

ISNENGI, Mario, *L'Italia in Piazza. I luoghi della vita pubblica dal 1848 ai giorni nostri*, Milano, Arnoldo Mondadori, 1994.

Tuvimos ocasión de comentar en el número dos de este anuario la penúltima gran obra del profesor Mario Isnenghi, *Le Guerre degli Italiani*. Isnenghi estaba entonces enseñando en la Universidad de Turín donde tuve ocasión de conocerle y tratarle y hoy ha regresado a la Universidad de Venecia donde sigue explicando historia contemporánea. Isnenghi es un historiador que ha dedicado particular atención al mundo de la comunicación. Tanto en numerosos artículos como en algunas de sus obras más importantes. Recordamos ahora su excelente *Giornali di trincea* (1977). Su interés por la guerra lo ha demostrado con su obra múltiples veces reeditada *El mito de la Grande Guerra*.

También relacionaba guerra y comunicación en la obra que comentábamos donde, con el subtítulo de *Parole immagini, ricordi, 1848-1945*, estudiaba «las guerras de los italianos» desde el punto de vista de un historiador de la comunicación a través de la oratoria, las proclamas, las consignas, los cantos, las imágenes, la prensa, las obras literarias, la literatura epistolar popular, los testimonios orales y los monumentos.

Si tal ambición entonces nos deslumbraba por el logro de una excelente obra, síntesis de múltiples esfuerzos de investigación, hoy Mario Isnenghi nos abruma con otro excelente trabajo, *L'Italia in piazza*, algo que en castellano deberíamos traducir como «Italia en la calle». En efecto, Mario Isnenghi entiende «la piazza», la calle en el más amplio sentido, como lugar de comunicación, como un seno vastísimo por el que se entrecruzan corrientes y contracorrientes, hilos de transmisión de todo tipo de saberes, pasiones, impulsos, etc.

Isnenghi opta por una subdivisión temática más que cronológica para seguir dentro de cada uno de estos argumentos el hilo diacrónico. El periodo que estudia es casi exactamente igual que el que toma en consideración para su obra *La Guerre degli italiani*, es decir, desde la República romana, pocos años antes de la unidad, hasta nuestros días pues incluye la segunda postguerra mundial. Es prácticamente seguro que esta obra haya tenido su punto de partida en la elaboración de la primera, donde mucho material de investigación no pudo ser sacado a la luz ni interpretado para ceñirse estrictamente al tema de la guerra.

ALEJANDRO PIZARROSO QUINTERO

MAQUIAVELO, Nicolás, *El Príncipe. La estrategia del líder* (sic) Edición de Mercedes López Suárez. Prólogo de Sabino Fernández Campo, Madrid, Clásicos Ediciones Temas de Hoy, 1994.

Qué duda cabe que a estas alturas no vamos a descubrir el Mediterráneo. *El Príncipe* de Maquiavelo es una obra inmortal, todavía fresca y viva, fuente inagotable de placer y de sabiduría. Con todo, después de los siglos, sorprendentemente mal comprendida.

Hasta hace poco las traducciones al español accesibles en el mercado de esta obra del florentino dejaban bastante que desear. El lector tenía que valerse de ediciones de bolsillo sin mención expresa del traductor¹.

¹ Sin embargo podemos mencionar una edición reciente y otras dos todavía en el mercado, todas ellas de calidad: *El Príncipe. La mandrágora*, edición, traducción y notas de H. Puigdomènech, Cátedra,

La edición de la colección de Clásicos de «Temas de Hoy» es, por el contrario, una excelente traducción.

Mercedes López Suárez, doctora en Filología Románica, se licenció en Filología Italiana después de una formación escolar en las escuelas y liceo italiano de Madrid. Es decir, no sólo es una perfecta bilingüe sino que es una profunda conocedora del lenguaje italiano de los siglos xv y xvi, bellísimo pero complicado y tantas veces mal traducido.

La profesora López Suárez ha hecho un verdadero trabajo de filigrana. Por un lado, ha respetado al máximo la literalidad del texto evitando la tentación de una traducción libre que podía haber traicionado el espíritu del autor. Por otro lado, ha conseguido que su texto español sea perfectamente legible por cualquier lector contemporáneo no especialmente preparado, con una prosa fácil siempre comprensible y ligera.

Razones editoriales han obligado seguramente a la profesora López Suárez a aligerar el aparato crítico de esta edición. Sin embargo su amplia introducción es un modelo de claridad y concisión y denota no sólo el conocimiento del autor y su obra sino ese amor que compartimos todos los que nos hemos acercado sin prejuicios y con el corazón puro alguna vez al genio florentino.

El subtítulo del barbarismo responde al parecer a un afán de esta, por otro lado, interesante colección de cambiar los títulos de las obras que edita. Así, antes había publicado el *Oráculo manual y arte de prudencia* de Baltasar Gracián con el título de *El arte de la prudencia* «por razones editoriales». Ciertamente ofrecer en una edición cuidada y a precio razonable una obra de Gracián en nuestros días y sacar de ella cuatro ediciones en pocos meses probablemente merezca el precio de estas «razones editoriales». Otro tanto pasa con nuestro *El Príncipe* cuyo subtítulo *La estrategia del líder* muy bien podía haberse ahorrado el feo barbarismo. Tal subtítulo responde a un glosario que antecede a la obra de cincuenta aforismos extraídos todos ellos del texto de Maquiavelo. Y esto está bien. Ya está menos bien que esos mismos aforismos estén resaltados con la misma numeración (del 1 al 50) y en cursiva dentro del texto rompiendo el ritmo de su lectura.

En la portada, y con el mismo rango tipográfico que el de la profesora López Suárez, se anuncia el prólogo del general Sabino Fernández Campo. Y esto, que puede atraer quizás a un lector ingenuo, es lo peor de este libro. Don Sabino, probablemente haya sido el mejor relaciones públicas que ha tenido Juan Carlos Borbón. También es posible que, en otros campos, sea un eslabón más de esa tradición rara y por ello apreciada de los militares ilustrados en España. Sin embargo, don Sabino no ha entendido a Maquiavelo. No lo ha entendido de la manera más absoluta. Casi parece que no lo hubiera leído.

Fernández Campo habla de consejos, consejos que de ninguna manera aparecen en el texto de *El Príncipe* que se limita a constatar fenómenos. Él, que implícitamente se presenta como «consejero leal», se atreve a concluir su prólogo con una frase que ofende a la inteligencia: «... sería de desear que meditáramos sobre los consejos de Nicolás Maquiavelo para que nos sirvieran de ejemplo. Pero de ejemplo en el sentido que al principio me refería: Para hacer todo lo contrario de lo que sugieren esos consejos contenidos en un libro, que por suerte o por desgracia, no ha perdido actualidad».

Los que a pesar de nuestras posiciones, muy lejos de cierto papanatismo oficial, no negamos que Juan Carlos Borbón ha podido jugar un papel positivo en la reciente historia de España, habremos de pensar que lo ha hecho desoyendo precisamente el parecer

Madrid, 1992. *El Príncipe*, introducción y traducción de M.A. Granada, Alianza Editorial, Madrid, 1982. *El Príncipe*, introducción, traducción y notas de F.J. Alcántara, Planeta, Barcelona, 1983.

de Fernández Campo y quizá leyendo de ocultis por las noches al viejo florentino para inspirarse en él.

ALEJANDRO PIZARROSO QUINTERO

OLMOS, Víctor: *Historia de la Agencia EFE. El mundo en español*. Madrid: Espasa Calpe, 1997, 747 páginas.

Todas las grandes agencias internacionales cuentan con su historia oficial desde los años 60: la de la agencia *Havas*, realizada por Frédéric, la de *Reuter* por Storey, la de *Associated Press* por Cooper, la de *United Press* por Morris y la de *International News Service* dictada por la propia agencia. Periódicamente además salen al mercado nuevas versiones, renovadas y ampliadas.

España era una excepción puesto que no existía ninguna publicación que recogiese con detalle la evolución de la Agencia EFE a lo largo de sus más de cincuenta años de existencia. Y se merecía un estudio serio, no sólo por ser en la actualidad la cuarta agencia del mundo y la más importante agencia internacional de noticias que informa en castellano, sino también por el decisivo papel desempeñado durante la dictadura franquista y sobre todo después, en la expansión de la imagen e influencia de España. Este vacío bibliográfico se ha llenado afortunadamente con la reciente publicación de Víctor Olmos.

El autor, un brillante y veterano periodista de EFE, realiza la historia de la agencia como una gran reportaje, ameno y claro, enmarcado en una esmerada edición e ilustrado con fotografías. Esta primera apariencia se ve superada tras una primera vista. Se trata de una investigación correctamente estructurada y bien documentada con bibliografía abundante, trabajo de hemeroteca, consulta de archivos y entrevistas a testigos de la época.

La narración sigue un orden cronológico: comienza con la creación de la agencia en 1939 por el bando franquista y termina con las innovaciones tecnológicas y los servicios informativos introducidos en 1995, aunque en el epílogo traza un breve semblante de Miguel Ángel Gozalo, director de la agencia desde la victoria del Partido Popular en las elecciones legislativas de 1996. Cada período se sitúa en el marco informativo, legal y político correspondiente lo que ayuda a comprender las acciones de la Agencia y de sus responsables, en concreto, la ayuda prestada al Régimen franquista tanto a través de su servicio exterior como a través de su servicio nacional en determinados momentos críticos (p. 167-168).

Es cierto que el autor se deja llevar a veces por el entusiasmo, especialmente cuando trata la expansión de la agencia en Iberoamérica, lo que resta a la obra análisis crítico. También es cierto que se detiene en ocasiones en detalles superficiales, pero no por ello deja de ser un libro básico desde ahora en el estudio de las agencias internacionales.

M. A. PAZ

REY GARCÍA, Marta, *Stars for Spain. La Guerra Civil en los Estados Unidos*, Sada (A Coruña), Edición do Castro, 1997, 525 págs.

La obra de Marta Rey García es el resultado de una minuciosa investigación llevada a cabo a lo largo de dos años en los archivos españoles y norteamericanos dentro del am-