

La obra está dividida en dos partes: «El Medioevo e la cultura americana» y «Gli eroi del Medioevo all'Americana». En la primera parte el autor busca en grandes autores americanos desde Franklin a Jefferson pero sobre todo a través de Mark Twain cuál es la visión heredada de la Edad Media en la cultura americana. Se ocupa también de otros autores que se inspiran en la Edad Media para su obras y que generan así unas «Edades Medias» para las masas.

Concluye esta parte con un óptimo capítulo dedicado a Walt Disney tanto en su producción cinematográfica de dibujos animados como, en las producciones de películas de argumentos tradicionales, como en la explotación de los grandes parques infantiles.

En la segunda Sanfilippo traza vivísimos retratos de algunos de los héroes medievales fantásticos o históricos más importantes del cine americano. Desde Conan el bárbaro, pasando por los vikingos, el Cid y tantos caballeros, brujas, santos, etc. que han llenado miles de metros de celuloide.

Demuestra en fin que la Edad Media tiene una presencia recurrente y mucho más importante de lo que nos imaginamos en la cultura norteamericana; tanto o más que en la misma Europa. Naturalmente dentro de lo que llamamos cultura de masas y no en los ámbitos académicos. Pero es la cultura de masas la que verdaderamente conforma el alma de los pueblos.

Echamos en falta en este libro un índice de nombres y de películas que nos facilitaría mucho su consulta.

En cualquier caso es un libro que merecería ser traducido a nuestra lengua.

ALEJANDRO PIZARROSO QUINTERO

SEOANE, María Cruz y SÁIZ, María Dolores, *Historia del periodismo en España, 3. El siglo XX: 1898-1936*. Alianza Universidad, Madrid, 1996, 574 pags.

Qué lejos parecen los tiempos en que la prensa escrita servía únicamente como elemento auxiliar del historiador, más que nada para adornar un discurso histórico o una investigación sobre cualquier materia. Qué remotos parecen, desde el punto de vista metodológico, los pioneros trabajos sobre historia de la prensa. Hoy en día la historia de la comunicación social ha creado su propio corpus investigador; una compleja estructura ensamblada por varias áreas regionales de investigación que en conjunto configuran una racionalidad singular en el vasto campo de las ciencias sociales. No hay más que analizar el largo transcurrir epistemológico, metodológico, interpretativo y técnico que va desde la *Historia del periodismo español* de Gómez Aparicio hasta la presente obra elaborada en equipo por María Dolores Sáiz y María Cruz Seoane. Estamos ante un salto cualitativo de enormes proporciones. De la curiosa, y sin duda útil, galería-inventario de publicaciones y periodistas, hemos pasado a un actualísimo análisis de historia de la comunicación social que dialoga con otras disciplinas, conformando un discurso histórico en el que la prensa escrita queda perfectamente insertada en la evolución de la sociedad española del primer tercio del siglo XX, mostrando los múltiples vectores que al interrelacionarse desembocan en una resultante: la capacidad de dinamización social que tuvieron los medios —más el periódico que la incipiente radio— en la época considerada.

Y es que fue un periodo de profundas mutaciones en las diferentes dimensiones en que se desenvolvía la vida del hombre. A lo largo del primer tercio del siglo XX la polí-

tica, la economía y las relaciones sociales cambiaron su médula espinal, a través de una modernización continuada e inacabada, resuelta en un complicado marco de conflictos y tensiones, que diseña la versión española del difícil tránsito, en todas partes, hacia la sociedad, la economía y la democracia de masas. Así el trabajo que nos ofrecen Seoane y Sáiz se mueve en una doble coordenada que se desprende de lo que acabamos de señalar: cómo los medios se modernizaron al socaire de las transformaciones globales y cómo coadyuvaron a ordenar y a explicar estos procesos de cambio, generando unos estados de opinión que circulan dentro del binomio reto—respuesta.

Para la prensa escrita fue una época apasionante. Como educadora, con mayor o menor fortuna, de las muchedumbres. Un mundo de la comunicación que mudó su piel como ponen de manifiesto los avances obtenidos. Paulatinamente, en una secuencia no plenamente culminada, el viejo periódico de opinión, cargado de ideología, artesano en su concepción y funcionamiento, va dejando paso y hegemonía al periódico empresa, al periódico capitalista, más diversificado en sus contenidos, con una proyección cuantitativa y cualitativa de mayores vuelos, objeto de una gran atención de los grupos de presión y de interés, cuando no es el propio periódico quien configura o perfila un grupo de estas características, en una calculada integración cuyas ramificaciones llegan muy lejos. El caso de Urgoiti es ejemplo de ello.

Esta modernización tuvo sus acelerones inmediatamente después de la primera guerra mundial. Entre 1917 y 1922 surgieron periódicos emblemáticos como *El Sol*, *La Libertad*, *La Voz*, *Informaciones*, a la par que se afianzaban *ABC*, *El Debate* y *La Vanguardia*. Todo ello en detrimento del viejo periódico de opinión, más todavía cuando el control político-informativo ejercido por la dictadura de Primo de Rivera, acentuó las dificultades. Sólo los periódicos obreros, gracias al esfuerzo militante, pudieron resistir el empuje del nuevo periodismo, aunque siempre en un contexto repleto de estrecheces.

Como hemos señalado e insistido la obra de María Cruz Seoane y María Dolores Sáiz parte de unos presupuestos metodológicos rigurosos. Tienen como horizonte máximo el conocido paradigma de Lasswell: ¿Quién —dice qué— en qué canal —a quién— y con qué efecto? A partir de ahí la elaboración de un amplísimo soporte empírico, suficientemente contrastado, criticado y analizado, cuya estación término se sitúa en las limitaciones impuestas por muchas fuentes perdidas, de difícil localización o destruidas con ocasión de la guerra civil española. La búsqueda hemerográfica efectuada es sencillamente imposible de mejorar, produciendo uno de los valores añadidos más destacable del libro: su utilidad como investigación en sí misma y porque es la base necesaria y punto de partida para otras investigaciones, ante la cantidad de cabeceras puestas a disposición del lector. Si se hubieran conservado suficientemente los archivos propios de los periódicos seguramente se podría haber profundizado más en la vida empresarial, en el interior de la evolución de los más representativos periódicos. Así se habrían explorado aspectos sugeridos por las autoras, pero cuyo análisis se torna hoy por hoy en cima de incierta conquista.

El presente libro es un eslabón más de una cadena iniciada por Seoane y Sáiz hace ya años. Es el tercer libro de una historia en la que María Dolores Sáiz ya se ocupó de la prensa española desde sus orígenes hasta el siglo XVIII y María Cruz Seoane del mismo desarrollo durante el siglo XIX. Ahora este volumen llena un vacío que ha quedado colmado para una de las épocas más fascinantes del siglo XX español.