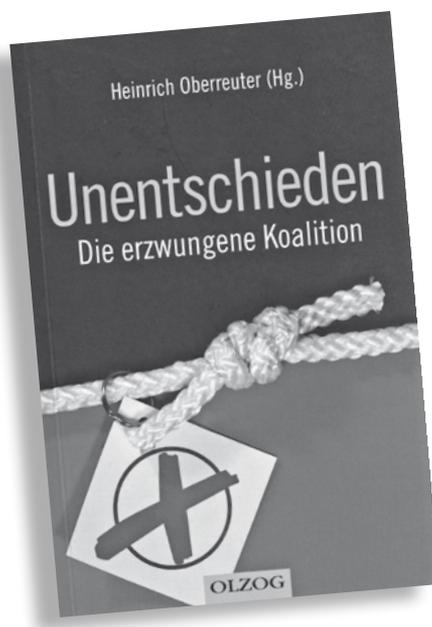


actitudes que definen las posturas de los autores y las industrias del cine y repensando las estrategias temáticas y discursivas de las producciones más actuales, con el fin de develar la existencia paradójica de una producción que se enfrenta a un mundo igualmente ambiguo. Lo verdadero y lo falso, lo banal y lo íntimo, la transparencia y la (auto) reflexividad, la realidad y la militancia, la historia, la memoria, la ecología, la democracia y el mercado, son temas que marcan esta reflexión y nos dan a entender que no nos encontramos frente a un fenómeno homogéneo, que acepta de buena gana los discursos abiertos tanto como aquellos francamente contradictorios. Lejos de la estandarización de antaño, la hipermodernidad privilegia un cine “a la carta”.

La tercera parte del libro, aquella que termina por justificar su título, tiene como tema todas las pantallas del mundo. Bajo la noción de pantalla global, Lipovetsky y Serroy intentan una taxonomía de los distintos formatos que alumbran el cotidiano hipermoderno: la televisión (en su variedad programática), la publicidad (en diversos soportes), la información (asociada a varias formas de transmisión), la videovigilancia, los videojuegos, los videoclips, el videoarte y el arte digital, constituyen los terminales de la pantallización del mundo. Vistos como hijos bastardos del cine, prevalece la lógica de la cinevisión, de la inevitabilidad de su presencia en el entorno y del fenómeno como respuesta autogeneradora a una sociedad personalizada.

Lejos de su desaparición, el cine, sostiene sus autores, bajo nuevas estrategias y formas de consumo, sigue presente: “Los tiempos, sin duda, han cambiado, pero en un mundo que se ha vuelto hipermediático, el papel social del séptimo arte, en contra de lo que a veces se afirma, no está de ningún modo en declive”. Por fin, una última idea, que termina por articular el discurso del libro, es que el cine no sólo construye una percepción del mundo, sino que, “en un sentido más radical, produciendo la realidad”.

Por Udo Jacobsen Camus



Unentschieden - Die erzwungene Koalition

(Indecisos, una coalición forzada)

Heinrich Oberreuter (editor)

(Verlag Olzog, München, Alemania, 2009) [En alemán]

Enfrentados a nuevas elecciones generales en Alemania en septiembre de 2009, historiadores, científicos políticos y comunicadores políticos se han apresurado en ofrecer análisis académicos sobre las estrategias electorales y comunicacionales y sobre las coberturas periodísticas pasadas que iluminen el tiempo de campaña que ya empezó y el próximo proceso electoral.

Uno de los textos recién aparecidos en ese país, que recoge la contribución de 15 autores, es *Unentschieden - Die erzwungene Koalition* (Indecisos, una coalición forzada). Su editor, el profesor de ciencia política y director de la Akademie für Politische Bildung Tutzing Heinrich Oberreuter, escribe y convoca en el libro a otros renombrados expertos en el estudio de campañas, elecciones y coberturas periodísticas de estos procesos: Frank Bretts-

chneider, Wolfgang Donsbach, Christa Hategan, Richard Hilmer, Olaf Jandura, Matthias Machnig, Marcus Maurer, Patrick Moreau, Viola Neu, Oskar Niedermayer, Carsten Reinemann, Dieter Roth, Siegfried Weischenberg y Jürgen Wilke.

Los artículos remiten a la experiencia del proceso electoral alemán de 2005, que “obligó”, subrayan los autores, a la inesperada formación de la segunda gran coalición en la historia de la república federal del país. Lo describen como un hito en un largo proceso de desarrollo y se preguntan si el sistema de partidos alemán está cambiando, si están desapareciendo las formas convencionales de coalición. Fue este escenario tan inusual el que, según los analistas, va a motivar aún mucha investigación sobre las campañas políticas.

Entre los temas de discusión que involucran a los medios y que se abordan en el libro está el, según Frank Brettschneider, malogrado manejo comunicacional que significó que la propia campaña terminara destruyendo a una de las candidaturas; la pregunta acerca de quiénes fueron los verdaderos beneficiados con las coberturas mediales sobre las elecciones generales de 2005; el análisis de las impresiones de las audiencias durante los debates electorales; los resultados de un estudio comparativo de la cobertura de las elecciones en la prensa diaria alemana de referencia y tabloide realizado por el profesor del Johannes-Gutenberg-Institut für Publizistik de la Universidad de Maguncia, Jürgen Wilke; y el crítico cuestionamiento a la independencia de los periodistas germanos en un artículo del profesor de la Universidad de Hamburgo Siegfried Weischenberg.

En tiempos en que también en Chile estamos en periodo de campaña electoral, este libro ofrece buenos ejemplos de un espíritu analítico e investigativo en temas de trascendencia para la política y su tratamiento por parte de los medios de comunicación social y sus profesionales, que pueden despertar y motivar interesantes y necesarias réplicas en nuestro país.

Por María Elena Gronemeyer