

“risa pasiva” que afecta a lo que muy bien podríamos denominar como el “burlador burlado”, y las *Tablas poéticas* de Francisco Cascales dejan claro que la risa, conceptualmente adscrita a la tradición aristotélica de la *eutrapelia*, debe estar dotada de un contenido moral.

En el estudio final “Las máscaras de Demócrito: en torno a la risa en el Siglo de Oro” (329-359), Ignacio Arellano matiza y resume con esperable precisión algunos de los aspectos terminológicos y conceptuales que han sido objeto de análisis en los anteriores trabajos. En cuanto a la relación entre lo *burlesco* y lo *satírico*, la sátira podría definirse por su dimensión ética, en tanto que lo burlesco se asocia al ámbito de lo estilístico, de modo que “investigar la frontera que las delimita sobre una misma línea continua me parece difícil; ambas categorías coexisten y se interfieren en planos distintos del de la intención ideológica” (p. 340). La común asociación de la sátira y la burla se debe en buena medida a la concepción de lo cómico como *turpitud et deformitas*, siendo así muy difícil que una risa que se dirige hacia la deformidad, la grosería y la vileza prescindiera de la crítica y el ataque. Por lo que respecta a las funciones de la risa, encontramos, por una parte, la de aliviar las ocupaciones del lector, de acuerdo con la *eutrapelia* que Santo Tomás entiende como “buena diversión”; también distinguimos la función terapéutica, la agresión y su naturaleza de recurso para captar la atención del oyente, apreciable en buena medida en *El donado hablador* de Alcalá Yáñez. En cuanto a los objetos de la risa, está muy claro que afecta a unas víctimas que el lector conoce de forma directa o gracias a la intervención de aquellos que se burlan de ellas. Por fin, y por lo que toca a los mecanismos productores de la risa, los medios risibles comparten dos características comunes: su capacidad de degradar a su objeto y la libertad artística que rige su funcionamiento. Autorizado ejercicio último de matización y síntesis, en fin, que vuelve a poner de relieve la variedad y utilidad de un volumen cuyo conjunto resulta especialmente estimulante teniendo en cuenta que los estudios que en él se recopilan se presentan precisamente como “una investigación en marcha”, lo que permite suponer, y desde luego desear, nuevas aportaciones en el futuro.

Santiago López Navia

LOS SECRETOS DEL NUEVO PERIODISMO. ¿ESTÁ MURIENDO LA INFORMACIÓN TRADICIONAL?

Fernando Jáuregui (dir.) y Manuel Ángel Menéndez (coord.)

Valencia, Generalitat Valenciana, 2007

El número de congresos dedicados al periodismo digital crece de manera imparable en España; tanto, que para los interesados en la materia es casi imposible completar la agenda completa de encuentros previstos a lo largo del año. Por eso se agradece la aparición de publicaciones que extraen el jugo de las citas a las que no se pudo acudir. Este libro recoge algunos de los hallazgos más provechosos del I Congreso Internacional de Nuevo Periodismo, celebrado en Valencia entre el 19 y el 21 de octubre de 2006.

La obra no es un compendio equitativo de las cerca de 60 intervenciones que conformaron el encuentro, sino que apuesta por recoger algunas de ellas y combinarlas con varios análisis segmentarios de notable profundidad sobre las distintas caras del “nuevo periodismo”. La tarea tiene bastante de inabarcable, ya que por “nuevo periodismo” se entiende aquí tanto el vasto panorama del periodismo digital (capítulos I, II y III) como también otros campos que las nuevas tecnologías han agitado de manera directa: la prensa gratuita (IV), la televisión (V, VI y VII), la radio (VIII) y la comunicación institucional (XIX).

Este rasgo, que pudiera ser una desventaja (por la dispersión y porque se echan de menos algunas intervenciones que fueron muy vivas frente a otras más institucionales), termina convirtiéndose en la principal fortaleza del libro. Algunos de los capítulos a los que se dedica atención extraordinaria logran sintetizar muy bien el campo que abordan, y por derecho propio pueden ser considerados “puntos de referencia” para quienes estudian esa materia específica. Ese era, precisamente, el objetivo de los editores del libro.

Como ejemplo de aportación de interés, la de Jaime Estévez narra la historia del periodismo digital en España a través de las distintas fases que ha atravesado la cultura del “pago por contenidos”. Esta opción de negocio –que se ha mostrado ineficaz en la mayoría de los medios digitales que la aplicaron– ha virado hacia un nuevo estadio de expectativas basadas en el “pago por publicidad”, es decir, la oferta gratuita de contenidos que atraiga a más lectores y a su vez atraiga mayor inversión por parte de los anunciantes. En pocos lugares encontrará el lector una descripción tan acotada y cercana de la cuestión como en este libro. Y lo mismo puede decirse de otras materias y sus capítulos correspondientes, como los dedicados a la prensa gratuita (María Luisa Roselló) o la televisión digital (Manuel Ángel Menéndez).

Varios analistas con conocimiento de causa –como el propio Estévez, Juan Varela o José Cervera– presentan el fenómeno de la blogosfera, pero sin limitarse a ella y enlazándola con otros debates que ganan protagonismo en los mentideros digitales. Así, se apunta en varios pasajes hacia la “convergencia”, o cómo están abordando los distintos medios de comunicación el difícil tránsito hacia la integración de equipos de redacción analógicos y digitales. Un capítulo escrito por José Alberto García Avilés se centra en este difícil aro por el que pasan en la actualidad muchas plantillas y por el que deben pasar también algunas de las propuestas más revolucionarias del periodismo digital si quieren demostrar que son operativas en un marco concreto y laboral de espacio y tiempo.

Junto a la convergencia, reaparece a lo largo de la obra otro *mantra* habitual de la profesión la necesidad de mantener en esta época de cambios frenéticos los estándares de calidad que se arrogó siempre el periodismo tradicional. Así, se consigna que las nuevas tecnologías han permitido una mayor participación ciudadana en el proceso comunicativo y por ende una mayor democratización; se alerta, sin embargo, contra el peligro de la rapidez, la información espectáculo y la falta de rigor. “La actualidad se ha convertido en una tupida malla que nos impide ver [...] la realidad sobre la que se debería informar”, advierte Carlos González Reigosa. “Hay que encontrar maneras de lograr la confianza y la exactitud en el nuevo periodismo. Para ello es importante alfabetizar a las personas en un mundo nuevo donde el escepticismo debe ser tenido en cuenta”, recuerda Dan Gillmor. El I Congreso Internacional de Nuevo Periodismo de Valencia fue cubierto por ciento cincuenta periodistas acreditados. Había muchos menos blogueros, pero hicieron más ruido. Como los estudiantes díscolos, se acomodaron en las últimas filas de la sala y se mantuvieron alerta durante el encuentro, demostrando que afortunadamente los congresos tampoco son lo mismo con la apari-

ción de Internet: con sus reacciones inmediatas, algún que otro ponente se vio obligado a matizar argumentos que había lanzado demasiado a la ligera. En un guiño a esa nueva realidad, el libro da paso a un capítulo firmado por Mokhtar Atitar, autor de la interesante bitácora Guerraypaz.com, en el que se describe la actividad de los blogueros durante el congreso.

Myriam Redondo

ESPAÑA EN LA VIDA ITALIANA DEL RENACIMIENTO

Benedetto Croce

Sevilla, Renacimiento, 2007.

Se ha publicado por vez primera en España el libro de Benedetto Croce *España en la vida italiana del Renacimiento*, editado en Italia en 1915 y traducido al español por Francisco González Ríos en 1945, año en que lo imprime ediciones Imán, de Buenos Aires. Es esta traducción la que ahora publica la editorial sevillana Renacimiento, enriquecida con un prólogo del profesor de la Universidad Complutense de Madrid, Antonio Prieto. El historiador y filósofo italiano compuso en 1915 el libro que ahora comentamos, “reordenando y compendiando” diversos artículos suyos publicados entre 1892 y 1894, época en que se dedicó a investigar la influencia española en la vida italiana desde la Edad Media hasta el siglo XVIII.

Siguiendo un orden cronológico se comienza estudiando las relaciones hispano-italianas en la Edad Media, esporádicas con anterioridad al siglo XII y frecuentes a partir del año 1157 en que los condes de Barcelona fueron coronados reyes de Aragón; desde esta fecha se irá dejando sentir la presencia catalano-aragonesa en los territorios italianos, comenzando por las islas de Sicilia y Creta, tras imponerse aquellos a pisanos y genoveses, de manera que a lo largo de los siglos XIII y XIV los comerciantes catalanes consiguen tratos favorables y pueden ir introduciendo sus productos en grandes ciudades italianas como Nápoles y Pisa. Pero el hecho decisivo para las relaciones hispano-italianas tendrá lugar en 1420, cuando el rey Alfonso de Aragón se apodere del territorio de Nápoles.

Se produce entonces una importante inmigración de españoles a Nápoles, que comprende nobles y militares, que pronto entroncarán con las mejores familias napolitanas, y también un buen número de empleados de la administración pública. El talante del rey, receptivo a las artes y las letras, contribuye a familiarizar a los españoles con el humanismo italiano y viceversa; de cómo Alfonso de Aragón favorece el desarrollo de la literatura da muestra el *Cancionero de Stúñiga*, compuesto por poetas de su corte, una corte que en este momento es más castellana que catalana. A partir de entonces la ininterrumpida presencia de españoles en territorio italiano va a hacer que se creen imágenes sobre el carácter de los españoles (agudos, sutiles, ampulosos y galantes), que se pongan de moda costumbres españolas (corridas de toros, juegos de cañas, momos y danzas moriscas) y también que vocablos hispanos ingresen en la lengua italiana (porfía, fermosura, linda, menosprecio, infante).