

CLUB DIARIO LEVANTE

Tres universidades se unen en la publicación La colección Aldea Global analiza los peligros de la comunicación de masas

El Club Diario Levante acogía el miércoles la presentación de la colección Aldea Global, fruto de la colaboración entre las universidades de Barcelona, la de Valencia y la Jaume I de Castellón. Los libros analizan de forma multidisciplinar el fenómeno de la comunicación.

MARÍA TOMÁS

VALENCIA

«Las universidades ya no se dedican sólo a publicar tesis doctorales. Ahora hacen realidad su vocación de incidir socialmente en la creación cultural», explicaba en el Club Diario Levante el vicerrector de la Universitat de València, Juli Peretó. El era uno de los representantes de un grupo de profesores integrados en el Institut Joan Lluís Vives cuya conexión ha posibilitado la presencia editorial conjunta de títulos publicados entre las universidades de Barcelona, la de Valencia y la Jaume I de Castellón.

Al Club acudieron Vicente Salvador, catedrático de filología catalana de la Jaume I; Jordi Bèrrio, de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB; Gemma Lluch, una de las autoras y profesora de filología en Valencia, y José M. Ricarte, autor de otro libro y profesor de creatividad en Barcelona. La colección consta de cuatro libros que abordan de forma multidisciplinar el amplio tema de la comunicación.

Creatividad y comunicación persuasiva, de José M. Ricarte;

El lector model en la narrativa per a infants i joves, de Gemma Lluch; *Retòrica, informació i metàfora. Anàlisi aplicada als mitjans de comunicació de massa*, de Elvira Teruel, y *La parla com a espectacle. Estudi d'un debat televisiu*, del Cercle d'Anàlisi del Discurs. Un abanico de temas que tocan desde el periodismo hasta cuestiones de carácter sociológico, cultural o de lenguaje relacionados con la comunicación y las nuevas tecnologías de la información.

El empuje federador

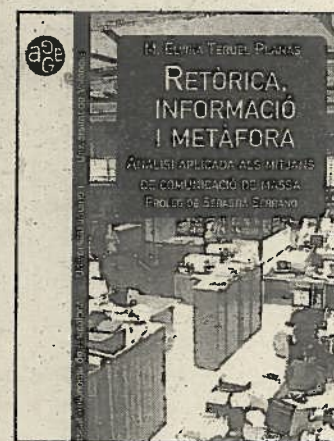
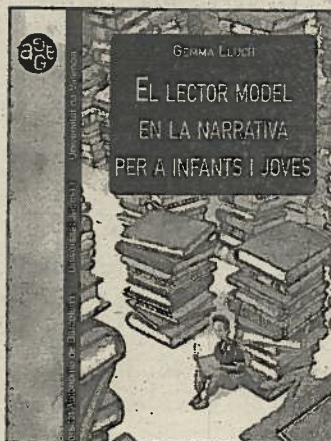
La presentación en el Club combió eficazmente el comentario de los libros con la defensa de esa autonomía universitaria en constante evaluación por parte de la sociedad. Vicente Salvador destacó el empuje federador de esta red de universidades «que permite romper el esquema de una sociedad endogámica y multiplicar los núcleos de decisión». Una política que calificó de «complicada» aunque «higiénica» y que funciona muy dinámicamente dado el carácter rotativo de la presidencia.

La colección nació con la idea de salir del ámbito cerrado de una



José M. Ricarte, Jordi Bèrrio, Vicent Salvador y Gemma Lluch, en el Club.

MANUEL MOLINES



Dos de los títulos presentados, de Gemma Lluch y Elvira Teruel.

sola institución. «Apostamos por un tratamiento no gremial» en el debate sobre la comunicación, una disciplina que proponen como asignatura transversal de los estudios universitarios.

El profesor Ricarte habla en su obra *Creatividad y comunicación persuasiva* de la capacidad de generar mecanismos para crear propuestas nuevas vinculadas, pero no exclusivamente, al mundo de la publicidad. «Comunicación y creatividad parecen términos redundantes. Pero no lo son, ahora que la historia de las ideas es la historia de la comunicación de esas ideas». Su libro analiza el pensamiento creativo desde la perspecti-

va de que comprender el proceso de creación es imprescindible para los que se interesan por la comunicación persuasiva. «Crear es pensar», decía. «Mi objetivo es la búsqueda de ideas productivas —conseguir un criterio— ya que la comunicación persuasiva transforma una actitud de indiferencia en una actitud de comportamiento. Es el logro de ese proceso de conocimiento», dijo.

Gemma Lluch explicó los contenidos de *El lector model en la narrativa per a infants i joves*, dado que la literatura para jóvenes está mediatizada para bien y para mal. Preocupada por la disimetría entre un lector adulto con competencia

cultural y uno joven, sus investigaciones le han llevado a concluir que los lectores jóvenes, si no tienen una competencia lectora, si cuentan con una competencia procedente del cine y la televisión que multiplica su potencialidad cultural. «Cualquier persona atenta a la realidad actual debe tener presente ese filtro», según Salvador.

La metáfora en la prensa

Finalmente, se presentaron los dos títulos restantes. *Retòrica, informació i metàfora*, de Elvira Teruel, en el que se estudia «el juego que la metáfora da a los titulares de prensa». Un análisis sobre las estrategias retóricas aplicadas sobre contenidos, «que son siempre los mismos pero que son filtrados por las ideologías dominantes». Y el libro *La parla com a espectacle*, un estudio lingüístico sobre el programa *La vida en un xip*, de Josep M^a Pujal, con entrevista incluida al protagonista, según Bèrrio, «creador de un registro periodístico en catalán que ha sido fenómeno comunicativo».

«Este acto tiene significación institucional», añadía el vicerrector Peretó. «Poca gente confiaba en que el instituto pasara de una reunión de rectores». Y, sin embargo, «se ha erigido en una oferta docente que ofrece movilidad para los estudiantes y una presencia editorial importante».