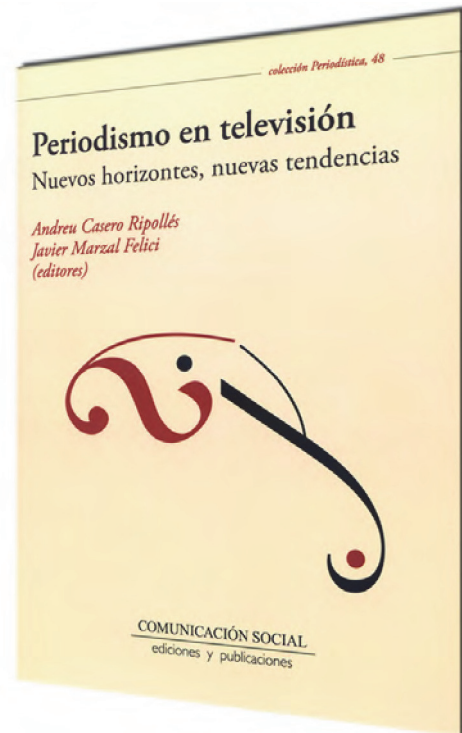


## LIBROS

Hugo Doménech-Fabregat ▼

Entre los innumerables retos a los que se enfrenta la investigación en periodismo destaca el estudio de las estrategias de espectacularización en la información televisiva. En este sentido, el presente libro colectivo toma el «infoentretenimiento» como eje de estudio para desarrollar un análisis completo que transita desde el tratamiento clásico del periodismo televisivo hasta sus actuales derivas en un escenario marcado por la globalización y los cambios constantes. Esta tendencia contemporánea ha enraizado con fuerza tanto en los contenidos informativos audiovisuales como en otras formas, géneros y formatos a través de los que se vehicula la actualidad periodística. Así, las nuevas técnicas y estilos empleados para la presentación de la información televisiva requieren una urgente redefinición de aspectos esenciales y que son los que aborda de forma solvente el presente texto: selección temática, rutinas productivas, funciones profesionales o fuentes informativas. Uno de los aspectos más destacados del texto, más allá del justificado interés y oportunidad del tema, reside en su planteamiento y enfoque. Gracias a una revisión multidisciplinar y prolija del fenómeno del infoentretenimiento se muestra una visión panorámica que aclara las implicaciones teóricas, profesionales y democráticas que establecen esta tipología de productos audiovisuales. Otra cuestión positiva que beneficia a esta ambiciosa obra colectiva es su enfoque plural, pues, a lo largo de quince capítulos, un granado elenco de académicos, expertos y profesionales de prestigio en la materia ofrecen heterogéneos resultados partiendo de líneas de investigación esenciales en el análisis de la información audiovisual. Además, cabe resaltar que «Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias» consigue conectar el estudio del infoentretenimiento en España con las investigaciones más destacadas en el panorama internacional, así como aportar las claves interpretativas que permiten vislumbrar los efectos, tanto positivos como negativos, de la utilización de técnicas cercanas al espectáculo y que inciden directamente sobre la sociedad y los profesionales del periodismo. Como plantean en la introducción los propios editores del libro, Andreu Casero Ripollés y Javier Marzal Felici, el objetivo prioritario de este estudio es «analizar cómo cristalizan las estrategias de espectacularización de la información televisiva desde una perspectiva interdisciplinar, mediante el análisis de la forma y el contenido de las noticias, de los programas y géneros informativos para televisión, incidiendo en el estudio de los aspectos discursivos, sociológicos, económicos, organizativos y tecnológicos que determinan la peculiar configuración de este tipo de productos audiovisuales» (pp. 11-12). El resultado es a todas luces satisfactorio, y el compendio de artículos desarrollado por los diferentes autores alcanza el reto de mostrar una radiografía desde el presente que posibilita la interpretación del futuro del periodismo en televisión. Así, por ejemplo, encontramos desde textos que nos permiten una aproximación conceptual al ámbito televisivo, hasta otros que tratan cuestiones formales y de enunciación en su discurso. Por otra parte, también localizamos artículos específicos en relación al contexto estructural en el que se desarrolla el fenómeno del infoentretenimiento en el medio televisivo u otros que se centran en el análisis de las nuevas audiencias, los grupos de comunicación españoles o bien redefinen la figura del profesional del periodismo. En resumen, *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias* es una obra que facilita la comprensión del momento actual del periodismo televisivo gracias a la articulación de una compilación de aportaciones relevantes que convierten el libro en un completo referente sobre la disciplina. Por todo ello, la lectura de esta obra es altamente recomendable para aquellos estudiantes, profesores y profesionales que quieran conocer con profundidad cómo afecta el fenómeno del infoentretenimiento al periodismo en televisión.



**Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias;**  
**Andreu Casero y Javier Marzal (Eds.); Zamora, Comunicación**  
**Social, 2011; 286 págs.**