



NIETO TORÍO, Jesús. *El método abertzale*. Madrid: Editorial Eneida, 2011. Puntos de vista, 27, 326 pàgs. [15 X 23].

Amb *El método abertzale*, Jesús Nieto Torío tracta d'explicar la formació d'un fenomen "únic en la Europa occidental y determinante en la política vasca". Es tracta de la vertebració d'una societat, aglutinada sota el paraigua de l'esquerra abertzale, dins la mateixa societat basca. L'objectiu del llibre queda explicitat pel propi autor, "analizar las estrategias de marketing y comunicación que pone en marcha la izquierda abertzale para construir un movimiento que ha perdurado más de 50 años con toda la maquinaria mediática en su contra". La motivació del llibre resideix en la inexistència, fins la data, d'un treball específic sobre els aspectes comunicatius del nacionalisme basc radical; uns aspectes que inclouen el marketing, el proselitisme, l'adoctrinament i la captació dins del moviment abertzale.

Nieto Torío no pretén entrar en valoracions sobre el seu objecte d'estudi, sinó centrar-se en l'anàlisi de les formes comunicatives d'aquest moviment polític i social i les diferents adaptacions que ha experimentat al llarg del temps. A la primera part del llibre trobem la caracterització de les seues principis, estratègies de comunicació i cohesió, tasques de proselitisme... ; amb una constant en tot el seu discurs: l'exaltació dels valors propis i la identificació d'Espanya com a enemic exterior. A la segona part del llibre, que arrenca amb el primer atemptat mortal d'ETA l'any 1968, s'analitzen les noves adaptacions dins d'un context on ETA utilitzarà la violència com a arma per a la lluita política, d'acord amb la seua estratègia d'"acción-represión-acción".

Finalment el llibre es tanca amb un epíleg on es descriu un nou escenari polític al País Basc sorgit per la finalització de la violència d'ETA. Un nou escenari que, segons l'autor, ha estat el resultat d'un procés on l'esquerra abertzale ha posat en marxa "una nueva estrategia para convencer a una parte importante de las bases de la necesidad de un cambio de rumbo.". És a dir, el marketing abertzale, amb multitud de documents, amb propostes d'acords, la implicació de líders estrangers, amb noves coalicions electorals...etc, també hauria estat clau per assegurar canvi d'orientació dels nuclis del nacionalisme basc radical més reticent a abandonar les armes.

IHE

(Secretaria de la revista)

Traducción de la reseña anterior:

Con *El método abertzale*, Jesús Nieto Torío trata de explicar la formación de un fenómeno "únic en la Europa occidental y determinante en la política vasca". Se trata de la vertebración de una sociedad, aglutinada bajo el paraguas de la izquierda abertzale, dentro de la misma sociedad vasca. El objetivo del libro queda explicitado por el propio autor, "analizar las estrategias de



marketing y comunicación que pone en marcha la izquierda abertzale para construir un movimiento que ha perdurado más de 50 años con toda la maquinaria mediática en su contra". La motivación del libro reside en la inexistencia, hasta la fecha, de un trabajo específico sobre los aspectos comunicativos del nacionalismo vasco radical; unos aspectos que incluyen el marketing, el proselitismo, el adoctrinamiento y la captación dentro del movimiento abertzale.

Nieto Torío no pretende entrar en valoraciones sobre su objeto de estudio, sino centrarse en el análisis de las formas comunicativas de este movimiento político y social y las diferentes adaptaciones que ha experimentado a lo largo del tiempo. En la primera parte del libro encontramos la caracterización de sus principios, estrategias de comunicación y cohesión, tareas de proselitismo... ; con una constante en todo su discurso: la exaltación de los valores propios y la identificación de España como enemigo exterior. En la segunda parte del libro, que arranca con el primer atentado mortal de ETA en 1968, se analizan las nuevas adaptaciones dentro de un contexto donde ETA utilizará la violencia como arma para la lucha política, de acuerdo con su estrategia de "acción-represión-acción".

Finalmente el libro se cierra con un epílogo donde se describe un nuevo escenario político en el País Vasco surgido por la finalización de la violencia de ETA. Un nuevo escenario que, según el autor, ha sido el resultado de un proceso donde la izquierda abertzale ha puesto en marcha "*una nueva estrategia para convencer a una parte importante de las bases de la necesidad de un cambio de rumbo*". Es decir, el marketing abertzale, con multitud de documentos, propuestas de acuerdos, la implicación de líderes extranjeros, nuevas coaliciones electorales...etc., también habría sido clave para asegurar el cambio de orientación de los núcleos del nacionalismo vasco radical más reticente a abandonar las armas.

IHE
(Secretaria de la revista)