

Periodismo en Televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias

Andreu Casero Ripollés y Javier Marzal Felici (coords.)

Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

Sevilla, Salamanca, Zamora, 2011. 286 páginas.

Mientras la televisión tradicional se sumergía en el torbellino de la fragmentación y la transición a la TDT, en internet ha aparecido un nuevo modelo de consumo audiovisual. El escenario de la televisión ha cambiado en los últimos años a un ritmo frenético, como el periodismo en general, y Andreu Casero Ripollés y Javier Marzal Felici han visto la oportunidad de poner luz en este escenario mutante y coordinan un libro sobre nuevos horizontes y tendencias en el periodismo en Televisión.

Nacido de un conjunto de investigaciones surgidas del *II Congreso Internacional de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales* celebrado en la Universitat Jaume I de Castellón en 2009, el libro es una aproximación analítica y crítica a conceptos como el infoentretenimiento en el campo del periodismo audiovisual contemporáneo y aporta perspectivas novedosas sobre el presente y el futuro de la televisión.

En 15 capítulos, el libro desgrana, de la mano de Carmina Crusafón Baqués, profesora de Periodismo de la Universitat Autònoma de Barcelona, las nuevas plataformas digitales y analiza las estrategias desarrolladas por los informativos de las Networks estadounidenses (ABC, CBS y NBC), así como de cadenas temáticas como la CNN, FoxNews o MSNBC, pero además permite abrir el debate sobre los periodistas audiovisuales que permanecen inmóviles ante al periodismo multimedia móvil, de la mano de Josep Lluís Micó, de la Universitat Ramon Llull de Barcelona.

El análisis de los grupos de comunicación sirve a José Vicente García Santamaría y José Fernández Beaumont, profesores de Periodismo de la Carlos III, para dejar constancia de la continuidad de un oligopolio mutante y del debate existente en nuestro país sobre la necesidad de compaginar la lógica económica del mercado audiovisual y la imperiosa urgencia por regular la concentración de medios.

A lo largo de varios capítulos, el libro sitúa en su verdadero contexto el infoentretenimiento o la presentación de la realidad como espectáculo y pone sobre la mesa temas como la «Vida privada en al esfera pública: la intimidad de los actores políticos españoles en televisión» (Andreu Casero); si estamos asistiendo a la ascensión de una ideología global con el fenómeno del infoentretenimiento (Daya Kishan Tussu), o cuál es la visión de editores y productores de informativos sobre este fenómeno (María Soler Campillo y Javier Marzal Felici).

Se trata de una obra que se fija también en aspectos puntuales, como la información cultural en Televisión (Carmen Caffarel) o el fotoperiodismo (Josep Maria Catalá) y que no deja de lado, como no podía ser de otra manera, el estudio de las redes sociales y las audiencias (José Luis Piñuel), del que concluye que el público más joven percibe de forma natural la convergencia entre televisión, Internet y las redes.

A lo largo de 285 páginas, el lector encontrará todo lo necesario para conocer las estrategias narrativas en la información audiovisual (Francisco Javier Gómez

Tarín) y podrá empaparse de las claves por las que una audiencia cada vez más fragmentada es enganchada a ver espacios informativos gracias a la colonización de los vectores del espectáculo (Rafal Díaz Arias).

El campo del periodismo televisivo se ha ampliado, como explica Carlo Soterrino, catedrático de Periodismo de la Università di Firenze (Italia), y es necesario una reflexión por parte de los medios para evitar que el espectáculo se convierta en la esencia y no en una mera presentación de las informaciones. El libro permite hacer esa reflexión y como tal es una herramienta indispensable para alumnos, profesores y profesionales del medio.

Paloma Abejón Mendoza
Universidad Complutense de Madrid