

Periodismo audiovisual Información, entretenimiento y tecnología multimedia

Carles Marín Lladó
Gedisa Editorial
2006, Barcelona
192 pp.
ISBN: 8497841298



Las primeras reflexiones de este libro son de todo un maestro de la radio y televisión informativa y deportiva, por herencia genética, y por el reconocimiento profesional de toda una vida dedicada a la profesión. Matías Prats es el icono del periodismo audiovisual para generaciones pasadas y presentes, y, de momento, seguramente futuras, de estudiantes de comunicación. En el prólogo destaca la relevancia de esta obra a la hora de detenerse su autor, Carles Marín, en poner sobre el papel el desempeño de la labor periodística del periodismo audiovisual. Señala que ha recogido “lo urgente sin perder de vista lo importante” (p. 16) en lo que se refiere a géneros y formatos afianzados en el siglo XX y desarrollados en el XXI. El manual se editó en 2006 y, transcurrida más de una década, hay conceptos e ideas relacionadas con la práctica periodística que siguen vigentes, aunque, quizás lo que sí ha cambiado el protagonismo que las redes sociales han impuesto a los medios (tanto a la radio como a la televisión) y la impronta necesidad de la verificación de información para poder combatir, desde el punto de vista periodístico, a las temidas *fake news*.

El manual realiza un recorrido histórico por el germen del medio por excelencia, como es la radio, que ha sabido mantenerse en primera línea gracias también al formato pódcast, y de la televisión como medios de comunicación. Destacar la referencia a cómo surge la profesionalización de la radio desde 1930

con la telefonía sin hilos y cómo se delimitaron los contenidos de este nuevo medio basados en tres pilares que aún persisten: “informar, promover la cultura y entretener” (p. 25) A la hora de mostrar los orígenes de la televisión, el autor se retrotrae a la técnica de la *phototelegrafía* que “consistía en la proyección de una imagen física a distancia sin movimiento” (p. 29) y diferencia las etapas de la televisión mecánica y electrónica.

En cuanto a la televisión como medio, es interesante cómo refleja las tres etapas hasta llegar a una regularización de los servicios informativos que parte de un medio de comunicación británico “el primer noticiario lo puso en antena la BBC el 4 de enero de 1948” (p. 35) Desde entonces se ha recorrido un largo camino y los servicios informativos en televisión siguen evolucionando hacia un horizonte vinculado con lo que se muestra en internet, y el contenido de las redes sociales son ahora otro pilar importante a la hora de promocionar y difundir contenidos.

En este sentido, el autor prefiere no poner fecha de caducidad a la conclusión de esa revolución tecnológica que, incluso, incluye con la graña de interrogantes en el propio enunciado. (p. 38) Es un documento histórico, en cuanto a que muestra un recorrido por la televisión en nuestro país y, en concreto, del Telediario. Además del contenido teórico enfocado a los

géneros radiofónicos y televisivos, a los que ya actualmente se viene denominando formatos por su constante evolución, y que diferencia según sean unipersonales (noticia y reportaje) o interpersonales (noticia dialogada, crónica de alcance, o debate entre otros) hay una clasificación que tiene más que ver con la tipología de programas radiofónicos y televisivos según su funcionalidad. Está referida a la información, persuasión, formación y el entretenimiento. Y es que imperan como medios de democratización. “La radio y la televisión han conseguido penetrar, gracias a las nuevas técnicas, en todas las clases sociales que conformar un país, convirtiéndose en un referente de entretenimiento, y, sobre todo, de información por su credibilidad e inmediatez” (p. 50)

En cuanto al lenguaje audiovisual, se revisa cómo se ha pasado a un vocabulario que pretende acabar con eufemismos obligados del pasado, tanto en radio como en televisión, y de cómo se facilita la visión al espectador a través de la aparición

de rótulos que le ayudan a poder comprender mejor la información. Una manera de comunicar que también ha heredado de la televisión informativa una red social como es Instagram donde el formato vídeo, en muchas ocasiones, aparece acompañado por esta técnica que hace referencia a la “pedagogía de la escritura” (p. 105).

En este libro se detallan, además ejemplos de cómo se desarrolla la labor periodística en lo referente a la organización y a los contenidos de un informativo de *RNE* y de ‘Noticias’ *Antena 3*, así como del formato magacín televisivo y radiofónico con un estudio de caso del ‘El Programa de Ana Rosa’ y ‘A Vivir que son dos días’ de la *Cadena SER*. Un contenido práctico que, en su esencia, vincula a la obra con la base experiencial de esta profesión periodística audiovisual.

Esther Cervera Barriga
Universidad CEU San Pablo