

sobre usuarios de gimnasio. En primer lugar, se estudia el tratamiento de la figura masculina en publicidad y se contextualiza sobre los valores socialmente establecidos alrededor de la apariencia somática masculina. En la parte más exploratoria, se estudian aspectos tales como las motivaciones para acudir al gimnasio, la distorsión entre la imagen física percibida y la idealizada ó el nivel de obsesión por obtener un cuerpo musculado. Aquí se esbozan resultados sorprendentes que no dejarán impasible al lector y que invitan a la reflexión y a la concienciación.

En el último capítulo, el autor desarrolla una reflexión sobre el nivel de responsabilidad social que la profesión publicitaria tiene, y debe tener presente, a la hora de confeccionar y presentar sus mensajes. Bien es cierto que aquí se afirma el hecho de que la publicidad no es la causa, ni única ni principal, del desarrollo de esta psicopatología, pero sí que se invita a la concienciación del sector sobre la capacidad de influencia social que posee y la utilización ética y equitativa de los códigos no verbales de la realidad en el discurso publicitario.

En conclusión, un libro de referencia, tanto académica como profesional, y que ofrece a todo tipo de lector, una visión amena, pero rigurosa, de una cuestión actual y exponencial. En palabras del propio autor, esta obra debe servir “como una herramienta para entender mejor estos tres campos (vigorexia, comunicación no verbal y publicidad), conocer sus puntos de conexión y entender la magnitud e im-

portancia que implica la utilización y transmisión de valores socialmente deseables, a través de los aspectos no verbales de una comunicación como la publicitaria”.

Finalmente apuntar que el libro viene arropado por dos reflexiones, presentadas como prólogo y epílogo, firmadas por sendos catedráticos de Comunicación Audiovisual y Publicidad, como son Rafael López Lita, de la Universitat Jaume I de Castellón, y Francisco García García, de la Universidad Complutense de Madrid.

Francisco Cabezuelo Lorenzo
Universidad CEU San Pablo

Appetite for Self-destruction. The spectacular crash of the record industry in the digital age

Steve Knopper

Simon & Schuster

Londres, 2009

300 pp.

ISBN: 978-14-165-5215-4

Existen pocos sectores tan convulsos como la industria discográfica: en estado de permanente

agitación estructural, mediática y económica, con un futuro incierto y un pasado dudoso. Una industria que creció con el siglo XX hasta convertirse en un monstruo gigantesco, difícil de controlar, generador de riquezas que parecían infinitas, objeto del deseo de muchos, alimentadora de mitos, creadora de tendencias. Una industria donde todo era posible, donde después de cada fracaso sonado podía esconderse un gran éxito planetario que reportara dividendos por doquier.

Las discográficas tardaron poco tiempo en encontrar un modelo de negocio basado en el gran éxito, el *hit*, la canción de moda y el artista del momento. Este modelo en realidad nunca ha dejado de funcionar, si bien es cierto que la velocidad a la que se consumen los productos de éxito se ha multiplicado en las últimas décadas. De modo que desde los años cincuenta la industria ha crecido hasta el infinito, basándose en su importancia sociocultural, el boom económico y la creación de *algo* que antes no existía. El consumo de música se potenció, democratizó y multiplicó durante aquellos años. El modelo de negocio quedó claro: la tecnología todavía permitía el control por parte del fabricante y distribuidor.

Sin embargo, desde finales de la década de los setenta, la situación comenzó a cambiar de forma dramática. Los avances tecnológicos suponían duros golpes para la industria, porque ponían en manos del consumidor cada vez más calidad, con una tecnología más sencilla y a la larga más eco-

nómica. Estos cambios, unidos a una estrategia desastrosa por parte de las grandes *majors*, una complicada red de intereses empresariales y bur-sátiles, y a un declive en la producción musical, han llevado a la industria discográfica al borde del colapso.

Precisamente en este punto es donde comienza el relato de Steve Knopper, periodista de recorrido en este mercado (actualmente es editor adjunto de Rolling Stone y ha publicado en *Wired*, *Esquier*, *Spin* y *The Chicago Tribune*). Organizado a base de capítulos y plagado de datos, entrevistas a los principales personajes y detalles personales, el relato nos adentra en la espiral de decisiones desastrosas en las que se ha envuelto la industria discográfica desde entonces.

El punto de partida es el final de la década de los años setenta y el primero de los grandes retos para la industria. Por entonces la música disco estaba en lo alto de las listas de éxito y todo parecía ir sobre ruedas. Sin embargo, la campaña anti disco lanzada por un disc-jokey local de Chicago, Steve Dahl, consiguió movilizar a los *fans* para crear un movimiento que haría tambalearse las ventas del producto más rentable de la industria: por primera vez las ventas bajaban y la industria se encontró en “cuidados intensivos”, según Walter Yetnikoff, el CEO de Sony.

Lo que parecía indicar un cambio en la estructura del mercado (ahora el consumidor con poder) se solucionó a base de la vieja receta: el gran éxito.

Apareció Michael Jackson y salvó la situación. Las ventas crecieron, se estrenó la MTV y los canales temáticos. El video mató a la estrella de la radio reportando al mismo tiempo pingües beneficios a las grandes discográficas.

La estructura de las casas de discos comenzó a comprimirse. Las grandes *majors* fueron comprando a las pequeñas discográficas hasta lograr una situación de mercado en la que un puñado de compañías gigantes (Sony, CBS, Universal) tenían prácticamente todo el mercado.

El siguiente paso llegó con la aparición del CD, cuya historia descubre las miserias de los ejecutivos del momento (el creador, James T. Russell vio cómo su patente quedaba en manos de Sony) y de los avatares industriales en una carrera sin límites para conseguir llegar primero a lo que parecía el nuevo paraíso: la reedición de los catálogos en nuevo formato digital. Aquí queda al descubierto el funcionamiento interno de las discográficas. En el capítulo 2 se retrata el estilo de personas como Yetnikoff, Tommy Mottola, Gerald Levin, Edgar Brofman, los productores, ejecutivos y cazatalentos envueltos en una lucha frenética por producir la siguiente gran estrella, inmersos en unas cuentas de gastos indecentes.

La industria sobrevivió a la década de los noventa con el fenómeno de grupos juveniles (New Kid son the block, Backstreets Boys), pero pronto se vio amenazada de nuevo por la aparición de Napster, cuya historia se cuenta desde el principio y revela

la falta de visión y de planificación de una industria donde, según Doug Morris, presidente de Universal, “no había nadie que supiera de tecnología. Es un error que los escritores comenten constantemente. Piensan que no nos enteramos del tema. Es que no sabíamos de dónde venía”. El proceso desde que Napster irrumpió hasta que se cerró demostró ser la herida mortal para la industria. Independientemente de las batallas legales, las decisiones torpes y sus consecuencias desastrosas, el tema de derechos de autor y de la estabilidad económica y financiera de la industria, quedó al descubierto la incapacidad para reaccionar ante una situación que no sólo no era puntual, sino que se convertiría en el presente de la industria: Internet, la compresión en mp3 y el formato digital.

El capítulo 4 se centra en la respuesta inesperada a la situación planteada. Apareció Steve Jobs de Apple y salvó a la industria, llevándose gran parte del mercado y creando el nuevo modelo de negocio de iTunes (¿quizá la misma situación en la que se encuentra la prensa y la misma propuesta salvadora con el iPad recientemente presentado?). El capítulo nos cuenta la intrahistoria en las negociaciones y cómo Jobs consiguió convencer a las *majors* para que cedieran y le permitieran a él lanzar iPod e iTunes con garantías de éxito.

El final del recorrido se centra en la actualidad, donde se ofrece un interesante análisis de la situación de ventas, estructura y posibilidades de la industria, así como de la historia de la aparición de

Internet, las redes *Peer to Peer* y sus verdaderos efectos en las ventas (negativos por mucho que los consumidores esgriman lo contrario). Knopper cierra el libro con una nota positiva, mirando hacia delante y ofreciendo una serie de ideas, pistas y sugerencias para el futuro que cualquier aficionado a la música debe considerar.

Ismael López Medel
Universidad CEU San Pablo

El Holocausto asiático. Los crímenes japoneses en la Segunda Guerra Mundial

Laurence Rees

Crítica

Barcelona, 2009

256 pp.

ISBN: 978-84-9892-035-2

La colección memoria de Crítica ha lanzado con buen ojo una serie de libros dedicados al último conflicto mundial, con muy buen nivel de calidad. En esta ocasión, el libro presente es de Laurence Rees, autor de varios libros mediáticos, por su vinculación con la BBC. En esta ocasión, el tema resulta atractivo por lo poco tratado, las brutalida-

des ocasionadas por los soldados japoneses durante la Segunda Guerra Mundial. La obra de Rees intenta analizar su origen, y lo compara con el comportamiento que durante la Primera Guerra Mundial tuvieron los japoneses con los prisioneros alemanes. Sin embargo, el objetivo del libro queda malogrado desgraciadamente. Esta especie de Libro Negro de la ocupación japonesa de Asia, no logra convertirse en un informe académico incuestionable, como fue su homólogo francés sobre el comunismo.

En esta ocasión, el libro carece de base histórica, los hechos terribles descritos, que demuestra, por otra parte, un trabajo ímprobo en la búsqueda de víctimas y verdugos que hablasen ante el autor, provienen casi en exclusividad del relato de sus entrevistas para la BBC. La historia oral es un elemento auxiliar, pero que en este caso pasa a ser determinante, siendo la principal causa de su fracaso. Los hechos descritos son convertidos en generalidades, y el libro se convierte en una sucesión de descripciones personales que llegan al detalle nauseabundo. La forma de evitar un sentimiento antijaponés, lo articula con el relato de algunos hechos execrables realizados por los norteamericanos, demostrando la crueldad de las guerras. El comportamiento genocida con la población china, la recluta forzada de mujeres como esclavas sexuales son comparadas con la práctica de canibalismo en Nueva Guinea. Los dos primeros hechos están comprobados por multitud de pruebas de testigos, fotográficas y documentales