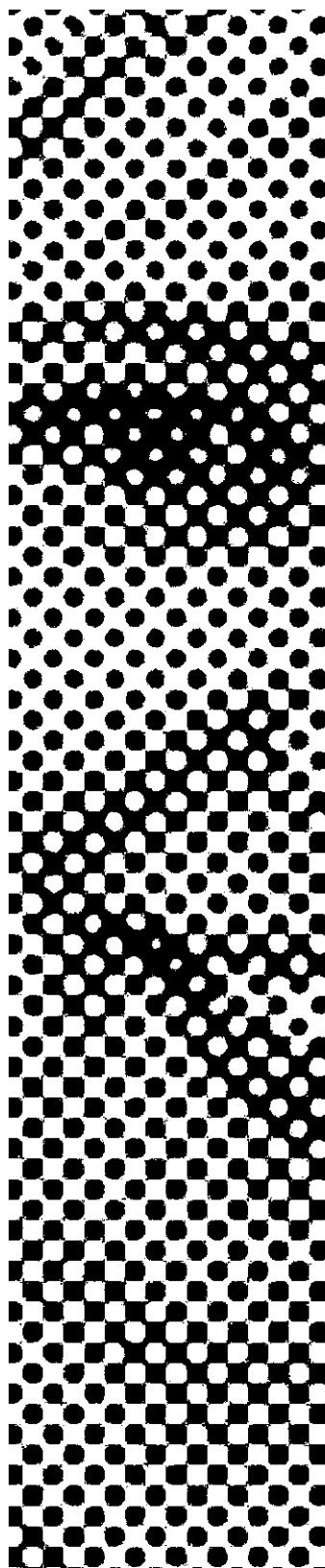


Reseñas

- 01 Comunicación, universidad y sociedad del conocimiento** Ángel Losada, Juan Plaza y Miguel Ángel Huerta (Coords.), por Irene Martín / 186-188
- 02 Periodistas locales** Ana Tamarit, por Chelo Sánchez / 189-190
- 03 Celuloide en llamas. El cine estadounidense tras el 11-S** Miguel Ángel Huerta, por Pedro Sangro / 190-193
- 04 Medios de comunicación y religión en España. Una investigación sobre el estado de la comunicación mediática Iglesia-Sociedad** Fernando Vidal (Dir), por David Urchaga / 193-195
- 05 Televisión, valores y adolescencia** Yolanda Montero, por Ninfa Watt / 196-198
- 06 Internet gap** Raquel Borreguero, por Fernando Galindo / 198-200
- 07 Guión de ficción en cine** Miguel Ángel Huerta y Pedro Sangro (Eds.), por Tomás Sánchez / 201-203
- 08 La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial** Rodolfo Vidal, por Rosa Pinto / 203-205
- 09 ¿Qué son las imágenes? Interpretaciones y aplicaciones** Jorge Santiago, por Ángel Sánchez-Anguila / 206-207



Comunicación, universidad y sociedad del conocimiento

Ángel Losada Vázquez,
Juan Plaza Sánchez
y Miguel Ángel Huerta
Floriano (Coords.)

Salamanca, Publicaciones
Universidad Pontificia de Salamanca,
2006, 265 pp.

Salamanca ciudad de encuentros y saberes. Así rezaba el lema de la Capitalidad Cultural Europea que la ciudad defendió en 2002. Entre los encuentros más destacados de los múltiples que ese año llenaron las salas de la capital encontramos el "IV Congreso Internacional sobre Comunicación, Universidad y Sociedad del Conocimiento", cuyas actas se rescatan en esta obra. En ella, voces autorizadas analizan desde distintos prismas la imprescindible interrelación entre comunicación, universidad y sociedad del conocimiento. Un trío indisoluble sobre la base de funciones complementarias, la comunicación como socializadora del conocimiento, la universidad como cuna de producción y distribución del mismo, y la sociedad como destino y beneficiaria última de aquél.

Con el proceso de convergencia europea a la vuelta de la esquina, la obra se hace imprescindible para conocer algunas de las pautas que no debe olvidar la Universidad española en este

camino. En este libro se habla de retos y oportunidades para innovar la Universidad, desde el convencimiento de que es a ésta a quien corresponde seguir asumiendo el liderazgo en la resolución de los problemas y las necesidades que se le plantean a la sociedad. No perder de vista ese carácter de servicio público ni su condición de foro para el análisis crítico permanente, es una de las constantes en los distintos trabajos que recoge la obra.

El camino para llevarlo a la práctica: crear, difundir y aplicar el conocimiento. Éste, ayudado por la comunicación, debe ser el motor del desarrollo social. En este sentido, encontramos en el libro aportaciones sobre hacia dónde debe dirigir sus esfuerzos la Universidad para lograr las transformaciones sociales necesarias, tanto desde el punto de vista de la formación de los perfiles profesionales más adecuados, como de la actividad investigadora.

Una de las claves, asegura Juan Benavides, es ir más allá de la lógica comercial imperante y aspirar al auténtico conocimiento, el que se define en función de su aplicabilidad. La investigación, añade, debe ser una de las vías de escape.

Mayor reflexividad, autocrítica y esfuerzo reformador son las recetas que propone José Luis Dader para que las ciencias de la comunicación, su práctica docente y los saberes profesionales que las circundan se consoliden y superen definitivamente el estadio pre-científico.

Convertir la proliferación de informaciones y contenidos en conocimiento es, para García Galindo, uno de los retos de las sociedades desarrolladas y tecnificadas. Para ello, añade, el comunicador y el profesor deben tener un protagonismo especial como profesionales al servicio de la socialización de un conocimiento democrático.

La educomunicación para el siglo XXI debería dar prioridad, en palabras de García Matilla, a acabar con el discurso del poder para generar un debate que sea provechoso para el planeta. En este sentido, recomienda no olvidar el pasado, contextualizar los hechos desde una perspectiva histórica global, evitar los encasillamientos empobrecedores y romper con tópicos y estereotipos. Es por esto necesario que la enseñanza de la comunicación se haga, afirma, con afán de construcción y reconstrucción permanente del pensamiento crítico.

El papel de las TIC es otro de los temas que aborda este libro. Partiendo de que su desarrollo ha proporcionado un cambio social y económico, Xosé López apunta que una de las claves para intervenir con éxito en esta sociedad de la información reside en gestionar adecuadamente el conocimiento, de la mano de la tecnología digital. Conviene aprovechar las nuevas tecnologías, sugiere, pero con la cabeza, con espíritu crítico.

En el mismo sentido, Joan Majó incide en la importancia de la adquisición de los

conocimientos necesarios para la mejora de la vida de las personas. No necesitamos más información, afirma, sino más conocimientos. El autor considera que las facultades de Comunicación se enfrentan al reto de proporcionar perfiles profesionales capaces de responder a las necesidades sociales.

Para formar profesionales competentes, creativos e innovadores, Eugenio Oblitas propone como claves introducir en las facultades creatividad e innovación, climas emergentes, actitud innovadora y habilidades funcionales.

Desde el punto de vista ético, Gabriel J. Pérez asegura que todos y cada uno somos responsables de la ética en los medios de comunicación en la nueva era caracterizada por una red global de la transmisión de información. Tendremos, asegura, los medios que merezcamos, según haya sido nuestro compromiso.

Inmersos como estamos en una Sociedad del Conocimiento, dice Miguel Ángel Quintanilla, la Universidad tienen por delante el gran reto de ser capaz de integrar el conocimiento científico y tecnológico en una cultura humanística, integral, para que el hombre siga siendo protagonista de su desarrollo.

Sobre la necesaria transferencia de conocimiento de las aulas a la comunidad versa la aportación de Robert F. Scherer. El profesor debe salir de la Universidad, señala. Su rol, ayudar a la

sociedad en la utilización del conocimiento desarrollado. Sólo entonces, asegura, la comunicación entre la Universidad y la sociedad será efectiva; sólo entonces se construirán los puentes.

Esta tendencia de una Universidad más abierta también es defendida por Armando Teixeira, quien insiste en la necesidad de aprovechar y optimizar los medios tecnológicos disponibles en este nuevo rumbo de la educación en comunicación.

La última de las aportaciones recogidas en la obra la ofrece el grupo de trabajo sobre comunicación de la UNESCO. Pinar Agudiez hace una doble reflexión: por un lado, sobre si estamos en un tiempo en el que es posible intercambiar y compartir; y por otro, sobre la necesidad de un código para la transferencia de tecnología que asegure el acceso a la producción y a la distribución de comunicación.

En la misma línea, y ante el riesgo de desinformación de internet, José Ángel Castro propone la creación de un sello de calidad para aquellos portales educativos que reúnan los niveles de fiabilidad exigibles. En este sentido, apela a la responsabilidad que deben asumir el periodista y el educador como mediadores sociales y garantes de información.

Por su parte, Pérez Chica reclama la participación de los ciudadanos en aquellas decisiones públicas relaciona-

das con la regulación del marco audiovisual. Para ello propone un Consejo Superior de la Comunicación independiente, capaz de afrontar el problema de la difusión de contenidos ilícitos y nocivos.

Por último, Pedro Manuel Moreno asegura que las profesiones de la comunicación deben formularse dentro de un sistema de solidaridad orgánica. En este sentido, avanza que una de las estrategias centrales de la UNESCO será reducir el desequilibrio electrónico en aras de establecer una sociedad del conocimiento, abierta y sin exclusiones.

Dra. Irene Martín Martín
imartinma@upsa.es

Periodistas locales

Ana Tamarit Rodríguez

Madrid, Fragua, 2006, 243 pp.

No es habitual que los periodistas se describan a sí mismos. Históricamente la imagen de esta profesión la ha construido el cine, una imagen difusa entre el rufián y el héroe, más cercana generalmente a este último. Sin embargo en los últimos años, la investigación académica y, en menor medida, alguna aportación del mundo profesional están generando una nueva imagen del periodismo centrada, por encima de los personajes, en la sociología de la profesión. A esta línea de trabajo se suma ahora el libro de la profesora Ana Tamarit, *Periodistas locales*, una obra que combina la minuciosidad del trabajo científico con la experiencia periodística y un talante crítico y apasionado de la autora con respecto a la profesión de periodista.

El principal objetivo del libro es dar a conocer las peculiaridades del desarrollo de la profesión periodística en el ámbito local y en concreto en Castilla y León, un entorno geográfico que -como bien se intuye también con la lectura del libro- tiene rasgos muy definidos.

El objeto de estudio es por tanto muy claro: los periodistas de Castilla y León, periodistas de información general que trabajan en prensa, radio, televisión y agencias de noticias. En total 764 profesionales de los que finalmen-

te respondieron a la encuesta planteada por la autora 538, un 70,4%. Estos datos -muy superiores a la media de resultados de estudios similares- avalan la fotografía de los periodistas castellano-leoneses. Una fotografía detallada y a veces dura que en el libro se nos presenta a través de los siguientes elementos descriptivos: perfil sociográfico, estructura profesional, el ejercicio de la profesión y su influencia y poder.

Con un estilo claro y una estructura muy esquemática y organizada, *Periodistas locales*, es un trabajo que me atrevo a identificar con los rasgos definitorios del periodismo: claro, conciso y breve. Habla sobre lo que quiere hablar; cuenta de lo que sabe sin rodeos ni artificios y aporta argumentos originales a los estudios de comunicación. Es bastante común en las publicaciones sobre comunicación que uno tenga la sensación de que sobran palabras y se repiten ideas. Esta percepción se esfuma en la lectura del libro que reseñamos, que acota claramente el objeto de estudio y desarrolla los resultados del mismo de una manera directa y concisa.

Las conclusiones del trabajo son igualmente claras e interesantes. La autora las organiza en tres líneas argumentales que desarrolla con detalle. Las tres conclusiones principales son:

1. El periodismo local en Castilla y León constituye un poder, aunque débil e instrumentalizado.

2. Los periodistas que trabajan en el ámbito de la región de Castilla y León desempeñan, si bien con un bajo perfil, algunas de las tareas que tradicionalmente han desarrollado los intelectuales orgánicos y burocráticos.

3. Existen dudas razonables para considerar la actividad periodística de las provincias como una profesión en su sentido pleno.

El libro es un material recomendable para todos aquellos investigadores que de manera directa centren su trabajo en la sociología profesional, pero también debería ser obligada lectura para los futuros profesionales del periodismo, es decir, para los estudiantes de las facultades de Comunicación. *Periodistas locales* les permitirá conocer los contornos de la profesión cuando se desarrolla fuera de los grandes centros periodísticos.

Si alguien sigue pensando todavía hoy que el periodismo es una profesión de mitos, nada como leer con detenimiento el trabajo de Ana Tamarit para abrir los ojos a una nueva realidad.

Dra. Chelo Sánchez Serrano
csanchezse@upsa.es

Celuloide en llamas. El cine estadounidense tras el 11-S

Miguel Ángel Huerta
Floriano

Madrid, Notorious ediciones, 2006,
237 pp.

El gran hallazgo de la obra que nos ocupa reside, precisamente, en advertir que se puede hablar de un cine posterior al 11 S que nace condicionado temática, narrativa, estética e industrialmente, por la situación política y social impuesta en Estados Unidos tras los brutales atentados cometidos al sur de Manhattan. La obra de Huerta eleva así el Cine a la categoría de medio de comunicación con mayúsculas, dejando muy claro que la ficción que fabrica no es más que una reflexión deformada de la realidad que nos circunda. Por ello, el ataque a las Torres Gemelas fue, además de una masacre, un ejercicio de terror mediático cuyas repercusiones se han hecho notar en la industria audiovisual más poderosa del mundo.

Partiendo de esta premisa, *Celuloide en llamas* se puede leer como un ensayo sobre el cine y la política actual norteamericana que analiza, con rigor académico y agilidad periodística, las tensas relaciones establecidas entre el gobierno de Bush y las *majors* norteamericanas a la hora de pactar la imagen del país, todavía sangrante, que la fá-

brica de sueños iba a exportar a todo el mundo en tan delicada circunstancia.

Una excelente primera parte desgrana cómo, por parte de la industria, se trató de eliminar de las producciones que se preparaban cualquier discurso o imagen capaz de acrecentar el trauma instalado en la población tras el ataque terrorista, arrastrando al sector a una crisis de identidad de contenidos. Simultáneamente, se analiza el papel jugado por la administración política en su deseo de contar con la industria del celuloide para la construcción mediática de una supuesta "guerra contra el terror", lo que provocó la división de los profesionales en dos facciones bien diferenciadas: el incendiario discurso antigubernamental de Michael Moore cuando recibió el Oscar por *Bowling for Columbine* (2002) generó en la platea pitos y aplausos repartidos, cristalizando una imagen ilustrativa de la dicotomía trasladada al gremio.

Como acertadamente señala el autor, lo que está en juego en el tenso clima de toma de posiciones es la eterna dialéctica libertad/seguridad instaurada en la opinión pública tras el ataque al corazón de Nueva York. El cine, sin duda, no podía ser ajeno a la misma.

Por este motivo, la segunda parte del libro se dedica, con profusión documental y profundidad analítica, a establecer bloques temáticos que muestran las distintas opciones de representación ejercidas por títulos concre-

tos en sus explícitas y, en ocasiones inconscientes, referencias a las secuelas dejadas por el feroz ataque terrorista.

Una primera hornada agrupa filmes documentales, abiertamente dispuestos a ejercer una actitud crítica en lo referente a la visión del país que se proyectaba desde los centros de poder; como demostró *Fahrenheit 9/11* (Michael Moore, 2004) y su denuncia de las turbias relaciones establecidas entre la Administración norteamericana y Arabia Saudí. También, desde la ficción, un puñado de películas ha mostrado una mirada descontenta frente a las actuaciones gubernamentales: *Buenas noches y buena suerte* (*Good Night and Good Luck*, George Clooney, 2005), plantea un duelo entre la política y el periodismo que confiere a la caza de brujas ejercida por el senador McCarthy un aire de actualidad; y *Syriana* (Stephen Gaghan, 2005), por su parte, denuncia la trama de intereses políticos y corrupción condensada en Oriente Medio.

En oposición al activismo cinematográfico, el autor localiza otras cintas como refugio de la exaltación de la ideología conservadora y el patriotismo exacerbado en forma de entusiasmas proclamas militaristas. Tal es el caso de filmes como *Daño colateral* (*Collateral Damage*, Andrew Davis, 2002), que exorcizaba un clima de terrorismo equiparable al del 11 S a través de un final feliz, recurriendo a la evasión genérica como vía de catarsis; o *Pánico Nuclear* (*The Sum of all Fears*, Phil Alden

Robinson, 2002) esforzado ejercicio de construcción de una imagen ágil y moderna para el Departamento de Defensa norteamericano (al que se le brinda una publicidad gratuita a cambio de su 'generosa' colaboración en la producción).

Otras historias manufacturadas en Hollywood se afanan -como acertadamente advierte Huerta- en reforzar la identidad del pueblo americano, recuperando temas como la conquista de su territorio. Por ejemplo, una película disfrazada de cine de aventuras como *La leyenda del zorro* (*The Legend of Zorro*, Martin Campbell, 2005) traza una epopeya en torno a la incorporación de California como nuevo estado de la Unión, en la que las ansias de justicia social, la misión heroica como designio divino, y la defensa de la familia se constituyen en mimbres propagandísticos del alma americana. También aparecen nuevos temas directamente relacionados con la acción balsámica del gobierno en los atentados, como la mitificación del cuerpo de bomberos estadounidense que refiere *Brigada 49* (*Ladder 49*, Jay Russell, 2004), en la que se dibuja una clara apología del sacrificio.

El siguiente bloque de filmes desmenuzados en esta revisión del cine realizado bajo las cenizas del *World Trade Center*, se fija en la recuperación de géneros tradicionales como estrategia para reflejar los miedos infiltrados en la afectada población del primer mundo. Así, el *thriller*, la ciencia ficción y el terror

experimentan un repunte de títulos que vomitan narraciones centradas en futuribles apocalípticos, conspiraciones políticas, o preocupaciones irracionales que -al calor de los acontecimientos- cobran nuevos matices. Por ejemplo, el miedo a volar es tratado en dos filmes contemporáneos: *Vuelo nocturno* (*Red-Eye*, Wes Craven, 2005) y *Plan de vuelo: desaparecida* (*Flightplan*, Robert Schwentke, 2005). La mejor metáfora cinematográfica que explica los mecanismos del miedo irracional, -acertadamente subrayada por la incisiva mirada de Miguel Ángel Huerta- es *El bosque* (*The Village*, M. Night Shyamalan, 2004), un filme que presenta una comunidad (¿Estados Unidos?) unida por la dictadura del temor a lo desconocido.

De forma más minuciosa, *Celuloide en llamas* toma el caso de Steven Spielberg como uno de los directores más influido por los sucesos de la zona cero. Así, un espléndido análisis de su última filmografía plantea cómo en *La Terminal* (*The Terminal*, 2004) se intenta justificar que una América edulcorada cierre sus fronteras al extranjero como medida de seguridad ante posibles amenazas; o bien cómo *Minority Report* (2001) genera un debate sobre la represión preventiva frente al delito; *La guerra de los mundos* (*The war of worlds*, 2005), por su parte, puede ser leída como un remake en clave metafórica de la destrucción total terrorista; y *Munich* (2006) como un canto a la diplomacia como única vía de resolución de los conflictos inmersos en una espiral de violencia interminable.

Un último capítulo nos descubre un buen número de dramas que, como *La última noche* (25th hour, Spike Lee, 2002) proyectan una visión desencantada, pesimista y crítica con el clima social reinante en el Nueva York posterior al 11 S.

Nos encontramos, en síntesis, con la primera obra imprescindible para acercarse al estudio del cine contemporáneo desde la perspectiva que le ata a la realidad que proyecta. Ágil, amena, rigurosa, y poco dada a tomar partido por los hechos que refiere, constituye un trabajo esencial en el ámbito de la investigación cinematográfica de los estudios de comunicación.

Dr. Pedro Sangro Colón
psangroco@upsa.es

Medios de comunicación y religión en España. Una investigación sobre el estado de la comunicación mediática Iglesia-sociedad

Fernando Vidal (Dir.), Luis González-Carvajal, Izaskun Sáez, Anabella Barroso, Juan Iglesias Martínez y Juan María González-Anleo

Madrid, SM, 2006, 286 pp.

El objetivo de este libro es "identificar la opinión que los actores implicados en la comunicación Iglesia-sociedad tienen de la valoración de la situación y cuáles son las fortalezas, debilidades, oportunidades y necesidades de mejora que se abren en dicha situación" (p. 77).

En la primera parte el profesor Vidal realiza un personal, meditado, profundo y extenso análisis de la sociedad actual. En su opinión, la Iglesia debe comprender y asimilar las nuevas claves del siglo XXI para comunicar su mensaje, ya que ésta es una de sus principales misiones. Imposible resumir ese denso capítulo, pero valga como botón de muestra una de sus tesis, según la cual "sentido, iconos y narraciones son las tres grandes categorías de la cultura, los tres hechos que organizan el contenido de la cultura y por lo tanto deben organizar la comuni-

cación de una Iglesia" (p. 68). Apuesta por una comunicación mediática comunitaria o solidaria, sapencial y democratizadora, basada en la escucha dialógica y no en la comunicación unidireccional.

Habrà quien critique a esta parte, y no sin raz3n, la falta de aparato cr3tico que refrende sus tesis. Ahora bien, si se toma este apartado como un ensayo de autor, entonces el lector no tendrà mäs remedio que admitir que està ante una de las mejores reflexiones sobre el estado actual de la sociedad, así como de los retos que la Iglesia tiene para comunicar en la misma, ya que no s3lo analiza y diagnostica, sino que tambi3n propone soluciones, por lo que en s3 mismo se justifica la compra de este libro. Recomiendo su lectura, aunque no sea imprescindible para abordar la segunda parte del libro.

En la segunda parte, que conforma el grueso de la obra, el profesor Vidal sistematiza y analiza las entrevistas semi-estructuradas realizadas a un amplio y variado grupo de personas especializadas en el mundo de la comunicaci3n religiosa (53 Ss). Su exposici3n està continua y justificadamente acompaãada por extractos de las declaraciones (las cuales son an3nimas).

Como adelanto de lo que el lector encontrarà en esta obra paso a exponer una pequeãa muestra de sus resultados. Se cree que la Iglesia està escasa e injustamente tratada en los medios. En parte se debe a que ella misma no sabe comunicarse con los

medios. Por otro lado, existen prejuicios muy arraigados desde algunos medios y personas, así como falta de preparaci3n de los periodistas encargados de esta secci3n cada vez menos valorada. Ademàs, hay que tener en cuenta que suele ser noticiable lo pol3mico, el sensacionalismo, y no lo cotidiano.

Se percibe que la visi3n que se da de la Iglesia es poco plural, y ademàs se centra en aspectos muy concretos (p. ej., el tema de la sexualidad, preservativos...). Los entrevistados creen que en gran medida "la Iglesia reacciona enrocándose herm3ticamente" (p. 85) y con discursos defensivos y de reproche.

Se percibe que mientras el Vaticano realiza un excelente trabajo con los medios, en Espaãa la Iglesia no està a ese nivel, aunque s3 haya mejorado en los últimos tiempos.

Bastantes de las personas que trabajan en medios religiosos perciben que la Jerarquía eclesiástica no asume la pluralidad de visiones, y esto se refleja en la autocensura de muchos profesionales.

La Iglesia debe esforzarse en encontrar una voz inteligible en la opini3n p3blica, que domine en el lenguaje de los medios, así como de la sociedad actual, por lo que deber3a priorizar mäs una comunicaci3n narrativa, hist3rica, experiencial, mäs sencilla, directa y clara.

En la tercera parte se exponen "dos lecturas del estado de la presencia mediática de la Iglesia". En la primera,

y tomando como eje principal del discurso el constructo identidad, las profesoras Barroso y Sáez reflexionan acertadamente acerca del creyente actual que ha recluso a la esfera de lo íntimo su religiosidad, de tal forma que “decir en público soy católico es como salir del armario” (p. 250). Incluyen un análisis crítico desde el género que a mi entender es necesario para comprender una Iglesia que mayoritariamente está formada y sustentada en mujeres.

En la segunda lectura, el profesor González-Carvajal realiza un recorrido histórico para una teología de la comunicación, para después analizar la situación actual del binomio Iglesia-comunicación.

Por último me gustaría realizar una serie de anotaciones para el lector que se aproxime a este estudio que tiene grandes fortalezas y alguna debilidad (que para nada lo cuestiona). La investigación es de las denominadas cualitativas y el tratamiento de las respuestas es el típico del análisis de contenido, y como tal debe ser juzgado. La muestra es muy buena, por extensa y variabilidad, ya que en este tipo de estudios lo importante es recoger las respuestas más variadas posibles y no tanto el conocer en qué porcentaje se dan las mismas en la población. Ahora bien, en un contexto de divulgación de una investigación, se echa de menos que se hubieran hecho explícitos por un lado, el guión de la entrevista semi-estructurada, así como la justificación por ob-

jetivos de la misma; y por otro lado, las categorías utilizadas para el análisis, así como su operacionalización. Respecto al análisis de contenido, quizás la utilización de los actuales programas (p. ej., Nudist) hubiera permitido sacar alguna conclusión más, sobre todo con cruces de categorías.

Respecto al análisis teórico, es sin lugar a dudas donde es difícil justificar la total ausencia de teorías de la comunicación, en especial las cercanas al campo de la opinión pública y de la teoría de la información (gate-keeper, agenda setting, espiral del silencio...).

Una última anotación: después de la publicación los autores y personas clave relacionadas con la religión y los medios se reunieron para compartir ideas. Es sin lugar a dudas esta orientación la que hace que se puedan mejorar las cosas; es un ejemplo de cómo la universidad y sus investigadores pueden estar al servicio de la sociedad. En resumen, estamos ante un novedoso, necesario, laborioso y magnífico trabajo, no sólo por su contenido y rigor científico, sino por su espíritu de servicio.

Dr. José David Urchaga Litago
jdurchagali@upsa.es

Televisión, valores y adolescencia

Yolanda Montero Rivero

Barcelona, Gedisa, 2006, 220 pp.

La profunda inquietud personal de la autora de este libro coincide con la de muchos padres y educadores que ven en la televisión un competidor desigual a la hora de educar.

Es indudable que la formación de los adolescentes no se realiza sólo en la familia y en la escuela; tampoco sólo en las asociaciones, iglesias o instituciones a las que pueda pertenecer; y ni siquiera basta con añadir a la lista de transmisores de valores a los amigos y compañeros: las muchas horas que los adolescentes pasan delante del televisor despliegan una capacidad de socialización primordial entre los más jóvenes. “¿Cómo se puede competir en la transmisión de valores con un medio tan seductor como la televisión?”.

El clima de interés e inquietud por parte de los educadores se alimenta con las experiencias de unos y otros, con las intuiciones y constataciones ante el fenómeno televisivo y su influencia educadora. De forma especial provocan interrogantes los procesos de imitación ante los héroes televisivos con quienes los adolescentes pueden identificarse. Y, cómo no, el lugar estrella lo ocupan aquellos personajes de su misma edad que viven en la

pantalla situaciones reales o soñadas en las que proyectar deseos, frustraciones, miedos, ilusiones, dudas...

Esto es lo que decimos y discutimos a base de intuición y observación quienes nos movemos en torno al fenómeno pero, ¿son así las cosas? ¿Qué dicen los expertos? ¿Qué opinan los que saben de comunicación, los que analizan los mensajes audiovisuales, los que estudian los comportamientos? ¿Qué datos aportan los investigadores?

Curiosamente, ante esta cuestión de sumo interés y plena actualidad, son escasos los estudios rigurosos acerca de los valores que transmite la televisión a los adolescentes.

A esa carencia responde este libro. Nacido a partir de una brillante tesis doctoral, la obra *Televisión, valores y adolescentes*, publicada por Gedisa, recoge la parte de la investigación que responde de forma más directa a los debates del ámbito académico y de la opinión pública en torno al tema que nos ocupa, ya que “la televisión realiza una función socializadora fundamental mediante el entretenimiento, porque son los programas de entretenimiento, y en especial los espacios de ficción, los que concitan a muchos espectadores, y de modo particular a los adolescentes, a mirar la televisión”.

Dividido en cuatro capítulos, el libro se centra, en primer lugar, en la televisión como agente de socialización, en su potencia y eficacia socializadora a

través de los relatos de ficción y en el serial televisivo como transmisor de valores.

El segundo capítulo se ocupa del adolescente como objeto de socialización, teniendo en cuenta la etapa que atraviesa en su desarrollo, en la formación de su identidad y en la adquisición de valores.

El capítulo tercero recoge los principales estudios de percepción que se han realizado en torno a los adolescentes y los seriales televisivos, el estado de la cuestión -con especial atención a las motivaciones, a la percepción social y a la identidad- y los principales hallazgos de estos estudios.

El capítulo cuarto, por fin, supone la mayor aportación de este libro a la investigación, al menos desde el punto de vista empírico. En él se recoge, de forma sintética, lo fundamental de un riguroso estudio sobre la serie *Al salir de clase*, de Telecinco, que marcó toda una época en los hábitos televisivos de los adolescentes españoles. Emitida durante cinco temporadas seguidas en esa cadena, pasó después a varias redes de televisión local y canales temáticos, con lo que llegó a convertirse en un referente de la programación juvenil.

Tras la fundamentación del objeto de estudio, el planteamiento de la hipótesis de trabajo y la descripción de la metodología, este apartado analiza e interpreta los resultados de la investigación en torno a diversos ejes signifi-

cativos: la valoración de los personajes, la actitud hacia los comportamientos y hacia los consejos, la identificación, la ayuda y el realismo y las perspectivas profesionales, entre otras cuestiones.

La autora, Yolanda Montero, doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Pontificia de Salamanca y Máster en Televisión por el Schuman European Media Studies, concluye tras su investigación que “el espectador es quien dota de riqueza y profundidad a un material que, a primera vista, puede parecer poco profundo e infructuoso”, pero manifiesta la función socializadora de la televisión.

Tras la lectura del estudio, la ruptura de algunos tópicos no documentados pone de relieve la importancia de investigaciones rigurosas, como esta, para manejar datos fiables a la hora de afrontar un tema de indudable interés. Ciertamente las respuestas no son simples, porque el problema tampoco lo es. Cada adolescente expuesto a una serie de televisión protege su identidad personal y la coherencia de su sistema de valores y del de su grupo de iguales, de modo que este agente de socialización actúa de forma semejante a otros. Así, según la autora, la comprensión de los valores transmitidos no es unívoca, de modo que no hay tanta uniformidad de valores y actitudes entre los adolescentes, como en ocasiones se afirma, ante un mismo estímulo.

Al final parece ser que la televisión influye, pero no tanto. Tal vez haya entonces que preguntarse e investigar de dónde vienen los pesimismo y temores de los adultos y si, en el fondo, el contrincante, el televisor, no es tan fiero como lo pintan.

Lic. Ninfa Watt Pérez
nwattpe@upsa.es

Internet Gap

Raquel Borreguero Gómez

Salamanca, Publicaciones
Universidad Pontificia de Salamanca,
2006, 226 pp.

Hartos ya de la inmensidad de estudios que alaban de forma automática las bondades de internet, *Internet Gap la Red como factor de división social* es un respiro, una alternativa franca y reflexiva sobre los efectos que está dibujando en la sociedad el ya no tan nuevo medio. Ojo, no sólo en la sociedad simbiotizada con la red, que de esto hay mucha tinta derramada, sino de toda la sociedad.

La profesora de la Facultad de Comunicación de la UPSA adapta su trabajo de tesis doctoral en esta obra para proponernos la actualización a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) de la teoría emanada por Tichenor, Donohue y Olien en 1970 conocida en el ámbito de la teoría de la comunicación como *Knowledge Gap*.

Dicha teoría argumenta que al aumentar la circulación de la información, serán los más instruidos o los que disfrutaban de un estatus económico superior los que asimilen mejor la información, frente a personas menos instruidas o con recursos económicos inferiores, derrumbándose así la creencia inicial de que más información equivale a más de-

sarrollo y beneficios de todos los ciudadanos.

Pues bien, Borreguero postula que esta teoría se ve reflejada y en momentos, superada, en el ámbito de las TIC, y es este punto de partida el que le lleva a enunciar su fundamentada teoría, denominada *Internet Gap*.

Internet Gap se sostiene en cuatro pilares:

1) Recupera la idea básica de que las diferencias socioeconómicas y educativas se traducen en desigualdades en el acceso a la información de las nuevas redes.

2) Las habilidades comunicativas se basan ahora, con las tecnologías digitales, en el dominio de las herramientas informáticas y comprensión de entornos virtuales, por lo tanto, serán los individuos con más recursos económicos y mejor nivel educativo los que tengan ventaja en este aspecto.

3) Internet no sólo es un medio convergente en el que desembocan todos los medios de comunicación capaces de distribuir de información, sino que, además, se convierte en un nuevo espacio de construcción social, que nos sitúa ante un nuevo escenario para el pensamiento y la experimentación de la cultura.

4) Si *Knowledge Gap* parte de la premisa de que el conocimiento es una forma de construcción social, con la llega-

da de internet, no sólo el conocimiento, sino el acceso a la información para llegar a ese conocimiento, se ha convertido en una herramienta de la lucha política y económica que ha degenerado en usos propagandísticos y desinformativos muy alejados de su función social primigenia.

Sobre la base de estas afirmaciones, la profesora Borreguero analiza la existencia, la composición y las razones de ser de la Brecha Digital en términos globales, aportando un sinnúmero de esclarecedores datos y tablas sobre la penetración, uso, conexión, distribución social... y un largo etcétera que confluyen finalmente en una gran pregunta: ¿Por qué tratar de proporcionar computadoras y conexiones con internet a los países en desarrollo cuando cerca de 900 millones de personas siguen estando mal alimentadas? Tras esta pregunta se encierra uno de los epígrafes más interesantes del desarrollo teórico de esta obra que atiende al título de "propuestas de solución" y en el que se enumeran las tentativas que instituciones, gobiernos y agentes activos en general, implicados en dar respuestas al desarrollo global, han ido formulando en los últimos años para contribuir al estrechamiento de la *Divisoria Digital*. La penúltima de esas aportaciones, el portátil de la esperanza, desarrollado por el Massachusetts Institute of Technologies (MIT).

Tras el amplio desarrollo teórico que conduce a Raquel Borreguero a enunciar *Internet Gap*, no queda otra op-

ción que fundamentar la consistencia de lo afirmado con una demostración empírica. Este hecho se materializa de forma precisa y sintética en la última parte de este libro, realizando una investigación que da valor a lo aportado y que se centra de forma más notoria en los aspectos relacionados con las nuevas percepciones de la identidad y del entorno social.

La investigación se centra en la recolección de las percepciones de usuarios y no usuarios de internet, mediante metodologías cuantitativas y cualitativas, acerca de aspectos muy diversos con tres objetivos claros: valorar internet como herramienta para la comunicación y la información; relacionar la antigüedad, frecuencia y grado de satisfacción en el uso con la valoración del medio; y, comprobar la autopercepción positiva que tienen los internautas frente a la baja estima que tienen hacia los no usuarios, tanto quienes están conectados como los propios desafectos de Internet.

Las conclusiones de esta investigación cierran una obra estructurada en tres grandes partes. La primera, uno de los dos frentes teóricos, titulada “La persona y su entorno tecnológico” desarrolla la historia de la llegada de los medios digitales hasta convertirse en los protagonistas en derecho de la sociedad de la información.

La segunda parte, el sustento teórico desde donde va a nacer la aportación de esta obra se titula “El impacto de

internet desde la teoría de la comunicación” y abona el campo donde ha de germinar la teoría enunciada por la autora, *Internet Gap*, sobre el terreno del análisis de los efectos en la comunicación.

La tercera y última parte de este libro, engloba la referida investigación que precede al epílogo de la obra donde se incluyen las conclusiones finales y las futuras líneas de investigación a propósito de lo expuesto.

En definitiva, *Internet Gap*, se adentra en una disección más escrupulosa que lo habitual del fenómeno internet, al dar luz a los efectos que el medio origina sobre la sociedad, e intenta proporcionar nuevas claves para interpretar la naturaleza del hombre como ser social en este nuevo entorno artificial creado por la sociedad de la información.

Fernando Galindo Rubio
fgalindoru@upsa.es

Guión de ficción en cine

Miguel Ángel Huerta
y Pedro Sangro (Eds.)

Salamanca, Publicaciones
Universidad Pontificia de Salamanca,
2006, 200 pp.

Cada año, los editores de *Guión de ficción en cine*, Miguel Ángel Huerta y Pedro Sangro, organizan el Máster de Guión de Ficción para Televisión y Cine dentro del programa de estudios de la Universidad Pontificia de Salamanca. Durante nueve meses de cada doce desfilan por su palestra los más destacados estudiosos y profesionales de la redacción de guiones (y aledaños) de este país. La obra que ahora nos ocupa responde a la necesidad de cristalizar algunos de los contenidos vertidos en las conferencias y talleres del Máster y recopilarlos en un volumen que, más que un manual, es un libro de ruta hecho por doce autores desde doce puntos de vista. Los editores han afrontado la labor de organizar el material desde una premisa creativa: la primera parte, a la que han llamado "Planteamiento", agrupa los artículos de corte académico y teórico; la segunda, o "Nudo", recoge los textos que se vinculan a una perspectiva más industrial. Como el avisado lector deducirá, el tercer epígrafe es "Desenlace", y en él se nos explica, por boca de sus víctimas, cómo se afronta en nuestra industria la labor de ser guionista. *Guión de ficción en ci-*

ne es un libro que rezuma amor por su objeto de estudio y voluntad de asistencia a su destinatario explícito: el aspirante a guionista.

Abre el volumen el artículo "Conflicto y guión cinematográfico". En sus páginas su autor, Antonio Sánchez Escalonnilla, define y caracteriza el huidizo concepto conflicto, piedra angular que da forma y sustancia al drama, que adopta diferentes aspectos y que se ramifica por cada recoveco de su estructura. Le sigue Xavier Pérez que, con "Los argumentos universales: un instrumento para el guión", vuelve a visitar algunos de los lugares que transitara junto a Jordi Balló en ese magnífico libro titulado *La semilla inmortal*. De nuevo, Pérez muestra la conexión entre textos de distintas épocas y lugares que tienen en común el hecho de participar de un caudal de asuntos y materias primigenios de inagotable capacidad generadora. José Luis Sánchez Noriega se centra después en resolver el problema de la adaptación al cine de textos que vienen de otros lenguajes. En "Veintinueve reflexiones sobre las adaptaciones literarias para uso de guionistas", Sánchez Noriega identifica los principales escollos de esta tarea y propone rutas para sortearlos y herramientas para acabar con ellos sin perder de vista el itinerario general.

Los propios editores toman después la palabra. En tono didáctico, Pedro Sangro desmenuza, en "Cartas marcadas en la comedia cinematográfica", un modelo de construcción de come-

dia basado en el reparto de información entre personajes, guionista y espectador. En esta partida entre ignorantes y enterados (en la que los papeles se intercambian con frecuencia) el escritor cinematográfico actuaría como un auténtico tahúr; al estilo de los que se agazapan en las cantinas polvorientas del oeste americano. Allí precisamente, qué cosas, nos conduce el siguiente artículo firmado por Miguel Ángel Huerta, “La narración en el cine de Clint Eastwood: *Sin perdón* o como contar un western ejemplar”. Mezclando razón con corazón, el texto diserta sobre la figura y la obra de Eastwood abriendo una puerta hacia el estudio narrativo de *Sin Perdón*, una de sus mejores obras. Análisis y homenaje a la vez, el capítulo destila la misma pasión que el que cierra la primera parte del libro, titulado “Que la vida iba en serio (Spider-man, el héroe con pies de barro)”. Con el interés por el renacimiento del cine de superhéroes como coartada, Escobar abre el armario de los tebeos de la niñez y nos muestra un personaje complejo que se balancea más allá de los tópicos planos de sus antecesores y aterriza, en una sola secuencia, en una nueva era de los cómics (y ensancha, de paso, los horizontes dramáticos de sus jóvenes lectores).

En la segunda parte de la obra “Nudo” empiezan, como es de ley, a aparecer obstáculos y dificultades, en este caso las propias de la realidad industrial del sector cinematográfico en nuestro país. En primer lugar, Marisa

Fernández nos muestra en “El desarrollo del proyecto cinematográfico: posibilidades y retos en el mercado español” cómo son los primeros y titubeantes pasos de una película en su fase de desarrollo. Con la autoridad que le confiere ocuparse de esas tareas en el grupo Mediapro, Fernández expone de forma sencilla la realidad de ese proceso en España. Susana Herreras, que desarrolla labores equivalentes en Sogecine, ofrece en “La vida más allá de la escritura del guión” una colección de consejos dirigidos a quienes intentan hacer de la escritura de guiones una actividad remunerada.

Donde la cosa se pone realmente fea para ese prototípico lector aspirante a guionista es en el “Desenlace”, tercer acto del libro que nos ocupa. En esta parte toman la palabra quienes se dedican a escribir las historias que (tal vez) terminarán en la pantalla. El realizador y guionista Rodrigo Cortés, con “Reflexiones sobre la mentira (o nueve reflexiones, tres finales alternativos y un estrambote)”, y el guionista David Muñoz, con “Cómo vender un primer guión de cine en España (o por lo menos cómo intentarlo)”, inciden en los problemas que el guionista encontrará en su obligada peregrinación profesional por el desierto. El primero se preocupa de desmontar ciertos mitos con un tono que va desde el lirismo hasta el más íntimo horror creativo y el segundo bascula hacia un pragmatismo más constructivo y amistoso, pero ambos comparten una idea: no hay fórmulas de éxito preestablecidas para vender entradas de ci-

ne; mucho menos para vender un guión. El desconcierto se filtra también en "Los errores más frecuentes que cometemos al escribir guiones", que nos señala las curvas más peligrosas que encontraremos al escribir desde la experiencia de Ángeles González-Sinde, que además recopila las advertencias de otros guionistas. Yolanda García Serrano inyecta en esta sección una dosis de neutralidad (que no de optimismo), deja de lado desconciertos, problemas y errores y se centra en sus experiencias como constructora de comedias en "El humor beneficia seriamente la salud", repasando los resortes del humor de cada una de sus películas.

Guión de ficción en cine cumple la promesa que enuncia en su prólogo y funciona a la perfección como un equipo de supervivencia para guionistas en ciernes del que servirse en el camino hacia la ansiada profesionalidad. En él se definen bases de operaciones, se balizan caminos demasiado hollados o inhóspitos, se anuncian peligros, se proponen rutas alternativas, se ofrecen herramientas más o menos afiladas y se relatan las experiencias vividas recorriendo caminos (siempre) paralelos. Desgraciadamente, *Guión de ficción en cine* no adjunta el mapa del cofre que guarda las reglas de oro de la escritura de guiones, así que su "Desenlace" se aplaza justo hasta que el aspirante desista o, final feliz, haga realidad sus sueños.

Lic. Tomás Sánchez Hernández
tsanchezhe@upsa.es

La actividad propagandística de Walt Disney durante la Segunda Guerra Mundial

Rodolfo Vidal González

Salamanca, Publicaciones
Universidad Pontificia de Salamanca,
2006, 530 pp.

Este libro tiene su origen en un trabajo de investigación con el que el autor obtuvo su título de doctor por la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca. Hasta su publicación ha sido un texto muy solicitado por estudiosos de distintos ámbitos de las Ciencias Sociales. Me atrevo a afirmar, por tanto, que su lectura está garantizada y el éxito del libro asegurado. Rodolfo Vidal estaría muy orgulloso de esta edición, cuya coordinación ha sido realizada por su compañera periodista, y entrañable amiga, Teresa Majeroni.

Las quinientas treinta páginas de este volumen muestran, con todo rigor científico, cómo fue la actividad propagandística de Walt Disney durante la II Guerra Mundial. Se trata de un período encubierto, apenas comentado en la bibliografía norteamericana y desconocido en los escasos estudios en español. La indiferencia y perplejidad que el autor temía de los colegas se tornan en admiración por la maestría con que Vidal González descubre a un Disney al servicio de una causa. Por primera vez podemos

conocer informaciones logradas en fuentes inéditas, algunas de muy difícil acceso. Su autor viajó a EE.UU. -antes de establecer allí su última residencia- para localizar todos los documentos, películas y materiales que avalaran la hipótesis de su trabajo. Ahora los lectores podrán compartirlos.

La actividad propagandística de Walt Disney durante la II Guerra Mundial interesará a comunicadores, seguidores del cine de animación, historiadores, estudiosos del Arte, admiradores o detractores de Disney. El siglo XX no se entiende sin él y en el XXI sigue de plena actualidad. Mientras escribo esta reseña, se está celebrando en París la exposición “Érase una vez Walt Disney”. Las Galerias Nacionales del Grand Palais exploran la clarividencia del dibujante, las grandes obras del arte occidental que inspiraron sus relatos y las influencias que sus animaciones han tenido en el arte actual. Y si Disney regresó a EE.UU. llevándose de Europa más de 300 volúmenes con ilustraciones del siglo XIX y XX, Rodolfo Vidal viajó a Norteamérica con un nuevo dibujante que redescubrieron los investigadores de las Universidades de Ohio y Baltimore con quienes compartió docencia.

El atrevimiento y valentía del autor ha animado a otros a continuar la línea de investigación por él iniciada. Cada vez extraña menos ver el nombre de Disney en los textos universitarios. Estos amplían y completan aspectos abordados en el libro. Por ejemplo, en el capítulo 3, se presenta el trabajo del estudio Dis-

ney hasta la II Guerra Mundial y cómo surgió la película *Blancanieves y los siete enanitos*. Sobre esta película acaba de defenderse una tesina, en la Universidad de Salamanca, acerca de su simbolismo y estética. Está escrita por Iván del Arco y dirigida por José Carlos Brasas. Ambos tuvieron conocimiento del texto que ahora nos ocupa y se interesaron por él.

Rodolfo Vidal González trata la actividad propagandística de Disney en diez capítulos. El primero nos introduce en la obra y el segundo nos aproxima a la propaganda en el cine de animación. Los capítulos 3, 4 y 5 presentan al estudio Disney hasta la II Guerra Mundial, durante la neutralidad y tras el ataque de Pearl Harbor. El capítulo 6 aborda los efectos de la guerra. Del capítulo 7 al 10, las películas y el análisis de contenido son protagonistas. Unos anexos muy interesantes, cuya lectura recomiendo, dan paso a la bibliografía. Muchas referencias bibliográficas son auténticos tesoros descubiertos por Vidal González.

Como él mismo nos cuenta en la introducción, su trabajo fue un tanto detectivesco porque sobre la producción de Disney durante ese período bélico no se hablaba, había desaparecido o estaba fuera de acceso público. “Además -señala el autor- se justificaba el consecuente silencio añadiendo que este tema merecía un estudio aparte. Aquí está el estudio”.

Para realizarlo Rodolfo Vidal nos adentra en un novedoso análisis de las siguientes películas: *The New Spirit*, *Der*

Fuehrer's Face, Reason and Emotion, Education for Death, Victory Through Air Power, Defense Against Invasion, Hookworm, Saludos Amigos, Los tres caballeros. El exhaustivo estudio de cada una de ellas permite concluir que Walt Disney Productions hizo propaganda durante ese período bélico mundial en apoyo del Ejército de los Estados Unidos. Además empleó las técnicas y el lenguaje propios del cine de animación. Éste fue utilizado como instrumento educativo, formativo y de propaganda. Y, en tercer lugar, aunque Disney firmó determinados contratos para producir películas de propaganda, también realizó productos de propaganda por iniciativa propia para convencer a la opinión pública sobre lo que él defendía: sus ideas patrióticas, democráticas y contrarias al nazismo.

Hoy podemos afirmar que Disney nos convenció. Es una marca, un icono de la cultura popular. ¿Cómo lo logró? El propio Walt Disney nos revelaba el secreto de su éxito. Se trata de las cuatro "c": curiosidad, confianza, coraje y constancia. Las cuatro le definen y le llevaron a los primeros puestos de los cien estadounidenses más influyentes del siglo XX según la revista norteamericana *Life*. Nuestro autor también tuvo curiosidad al iniciar su trabajo, confianza en sí mismo y en quienes le animábamos a seguir investigando, coraje para enfrentarse a los múltiples obstáculos que dificultaban su trabajo y constancia para ofrecernos una novedosa visión de la propaganda durante la II Guerra Mundial. Vuelven las cuatro "c" a darnos la clave para entender por qué este libro póstumo será un

éxito. Su autor nos lo dejó con la otra "c", la del cariño.

Dra. M^a Rosa Pinto Lobo
mrpintolo@upsa.es

¿Qué son las imágenes? Interpretaciones y aplicaciones

Jorge Santiago Barnés

Salamanca, Publicaciones
Universidad Pontificia de Salamanca,
2006, 205 pp.

¿Qué son las imágenes? Interpretaciones y aplicaciones es el título de una reciente publicación que pone de relieve todos y cada uno de los aspectos de las imágenes. Con una estructura didáctica nos introduce en las características de las imágenes de forma directa para contemplar su significado desde muchos puntos de vista, pero con una sola representación iconográfica. Un paseo por la historia y los valores más determinantes de las imágenes que, en la actualidad, se han diversificado tanto, consiguiendo impregnar toda nuestra vida intelectual, social y emocional.

Desde su origen, el ser humano desarrolla los sentidos como base filogenética de supervivencia y completa destrezas presentes en su "reloj biológico" a través de la influencia del aprendizaje ambiental. Los acontecimientos vitales, los objetos, los demás seres nos aportan una información tan importante, que debemos clasificar en forma de imágenes. A ellas añadiremos la interpretación del mensaje visual o auditivo aprendiendo del mundo en el que estamos inmersos, accediendo a su conocimiento y comprensión.

Respecto a la "semiología" se han realizado trabajos en los que se hace referencia a "textos" distintos a los verbales como la pintura, la fotografía, el cine o la televisión, siendo posible conocer esas manifestaciones desde otros puntos de vista. Por ello interpretar las imágenes enriquece el mundo artístico y abre un abanico de posibilidades para saber aún más de las imágenes, sobre lo que representan y sobre los significados que adquieren con nuestra intervención cognitiva.

Como se dice en el libro, de la misma manera que hay distintos tipos de imágenes, también hay distintos tipos de interpretaciones, por ello, se constituye en una fuente de riqueza potencial los distintos aspectos y atributos que contiene una imagen.

La evolución de la imagen y su significado ha tenido que ver con la "belleza" y la "estética", corrientes diferentes con una presencia continua en la Historia del pensamiento y del arte. La estética trascendental que ha logrado enriquecer la vida humana a través de la interpretación y el sentido de la vida misma. Las imágenes nos obligan a una interpretación mental y son ellas interpretación del mundo y sus acontecimientos para dar sentido a la realidad a través de los mensajes, que al descifrar, se convierten en el añadido necesario para comprender el mundo y tal vez dar sentido a nuestra existencia.

Los soportes de la imagen han cambiado y han forzado el cambio de las

imágenes adaptándose a las nuevas formas y tecnologías. Esta realidad ha revolucionado el mundo del arte, de los negocios, de las ideas enriqueciendo con la diversidad, pero con el serio peligro de la dispersión o de la confusión de significado entre originalidad y cambio novedoso.

El mundo audiovisual en las últimas décadas ha transformado la forma de vida, la frontera de lo real y lo ficticio se ha convertido en difícil de definir. Recibimos exceso de imágenes y de información que modula nuestros gustos, opiniones y valores. Nacen nuevas formas de expresión de imágenes y se encuentran fórmulas para convencer a través de ellas. Desde su evolución histórica la imagen nos ha acompañado expresando rasgos característicos de la época y su corriente de opinión, en la actualidad se ha convertido en el rasgo principal de la “nueva era” basada en lo audiovisual y la comunicación. Desde sus diferentes formas no sólo cumplen una función expresiva, representativa, comprensiva o interpretativa de la realidad, sino también una base de refuerzo a los cambios conductuales, modos de vida y pensamiento.

Es posible que la imagen haya podido restar protagonismo a otras formas comunicativas por la facilidad con que se recibe y se procesa pero cuando se concilian el lenguaje audiovisual y el verbal la eficacia es máxima, nos resulta más fácil evocarlas y guardamos en imágenes las palabras y viceversa. Qui-

zás la simbiosis texto e imagen facilita la comunicación intencionada del Creador y también la recepción del mensaje en el espectador:

Con este título, los lectores que establezcan una relación curiosa con el libro descubrirán los aspectos más relevantes de la imagen a lo largo de su historia, de sus manifestaciones artísticas, reflejo fiel de la evolución personal del ser humano, y de los cambios sociales que influyen y a la vez son influidos decisivamente por ellas. Quizás lo que necesite la imagen como parte inherente de sus creaciones y vidas encuentre nuevas razones en el libro para seguir interpretándolas y expresándose con ellas.

Dr. Ángel Sánchez-Anguita Muñoz
ama@upsa.es

