

exija por su misma naturaleza y tecnología las premisas de subjetividad (psicologismo, innovación constante, romanticismo, etc.) que han configurado al cine occidental y muy especialmente al cine masivo norteamericano.

Este prejuicio, impide a Leyda una comprensión más china del cine chino. Lo lleva incluso a la desesperación cuando se da cuenta, en cada nueva película, que no se cumplen los requisitos "naturales" del vehículo cinematográfico, según lo supone su punto de vista occidental.

El cine del tercer mundo contradice en su producción muchas de las premisas supuestamente objetivas que el cine occidental ha querido implantar como inseparables de la esencia misma del medio cinematográfico. El cine chino constituye el caso más agudo de este desajuste; su estudio puede llevar a intentar una teoría de los medios de comunicación en el mundo no occidental. El libro de Jay Leyda sería entonces de gran utilidad pues, con sus pros y contras analíticos, constituye un fichero de extraordinario valor documental.

JORGE ALBERTO LOZOYA

RICHARD HOGGART, *Speaking to Each Other, Volume One: About Society*. Penguin Books Ltd., 1973.

El libro es una colección de ensayos sobre cultura, sociedad y las relaciones entre ambas, escritos por el fundador del primer centro para estudios culturales contemporáneos en Gran Bretaña. En él el autor comenta y dilucida algunos de los problemas más sobresalientes de la cultura y la comunicación en su país, y no obstante su carácter localista, los ensayos resultan de gran interés en cuanto se refieren a problemas universales en la materia. Los temas son variados y recorren toda la gama de tópicos culturales: desde los efectos de la educación superior en las actitudes de la clase obrera inglesa, el problema de la prensa popular británica, hasta la relación entre sociedad y cultura de masas.

Sobresalen por su perspicacia y sutileza los ensayos acerca de la televisión, en los cuales Hoggart explora un aspecto muy interesante de este medio, a saber, sus posibilidades en materia de creación artística y cultural. Esta interrogante es planteada repetidas veces y con enfoques que alternan entre el sociológico, el político, el artístico y el educativo. La respuesta encontrada por el autor es siempre desalentadora, pues concluye que el problema vital de la televisión es su tendencia inherente a uniformar la cultura, a sintetizarla como si fuera el resultado de un proceso industrial de producción. Arguye que en tanto la televisión se dirija a un público masivo e indiferenciado, estará escamoteando su potencial creativo o, simplemente, educacional. Este resultado es independiente del carácter comercial o de servicio público que se le confiera a la programación. En última instancia, la televisión pública varía poco de la privada en cuanto a la calidad fundamental de sus productos —independientemente de las pretensiones culturales o educativas de éstos— ya que ambas pretenden "capturar" a un gran público en vez de tratar de establecer un diálogo con él. En pocas palabras, el objetivo de la televisión

es *producir* pero no *crear*, lo cual le impide, de paso, despertar alguna chispa creativa en sus espectadores. Ofrecerá siempre “un poco para todos”, tratará de complacer todos los gustos y predisposiciones del gran conglomerado de consumidores al que sirve, limitándose inevitablemente a la mera narración de hechos y experiencias más que a su análisis o exploración.

El gran mérito de este libro de ensayos es (además de su admirable síntesis de la compleja problemática de la comunicación social contemporánea) su tono moralista. El autor no elude los juicios de valor mediante esa ficticia objetividad tan común en este género de trabajos. Analiza rigurosamente sus objetos de estudio —en ocasiones muy intangibles— desde una posición de compromiso, que él pone de manifiesto, y que es la del crítico de arte preocupado por la problemática social y no la del sociólogo pseudocientífico, temeroso de emitir juicios demasiado severos acerca de la cultura industrial contemporánea.

MARICLAIRE ACOSTA

HENDRIK DANE, *Die Wirtschaftlichen Beziehungen Deutschlands zu Mexiko und Mittelamerika im 19. Jahrhundert*, Köln-Wien. Böhlau Verlag, 1971 (Forschungen zur Internationalen Sozial und Wirtschaftsgechichte 1).

Aunque en el título del libro el autor menciona a México, Centroamérica y Alemania como formales entidades políticas del siglo XIX, la República Mexicana es la única de ellas de la que se puede decir que tenía unidad política. En el periodo que Dane estudia, de la independencia política hispanoamericana a la constitución del Imperio alemán, la nación alemana pasó de ser un conjunto de reinos, principados, ducados y ciudades libres que operaban cada uno por su cuenta a una confederación sujeta a la unión aduanera (Zollverein) y en Centro América había cinco repúblicas independientes. Con este deslinde geográfico político empieza el autor su estudio de los inicios de los contactos alemanes en los países de la América media y es este procedimiento de análisis el que Dane usa para ir sacando a luz los hechos, señalando sus semejanzas, diferencias o contrastes, preocupado sólo por detenerse en el límite temporal que se impuso en su estudio y lograr, en las conclusiones, una caracterización del comercio alemán con las seis repúblicas hispanoamericanas.

Al finalizar las guerras napoleónicas, después del bloqueo continental, los países europeos se apresuraron a buscar nuevos mercados para colocar sus manufacturas excedentes, precisamente cuando el comercio español con las antiguas colonias sufrió un fuerte quebranto. Las primeras relaciones comerciales las establecieron las ciudades libres (Hamburgo, Bremen, Lübeck) de la Liga hanseática, luego Prusia tuvo interés en comerciar directamente. Las relaciones tuvieron pues por objeto: vender en América productos europeos. Las diplomáticas, a las que también se refiere el autor fueron secundarias y convencionales, según si podían o no ser útiles a la promoción comercial. A este respecto Dane asienta que, en el conjunto de relaciones extranjeras de los nuevos países, las de los alema-