

## INTRODUCCIÓN

La comunicación audiovisual está marcando un nuevo ritmo a la información y a la comunicación. Se registró un paso cualitativo de la comunicación de masas a la comunicación masiva, que afecta e incide directamente en producir nuevos efectos, ya que por una parte aparece la globalización y, por otro nos sitúa en la fragmentariedad.

Para poder observar esta nueva situación nos detenemos en los nuevos signos de la comunicación, los nuevos significados y los sentidos y las direcciones que presentan los diferentes mensajes informativos. Unos y otros nos sitúan ante el pluralismo opinativo y generan procesos abiertos en la sociedad.

Discursos y argumentos; mensajes próximos y remotos; audiencias y receptores; medios y mensajes..., todo ello genera un nuevo producto y un nuevo tipo humano, donde la comunicación es soporte, es referencia y es elemento de sustentación.

Para poder comprender esta situación hemos individualizado unos marcos temáticos, que nos ayudan a profundizar en el cómo, en el por qué y en el para qué de la comunicación y la información. En este sentido, un grupo de sociólogos y periodistas han reflexionado en voz alta y han indagado desde sus respectivas claves interpretativas sobre este fenómeno de nuestro tiempo, cual es la comunicación.

En el primer estudio se trata de acercarse al análisis de la imagen desde la perspectiva dual, la del sociólogo y la del periodista, donde se presentan un enfoque fenomenológico de la imagen y de su consumo en la sociedad.

Desde la perspectiva de un sociólogo se estudia la beligerancia de la información en la vida cotidiana.

Se repasan, igualmente, desde la perspectiva de una socióloga, uno de los temas candentes de nuestro tiempo, las nuevas tecnologías: técnicas y usos sociales.

La publicidad es analizada desde la perspectiva de una socióloga en

publicidad y la vida cotidiana y, también, por un periodista, en publicidad, propaganda, prensa: una trilogía.

Se acaba este estudio desde la perspectiva sociológica con un marco sobre el consumo versus realización de la vida.

Este estudio es interdisciplinario y abarcando ámbitos temáticos específicos nos introduce en campos determinados de la comunicación de nuestro tiempo. Además, es el esfuerzo del mundo profesional y académico, por lo que hay que agradecer la aportación que desde la sociología conlleva adentrarse en los estudios de comunicación audiovisual.