

## BIBLIOGRAFIA

### 12. PSICOLOGIA SOCIAL

SANCHEZ GUZMAN, José Ramón: *Introducción a la teoría de la publicidad*. Editorial Tecnos. Madrid 1979. 501 págs.

Conceptúa el autor la publicidad como una verdadera ciencia. La crítica de que es posible la existencia de leyes que expliquen cuál va a ser la reacción del consumidor ante un mensaje publicitario, según Sánchez Guzmán puede ser rebatida por la existencia de la probabilidad de que, dada la tendencia del individuo a seguir la pauta que marque el grupo y dada la estabilidad de la conducta de los grupos, el mensaje provoque una reacción determinada en el grupo y, por derivación, en el consumidor individual. Piensa, en consecuencia, el autor que la concepción puramente artística de la publicidad (que la convierte en técnica) o su carácter imaginativo (que la hace depender de la personalidad creadora del individuo) resultan rebasados cuando son objeto de planteamientos científicos.

Aunque conexcionada con la Psicología y la Sociología, se considera a la publicidad como parcela de la actividad económica; aquella cuyo principal objetivo es influir en el reparto de los recursos de que disponen los consumidores hacia la oferta competitiva que presentan hoy las sociedades capitalistas avanzadas.

Se ven los sencillos modelos de comunicación publicitaria compuestos de tres elementos: un emisor de información (la empresa productora del bien o servicio que anunciar y, en su representación, la empresa de publicidad) que, a través de unos canales (los *mass media*, sobre todo) se dirige a un receptor (el consumidor) con ánimo de modificar su comportamiento de compra. Pero el modelo se complica con la inclusión de más variables. Entre las básicas podríamos enumerar: emisor,

mensaje, codificación, significante, canal, significante reactivado, receptor, descodificador y retroalimentación.

Desde el punto de vista ético piensa el autor que la publicidad no es inmoral, como tampoco es moral. "Es, simplemente, una técnica de ventas que, al incorporar una carga de persuasión en sus mensajes, se introduce en la mente del consumidor a quien se dirige para cumplir con eficacia sus objetivos." Pero admite la crítica social de la publicidad: la publicidad como componente fundamental de la "sociedad represiva" (Herbert Marcuse), como ingrediente básico de la "sociedad burocrática de consumo dirigido" (Henri Lefebvre), como parte esencial de la "sociedad industrial planificada" y oligopólica (John K. Galbraith).

Un libro con estructura y contenido de manual universitario introductorio, útil para todos aquellos que investigan el fenómeno publicitario desde bases científicas; también para los propios profesionales de la publicidad.—J. G.

ALBERTO PEREZ, Rafael: *La estrategia de la comunicación publicitaria*. Ed. Instituto Nacional de Publicidad. Madrid 1981. 383 págs.

El libro se abre con una portada original de Angel Orcajo sobre el tema "ingeniería de cabezas". El cuerpo del mismo es una refundición de un trabajo más amplio sobre la misma materia, encargado por el Instituto Nacional de Publicidad en 1978. Parten de las raíces militares del concepto de estrategia para definir a ésta como "método o conjunto de métodos elegidos para el logro de un objetivo asignado, teniendo en cuenta todas las posibles reacciones del adversario y/o la naturaleza. La distinguen de la táctica como "conjunto de medios coordinados que se emplean

## BIBLIOGRAFIA

para llegar a un objetivo". Aplican el concepto de estrategia a la empresa en general, al *marketing* y a la publicidad en concreto, entendiendo por estrategia publicitaria en sentido restringido la selección del estímulo adecuado, capaz de dar origen a un motivo o deseo de consumo. Citan unos sesenta objetivos de la publicidad integrados en los objetivos más amplios del *marketing-mix*.

Habla en otro capítulo de las metodologías para el desarrollo, elaboración y control de la comunicación publicitaria, distinguiendo entre estrategias pre-planificadas, adaptativas, fortuitas, lineales, en ramificación, cíclicas y de conquista. Distingue en el proceso publicitario distintas etapas: de información, de valoración, de elección y de control. Diferencia seis modelos estratégicos generales y trece de doce distintos autores.

La obra, más que abrir caminos nuevos, lo que hace es recopilar en una labor de síntesis los elementos dispersos, españoles y extranjeros, sobre el tópico de su título. En este aspecto es muy notable el esfuerzo por reunir una amplísima bibliografía significativa al final de cada capítulo.

El libro ha sido elaborado por el autor con la colaboración de Emilio Martínez Ramos. Como dicen los autores, detrás de su punto final "se inicia una etapa crítica y de investigación". Han logrado ciertamente lo que pretendían: marcar una línea de salida para otras metas más ambiciosas.—J. G.

### 172. ETICA SOCIAL

VAZQUEZ, Jesús M.: *La vida a debate: El Aborto en la prensa*. Ed. Instituto de Sociología Aplicada. Madrid 1983. 200 págs.

Se trata de un estudio sociológico bastante ambicioso, pues, pretende dar una respuesta objetiva al dilema: ¿España en 1983 era abortista o antiabortista?. El autor que además de catedrático es Director del Instituto de Sociología Aplicada de Madrid, analiza el contenido de 1.619 recortes de siete diarios madrileños (ABC, YA, EL PAIS, EL ALCAZAR, DIARIO 16, PUEBLO e INFORMACIONES). Jesús M. Vázquez llega a la conclusión de que España en 1983 era antiabortista.

El método de investigación a través de la prensa nos parece válido. No es el primer estudio sociológico que utiliza este método. Se podrá objetar que el autor sólo ha utilizado la prensa diaria de Madrid, pero varios de los periódicos objeto de la investigación tienen muchos lectores fuera de Madrid, por no decir en toda España. También se podrá decir, quizás que el índice de lectores de periódicos es muy bajo en España. Pero lo cierto es que el autor de este estudio sociológico llega a la misma conclusión a que llega el estudio europeo (J. Stoetzel: *¿Qué pensamos los europeos?*, Madrid 1983), donde aparece que España tiene un índice muy bajo de permisividad moral en materia de aborto, aunque ciertamente no tan bajo como pudieran dar a entender las "cartas abiertas" a la prensa examinadas por J. M. Vázquez (pág. 119).

Este libro tiene también un valor documental, por la cantidad de artículos que recorta o transcribe íntegros y que pueden ser material de estudios futuros, especialmente las listas de personas calificadas o grupos colectivos en pro y en contra del aborto. Queremos decir de la despenalización del aborto (págs. 137-149).—V. O.

### 336. HACIENDA PUBLICA

O'CONNOR, James: *La crisis fiscal del Estado*. Ediciones Península. Barcelona 1981. 347 págs.

Este libro es la traducción castellana del famoso y difundido original inglés (americano) *The Fiscal Crisis of the State* publicado en Nueva York en 1973. Visualiza en él y analiza el autor, desde una perspectiva crítica, al Estado norteamericano de los largos años de prosperidad de la segunda posguerra mundial. ¿Es una crítica marxista? Algunos piensan que sí, otros que no, que no es auténticamente marxista. Desde luego utiliza instrumentos marxistas como son las ideas de acumulación capitalista, lucha de clases, capital monopolista, etc. El mismo autor afirma que "este tipo de estudios debe mucho de su contenido al aumento de los estudios marxistas y de economía crítica, lo que a su vez debe atribuirse a la actual crisis del sistema capitalista a nivel interno y a escala mundial" (pág. 9). Toma conceptos también de

## BIBLIOGRAFIA

otros, como el de legitimación de Max Weber.

Denomina crisis fiscal del Estado "a esta tendencia del gasto gubernativo a aumentar más rápidamente que los ingresos. No es que haya —dice— una ley inflexible por la que el gasto tenga que crecer siempre con mayor rapidez que los ingresos, pero es un hecho que las necesidades crecientes a las que sólo el Estado puede hacer frente producen mayores demandas sobre el presupuesto estatal" (pág.20). Está de acuerdo en que la tendencia a gastar más de lo que se está dispuesto a financiar a través de los impuestos está llegando a arraigar y a convertirse en profundamente amenazadora. Ahí está para el autor la raíz de la crisis fiscal del Estado que llama, no del Bienestar, sino "Bélico-asistencial", en lo desorbitado de las demandas sociales al mismo.

Distingue tres sectores, el competitivo, el monopolista y el estatal que se relacionan recíprocamente. Al estatal corresponde el sistema fiscal y al monopolista una situación asimétrica, explotadora, en el mercado. El competitivo se encuentra, según O'Connor, a la defensiva; es como la cenicienta de la trama.

La crítica del autor es importante, aunque discutible, porque erosiona dos pilares básicos de nuestro mundo, llamando la atención sobre su debilidad. Por una parte trata de demostrar la necesaria bancarrota a que el Estado del capitalismo monopolista se ve conducido por su propia lógica interna. Llega fatalmente a ser incapaz de afrontar los gastos crecientes de su evocación intervencionista y militar. Por otra proclama el fracaso del *Welfare State*, con lo que mina lo que es acaso la única fuente de legitimación del Estado Contemporáneo, y precisamente por incluir esta legitimación en sus gastos ordinarios siempre crecientes. Quiebra del Estado del Bienestar, nada menos. La creación cumbre de la sociedad industrial avanzada.—F. A.

### 343. DERECHO PENAL

VILADAS JENE, Carlos: *Los delitos de quiebra. Norma Jurídica y realidad social.* Ediciones Península. Barcelona 1982. 376 págs.

El subtítulo de esta obra, "norma jurí-

dica y realidad social" ya nos indica que este estudio sobre la insolvencia en España se realiza en un doble plano, en un plano jurídico y en un plano sociológico. De esta manera llega el autor a una visión global o totalizadora del problema de las quiebras en nuestro país.

El estudio jurídico obedece a un doble propósito: el de acotar el campo de estudio y el de detectar aquellos aspectos de la legislación que impiden o dificultan la plenitud y rapidez de aplicación en la práctica de las leyes penales en materia de quiebras.

El estudio empírico, sociológico o socio-jurídico tiende, en primer lugar, a comprobar el grado de aplicación de la normativa estudiada en el contexto español. Se procura una aproximación a la cifra negra de criminalidad en materia de delitos de quiebra y se verifica, además, la hipótesis doctrinal siguiente: la aplicación en España de los artículos 520 y 521 (sobre quiebras culpables y fraudulentas) en España es escasa. Tras las encuestas hechas por el autor y colaboradores a juristas y comerciantes se comprueba que el número de acciones efectivamente llevadas a término que reúnen las características exigidas por los tipos penales aludidos es muy elevado y que, como contraste, es escaso el de sentencias condenatorias por delitos de quiebra pronunciadas por los tribunales.

Hace alguna incursión pasajera en los derechos mercantil y procesal pero se mantiene fundamentalmente en el campo propio del derecho penal. De todas maneras descubre que del número considerable de factores de naturaleza legal que dificultan la aplicación de las normas penales sobre quiebras, una parte importante radica en las disposiciones mercantiles y procesales.

Para el autor la legislación penal vigente en materia de quiebras se corresponde con el sistema de relaciones sociales del siglo pasado, sistema en el que predominaban de manera diáfana los intereses del grupo integrado básicamente por comerciantes. Hoy deberían tutelarse también otros intereses de la colectividad que no son estrictamente patrimoniales o comerciales, intereses que no son forzosamente incompatibles con los del comercio en el marco del sistema socio-político que sanciona la Constitución española de 1978. Y los artículos 520 y 521 del Código Penal no solamente son incapaces de ejercer esa

## BIBLIOGRAFIA

tutela, sino que cuentan con defectos técnicos graves.

Excelente monografía, presentada en primera instancia como tesis doctoral en la universidad de Barcelona.—J. G.

### 344. DERECHO LABORAL

MINISTERIO DE TRABAJO Y SEGURIDAD SOCIAL (Servicio de Publicaciones): *Legislación laboral. Normas Básicas*, Ed. Servicio de publicaciones, Biblioteca de Textos legales. Madrid 1982. 388 págs.

Se trata de una publicación que pretende ser todo un compendio normativo de toda la nueva legislación laboral básica, que va desde los principales preceptos constitucionales que hacen referencia a las materias laborales, hasta la Ley de procedimiento laboral, pasando por el Estatuto de los Trabajadores y la Ley Básica de Empleo, así como las normas de desarrollo de dichas leyes.

Es una obra muy manejable por el magnífico índice analítico que consta de más de ochenta páginas. También son una gran ayuda al lector para el uso de esta obra las frecuentes anotaciones o llamadas a los divertos textos. Sólo nos queda felicitar al Servicio de Publicaciones por esta publicación y cogerle por la palabra, para que en futuras ediciones, no sólo incorpore la nueva legislación que se promete abundante, sino también la jurisprudencia con lo que la obra quedaría francamente enriquecida.—V. O.

### 39. VIDA SOCIAL

KOLASA, Blair J.: *Individuo, Empresa y Sociedad. Introducción a la ciencia de la conducta*, Ediciones Deusto, S. A., Bilbao 1981. 684 págs.

Esta obra en realidad responde más al subtítulo: "Introducción a la ciencia de la conducta", que al título "Individuo, Empresa y Sociedad". Pretende ser un estudio científico del comportamiento humano. Trata, pues, de estudiar lo más científicamente posible lo que son — no lo que deberían ser — las actitudes de los individuos en un grupo o en una sociedad determinada.

El individuo, cuyos comportamientos se

analizan, es el individuo norteamericano y la empresa y la sociedad que está en el transcurso de toda la investigación son también norteamericanas. Pero esto no quita interés al estudio para el lector español, sino todo lo contrario.

En una época en que estamos asistiendo a un cambio en el sistema de valores y consiguientemente en las actitudes y comportamientos humanos, esta obra resulta de especial interés, para todos los que se interesan por el tema de los valores y por el estudio de las conductas, políticas, económicas y sociales.

Hay que decir que el autor maneja y resume una copiosa bibliografía que es de agradecer, tanto más que todavía no abundan entre nosotros los estudios científicos relativos a la conducta humana, como lo demuestran las 45 obras traducidas al castellano y que son citadas por Blair J. Kolasa en esta investigación. Ediciones Deusto al traducir este estudio logra cubrir una laguna en España en el campo de la ciencia de la conducta humana.—P. G.

### 65. EMPRESA

GARCIA ECHEVARRIA, Santiago: *Responsabilidad social y balance social de la empresa*. Editorial Mapfre, S. A. Madrid 1982. 341 págs.

Este libro es una investigación en la responsabilidad de la empresa y en su instrumentación a través del llamado balance social. El autor está convencido de que la defensa a ultranza de una reducción de las funciones empresariales a tareas meramente económicas, no es la contestación que corresponde a la relación actual entre empresa y sociedad. Piensa, por el contrario, que la concentración de poder en el Estado, las exigencias de funciones sociales de la sociedad moderna y la gran capacidad de realización de la empresa implican un nuevo compromiso empresarial como contribución fundamentalmente a lograr mayores grados de autonomía en su actividad y mayor eficacia en la solución de los problemas de la sociedad, eficacia tanto económica como social, contribuyendo de forma decisiva a la estabilidad de la sociedad.

Cree García de Echevarría que la empresa debe encontrar la expresión de sus realizaciones en el área de su responsabili-

dad social. A esa expresión se le ha llamado "balance social", terminología que ha sido muy bien y fácilmente recibida, pero que, según el autor, "no corresponde al objetivo y contenido del mismo (balance social) y que implica, a pesar de la gran capacidad de comunicación de este término, una identificación errónea del sistema" (pág. 80). La denominación correcta, que frecuentemente se utiliza en este trabajo, debiera de ser, para el autor, la de "presentación de cuentas referidas a la sociedad" o bien, "presentación de cuentas sociales". Con ello se trata de reflejar que la empresa presenta cuentas sobre las aportaciones que realiza a la sociedad, y que estas cuentas lo que tratan de transmitir es, precisamente, una mayor transparencia sobre la complejidad del sistema empresarial. A veces se sustituye con acierto el término "balance social" por el de "informe social".

¿Cuáles deben ser las características de la presentación de las cuentas sociales? Han de reflejar: a) la aportación económico-social de la empresa a la sociedad; b) las interdependencias de los procesos empresariales con la sociedad y la economía; c) las estructuras de los diferentes grupos internos y externos que componen la empresa, expresando la distribución de poder.

Se estudia también particularmente el concepto de responsabilidad social, de coste social y de riesgo en la "presentación de cuentas sociales". Al final se hace un resumen de los resultados principales de esta investigación, se expresan algunas recomendaciones, en otros tantos anexos se ofrece la estructura de los balances sociales de otras tantas empresas. Una muy amplia bibliografía cierra la edición.

Este libro, pues, no es un manual, sino un estudio de primera línea en una de las áreas todavía por explorar de la empresa.—J. G.

TROADEG, Annie y Loïc: *Ejercicios y soluciones de marketing*. Ediciones Deusto, S. A. Bilbao 1982. 166 págs.

Este libro permite al lector pasar del conocimiento teórico en el área del *marketing* a la aplicación práctica, adquiriendo de esta manera, simultáneamente, tanto formación como experiencia. Para ello se divide cada capítulo en dos partes: defini-

ciones y ejercicios (acompañados de sus correspondientes soluciones).

En lugar de recurrir a exposiciones generales, la base teórica de este libro se articula mediante una serie de definiciones que contemplan las principales nociones consideradas como necesarias. La segunda parte, integrada por ejercicios con sus respectivas soluciones, es ilustración de las nociones definidas en las primeras páginas de cada capítulo, y constituye un auténtico ejercicio profesional tomado de la realidad o inspirado en ella.

Esta concepción integral permite una lectura adaptada a las necesidades y a las posibilidades del lector, un trabajo más o menos rápido pero siempre fructífero. Este libro será útil tanto a aquellos que se encuentran al comienzo de su carrera profesional o que afrontan un reciclaje, como a quienes desean profundizar y analizar la experiencia que ya han adquirido.

Los capítulos que se tratan son los siguientes: los estudios de mercado, la publicidad, la promoción de ventas, el equipo de ventas, el *merchandising*, las relaciones públicas, la gestión y el *marketing* de un producto.—F. A.

## 651. RELACIONES HUMANAS

HALLORAN, Jack: *Relaciones humanas*. Editorial Hispano Europea, S. A. Barcelona 1982. 733 págs.

Tal vez el título del original inglés, *Applied Human Relations*, da una idea más precisa de su contenido. Y es que éste es un libro —voluminoso— de gran calidad doctrinal, universitaria, pero eminentemente pragmático y operativo, de *aplicación* de las relaciones humanas.

Esto aparece en su contenido, en el conjunto de temas tratados: introducción a las relaciones humanas (temas básicos: comunicación, motivación, responsabilidad, empatía), el lenguaje de la comunicación (objetivos, actitudes, emociones, roles, contactos, medios, niveles), la comunicación en las organizaciones (objetivos, canales, línea, *staff*, grupos, líderes...), la motivación humana, la moral y el entorno, los problemas personales en el trabajo, creatividad, la resistencia al cambio, la toma de decisiones, el liderazgo, la formación en relación con el comportamiento,

## BIBLIOGRAFIA

valoración y recompensa, el *status* y el personal, la discriminación en el trabajo, las relaciones con el sindicato, las relaciones interculturales. En la selección de temas no se va el autor, por lo tanto, por las ramas sino que selecciona los más importantes y operativos.

La metodología empleada es eminentemente didáctica, pedagógica. La estructura de cada capítulo es la misma. Se señalan, en primer lugar, los objetivos de cada uno. Continúan una serie de preguntas para estimular el raciocinio del lector. Viene en seguida el cuerpo propiamente tal del capítulo en el que se hermanan admirablemente, como hemos sugerido, la altura y precisión doctrinal y el enfoque y tratamiento operativo. Terminan con el estudio de un caso, una serie de preguntas, ahora para recordar lo leído y animar el debate en torno a ello, la enumeración de algunas expresiones y conceptos que retener y una bibliografía básica.

Libro recomendable, tanto para la enseñanza universitaria o de adultos profesionales del mundo de la empresa, como para la lectura privada.—J. G.

## 7. DESARROLLO INDUSTRIAL

FUA, Giorgio y ZACCHIA, Carlo: *Industrializzazione senza fratture*. Ed. Il Mulino. Bologna, 1983, 334 págs.

El estudio comparativo de los países de desarrollo más reciente y de los países de desarrollo más antiguo demuestra que entre los dos grupos existe, entre otras, la diferencia siguiente: una alta proporción de la actividad productiva de los países de reciente desarrollo se realiza en empresas de pequeña dimensión; ello implica que una cuota elevada de la población ocupada tiene un carácter autónomo, lo que no quiere decir, necesariamente, independiente.

Ahora bien, la opinión más generalizada, al menos hasta hace poco tiempo, es que la sustitución de esta estructura que podríamos llamar "descentrada" por una más "centrada" o "concentrada" (concentración de la población en grandes ciudades, concentración de la producción en grandes empresas) era un paso obligado

para el progreso de los países de desarrollo tardío.

Sin embargo, son cada vez más numerosas las voces que se alzan contra esta manera de ver las cosas. La crisis económica está poniendo en cuestión, entre otros dogmas, esta especie de necesidad de pasar de una a otra estructura productiva. Hoy día aumenta sensiblemente el interés hacia fórmulas de desarrollo que partan de lo que ya existe sobre el terreno, a nivel local, para valorizarlo al máximo y modificarlo sólo gradualmente, manteniendo en lo posible una continuidad con sus raíces históricas.

"Industrializzazione senza fratture", como su propio título indica, aboga por este modelo alternativo, demostrando su vigencia y su viabilidad en el caso italiano. El origen de las distintas colaboraciones (9 en total, más un apéndice bibliográfico) se encuentra en una ponencia presentada en octubre de 1981 por un equipo investigador dirigido por el profesor Giorgio Fuà en el Simposio Internacional que bajo el título "Evolución rural y gestión pública" tuvo lugar en París. El grupo investigador amplió con posterioridad su trabajo para publicar esta obra.

Como ponen de relieve las diversas colaboraciones (cuya relación incluimos al final de esta breve recesión), Italia es un lugar privilegiado para estudiar esta modalidad de desarrollo descentrado, que ha dado en llamarse "*industrialización difusa*" o también "*modelo adriático*" por su especial vigencia en la zona del Nordeste y del Centro de la península italiana. La "*industrialización difusa*" se ha llevado a cabo en esas regiones por la vía de las iniciativas espontáneas, y se basa siempre en sistemas de pequeñas ciudades y de pequeñas empresas, mediante la valorización de los medios disponibles locales, tanto humanos como materiales. Su éxito se debe, según los autores, a la capacidad de recuperar, en clave moderna, y con el objetivo de un desarrollo más equilibrado, todas las fuerzas y los recursos, aun los más modestos, que ya poseen las organizaciones sociales pre-existentes. Ocasionalmente pueden coincidir los focos de esta "*industrialización difusa*" con fracciones más o menos importantes de "*economía subterránea*", pero no necesariamente.

La investigación que ha dado lugar a este libro, intenta desentrañar, con todo detalle en algunos casos analizados, cuáles han

## BIBLIOGRAFIA

sido las condiciones y los mecanismos de funcionamiento de este particular modelo de industrialización; se estudian asimismo los efectos positivos y negativos de la experiencia, así como las perspectivas de futuro de este "modelo" alternativo tanto en las zonas en las que se encuentra vigente como su posible adaptación a nuevos espacios geográficos.

Las reflexiones de esta obra tienen una indudable aplicación en el contexto español. Más aún, el propio profesor Fuà se ha interesado personalmente por el estudio de los posibles reductos que en España pueden existir de este modelo de "industrialización difusa", "sin fractura". En un momento en que está en marcha la elaboración de un Plan de Desarrollo Regional para Andalucía podrían ser de aplicación a esta región, las palabras con las que concluye su excelente síntesis introductoria, refiriéndose en su caso, al Mezzogiorno italiano: en su opinión habría que pasar de "fijar la atención en actividades caracterizadas por sus componentes de 'trasplante' y de 'ruptura' hacia aquellas otras que se caracterizan por el 'desarrollo endógeno' y la 'continuidad' "

Un argumento que suele esgrimirse contra el "modelo adriático" defendido por los autores, es que puede conducir a las regiones que basen en él su desarrollo, a una especialización productiva que perpetúe su papel dependiente en la división internacional del trabajo. Este indudable peligro quedaría más que compensado por la mayor capacidad de las pequeñas dimensiones para una rápida adaptación a los cambios continuos del mercado y de la tecnología, sobre todo dada su mayor flexibilidad para la adopción de las pequeñas innovaciones, en especial en las fabricaciones de artículos en series pequeñas o incluso en ejemplares únicos. Este tipo de industrias están mucho mejor preparadas para afrontar los mercados que se caracterizan por una gran fragmentación de la demanda (en el caso extremo, una demanda "personalizada") o por una mayor variabilidad de la demanda en el tiempo.

Un libro, pensamos, sumamente fecundo por sus análisis de casos reales, sus síntesis de rasgos fundamentales del modelo y por el organizado apéndice bibliográfico, centrado lógicamente en la experiencia italiana.—José J. Romero.