

## LIBROS

M<sup>a</sup> Purificación Subirés-Mancera ▼

Afrontar el interesante y apasionante reto de hacer un análisis sobre la relación entre la cultura y los medios de comunicación en nuestra sociedad actual, desde sus múltiples vertientes (prensa, radio, televisión, Internet, cine y publicidad), constituye el principal objetivo de esta obra. Coordinada por los profesores Marcial García, Mabel López y María Jesús Ruiz, de la Universidad de Málaga y prologada por el profesor Juan Antonio García Galindo, Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de dicha Universidad, cuenta con la participación de investigadores de distintas áreas dentro del ámbito de la comunicación y la cultura, que, desde un punto de vista crítico y actual, aportan su propia visión sobre la relación existente entre ambas. En la obra colabora además el dibujante Aleix Saló, que muy oportunamente ilustra el inicio de cada uno de los distintos bloques en los que se organiza la obra, con alguna de sus hilarantes viñetas. El libro se halla estructurado en seis bloques: Internet, publicidad, televisión, cine, radio y prensa, cada uno de los cuales incluye textos de diversos autores. Y concluye con el «Manifiesto en forma de heptálogo: el sitio de la cultura en los medios de comunicación», redactado por los coordinadores de la obra -que también se reproduce en la contraportada- y que pretende servir como espacio de reflexión en torno a la relación dual que se establece entre la cultura y los medios de comunicación, mostrando las luces y las sombras, la cara y la cruz de ese vínculo: «contracultura» frente a «mercantilización de la cultura», «participación social» frente a «pasividad», y medios comprometidos, que forman, informan y hacen posible una «comunicación real», frente a medios que hacen que los ciudadanos se sientan desatendidos, manipulados o desinformados. A la vez, este manifiesto se convierte en canal de reivindicación acerca del

papel que los profesionales e investigadores del campo de la comunicación deben tener, de su compromiso por conseguir una sociedad más justa. Si nos detenemos en cada uno de los apartados que componen la obra, podemos apreciar la variedad de temas que en ella se abordan. En el bloque sobre Internet, por ejemplo, se hace un repaso a cuestiones como el cine o la publicidad en Internet, los derechos de explotación de las obras o la liberación del código fuente. En el de publicidad se abordan temas como la relación entre publicidad, consumo y placer, la presencia (o ausencia) de las mujeres en los departamentos creativos, la comunicación y gestión de valores por parte de las marcas, la publicidad social o la personalización y la conversión del usuario en protagonista del mensaje publicitario. En la sección que versa acerca de la televisión se repasan aspectos como la participación ciudadana y la cultura en dicho medio, la televisión autonómica andaluza y la difusión de la cultura, la producción de contenidos audiovisuales culturales en el ámbito aragonés a través del estudio de Aragón Televisión, o el videoclip musical en España. En el caso del cine se analiza la expansión internacional de Hollywood, lo que ha supuesto la revolución digital para la industria cinematográfica, el proceso de involución del «star system» o los lazos entre cine español y argentino. Respecto al medio radiofónico, se trata la decadencia de los programas culturales, la relación entre la radio y la cultura, su papel como medio para la participación y el cambio social o su protagonismo en la integración multicultural alemana. En el bloque destinado a prensa se estudian la presencia de la cultura en ella, el tratamiento informativo sobre el caso de Federico García Lorca y la fosa de Alfacar, las publicaciones para latinoamericanos en España o la investigación sobre cómic en la prensa popular. En resumen, la gran cantidad de temas que aborda convierte a esta obra en un interesante y ameno medio para conocer las vinculaciones entre cultura y medios, lo que hace muy recomendable su lectura, no sólo para estudiosos de la comunicación, sino para cualquier persona interesada en estas cuestiones.



**Medios de comunicación y cultura: ¿cultura a medias?; Marcial García, Mabel López y María Jesús Ruiz (Coord.); Barcelona, Los Libros de la Frontera, 2011; 286 páginas**