

acontecimientos y de sus propias generalizaciones en lo que respecta al trabajo informativo, es decir, lo que da como presupuesto en su práctica profesional. Destaca entre estas generalizaciones las tres más importantes: *a)* las fuentes de las noticias deben tener carácter de credibilidad; *b)* los individuos situados en los lugares más altos de las jerarquías organizativas pueden ofrecer una información más directa y por tanto con más garantías de credibilidad; *c)* las instituciones tienen recursos para proteger su información de manera que cada declaración o un «sin comentarios» tiene diferente significación según sea la fuente de la que procede y del lugar que ocupa en dicha institución.

Estas generalizaciones, a la par que los procedimientos rutinarios del periodista para elaborar información, constituyen un recurso social que refuerza el *status quo*. Dan primacía a los departamentos de información de los organismos públicos y presuponen la integridad o rectitud de las instituciones y organizaciones ya legitimadas por la acción social.

2. El lector o telespectador de noticias también construye su propio significado, pero la noticia le sitúa ante un acontecimiento enmarcado, es decir, la noticia constituye un marco (GOFFMAN, 1974) que tiene capacidad para modelar las opiniones de los consumidores, al menos en lo que respecta a aquellos temas de los cuales los lectores o telespectadores poseen menos información. Para el lector, tanto como para el periodista, la noticia es un medio para «no conocer» (SMITH, 1974), es un procedimiento ideológico puesto que la actividad de enmarcar la realidad implica de antemano la selección de unos elementos sobre otros.

Así pues, en líneas generales es un

trabajo de investigación aplicada que resulta interesante e innovador en nuestro país en lo que se refiere a los estudios sobre los medios de comunicación de masas. Su interés es tanto mayor cuanto que la obra no aparece como un trabajo agotado o finalizado, sino que queda abierto a varios posibles temas para futuras investigaciones que la misma Gaye Tuchman va señalando a lo largo del libro.

M.^a D. Montero

Lorenzo Vilches, *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Paidós Comunicación, Barcelona 1985.

Que la imagen es un texto y que, por tanto, se lee, es la hipótesis capital del libro de Lorenzo Vilches.

El autor se enfrenta así a las intuiciones espontáneas sobre la imagen: la primera, que captamos las imágenes de un modo automático, cuasi-natural; la segunda, que las imágenes representan «fielmente» los objetos del mundo; la tercera, y consecuencia de las anteriores, que la imagen emana del entorno sin que el proceso de su producción influya decisivamente en su naturaleza. Para Vilches, pues, es justamente todo lo contrario: lo que interesa es descubrir la mediación cultural —y, por ende, artificial— que existe tanto en la producción como en la percepción de las imágenes y llegar de este modo más allá de la teoría del iconismo.

Sin embargo, el libro que comentamos no se queda en un mero ataque al iconismo —como ya hiciera en su momento Umberto Eco. Apunta a una teo-

ria de la imagen formulada en dos aspectos: teoría de la percepción/teoría semiótica. De aquí que la hipótesis de la lectura de la imagen se desgrane en una serie de conceptos y sistemas cuyo fin último es explicar qué hace la imagen con su receptor y qué hace éste con ella. A esto se dedican la segunda y la tercera parte del libro. Una, dando cuenta del texto visual construido a partir de la espacialidad, la escala, el contraste y el color —cuando se trata de una fotografía—, y de la secuencialidad y la temporalidad —cuando se trata de la imagen— movimiento. Otra, escudriñando el papel que juega el lector de la imagen: su relación con el destinatador/productor de la imagen, su participación activa en el proceso de percepción, y su posición ante los temas, tópicos y enfoques de la imagen. Finalmente, el libro se detiene en su tercera parte en el análisis de la imagen informativa: prensa, cine y televisión.

El balance de todo este desarrollo es muy prometedor. Destaca primero, y como elemento muy positivo, su originalidad: resulta difícil encontrar en el panorama de los estudios recientes de la imagen un texto que aplique tan concienzuda y eficazmente los desarrollos de la semiótica narrativa, la teoría de la enunciación y la pragmática a este objeto duro y difícil que es siempre la imagen —viniendo como venimos del predominio verbal. Luego queda el gran valor exploratorio del libro que en ningún caso puede considerarse como una elucubración vacía y teoricista; es, por el contrario, un paso adelante de la teoría de la imagen y de la teoría semiótica. Vale tanto por lo que deja dicho como por lo que permite —va a permitir, a buen seguro— decir en un futuro.

Dicho esto hay que considerar una cuestión que el libro de Vilches susci-

tará en algunos ambientes generalmente autocomplacidos. Es la perplejidad y la inquietud. Perplejidad porque para algunos tratadistas de la imagen, el texto les va a resultar desconcertantemente nuevo, insospechado, justamente porque viene a quebrar ese habitual discurrir intuitivo, asistemático e «impresionista» sobre lo icónico. E inquietud porque ciertas actitudes van a quedar terriblemente en evidencia. ¿Cómo continuar escribiendo y diciendo vaguedades sobre la imagen? ¿Cómo seguir utilizando un metalenguaje deslazado e inconexo?... Porque se podrá estar o no de acuerdo con algunos de los planteamientos de Vilches, pero difícilmente se podrá rebatir su singularidad y certera toma de posición ante su campo de estudio.

El núcleo de problemas teóricos abordado en el libro que comentamos se presta a diversas lecturas: a) *histórica*, en la medida en que continuamente podemos situar el análisis de la imagen en un antes y en un después: antes de la aplicación de la teoría textual, después de ella; b) *semiótica en general*: el interés de la obra de Vilches va mucho más allá del estudio de la imagen, afecta a la teoría semiótica general y a su epistemología. Lo que pone en juego el autor es la posibilidad de extrapolar modelos semióticos —de lo verbal/textual a lo icónico— y de generalizarlos; c) *pedagógica*, puesto que pese a la relativa provisionalidad de algunas de las hipótesis avanzadas, su aprovechamiento en el campo de la educación parece incuestionable; d) *estético-profesional*, por cuanto que el libro puede resultar de enorme interés a la hora de analizar y valorar la producción y la creación de imágenes y los efectos de éstas sobre su receptor.

Son, por tanto, muchos a los que cabe recomendar este libro. Pero a

quienes realmente aprovechará es a quienes busquen la coherencia y el vigor y tengan el espíritu dispuesto a abrirse a la imaginación científica y al estudio.

J. M. Pérez Tornero

Jaume Guillaumet, *La premsa comarcal. Un model català de periodisme popular*. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Barcelona 1983.

L'autor és un actiu periodista que ha treballat en el camp de la recopilació de dades sobre la premsa comarcal, fruits de la qual dedicació han estat nombrosos articles i els llibres *La nova premsa catalana* (1975), *La premsa de les comarques gironines* (1977), i el que ara ens ocupa. En aquesta obra l'autor vol tancar un cicle de tretze anys de treball sobre les característiques de la premsa comarcal, un terme que tot i l'antigor en l'ús ha contribuït a popularitzar d'acord amb l'impuls que ha pres en la Catalunya contemporània i molt especialment en la darrera etapa del franquisme a la democràcia com a fórmula dual, tant eina d'informació com arma de combat social i lingüístic.

La premsa comarcal és un llarg estudi, amb capítols coneguts com els publicats anteriorment a *Arrel* o la mateixa *Anàlisi*, dividit en tres parts, llibres anomena l'autor, que s'ocupen de la premsa comarcal a nivell definitori, històric, etc., de la premsa comarcal analitzada comarca per comarca en el llibre segon i els censos, elaborats pel mateix Guillaumet o altres com la Dipu-

tació de Barcelona, en el llibre tercer. Particularment suggerent és la part inicial on s'analitzen qüestions metodològiques com la periodicitat, la tipologia, la llengua..., en un intent de clarificació i definició dels principals trets específics de la premsa comarcal catalana. La manca de bibliografia històrica sobre la premsa comarcal catalana fa que Guillaumet hagi de basar la seva fonamentació històrica de la premsa comarcal en la coneguda *Història de la premsa catalana*, de Joan Torrent i Rafael Tasis, que, com és sabut, no pren en consideració les publicacions fetes a Catalunya en llengua castellana. En aquest sentit la manca d'obres de recopilació fa que no pugui analitzar-se com cal la incidència de la premsa comarcal que en llengua castellana ha tingut en la segona meitat del XIX una vitalitat extraordinària, d'«El Joven Vallense» de Valls a «La Montaña» de Manresa, passant per «El Ampurdanés» de Figueres, quan la premsa en català era residual i de vida efímera com «La Pàtria Catalana» de Valls, «L'Escut Igualadí» o «L'Esparvè» de Badalona, i serà en l'apartat de la premsa sota el franquisme, que l'autor coneix per referències directes de la seva vida professional com a cap de la secció de comarques al «Tele-Exprés», que el treball excel·leix partint dels seus treballs publicats anteriorment. En aquest apartat inclou mapes, taules, i especial relleu mereix el treball de sistematització estadística que interrelaciona el consum de premsa a nivell comarcal amb unes conclusions ben útils al nivell de quantificar la incidència d'aquesta premsa de tanta importància en la vida social, cultural i política de Catalunya.

En el llibre segon s'analitzen, per regions, les comarques del Principat, tot fent menció dels precedents històrics, dels títols més coneguts de la premsa