

Revista de llibres

MORENO, I.

Narrativa audiovisual publicitaria

Barcelona: Ed. Paidós, 2003

WOLTON, D.

La otra mundialización

Barcelona: Ed. Gedisa, 2004

KATOVSKY, B.; CARLSON, T.

Embedded. The media at war in Irak, an oral history

Guilford (EUA): The Lyons Press, 2004

Si la concisió és l'ànima de l'ingeni, com deia Shakespeare, ningú seria tan enginyós com els bons publicistes, ja que són capaços de condensar en relats audiovisuals molt breus històries amb tots els atributs d'una narració. Conèixer les claus d'aquests relats per assolir l'excel·lència narrativa és l'objectiu principal d'aquest llibre. L'estudi sorgeix d'una llarga i rigorosa investigació en un camp molt fructífer professionalment, i molt abandonat científicament, que l'autor, professor de Narrativa Audiovisual Publicitària de la Universidad Complutense de Madrid recorre en totes les direccions. L'estudi presenta diversos nivells d'informació i admet també diverses possibilitats de lectura; la de l'estudiant que vol crear relats publicitaris a partir del *com* es fa i *perquè* es fa; la del publicitari que vol millorar el *com* tot aprofundint en els *perquè*s; i, a l'últim, la del lector que buscar conèixer el *com* i el *perquè* narratius per comprendre i interpretar un fenomen que està present en la seva vida quotidiana.

L'optimisme de les indústries de la comunicació pretén fer-nos veure que ja som ciutadans del món, capaços d'assimilar les herències més diverses i de confeccionar-nos una mena d'identitat de bricolatge.

Però, en realitat, som molt lluny d'aquesta pretensió cosmopolita. La informació, considerada durant molt de temps com un motor d'emancipació, es pot convertir en un factor d'incomprensió i, fins i tot, d'odi.

Quines condicions són necessàries per suportar-se millor en un món cada dia més visible, però més incomprensible? Com garantir que la revolució de les tècniques de la informació i la comunicació pugui seguir lligada a l'ideal de progrés i apropament entre els pobles? Com evitar que l'ideal d'obertura i civilització generi una repulsa cap al model occidental?

Per a Wolton, el triangle entre identitat, cultura i comunicació ha de ser el marc per a una nova aposta política mundial més enllà dels dictats de la tècnica i de l'economia. La condició necessària és la convivència cultural pacífica o "l'altra mundialització" a què ens enfrontem a inicis del segle XXI.

El llibre és una col·lecció de testimonis emocionals i altament personals de la cobertura mediàtica de la guerra de l'Iraq. Una seixantena dels corresponents de guerra més importants del món parlen sobre la vida en un camp de batalla. Hi ha descripcions sobre la por i el foc enemic, sobre coses banals i bales, sobre la mort i els terminis per lliurar un article. En el lloc dels fets, i poc després de tornar a casa, els entrevistats, dones i homes, deixen el rol de periodistes i examinen la fascinació dels reportatges sobre els combats.

Embedding té un significat especial per als corresponents més enllà de la definició limitada d'estar ficats en unitats militars americanes o britàniques. Fins i tot els *non-embedded* o reporters independents es van trobar atrapats en les rodes de la màquina propagandística militar. Per a alguns, ser un *embedded* significava literalment estar ficats al llit (*bed*) amb les tropes. Per a d'altres, va significar només 'transport de franc', i la fila zero d'un gran xou amb càrrega d'adrenalina inclosa. Individualment, ofereixen una visió única de la guerra. Col·lectivament, són un testimoni històric.

BUCKINGHAM, D.

Crece en la era de los medios electrónicos

Madrid: Ediciones Morata.

A Coruña, Fundación Paideia, 2002

FERRARI, M. (comp.)

Reporting America at War: An Oral History.

Nova York (EUA). Hyperion, 2003

Quin serà el destí dels nens i les nenes del segle XXI? Viuran cada cop més una "infantesa mediàtica" dominada per les pantalles electròniques? L'arribada de les noves tecnologies, eixamplarà més l'abisme generacional?

L'autor ofereix una visió lúcida i assequible dels canvis que, en els darrers anys, han experimentat la infantesa i l'entorn mediàtic. Rebutja els discursos que es dediquen a atemorir la població sobre la influència negativa dels mitjans, i també l'optimisme exagerat sobre les possibilitats de la "generació electrònica". En aquest procés, assenyalava els reptes que planteja la proliferació de noves tecnologies, la privatització dels mitjans de comunicació i de l'espai públic, i la polarització entre rics i pobres mediàtics. Assegura que no es pot continuar exclouent ni protegint els nens i les nenes del món adult de la violència, el mercantilisme i la política, i que fan falta noves estratègies per protegir els seus drets com a ciutadans i consumidors. Finalment, i a manera de conclusions, exposa el que anomena "els drets mediàtics dels infants".

Quin paper juguen els corresponents de guerra a l'hora de construir el sentit d'un país? Michelle Ferrari recull en aquest llibre el testimoni i les experiències dels principals reporters nord-americans que van cobrir des del desembarcament de Normandia fins a la caiguda de Saddam a l'Iraq. Des de la veu ferma d'Edward R. Murrow informant sobre la Segona Guerra Mundial, als reportatges directes de Martha Gellhorn de la Guerra Civil espanyola, a les anàlisis d'Homer Bigart i la crítica de David Halberstam al Vietnam; al treball desafiant de Chris Edges a l'Amèrica Central.

El llibre acaba amb una reflexió del premi Nobel d'Economia James Tobin sobre quines opinions hauria d'enviar a un amic destinat a l'Iraq: "els corresponents de guerra són essencials per a la democràcia" (Walter Conkrite); "la complicitat insidiosa entre els reporters de Washington i els militars" (Chris Hedges); o la columna d'Ernie Pyle, que no es va publicar fins i tot després que fos assassinat, i que descrivia "la vista antinatural de morts freds escampats als turons...morts, la promiscuïtat dels quals s'ha tornat monòtona".