

estaba produciendo en el campo americano; las migraciones hacia el oeste en busca de trabajo; la pobreza extrema de los campesinos; en definitiva, el fin del modo de vida que el campesinado americano había conocido hasta esos momentos.

En la década de los años 40 es contratada por *War Relocation Authority* para fotografiar la evacuación y los campos de internamiento de los japoneses americanos del área de San Francisco durante la Segunda Guerra Mundial.

En ambos bloques se transmite la sinceridad con la que Dorothea Lange se enfrentó a sus fotografiados, y su interés de por narrar una historia personal a través de cada una de sus instantáneas, pero se aprecian las diferencias que originan su situación laboral. Las fotografías realizadas para la *Farm Security Administration* se enmarcan en un proyecto en el que prima la libertad del fotógrafo para documentar la situación del modo que le parezca más acertado, sin unas presiones que, sin embargo, son palpables en la obra generada para la *War Relocation Authority*. Las fotografías de esta segunda época provocan en el espectador la sensación de que no se han traspasado unos límites morales, que sí se superaron en la época anterior, la intuición de que hay una historia de mayores dimensiones que no se ha querido mostrar, en definitiva, la supresión del drama.

El resultado de su trabajo es un relato social de una época en la que podemos observar: la pobreza, la exclusión social, la desesperación que supone una emigración forzada, la larga espera por una ayuda alimenticia o la posibilidad de un empleo. Además, sus retratos también muestran al espectador unas historias personales que son la historia de una generación perdida. Su condición de funcionaria le facilitó acercarse a esas familias sin el rechazo que provocaría un reportero. De esta manera, las expresiones que retrata nos provocan una empatía automática con el fotografiado, que cuenta su historia sólo con su expresión, sencillamente a través de una mirada. Son rostros de cansancio, pero también de incredulidad, son personas que no consiguen explicarse cómo han llegado a esa situación, son expresiones de paciencia, de resignación, pero también de orgullo y de fuerza...una mirada límpida entre Dorotea y el fotografiado.

En una entrevista que concedió Dorothea Lange en el año 1964, el periodista comentó sobre sus fotografías “*Veo lo cerca que puede estar de ser una de esas personas, y en esa medida puedo entender el gran gusto o la atracción que siento por ellas*”. Casi 40 años más tarde, la impresión del espectador vuelve a ser la misma, la crisis actual nos ha puesto de nuevo a todos ante la cámara de Dorotea Lange.

Esperanza de Coig-O'Donnell
Audema

Convergencia de medios. Nuevos desafíos para una comunicación global

Mario Alcudia Borreguero, José María Legorburu
Hortelano y Teresa Barceló Ugarte (coords.)

CEU Ediciones

Madrid, 2012

434 pp.

ISBN: 978-84-15385-41-6

Cuando en 1922 Walter Lippmann publicó su célebre tratado *Public Opinion* planteó una línea filosófica que permitió comprender y asimilar los efectos sociales de la comunicación de masas. La mayor parte del mundo conocido por los individuos de la Sociedad de la Información, pensaba con perspicacia Lippmann, no procede de su experiencia directa o vivencial, sino del relato de la realidad que dichos individuos han recibido a través de los *Mass Media*.

La asunción de este punto de partida permitió desarrollar durante el siglo XX marcos teóricos y conceptuales que han devenido en el tratamiento científico de la Comunicación. Modelos como el paradigma de Lasswell en 1948 favorecieron el estudio sistemático de la Comunicación, que ha ocupado un espacio propio entre las Ciencias So-

ciales. A la altura de nuestro tiempo, resulta una completa frivolidad considerar a las Ciencias de la Comunicación como la cenicienta o la menor de las hermanas de dichas ciencias.

El estudio diacrónico de la Comunicación Social desemboca, inevitablemente, en la ruptura del modelo de comunicación unidireccional imperante desde principios del siglo XX. Basada en el sencillo esquema de Lasswell, la Comunicación Social se ha desarrollado como una actividad humana unidireccional. Los medios han estado controlados por un reducido grupo humano en cuyas manos, por un simple principio de la distribución del trabajo, la sociedad delegó la delicada función de valorar los acontecimientos, convertirlos en noticias, jerarquizarlos y difundirlos.

Todo ha funcionado razonablemente bien para esta industria mientras la Comunicación ha estado controlada por unos pocos. El periodismo, la publicidad comercial, las artes de la comunicación audiovisual se han profesionalizado hasta alcanzar unas cotas de eficiencia verdaderamente admirables. Y la Universidad, hay que decirlo, merece su cuota de reconocimiento al haberse comprometido a fondo en la formación de los profesionales de los medios. Por lo tanto, el nivel de perfeccionamiento alcanzado en materia de Comunicación Social al comienzo del tercer milenio es realmente asombroso.

Dicho esto, cabe preguntarse si esta línea ascendente de perfeccionamiento de la Comunicación en todas sus facetas se podrá mantener durante las próximas décadas. O si, por el contrario, hemos embarrancado en el bosque oscuro y amenazante de Internet del que tardaremos tiempo en saber cómo salir.

Los cambios de centuria y de milenio son épocas propicias para este tipo de sensaciones. La llamada Crisis de Fin de Siglo que zarandó Occidente hacia 1900 fue, en esencia, una crisis de la razón humana. El hombre se sintió amenazado por el inabarcable horizonte vital que se abría ante él gracias al desarrollo científico traído por la Segunda Revolución Industrial. Cien años más tarde, una amenaza semajante se cierne sobre el hombre del siglo

XXI: las posibilidades que la ciencia y la tecnología nos brindan abren brechas en nuestro sistema de creencias.

Internet ha arrasado con nuestro eficaz y rentable modelo de comunicación social. El terremoto es tan reciente que todavía la industria editorial, musical, cinematográfica, audiovisual, periodística, publicitaria, se lame las heridas preguntándose por qué se hunde. Mientras tanto, el cambio de mentalidad empresarial y profesional se está produciendo por la tozudez de los hechos: no se puede seguir vendiendo discos, libros, periódicos, como se vendían en los años 90. Nuestra época es distinta; no queda otra que renovarse o morir. La multiplataforma de Internet obligará más pronto que tarde a reinventar la industria de la comunicación y la cultura.

Para entender mejor este proceloso cambio de paradigma, considero muy recomendable la lectura de *Convergencia de medios. Nuevos desafíos para una comunicación global*, obra colectiva coordinada por los profesores Mario Alcudía, José María Legorburu y Teresa Barceló, todos ellos destacados profesores de la Universidad CEU San Pablo.

“En todo el mundo, la sociedad está transformándose y globalizándose, en buena medida por el avance imparable de Internet y el desarrollo de las nuevas tecnologías y de las telecomunicaciones”, explican los autores. “El sector de los medios de comunicación [...] se encuentra ante una encrucijada, para algunos autores algo así como una nueva revolución industrial, que se produce, justamente, en una coyuntura marcada de forma dramática por la crisis económica y por una sobreabundancia de oferta”.

Como se ve, la propuesta de los profesores Alcudía, Legorburu y Barceló resulta muy sugerente. Vivimos un tiempo de crisis, de cambios, de transición, y como toda época atravesada por esta circunstancia, un tiempo que merece ser vivido porque todas las puertas están abiertas y resulta impredecible el camino por el que avanzará la humanidad.

Si la propuesta de los autores parece interesante, no menor lo es el reto de tratar de explicar cómo se está produciendo la convergencia de medios. Para conseguirlo, porque el libro lo consigue, el contenido se articula en cuatro bloques, titulados, por este orden, “convergencia

redaccional”, “gestión de la convergencia en las empresas de comunicación”, “integración multiplataforma” y “distribución de contenidos”.

Como es frecuente en este tipo de publicaciones académicas, la participación de hasta 40 profesores de varias universidades y centros de investigación realza el interés de la obra. Los sucesivos capítulos van abordando el estudio de casos particulares de convergencia, por ejemplo en las redacciones de *El Mundo* y de *La Vanguardia*, así como de modelos empresariales, como *Tele 5* y *Antena 3*. Igualmente se aborda la transición de la pantalla televisiva a la “multipantalla”, asunto explorado por Henar Alonso y Ángel Bartolomé en un capítulo sobre la “pantalla única”. Tampoco se dejan de lado los temas más novedosos, como las redes sociales y el *smartphone* –soporte sobre cuyo consumo se ha especializado Teresa Barceló–, ni los temas más tradicionales, como la fotografía y el cine.

La obra nos llega de mano de la editorial universitaria CEU Ediciones y tiene su origen en el “II Congreso sobre Convergencia de Medios” celebrado en la misma Universidad en marzo de 2012. La perentoriedad de las cuestiones aquí estudiadas ha obligado a los autores a no demorar la publicación, de ahí que podamos disponer en un tiempo verdaderamente breve del contenido del mencionado Congreso, cuya calidad y relevancia quedaron garantizadas por el auspicio del grupo de investigación INCIRTV, liderado por el profesor Legorburu en el CEU.

Ignacio Blanco Alfonso
Universidad CEU san Pablo