

Universitat Autònoma de Barcelona
Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació

Universitat Oberta de Catalunya
Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació

Núm. 41, 2011, ISSN 0211-2175

41

La revista ANÀLISI és una publicació científica destinada a la comunitat universitària, centrada en els àmbits temàtics de les ciències de la comunicació.

El sistema d'avaluació de la revista ANÀLISI consisteix en l'avaluació doble dels articles, *peer to peer*, i és extern: no avaluem els articles els professors dels mateixos departaments que editen la revista ANÀLISI, sinó d'altres institucions universitàries.

La revista ANÀLISI es una publicació científica dirigida a la comunidad universitaria, centrada en los ámbitos temáticos de las ciencias de la comunicación.

El sistema de evaluación de la revista ANÀLISI consiste en la evaluación doble de los artículos, por pares, y es externo: no evalúan los artículos los profesores de los mismos departamentos que editan la revista ANÀLISI, sino de otras instituciones universitarias.

ANÀLISI is a scientific publication aimed at the university community, focussing on issues of communication sciences.

ANÀLISI makes use of a peer-to-peer evaluation system, that is, two lecturers evaluate each article. Lecturers from the department and faculty that publish ANÀLISI do not evaluate articles; instead, this evaluation is carried out by lecturers from other universities.

Consell científic:

Giovanni Bechelloni (Università degli Studi di Firenze), Gustavo Cardoso (ISCTE, Lisbon University Institute) Manuel Castells (University of Southern California / Internet Interdisciplinary Institute), Derrick de Kerckhove (University of Toronto), Lucrecia Escudero (Université de Paris VIII), Marty Kaplan (University of Southern California), Jacque L'Etang (University of Stirling), David McKie (University of Waikato), Andrea Millwood (Oxford University / International Institute of Communications), Susan Moeller (University of Maryland), Eduardo Peña (Universidad de Sao Paulo), Giuseppe Richeri (Università della Svizzera Italiana, Lugano), Samy Tayle (University of Cairo), Tapio Varis (University of Tampere), Ernesto Velázquez (Universidad Nacional Autónoma de México)

Consell editor:

Magda Albero, Toni Aira, Dani Aranda, Elisenda Ardévol, Pere Oriol Costa Badia, Josep Maria Duarte, Pere Fabra, Josep M. Figueres, Eugeni Giral, Begoña Gros, Manuel López, Amparo Moreno, Marcial Murciano, José M. Perceval, Meritxell Roca, Antoni Roig, Fernando Sabes, Gemma San Cornelio, Imma Tubella, Llorenç Valverde, Teresa Velázquez i Lorenzo Vilches

Editors:

José Manuel Pérez Tornero i Lluís Pastor

Directors:

Charo Lacalle i Jordi Sánchez-Navarro

Consell de redacció:

Secretari Redacció: Ramon Sala

Judith Clares, Carmina Crusafon, Eva Domínguez, Silvia Martínez, Mireia Montaña, Cristina Pulido, Núria Simelio i Santiago Tejedor

Redacció:

Revista Anàlisi
Facultat de Ciències de la Comunicació
08193 Bellaterra (Barcelona). Spain
Tel.: 93 581 15 45. Fax: 93 581 20 05
Revista.Analisi@uab.cat

Composició:

El Ciervo 96, S. A.

© Imatge de coberta: istockphoto

© Charo Lacalle i Jordi Sánchez-Navarro, d'aquesta edició

© Toni Aira, Charo Lacalle, Lluís Pastor, Jordi Juste, José María Perceval, José Manuel Pérez-Tornero, Orlalia Paredes, Glòria Baena, Santiago Giraldo, Santiago Tejedor, Núria Fernández, Antoni Roig, Gemma San Cornelio, Jordi Sánchez-Navarro, Daniel Aranda, Teresa Velázquez, Antonio Calvani, Antonio Fini, Maria Ranieri, dels texts

Edició i impressió:

Editorial UOC, 2010
Rambla del Poblenou 156, 08018 Barcelona
www.editorialuoc.com

Dipòsit legal: B-44834-2010

ISSN 0211-2175

ISBN: 978-84-9788-956-8

Impres a Espanya. Printed in Spain.

Bases de dades en què Anàlisi està referenciada

- Compludoc (UCM)
- Dialnet (Unirioja)
- Índice Español de Ciencias Sociales y Humanidades (ISOC-CSIC)

- RACO (Revistes catalanes amb Accés Obert)
- Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanas
- Latindex
- IN-RECS

La reproducció total o parcial d'aquesta obra per qualsevol procediment, compresos la reprografia, el tractament informàtic i la distribució d'exemplars mitjançant lloguer o préstec públic, és rigorosament prohibida sense l'autorització escrita dels titulars del copyright, i estarà sotmesa a les sancions establertes a la llei.

Sumari

Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura

Num. 41, p. xx, 2011, ISSN 0211-2175

Articles/Artículos

13-25 **CAPDEVILA, Arantxa** (Universitat Rovira i Virgili)

GÓMEZ, Lorena (Universitat Pompeu Fabra)

La articulación territorial de Cataluña y España en las estrategias persuasivas de los partidos políticos y de las instituciones autonómicas durante la campaña del Estatut. *Anàlisi*, 2011, núm, 40, p. xx

La organización territorial de España que podría derivarse del nuevo Estatut de Cataluña ha sido uno de los asuntos más controvertidos durante su proceso de elaboración. En este trabajo se expone la incidencia que este tema ha tenido en las diferentes campañas institucionales, partidistas y electorales generadas a raíz de la aprobación del nuevo texto estatutario.

Según se desprende de este análisis, los partidos políticos y las instituciones implicadas en la reforma del Estatut d'Autonomia de Catalunya han prestado escasa atención a la articulación territorial de Cataluña respecto a España y a Europa durante las campañas encaminadas a persuadir a los ciudadanos y a las ciudadanas de Cataluña de cara a su aprobación o a su rechazo. Las estrategias discursivas se han encaminado más hacia destacar las ventajas o desventajas del nuevo texto respecto al vigente desde 1979.

Palabras clave: Estatut, campañas electorales, televisión y argumentación

The territorial organization of Catalonia and Spain in the persuasive strategies of political parties and regional institutions during the campaign of the Estatut.

The territorial organization of Spain derived from the new Estatut d'Autonomia de Catalunya has been one of more controversial subjects during its process of elaboration. In this article we expose the incidence that this subject has had in the different institutional, partisan and electoral campaigns generated as a result of the approval of the new statutory text.

According our analysis, the political parties and the institutions implied in the reform of the Estatut of Catalonia has paid little attention to the territorial joint of Catalo-

nia with respect to Spain and to Europe during the campaigns directed to persuade the citizens of Catalonia facing their approval or rejection. The discourse strategies have more directed to emphasize the advantages or disadvantages of the new text respect to the effective one from 1979.

Keywords: Estatut, electoral campaigns, television, argumentation

27-45 **CRUSAFON BAQUÉS, Carmina** (Facultad de Ciencias de la Comunicación)

El espacio audiovisual euro-latinoamericano: el cine como eje central de la cooperación supranacional. *Anàlisi*, 2011, núm, 40, p. xx

El espacio audiovisual euro-latinoamericano es resultado de la interacción entre distintos actores: por un lado, los institucionales, la Unión Europea, el MERCOSUR y el conjunto de países integrados a través de las Cumbres Iberoamericanas; y por otro, la industria audiovisual, en particular, el sector cinematográfico. Este artículo tiene como objetivo analizar cómo el cine se ha convertido en el eje central de la cooperación supranacional, contribuyendo a la consolidación de este espacio euro-latinoamericano. En concreto, se analizarán las acciones llevadas a cabo por la industria y las desarrolladas por las políticas audiovisuales supranacionales. Esto es, el fondo IBERMEDIA y el programa MEDIA. Su análisis nos permitirá analizar cómo las políticas audiovisuales y los mecanismos utilizados por la industria contribuyen a la creación de un espacio audiovisual común y a la consolidación del mercado transatlántico ya existente.

Palabras clave: audiovisual, industria cinematográfica, política audiovisual, cooperación, unión Europea, MERCOSUR e Iberoamérica

Euro-Latin-American Audiovisual Space: Cinema as the Backbone of Supranational Cooperation.

The Euro-Latin-American audiovisual space is a result of the interaction between different actors: on the one hand, the institutional ones, the European Union, the MERCOSUR, and the set of countries integrated across the Iberian-American Summits; and for other one, the audiovisual industry, especially, the cinema sector. This paper aims to analyze how cinema has turned into the backbone of supranational cooperation, contributing to the consolidation of this Euro-Latin-American space. In particular, it will focus on the actions carried out by the industry and the ones developed by the supranational audiovisual policies. That is, the IBERMEDIA fund and the EU MEDIA program. This analysis will let to know how the audiovisual policies and its mechanisms contribute to the creation of audiovisual common spaces and to the consolidation of the already existing transatlantic market.

Keywords: Audiovisual, cinema industry, audiovisual policy, Cooperation, European Union, MERCOSUR and Iberian-America

- 47-68 **LÓPEZ PAN, Fernando** (Universidad de Navarra)
El articulista-personaje como estrategia retórica en las columnas personales o literarias. *Anàlisi*, 2011, núm, 40, p. xx

La columna periodística basa su fuerza persuasiva en la personalidad del articulista (López Pan, 1996) –en términos de la retórica– en la prueba ética o ethos. Entre los medios a disposición del columnista para construir su ethos, se encuentra el de aparecer como un personaje dentro de su texto. En este artículo, se muestra cómo opera ese mecanismo retórico en el que el columnista se desdobra en un yo narrador y en un yo personaje, relativamente frecuente en las columnas personales o literarias. Cuando sus cualidades como personaje se mencionan de modo explícito –descripción totalizadora o directa–, se construye lo que, desde el análisis del discurso, Dascal ha denominado ethos tematizado. Cuando no se afirman expresamente, sino que se derivan de la manera de actuar del personaje, se enmarcan en el ámbito del que Dascal llama ethos no tematizado, el más eficaz y al que se prestará atención en este artículo.

Palabras clave: Redacción periodística, columna, ethos, géneros de opinión

The columnist-character as a rhetoric strategy of the personal or literary columns

The power of persuasion of the newspaper column is based on the personality and character of the columnist (López Pan, 1996), which in terms of classical rhetoric corresponds to the ethics proof or ethos. Among the means available to build the columnist's ethos, there is one very frequent in the personal or literary columns: when the columnist appears as character in the text. This article shows how this rhetoric mechanism operates. When the character qualities of the columnist are mentioned explicitly –a direct description–, it is constructed what Dascal, a discourse analyst, has called thematic ethos. When those qualities are not explicitly affirmed, but derive from the way the character acts, Dascal talks of nontematic ethos, the most effective and the one that is explained in this academic article.

Keywords: Journalism writing, newspaper column, ethos, opinion writing

- 69-85 **SALVAT MARTINREY, Guiomar** (Universidad Rey Juan Carlos de Madrid)
Serrano Marín, Vicente
Periodismo ciudadano y espacio público en la Sociedad de la Información. *Anàlisi*, 2011, núm, 40, p. xx

Con el desarrollo de las nuevas tecnologías digitales y con su expansión e implantación masiva en casi todos los ámbitos de nuestra sociedad se ha desarrollado una fórmula comunicativa que se conoce como “periodismo ciudadano”. El objetivo principal de este trabajo es determinar hasta qué punto se puede adjetivar como ciudadano este tipo de comunicación basada en las nuevas tecnologías Y a este respecto la pregunta que se plantea, sobre todo a partir de su relación con la noción de “espacio público” y con la llamada “determinación de la agenda”, es si esa intervención de los no profesionales representa realmente una oportunidad y amplía la capacidad de participación de los ciudadanos o sí, por el contrario, estamos en la mayoría de

sus manifestaciones ante un modo de hacer frente a la crisis de la identidad y de la legitimidad que vive los medios de comunicación y el periodismo.

Palabras clave: Periodismo ciudadano, ciudadanía, espacio público, nuevas tecnologías de la información, periodismo digital, sociedad de la Información

Citizen Journalism and Public Sphere in the Information Society

With the development of new digital technologies and their expansion and large-scale implantation in almost all sectors of society, a communicative formula has been developed that has been called Citizen Journalism. The main objective of this work is to determine whether it is appropriate to apply the term *citizen* to the result of this use of the term *technology*. In this respect the question that arises and which we here try to answer, based on notions of “Public Sphere” and the so-called “Agenda Setting”, is whether the intervention of non professionals brings them closer to the nature of the concept of citizenship and genuinely increases their capacity of participation, or whether on the contrary this same concept is not in reality a way of facing up to the identity crisis and the legitimacy traditionally associated with journalism.

Keywords: Citizen journalism, citizenship, public sphere, new information technologies, digital journalism, information society

- 87-100 **SÁNCHEZ-ESCALONILLA, Antonio** (Universidad Rey Juan Carlos)
Hollywood, amenaça ciutadana i creadors de tendències narratives. Ficcions populars i discurs polític després de l'11-S. *Anàlisi*, 2011, núm, 40, p. xx

Després dels atemptats de l'11 de setembre, en el cinema de Hollywood s'ha advertit una renovació de tendències en els gèneres populars de ficció, en especial en les premisses tradicionals d'invasió i catàstrofe. Aquest fenomen ha permès a directors i guionistes la proposta de reflexions sobre la por latent en una societat que tendeix a alimentar la psicosis del perill civil. Prenent com a referència els films de Steven Spielberg posteriors a 2001, en el present treball s'esbossa un estudi del pànic social com a clau narrativa i clau de reflexió, a través dels arguments cinematogràfics del director que han tractat l'amenaça ciutadana. En aquesta mateixa línia, s'analitzen els arguments de realitzadors com M. Night Shyamalan i Frank Darabont que, juntament amb Spielberg, constitueixen tres referents d'actualitat en el tractament filmic del pànic social en els gèneres de fantasia i ciència-ficció. Les claus de reflexió utilitzades per aquests directors es podrien resumir en la pugna entre seguretat nacional i llibertats civils, el risc de xenofòbia i atrinxerament, i les conseqüències de la guerra preventiva.

Paraules clau: Cinema, 11-S, terrorisme, percepció de risc, audiència, xenofòbia

Hollywood, public threat and designers of narrative trends. Popular fiction and political discourse in the wake of 9/11.

After the 9/11 attacks, Hollywood has experienced a renewal of trends in popular genres of drama, especially in the traditional master plots of invasion and catastrophe. This phenomenon has allowed directors and screenwriters to propose re-

flections on latent fear in a society that tends to fuel the danger of civil psychosis. Drawing on the films of Steven Spielberg since 2001, this paper outlines an analysis of social panic as a key element of narrative and reflection, through the director's filmic stories about the civil threat. In this very sense, this article examines the narrations of filmmakers such as M. Night Shyamalan and Frank Darabont who, along with Spielberg, are considered three reference points in the filmic treatment of social panic through the genres of fantasy and science-fiction. The reflection keys managed by these story-tellers could be summarized on issues such as the conflict between national security and civil liberties, the risk of xenophobia and entrenchment, and the consequences of preventive war.

Key Words: Cinema, 9/11, terrorism, risk perception, audience, xenophobia

101-116 **YANES MESA, Julio Antonio** (Universidad de La Laguna)

La propaganda radiofónica de la España nacional en Canarias durante la Guerra Civil, 1936–1939. *Anàlisi*, 2011, núm. 40, p. xx

En el presente trabajo nos hemos propuesto arrojar luz sobre uno de los episodios más interesantes, y peor conocidos, de la historia de la radio en España: el uso masivo del medio durante la Guerra Civil en las Islas Canarias, donde el general Franco inició la rebelión contra la II República. A tal fin, pertrechados con datos inéditos recabados en fuentes primarias, tanto archivísticas como hemerográficas, hemos podido desvelar un cúmulo de hechos hasta el momento desconocidos y, al calor de éstos, ponderar el papel jugado por las ondas hertzianas a escala internacional en un enclave tan marginal en aquellos años como el isleño. Al margen de su aportación intrínseca, la investigación reivindica el estudio del sector en las periferias para enriquecer el estado actual de los conocimientos de la historia de la radio española.

Palabras clave: historia de la radio, propaganda, *Radio Club Tenerife*, Guerra Civil Española (1936–1939), Islas Canarias, periferias

The propaganda of the Spain national radio in the Canaries during the Civil War, 1936–1939.

In the present work we have proposed to throw light on one of the most interesting, and worse known episodes, of the history of the radio in Spain: the massive use of the medium during the civil war in the Canary Isles, where the general Franco initiated the revolt against the Republic II. For this purpose, supplied with unpublished data collected in primary sources, both archival and library records, we could reveal a wealth of facts hitherto unknown, and to heat them, weigh the role played by the radio on an international scale in a place so marginal in those years as the island. In addition to their intrinsic contribution, research claimed the sector in the suburbs to enrich the current knowledge of the history of Spanish radio.

Keywords: history of radio, propaganda, *Radio Club Tenerife*, Spanish Civil War (1936–1939), Canary Islands, suburbs