
Eines

Understanding Religion in a Mediated Culture

Mahan, J.H. (2014). *Media, Religion and Culture. An introduction*. New York: Routledge.

An understanding of religion involves not only an appreciation of individual needs and identity but of the power and influence of old and new religious groups. Religion must be explored within a particular context because culture determines practices and uses.

Religion does not exist outside culture. And no discussion of culture can exclude media. This is the idea behind a new book that has appeared at a time when an introduction to this field has become necessary in order to establish a discipline (Media, Religion and Culture) which is no longer solely an American or Northern Europe obsession. This is the first positive aspect of this volume: interdisciplinarity and awareness of the global impact of this field.

The editor is Jeffrey H. Mahan, Professor of Ministry, Media and Culture at the Iliff School of Theology in Denver, Colorado. He has

gathered together the most important names in the field, such as Stewart M. Hoover, Heidi Campbell, David Morgan and Rachel Wagner. In this introductory book there are no contributions from scholars who write in Spanish and it has to be said that unless an effort is made to translate from Spanish into English, it will be difficult for these scholars to become part of the debate. However, the editor does not aim to be fully inclusive in his choice of co-authors, and this is clear and honest.

The book does not seem impressive in terms of size (179 pages are enough) and this is positive for an introduction. Media, Religion and Culture is the title of the book we are reviewing, and it introduces a prolific new field of research in Media Studies which is based upon the idea that religion, media and culture are in relationship with and shape each other.

In terms of structure the book has three very clearly defined sections: Part 1: Religious identity in media cultures; Part 2: Religion in the midst of change; and Part 3: Ethics and Aesthetics. If the first is most informative and well-framed, Part 3 is highly interesting when considering concepts such as Campbell's, "Koshering the Cell Phone" (p. 119) or Sophia Shafi's "Muslim Monsters" (p. 121). The Glossary of Key Terms and the Annotated biblio-

graphy at the end of the book are particularly useful, especially in an introductory book like this one.

For the non-American readers it is somewhat provocative to encounter a first chapter in an introductory book devoted to Oprah, in the sense that one could expect a general introduction to the field of Media, Religion and Culture first, and then, in the subsequent chapters, specific case studies. But this is not an obstacle and it enables rapid entry to the debate.

The central idea of the book is that the mediation of religion is responsible for the changes that religion is facing in addition to other social dimensions that must also be taken into account. Mahan deals also with the importance of practitioners' and scholars' contributions which are located in the intersection between media and religion.

Hence, one provocative idea in this book is that "traditional centers of religious authority are challenged by the contemporary media culture" (p. 20). The shift in authority is even more dramatic in the digital sphere: "Digital media are creating new spaces for religious experimentation and people and religious institutions and communities rooted in early forms of media find this challenging (p. 22).

This book also highlights the fact that "new media provide spaces where religion is practiced" (p. 55), but it is not only about spaces but also about new uses of time. Case studies, such as the Jyllands-Posten controversy over the Prophet Muhammad in 2005, provide readers with concrete examples of this intersection between media, religion and culture.

Míriam Díez Bosch

Digitizing Church

Wise, J. (2014). *The Social Church. A Theology of Digital Communication*. Chicago, Illinois: Moody Publishers.

For anyone familiar with the theoretical framework that surrounds the world of media, "The Social Church: A theology of Digital Communication" will probably not offer anything new. However, one should recognize the merit of any author who combines the disciplines of digital communication and theology. There are few authors who tackle the relationship between digital culture and Christian theology. Just recently, the book 'Cybertheology: Thinking Christianity in the Era of the Internet' by Italian Jesuit Antonio Spadaro has been in the spotlight, but new contributions on the topic are rare.

With J. Wise's background as a social media strategist, it may come as a surprise that his book is not a manual, but a solid introduction to digital communication aimed at Christian communities around the world and the Church in general. Wise thinks theologically about the digital age and how we can get to Christ in a cultural context dominated by digital media.

Digital culture permeates all of our lives, and therefore it also affects our religious experience. The line between the online and the offline is blurring as the internet changes our reality; as a tool and an environment it has transformative power and can change the way we think about the Gospel. We are in an outstanding position to capture the dawn of this new digital culture in the Church.

People live on the internet, and the internet gives them a new cultural context. In this sense, digital communication is being used to reach people where they are, and, at the same time, to connect and unite communities and local churches. This is why digital communication is centripetal and centrifugal at the same time, both private and public.

Judging by this book, Wise cannot be labeled a technophile or a technophobe; rather his ideas are in line with those who see new technologies as a strategic opportunity to spread the message of Christianity, or what he calls "Jesus' great idea." New technologies

are, in Wise, an instrument to promote the Kingdom of God.

The author would be —if we were to use one of Umberto Eco’s concepts— an ‘Integrated’ member of the digital culture, even if he sees the risks and challenges of this new digital context. He does not despise the emerging digital culture and the opportunities that arise from the use of new technologies in the field of communication, and rejects the ‘Apocalyptic’ stance.

Media culture is by its own nature fragmented, and any message risks losing some of its wealth and depth. To use a simile, writing by hand would be like using a slow cooker, whereas social networks are more like a microwave. Brevity, speed and superficiality are seen as enemies of the Christian message, but it may help us separate the wheat from the chaff, getting to the essence of what is really important.

In this new context, the Church must prepare Christian leaders and laity alike so that they can give visibility to the Gospel through this new form of digital media communication, not in a broken, fragmented way, but allowing closer network connections both in and outside the Church.

Jordi Sánchez

A “Postracial America?” Not Yet, at Least Not in the Media

Moody-Ramirez, M. and Dates, J.L. (2014). *The Obamas and Mass Media. Race, Gender, Religion and Politics*, New York: Palgrave Macmillan.

The Obamas and Mass Media. Race, Gender, Religion and Politics is a clearly written, honestly developed and straightforwardly composed

text in which its authors, Mia Moody-Ramirez, associate professor in the Department of Journalism, Public Relations and New Media at Baylor University, and Jannette Dates, Dean Emerita of the Howard University School of Communications, explore the representations of people of color through history and assess how stereotypes and frames manifest themselves in modern day US mass media. In a series of case studies they analyze how those stereotypes and frames are present in Barack Obama’s presidency of the United States. The authors themselves summarize the contents of the book as “an exploration of modern-day representations of African-Americans in the mass media with a focus on gender issues, politics, and religion, viewed through the prism of race and as these social constructs relate to the Obamas” (p. 2).

The book is organized into an introduction, six chapters and conclusions. The first chapter introduces the concepts of media framing, gate-keeping and stereotypes, and sets out how these concepts work in the perpetuation of the status quo and in the reinforcement of a dominant group’s hegemony in a society, following Gramsci’s theory. The chapter also includes a first glance at how African-Americans have been represented in film, print and television. This is widely developed in Chapter 2, dedicated to the historical stereotypes of black men, from Jim Crow to current 21st century representations; it includes a case study of how Barack Obama was depicted in traditional media during his 2008 campaign and in his first term in office. Chapter 3 presents, from a feminist theoretical point of view, how black women have been represented in the media, with a case study on the portrayal of first lady Michelle Obama by the traditional media. Chapter 4 deals with the representations of the US black minority in Advertising, Public Relations and Social Media, with a general reference to the use of My Space, Facebook and YouTube by Obama’s 2008 campaign team. Chapter 5 focuses on

network news and especially on how religious issues related to Obama have been reflected; the case analysis here focuses on two topics: the assertion that Obama is a Muslim, and his association with Chicago's controversial, vitriolic, and outspoken Reverend Jeremiah Wright. Finally, Chapter 6 is dedicated to the depiction of African-Americans in new media systems; the case study here is on how Obama has been depicted in Facebook.

As a conclusion, the authors assert that "historical stereotypes of race and gender continue in new media environments" (p. 85) and that "while mainstream media messages were balanced, vacillating between good and bad portrayals of the Obamas, messages produced by citizens often included traditional racist and sexist ideologies" (p. 86). Hence, their findings "demonstrate that historical representations of African-Americans remain strong and have an impact on their modern portrayal" (p. 87). Furthermore, they assess that the two Obama campaigns "revealed that media and society in general continue to rely on race stereotypes in their depictions of black people" (p. 88). Not an optimistic conclusion, as one can see.

The Obamas and... is mainly a book with clear educational, didactic purposes, as is revealed by the fact that each chapter includes a set of questions to help educators to work with students. Thus, professors and teachers have in its 111 pages an easily understandable textbook that constitutes a useful tool to teach the basics of the role of media in the representation of reality and specifically of the black minority in the US.

The book is also a highly worthwhile starting point for scholars interested in studying specific aspects of the representation of black people in American media: the huge number of bibliographic references is noteworthy and very helpful as a solid starting point from which to start scientific research on that topic.

Finally, it is also noticeable that *The Obamas and...* has a clear intention: Moody-Ra-

mirez and Dates want to encourage students and readers to influence the US mass communication system and improve the treatment of the black community by the media, with the ultimate goal of moving "in a more positive direction, with a strong emphasis on what brings us together, shared values, shared histories, shared aspirations for our children, etc." because unless this is done, "the divisions seem destined to deepen". For that reason the authors call on educators "to continue their efforts to keep the idea of diversity in the minds of students", to enable "the future of our country to be brighter than the past and even the present" (p. 89).

Pere Franch

Repensar el documental

Nash, K.; Hight, C.; Summerhayes, C. (2014). *New Documentary Ecologies. Emerging Platforms, Practices and Discourses*. Basingstoke, UK: Palgrave.

Ha pasado casi un siglo desde que el norteamericano Robert Flaherty exhibiera su primera obra maestra, *Nanook of the North*, en la que otorgó un nuevo sentido al término *documental* y sentó las bases de un género camaleónico, que desde entonces ha sabido adaptarse a distintos medios de exhibición, herramientas de producción y modos narrativos. En los últimos años, el tsunami digital ha puesto una vez más a prueba esa capacidad de adaptación, abriendo horizontes hacia nuevos modos de comunicación. Y una vez más, el documental parece haber superado el reto.

La envergadura de la evolución que se vislumbra en el ámbito de la comunicación hace pensar que no estamos ante un tiempo de cambio, sino ante un cambio de tiempo.

Y en este contexto, todavía efervescente, el documental ha acometido un cambio radical que lo transporta hacia terrenos más democráticos, gracias a la aparición de nuevas herramientas de producción y nuevos modos de relación entre las audiencias y los contenidos, en medio de una creciente abundancia de canales de distribución.

New Documentary Ecologies es una exploración profunda y sistemática de los diversos modos en que el documental está acometiendo lo que sus autores consideran “una revolución capturada mediante teléfonos móviles, compartida vía Facebook, Twitter y Flickr y editada con la colaboración de voluntarios” (p. 1). Este libro intenta “repensar” el documental, mediante la exploración de prácticas y discursos emergentes, que vienen a redefinir el género desde sus mismos cimientos.

Naturalmente, no resulta fácil intentar definir las coordenadas básicas de una realidad que apenas ha comenzado a surgir. Sin embargo, la inevitable falta de perspectiva no ha impedido a los autores presentar certeras reflexiones sobre el nuevo documental que los espectadores ya imaginan: “no-lineal, multimedia, interactivo, híbrido, interplataforma, convergente, virtual, inmersivo, de 360 grados, participativo, transmedia o algo distinto que todavía debe surgir” (p. 2).

Una de las mayores fortalezas de esta publicación es el destacado elenco de autores: algunos, reconocidos académicos de varios países; otros, profesionales de la producción bregados en trincheras de vanguardia. Esta diversidad en el origen geográfico y en el perfil de los autores sienta las bases de una fértil reflexión multidisciplinar, que permite contemplar distintas aristas de un asunto ciertamente complejo.

El texto se divide en tres apartados. El primero recoge diversas reflexiones teóricas, formuladas a partir de las nuevas prácticas documentales. En el documental *online* desempeña un papel destacado una serie de redes de relaciones que establecen entre los distintos agentes implicados, al igual que la capacidad

interactiva. Pues bien, a partir de estos elementos, los autores abordan la construcción de una estructura teórica que contemple las nuevas características.

El segundo apartado se centra en las nuevas prácticas y contextos de la producción documental. Cabe aquí destacar las reflexiones sobre las complejas relaciones que se establecen entre cineastas, productores, audiencias e instituciones, en torno a la producción documental, utilizando ejemplos recientes como casos de estudio. También resulta de gran interés el artículo sobre los documentales basados en la colaboración de la audiencia, que puede ir desde el envío de imágenes que el autor empleará, hasta el debate *online* sobre el asunto abordado.

El apartado final se centra en los distintos modos de relación que se establecen entre los cineastas y las audiencias, las cuales ahora pueden desempeñar un papel más activo en algunos de los procesos de producción. Estos nuevos procesos sustentan una nueva cultura documental, basada en el ciclo “filmar-editar-compartir”, que a su vez es posible gracias a nuevas herramientas informáticas, desarrolladas por personas ajenas al mundo de la producción, lo que está provocando todo un cambio de paradigma en la producción documental.

El documental ha adquirido ya una importancia crucial en el universo *online*. Baste considerar que en la actualidad más de la mitad del tráfico en internet es de vídeo, y buena parte es de documentales. Ciertamente, muchas de estas producciones se sustentan en prácticas y formas bien diferentes a las que Robert Flaherty empleó en su trabajo. De ahí que sea tan necesario construir nuevos armazones teóricos, que ayuden a entender y desarrollar esta nueva y apasionante realidad. Y por eso también resulta sumamente estimulante este sólido trabajo, que se aventura en esta nueva tierra desconocida.

Una bona invitació a la sociologia de la comunicació

Busquet, J.; Medina, A. (2013). *Invitació a la sociologia de la comunicació*. Barcelona: Editorial UOC.

A la història de la literatura de les ciències socials hi ha hagut diferents invitacions a la sociologia. Potser la més coneguda, per ser un manual iniciàtic als estudis de sociologia, és la de Peter L. Berger (1987), però també ho és la de Pierre Bourdieu i Loïc Wacquant (2005). No conec, però, cap *Invitació a la sociologia de la comunicació*, i aquest ja és un primer encert de l'obra que ressenyo aquí.

El llibre d'en Busquet i Medina està dividit en cinc capítols que podríem dibuixar com un arbre. Les arrels són els dos primers capítols, "La mirada sociològica" i "Els nous paradigmes sociològics". El tronc està format pel tercer capítol "Les teories i la recerca en comunicació", i les branques pels dos últims: "Els mitjans de comunicació, la política i l'opinió pública" i "Cultures juvenils i comunitats fans a l'era digital".

A les arrels hi trobem dos aspectes fonamentals. En primer lloc, s'hi recorden els orígens de la sociologia i dels fenòmens socials que van propiciar-ne l'aparició. La sociologia suposa una nova mirada que dóna lloc a una forma de consciència de l'individu dins de la societat. Però al mateix temps, en l'àmbit de les disciplines acadèmiques, va adquirint la seva especialitat dins de les incipients ciències socials. Aquella nova disciplina va afrontar el repte de l'estudi de la societat com una realitat objectiva i com una realitat subjectiva.

El segon capítol es planteja com respondre a aquest repte. És a dir, de la tensió entre el paradigma positivista, que fonamenta la visió objectiva de la societat, i el paradigma comprensiu, que és la base de la visió subjectiva. Però, com molt bé se'ns fa veure, no es tracta

d'una dicotomia exclouent. Així, es recorda la possibilitat de diàleg entre paradigmes i una integració d'ambdós en què les metodologies quantitativa i qualitativa es complementen. L'últim aspecte d'aquesta arrel, i no menys important, és l'anàlisi del context social actual, perquè és obvi que les ciències socials han de donar respostes als canvis socials que es van produint. Per això les noves realitats socials posen a prova permanentment la sociologia.

El tronc d'aquest arbre és de les teories de la comunicació. De nou se'ns ofereix una exposició històrica dels inicis dels estudis de comunicació fins a la actualitat. Aquest és un dels valors del text. Sense oblidar-ne els orígens, es recullen les aproximacions més actuals de la sociologia de la comunicació. La globalització, l'era de la complexitat, la societat xarxa, l'era digital són temes tractats, a les arrels, al tronc i a les branques d'aquest llibre.

Evidentment, d'aquest tronc poden sortir moltes branques, però les branques triades recullen dos aspectes ben importants i interessants. D'una banda, ens mostren els estudis sobre la opinió pública i, de l'altra, es fa una aproximació a la cultura juvenil i la cultura fan. És evident que la sociologia de la comunicació tracta més temes, com ara el de la violència als mitjans de comunicació, i els autors són experts investigadors sobre el tema. Però no estem davant d'una obra enciclopèdica, sinó d'una invitació. Una invitació només pot ser un aperitiu, un inici. No hi pot ser tot, no es pretén afartar-nos, sinó que ens ha de deixar amb ganes de més. Els fruits d'aquest arbre es recolliran després de la seva lectura, quan el lector encuriosit vulgui aprofundir en alguns dels aspectes tractats o fins i tot descobrir noves branques.

Estem davant d'una bona invitació a la sociologia de la comunicació. És un text molt clar i atractiu. Les figures que s'hi utilitzen estan ben triades, els esquemes són aclaridors, els fragments emmarcats són molt il·lustratius. A més a més, s'hi pot apreciar una voluntat

pedagògica evident. Al primer capítol ja s'hi recull una breu explicació de disset conceptes fonamentals en sociologia, i els altres capítols finalitzen amb un glossari de les paraules clau del capítol. Això permet que el lector tingui clar quines són les idees força principals del text. Finalment, la bibliografia és completa i està ben equilibrada amb obres molt recents i amb clàssics imprescindibles.

Potser caldria haver dit que no es tracta d'un arbre asiàtic, per exemple, sinó occidental. És a dir, que és una invitació a la sociologia de la comunicació occidental, amb algunes aportacions llatinoamericanes. De tota manera, implícitament, aquesta contextualització ja s'hi pot apreciar. Un cop feta aquesta puntualització, els neòfits i el professorat dels estudis de comunicació agrairan el descobriment d'aquest arbre. Però, potser, el més important de tot és la saba que l'alimenta: "Mai no podem esperar de la ciència, doncs, la seguretat del saber definitiu. La recerca d'un saber dogmàtic i d'una veritat definitiva ens poden procurar una certa tranquil·litat psicològica, però no serveixen per apropar-nos al coneixement de la realitat i són contraris al propi esperit científic" (Busquet i Medina, 2013: 15).

Referències bibliogràfiques

Berger, P.L. (1987). *Invitació a la sociologia: una perspectiva humanística*. Barcelona: Herder.

Bourdieu, P.; Wacquant, L. (2005). *Una invitació a la sociologia reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI.

Miquel Rodrigo-Alsina

Indústries culturals y polítiques de comunicació

Mastrini, G.; Bizberge, A.; De Charras, D. (eds.). (2013). *Las políticas de comunicación en el siglo XXI*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

El libro *Las políticas de comunicación en el siglo XXI* recoge los principales debates que afrontan las políticas de comunicación en la actualidad. El libro brinda sustento conceptual a los principales temas que entretienen las políticas de comunicación, al tiempo que aborda con profundidad y amplitud los cambios propiciados por la conjunción del neoliberalismo y los cambios de matriz tecnológica. Estos cambios sugieren un cambio de paradigma, para el que urge una revisión de las políticas de comunicación, cuyo eje sea la definición del bien público dentro de un contexto mundial digital, globalizado y regido por principios economicistas.

La matriz conceptual que proponen los autores para el análisis de las políticas de comunicación se aplica a modo de análisis transversal a diferentes países e industrias a lo largo del libro, lo que da como resultado un análisis global de regulaciones, políticas y actores de las industrias culturales. El contexto de innovación tecnológica funciona como telón de fondo en esta ambiciosa y completa revisión de las políticas de comunicación ante los retos del mundo actual. En esos retos que emergen del nuevo contexto mediático, el cambio de paradigma se ve incentivado por "las ambiciones de las corporaciones mediáticas y de los gobiernos para beneficiarse de las oportunidades económicas que ofrecen las tecnologías comunicacionales", afirma Mastrini (2013: 17), lo que, añade, "conlleva un reordenamiento regulatorio con criterios globales basados en un interés público redefinido para abarcar valores económicos y consumistas". En consecuencia, del análisis comparado de las políticas de comunicación que ofrece esta obra se deduce un refuerzo de la "transcendencia del factor político en la defensa del espacio público" (2013: 16).

Especial relevancia ocupa en el análisis de las políticas de comunicación el fenómeno de la convergencia tecnológica, lo que, unido a la liberalización de los mercados, influye en el diseño de las políticas de comunicación,

obstaculizando “la formulación de propuestas reguladoras frente a la concentración de poder en el sector” (2013: 18). Otro de los ejes del análisis son los cambios en las pautas de consumo y de circulación de la información, lo que, nuevamente, pone de relieve la trascendencia de los cambios de matriz tecnológica y su impacto en los mercados infocomunicacionales.

El libro se estructura en ocho capítulos, además de la introducción y las conclusiones. En el primer capítulo, Charras, Lozano y Rossi abordan la imbricada relación entre el sistema democrático y los medios de comunicación, con especial atención a los cambios que se observan al respecto en el espacio digital. A continuación, Mastrini realiza una revisión de los cambios que afrontan los servicios públicos, centrandó su análisis en el ámbito latinoamericano y en los medios de radiodifusión.

En el tercer capítulo, Mastrini, Charras y Fariña describen el vínculo entre el cambio en el modelo regulatorio de las industrias culturales y el creciente peso político de organismos internacionales de sesgo economicista, lo que propicia el avance de un mercado global para las industrias culturales. Esto lleva a los autores a una certera advertencia al preguntarse hasta qué punto es posible legislar a escala global la producción cultural (2013: 105).

En los siguientes capítulos, García Leiva centra su análisis en los cambios en las políticas de comunicación del espectro radioeléctrico y los cambios en el mercado; mientras que Califano y Baladrón abordan la regulación en internet; y, por su parte, Bizberge *et al.* analizan las políticas de comunicación en materia de televisión digital terrestre (TDT).

El análisis de dos fenómenos relacionados con los cambios en las políticas de comunicación en las distintas industrias culturales merecen estudio separado: la concentración y la propiedad intelectual. De una parte, Labate *et al.* examinan las políticas de comunicación y la concentración empresarial, desde una triple perspectiva económica, política y normativa;

y, de otra, Baranchuk *et al.* reflexionan sobre el problema de la propiedad intelectual y cómo afecta a las distintas industrias culturales.

En conclusión, una obra de referencia para el estudio de las industrias culturales y las políticas de comunicación, abordada desde un enfoque transversal, y que sitúa en el epicentro un renovado concepto del bien público dentro de un modelo digital, global y cada vez más mercantilista, lo que requiere políticas de comunicación que aborden los cambios e incertidumbres que afectan al conjunto del sistema comunicacional.

Nereida Cea

Recorregut i reflexió

Vincent, D. (2013). *Musique classique à l'écran et perception culturelle*. París: L'Harmattan.

Les investigacions a l'entorn de les relacions entre el cinema i la música ocupen ja espais considerables a les prestatgeries de les biblioteques especialitzades tant d'un art com de l'altre. I no parlem dels treballs merament divulgatius, sovint mancats de rigor historiogràfic i excessivament amanits d'apunts voluntariosament entusiastes, sinó de referències obligades per a la investigació d'aquelles relacions. Acceptem, això sí, que durant dècades, s'ha publicat molt sobre la música al cinema amb un *amateurisme* ingenu, a qui devem molt, però que ja ha exhaurit totes les vies. Per contra, i en particular a l'Estat espanyol i a bona part d'Europa —als Estats Units ja fa dècades que la cosa marxa a bon ritme—, els últims deu o quinze anys, les universitats han incentivat treballs de recerca en forma de projectes competitius, publicacions especialitzades i, sobretot, tesis doctorals. Per no parlar

d'assignatures específiques i, tímidament, de màsters i cursos de postgrau.

El que als Estats Units és una especialitat en facultats d'arts i comunicació (el *Film Scoring*) comença a ser, a Europa, un dels punts neuràlgics de la recerca en Humanitats i en Ciències de la Comunicació: en quina mesura el llenguatge musical entès des de la seva funció social interactua per a la comprensió del discurs fílmic? Quins són els processos identitaris que permeten entendre una manera de fer i d'entendre el cinema a partir de la utilització d'unes determinades composicions musicals? Quin és el paper que juga la música en mitjans com la televisió o els videojocs? En quina mesura el videoclip, de resonàncies originàriament publicitàries, ocupa avui dia un lloc en els llenguatges artístics derivats de l'audiovisual? I —és el cas que ens ocupa— com s'utilitza en pantalla l'anomenada “música clàssica” i el que se'n deriva, com per exemple l'òpera?

Aquest darrer punt és el que aborda la investigadora i professora suïssa Delphine Vincent, docent a la Universitat de Friburg i que el novembre va ser, juntament amb Lucca Zoppelli, l'organitzadora d'un congrés a l'entorn de les relacions entre Verdi i la pantalla. El llibre que comentem, de més de 330 pàgines, procedeix de fet de la seva tesi doctoral però és el resultat de recerques fetes en paral·lel a aquella tesi, i que Vincent ha presentat en diverses trobades d'investigadors en forma de col·loquis, congressos i simposis internacionals.

Vincent no amaga, al llarg de les pàgines del llibre i dels treballs precedents, el seu entusiasme per una música la denominació de la qual (“clàssica”) continua sent ambigua (o ambivalent) i que resulta incòmoda pel que fa al seu etiquetatge. No sembla que aquesta sigui, en tot cas, la preocupació primordial de l'autora del volum, que va al gra des del primer capítol per estructurar un llibre ben plantejat, planificat, escrit i defensat, amb arguments de pes, com escau a tot treball de recerca adscrit

a la universitat. És a dir, no hi ha pròpiament una voluntat (re)definidora del que etiqueta una música com a clàssica. Ignorem si aquest punt es va tenir en consideració en la tesi doctoral. En tot cas aquesta (re)definició es pot llegir, entre línies, al llarg dels capítols que integren l'obra recentment publicada per la prestigiosa editorial francesa L'Harmattan.

El concert filmat, l'òpera filmada i els videoclips ocupen les pàgines del treball de Delphine Vincent, que afegeix a tot plegat una abundant bibliografia, discografia i filmografia, a més d'un glossari de caire cinematogràfic que deixa clar que el llibre s'adreça sobretot als especialistes en música, més que no pas als estudiosos de la imatge. I és que Vincent entén la hibridació dels dos llenguatges, però accepta tàcitament el pes que un té sobre l'altre: a hores d'ara, i com el vell debat al segle XVIII a l'entorn de si “prima la musica” o “prima le parole” en el context de l'òpera, hom no acaba de saber quin és el pes específic de la música respecte de la imatge (o viceversa) en el discurs que ofereix la pantalla. Especialment aquell discurs unitari, en què el pes d'una música “clàssica” i hereva de la tradició, no pot sostreure's precisament del bagatge secular que té al darrere. I a sobre si partim de les tesis d'un Igor Stravinsky, que en la seva *Poètica musical* afirmava que la música —bo i sent expressiva— no expressava ni significava res en si mateixa. Valgui la referència al compositor rus per valorar, entre les moltes coses positives del treball de Delphine Vincent —que són la majoria—, la bibliografia abundant, variada i transversal, que tant aplega treballs específics sobre cinema com sobre música, així com dels dos llenguatges interrelacionats, amb la inclusió d'alguns dels “clàssics” sobre el tema que són referència ineludible en treballs d'aquestes característiques.

En tot cas, i per reprendre el fil, Vincent entén perfectament que el pes el du la música, que condiciona no tan sols el discurs fílmic, de resonàncies dramaturgiques, sinó també la manera i disposició del concert fil-

mat, una de les mostres més genuïnes d'una manera de traduir el discurs musical en pantalla, amb productes realitzats a l'entorn de figures il·lustres de la direcció musical com ara Herbert von Karajan i Leonard Bernstein.

Un terreny encara per explorar i sobre el qual Delphine Vincent obre una bona via per a recerques posteriors.

Jaume Radigales