



**50 imágenes para entender la comunicación en el siglo XX. Imago Mundi.**

María del Mar Ramírez Alvarado y Ángeles Martínez-García

Tirant Humanidades, Valencia, 2018

468 páginas

Reseña por Álvaro Linares Barrones

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.12>

## UN RECORRIDO VISUAL POR EL SIGLO XX A TRAVÉS DE LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

A lo largo de la historia, las imágenes han cumplido diferentes funciones expresando valores culturales propios de cada época, contribuyendo a representar ideas y creencias de la sociedad con el objetivo de recrear la realidad a través de elementos imaginarios. Las imágenes poseen un gran poder y son máquinas del tiempo que representan un contexto histórico o época determinada, es decir, sobreviven en la memoria de las personas y resumen cronológicamente a la perfección la aparición de nuevas concepciones sociales. Además, estas son el reflejo de la imaginación y de las las

expectativas y deseos de los seres humanos, y son diseños que se acaban transformando en verdaderas obras de arte.

En este volumen las imágenes han servido para comprender mejor la comunicación y su evolución a través de diferentes disciplinas que forman parte de este campo como son la fotografía, el cine, la televisión o la propaganda, entre muchas otras. En concreto, el libro presenta 50 obras seleccionadas por diversos autores que son profesores e investigadores vinculados en menor o mayor medida al mundo de la comunicación. La idea es que, a través de estas imágenes, se realice un recorrido histórico por todo el siglo XX de manera cronológica destacando un elemento significativo de la cultura visual acaecida en cada década. Se trata de un trayecto enriquecedor con el fin de entender la especificidad de las imágenes durante las distintas décadas. Este recorrido nos lleva desde las navidades de 1900, con la venta notoria en Estados Unidos de la pequeña cámara fotográfica *Brownie Camara* de George Eastman (fundador de *Kodak*), hasta el año 2000, con la aparición en pantalla del nuevo formato de entretenimiento *Big Brother* en España (desarrollado por la productora *Zeppelin*).

El análisis de las imágenes está compuesto por un mismo patrón que estudia no solo sus aspectos estéticos sino también su constitución como medios de expresión y reflejo de los cambios producidos en la sociedad. Inicialmente, las imágenes se abordan con la descripción de datos generales que engloban a la misma, como el año de publicación, el tipo de imagen que representan, los datos de interés o los motivos de la elección por parte de los autores. De manera más profunda, se desarrollan cuestiones más trascendentes como la contextualización social, política, económica, ideológica, cultural y tecnológica de las imágenes, y la identificación de referentes textuales e iconográficos. También se desarrollan otras cuestiones de relevancia y curiosidad en relación a los autores de las imágenes, a las corrientes histórico-artísticas reflejadas, o a la difusión de estas en los medios de comunicación. En general, se trata de investigar el interior de las propias imágenes señalando aspectos que van más allá de lo visual e intentando acentuar su importancia como construcciones convencionales.

Las coordinadoras, y autoras de varios capítulos, María del Mar Ramírez Alvarado y Ángeles Martínez-García, han realizado un gran esfuerzo para elegir, entre todas las posibilidades visuales, aquellas imágenes consideradas como mayores referentes de cada década. Las dividen en cinco bloques asimétricos, y cada uno de ellos contiene dos décadas de las diez que componen el siglo XX. Los tres primeros bloques están compuestos por ocho imágenes, el cuarto por diez y el último por dieciséis, por lo que los cambios comunicativos más reveladores se almacenan al final del siglo XX, donde comienza una nueva era en la que el protagonismo de la imagen es mucho más significativo. Además, en general las imágenes que constituyen cada bloque tienen una cualidad semejante entre ellas. Por ejemplo, las del primer bloque introducen el registro químico de la imagen a través de las fotografías, como las primeras pruebas comerciales

del método autocromo desarrolladas por Alfred Stieglitz (1907), o la fotografía del primer genocidio documentado con fotografías, el genocidio de los armenios (1915). En el caso de las imágenes del segundo bloque hacen alusión al desarrollo del lenguaje cinematográfico y al uso periodístico de la imagen, como se refleja por ejemplo en el fotograma de la película *El Acorazado Potemkin* (1925) de Sergei M. Eisenstein considerada una de las mejores películas de la historia del cine, o la primera portada de la revista *Life* (1936) de Margaret Bourke-White. En el tercer bloque las imágenes contienen iconos publicitarios y reflexionan sobre la figura de la mujer entre otras representaciones comunicativas de impacto, como es el caso del cartel manual acrílico y propagandístico de J. Howard Miller, *We Can Do It!* (1943), o el desarrollo de la muñeca *Barbie* (1959) considerada una representación en miniatura de la belleza y el rol de la mujer. Las imágenes del cuarto bloque se relacionan con los avances tecnológicos, con la presencia de documentos gráficos y con eventos culturales y deportivos, como por ejemplo el fotograma de la secuencia del asesinato del presidente de Estados Unidos John F. Kennedy (1963), o los pictogramas de los Juegos Olímpicos de Tokio (1964) que sirvieron como modelo para el diseño de juegos posteriores. Y por último en el quinto bloque se hace referencia a contenidos web y virales (Internet) entre otras obras que representan nuevos avances digitales y tecnológicos, como la imagen de la primera página web de la historia, la *World Wide Web* (1990), o el meme generado por ordenador *Dancing Baby* (1996).

Con todo ello, se trata de un volumen que resume a la perfección lo más característico visualmente de cada década del siglo XX. La elección de las imágenes está elaborada con precisión y especificación para mostrar en una sola mirada la importancia de la imagen en la sociedad a lo largo del siglo XX. El gran trabajo ha residido en elegir las imágenes adecuadas de cada década y de tener la capacidad de aunar, en un mismo manuscrito, obras que son consideradas grandes hitos comunicativos. Además, se refleja una selección de imágenes donde prima la heterogeneidad tanto en los campos comunicativos (cine, publicidad, fotografía, televisión, propaganda) como en la procedencia profesional y académica de los autores que han participado en el proyecto (periodismo, publicidad, comunicación audiovisual, videojuegos, historia del arte).

Por último, el libro simboliza la voz auténtica de un eje constitutivo en el que la comunicación es el núcleo principal. Además, ayuda a entender mejor la comunicación y todo aquello que ha surgido a través de ella, y a visualizar la evolución tanto tecnológica como intelectual de la sociedad. A través de las imágenes de este volumen se percibe un fiel reflejo de la construcción de la nueva y moderna cultura de masas, que hoy en día utiliza dichas imágenes para informar, justificar referencias históricas, elaborar propaganda publicitaria o política o fomentar la creación artística. Por lo tanto, se llega a un punto en este nuevo siglo en el que seleccionar una imagen relevante para representar las décadas posteriores es una tarea muy compleja.