

# El nuevo honoris causa de la UJI revisa a Descartes: «Me ven, luego existo»

Javier Marzal, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad, repasa la carrera de Zunzunegui y lo destaca como «ejemplo a seguir por las nuevas generaciones»

## CASTELLÓN

La Universitat Jaume I de Castellón ha investido como doctor honoris causa a Santos Zunzunegui Díez, catedrático emérito de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad del País Vasco, en un acto en el cual también se invistió a los nuevos doctores y doctoras que han realizado sus estudios e investigaciones durante el pasado curso. El catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la UJI Javier Marzal fue el encargado de pronunciar la *laudatio* en la cual hizo un repaso de la extensa trayectoria de Santos Zunzunegui, con una prolija y valiosa actividad investigadora sobre teoría de la imagen, historia y crítica cinematográfica, narrativa audiovisual o historia del cine de la cual es un «referente incuestionable y un ejemplo a seguir por las

nuevas generaciones de investigadores e investigadoras», afirmó. En esta línea, Marzal señaló como Zunzunegui ha marcado intelectualmente numerosas promociones de investigadores, docentes y profesionales de la comunicación, además de muchos ciudadanos y espectadores, y puso de relieve su «compromiso intelectual y ético con los campos de la educación y la cultura que nos marca un camino a seguir». Marzal también reivindicó en la *laudatio* «la necesidad de una mirada crítica hacia las imágenes como la que aporta el pensamiento de Zunzunegui en un contexto político, económico y social dominado por la desinformación y las fake news, así como por la mercantilización de la enseñanza, en el cual se valoran los denominados 'saberes útiles'».

A continuación, el nuevo doctor ho-

noris causa por la UJI impartió la *lectio* de su investidura en la cual reflexionó sobre el estado actual de la comunicación. Así, explicó que el mundo actual está dominado por la trealreality y el terrorismo con un principio conductor entre ambas: la exhibición publicitaria amplificada por las redes sociales. «Me ven pues existo. Todo tiene que estar a la vista. Existe una hipervisibilidad que propone un acuerdo entre el voyeurismo controlador y el exhibicionismo narcisista, dos enfermedades combinadas que definen en gran medida el momento en que nos movemos», señaló.

En esta línea, Zunzunegui también apuntó que, actualmente, no es la realidad la que fundamenta la noticia sino que es la noticia la que crea la realidad. «Los criterios de validación de la verdad o la mentira no figuran en el

campo de la comunicación. Si queremos entender la comunicación tenemos que colocarnos en un terreno exterior, el de la ética fundamentada que permita evaluar y juzgar la praxis comunicativa», subrayó el catedrático. Así, añadió que se necesita un periodismo que tenga otra aproximación a la realidad, que vuelva a pensar y que ayude a desenterrar la verdad oculta.

Para concluir, afirmó que «necesitamos una verdadera escuela del mirar que repela las imágenes prefabricadas y banales. Hay que recuperar la curiosidad y no fiarnos de las apariencias, afinar nuestra capacidad de sintonizarnos con la realidad. Para lo cual, es necesaria una auténtica educación que alimente el espíritu crítico del ciudadano y sitúe la ética en el lugar de mando, porque la ética va antes de la comunicación».