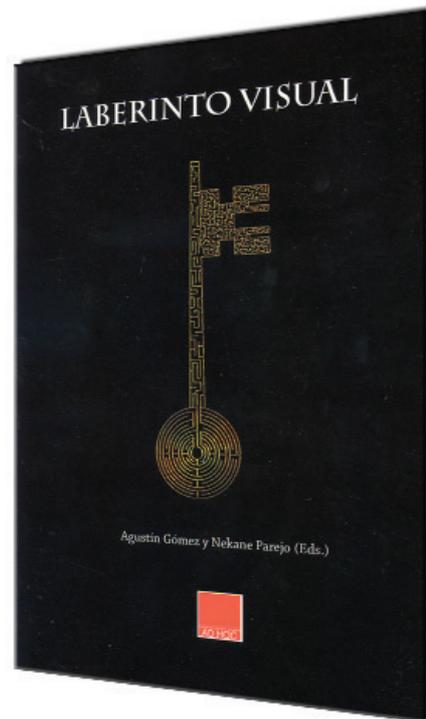


LIBROS

▼ Francisco Casado Mestre

En todos los sectores de nuestra sociedad los medios de comunicación desempeñan un papel de tal importancia, que dan respuestas a las necesidades de desarrollo de nuestro país, y contribuyen al cambio que se ha producido en nuestra sociedad en este último medio siglo, obediendo estos últimos a distintas causas y afectando a todos los órdenes de nuestra vida social; político, administrativo, cultural, social y económico. Haciéndose eco de la importancia que van adquiriendo los medios de comunicación, en las universidades españolas se crean las facultades de comunicación con el fin de formar los profesionales cualificados que gestionen estos medios. La investigación en sus principios se centraba en los fenómenos propios de la comunicación de masas, hasta llegar los puntos de vista a adoptar objetivos más amplios y diversificados, en términos conceptuales, metodológicos y de construcción de objetos de estudio como consecuencia del impacto producido en nuestra sociedad por las sucesivas corrientes que atravesaron las ciencias sociales y por supuesto la comunicación en este medio siglo. La investigación sobre la comunicación en nuestro país, como especialidad científica, tiene una historia corta e intensa, no sólo debido a los logros obtenidos, sino sobre todo al acelerado proceso de maduración que ha conseguido desde sus años iniciales hasta hoy. En este marco de estudio se inscribe este libro colectivo, concebido y editado por un grupo de investigadores de la Universidad de Málaga, donde nos ilustra sobre el contexto favorable donde se desarrollan ciertos fenómenos comunicacionales, entre los cuales podríamos mencionar la suma de la creación cultural, con la más reciente actividad de desarrollo tecnológico, así como nos recogen una serie de valiosas

contribuciones de estudiosos vinculados con otras universidades españolas. En esta publicación sus autores nos muestran el resultado de sus investigaciones como una búsqueda entre los recovecos del conocimiento. El cine, la fotografía, la música, la publicidad y la teoría de la comunicación componen este texto, no pretendiendo ser sino un reflejo de lo que es el panorama actual de este intrincado mundo, que es el visual. Por ser una de las más veteranas formas de comunicación, en este volumen se presta atención destacada al cine, gozando de mayor tradición de estudio en nuestro país; pero también incluye entre sus páginas trabajos centrados en otros fenómenos comunicacionales, podemos destacar: La quijotesca historia de un hidalgo en el cine: Orson Welles como paradigma de la compresión de un mito, de Eduardo Rodríguez Merchán y Juan A. Hernández Les; La identidad fotográfica. Amelie Poulain, de Nekane Parejo; Surrealismo y feísmo en L'Age d'or, de Pedro Poyato; El texto para contextualizar al artista del cine, de Agustín Gómez Gómez; Roles de la folclórica en el cine de la posguerra española, de Carmen Rodríguez Fuentes; El color que cuenta. La manipulación cromática de Hitchcock, de Javier Ruiz San Miguel; Influencia de la tecnología en las propuestas musicales con instrumentos electrificados de Xaime Fandiño; La fotografía de guerra el servicio del poder. Roger Fenton, de Ana Julia Gómez; Las movilizaciones de masas del franquismo. Un viaje voluntario del Kitch a la cultura basura; Medios globalitarios: un tránsito perverso desde lo público al gran negocio digital, de Tasio Camiñas Hernández; Portadas de prensa 11-S y 11-M. Información vs espectacularización, de Sonia Blanco; Dimensiones comunicativas de ferias y certámenes, de Xosé Manuel Baamonde Silva, Fermín Galindo Arranz y José Lorenzo Tomé.



Laberinto Visual; Agustín Gómez y Nekane Parejo; Málaga, Círculo de Estudios Visuales Ad Hoc, 2008; 280 páginas