto la desaparición del cartel, al contrario, cambian los formatos, se modifican los soportes pero la esencia se mantiene y el cartel sigue siendo una fórmula efectiva.

Uno de los retos que se plantea el libro al principio y que consigue holgadamente es huir del eurocentrismo, pretende cubrir la evolución del cartel en Europa pero también volviendo la mirada hacia el continente asiático y al continente americano.

Los primeros cuatro capítulos son dedicados a un repaso histórico, el quinto aborda el cartel en América y Asia,