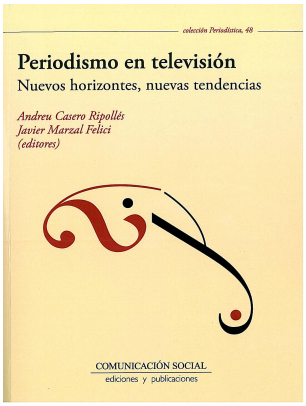
La hibridación de contenidos informativos. El auge del ‘infoentretenimiento’ televisivo

POR **PABLO LÓPEZ RABADÁN**



Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias

Andreu Casero Ripollés y Javier Marzal Felici (Eds.)

Sevilla; Salamanca; Zamora: Comunicación Social Ediciones y Comunicaciones, 2011, 286 p.

ISBN (edición impresa): 978-84-92860-77-7
ISBN (edición electrónica): 978-84-92860-78-4

Tras décadas de profunda transformación del sector, el estudio del periodismo televisivo sigue siendo un ámbito de notable relevancia y actualidad investigadora. Por una parte, los programas de los servicios informativos se mantienen como un contenido central dentro de las parrillas, directamente vinculados a la imagen de marca de las cadenas gracias a su capacidad de influencia sobre la audiencia y otros medios de comunicación. Y por otra, los profundos cambios experimentados en sus contenidos y presentación formal demandan una revisión actualizada de sus principales características.

En este sentido, el presente el libro, coordinado por los profesores Andreu Casero y Javier Marzal, profundiza en el análisis del ‘infoentretenimiento’ como objeto de estudio especialmente

Fundación Telefónica

Telefónica

significativo para entender la evolución y el futuro de la televisión. Y lo hace apostando por una perspectiva panorámica que revisa las diferentes implicaciones teóricas, sociales, profesionales, empresariales y democráticas del fenómeno.

La importancia de una mirada panorámica del fenómeno

En sentido amplio, el 'infoentretenimiento' se ha consolidado como una tendencia profesional que a partir de una equilibrada proporción entre datos informativos, vocación de entretenimiento y presencia de elementos espectaculares, ha logrado consolidarse como un patrón profesional muy generalizado en la televisión contemporánea. En parte, el éxito del concepto se debe a su perfecta adaptación al contexto mediático y político actual, caracterizado por la sobreabundancia de información, la fuerte competencia de Internet y una creciente necesidad de competir por la atención de públicos cada vez más fragmentados y autónomos.

Más allá de la relevancia y actualidad del objeto de estudio, un primer punto de interés del texto reside en su cumplido intento de ofrecer una revisión poliédrica y detallada de una compleja realidad como la que implica la hibridación de contenidos televisivos. En este sentido, un aspecto destacable del libro es su perspectiva plural, a lo largo de quince capítulos un variado conjunto de expertos internacionales, académicos españoles y profesionales de prestigio en el ámbito de la televisión aportan resultados novedosos sobre líneas de investigación complementarias vinculadas al fenómeno.

Así, el libro se estructura en cinco bloques bien diferenciados que analizan el impacto del 'infoentretenimiento' sobre diferentes aspectos del periodismo audiovisual contemporáneo.

Desde una perspectiva teórica, en el primer bloque se exploran las implicaciones de esta hibridación informativa en el cumplimiento o no de las funciones sociales tradicionalmente asignadas a la televisión. En concreto, autores como Enrique Bustamante, Daya K. Thussu o Carlo Sorrentino subrayan el reto que supone la expansión del 'infoentretenimiento' para el pensamiento crítico y el correcto funcionamiento de los cauces de debate democrático. Y a este respecto se plantea el desarrollo de una 'responsabilidad reflexiva' por parte de los profesionales a la hora de diferenciar claramente entre datos informativos, elementos de análisis y opinión de otros contenidos no informativos (cotilleos, creencias, etc.).

En un segundo bloque, de clara orientación práctica, se ofrece un examen minucioso de las características informativas de la 'televisión espectáculo' actual. Así, en los capítulos de Rafael Díaz Arias, María Soler y Javier Marzal, y Antonio Casado, se concretan las transformaciones experimentadas en cuestiones técnicas y organizativas relativas a las rutinas de trabajo de editores, productores y realizadores televisivos. Sobre esta cuestión se presta una especial atención a la identificación de estereotipos formales y de contenido, definidos como 'vectores de espectáculo'.

Características narrativas, implicaciones a nivel empresarial y transformaciones en las dinámicas de consumo

Fundación Telefónica
Telefónica

A partir de un análisis textual de los programas informativos, en el tercer bloque se identifican las principales características narrativas del fenómeno. En este sentido, se revisa el modelo informativo tradicional tanto de los noticiarios, en el capítulo de Francisco Javier Gómez Tarín, como de los *reality shows*, en el de Jesús González Requena. Además, este bloque se completa con una propuesta metodológica cualitativa a cargo de Andreu Casero para el estudio de la vida privada de los políticos como ingrediente muy significativo del 'infoentretenimiento' televisivo a nivel internacional.

En una cuarto bloque se revisan, desde una perspectiva empresarial, las consecuencias que ha generado la implantación generalizada del modelo de contenidos vinculado al 'infoentretenimiento' en la estructura del sistema televisivo. En concreto, autores como Carmina Crusafón, José Vicente García Santamaría y José Fernández-Beaumont, y Josep Lluís Micó, profundizan en las notables mutaciones detectadas tanto en los modelos empresariales de Estados Unidos y España como en la formación y funciones del periodista multiplataforma actual.

Y por último, el quinto bloque del libro se centra en el análisis de las transformaciones generadas por el 'infoentretenimiento' en las dinámicas de recepción y consumo televisivo. A este respecto cabe destacar la actualización de conceptos clave del fotoperiodismo planteada por Josep María Catalá, el estudio de los nuevos usos televisivos de los jóvenes, donde convergen Internet y las redes sociales, que aborda José Luis Piñuel y, por ultimo, la importancia de la televisión en la difusión cultural en el escenario de la globalización, que desarrolla Carmen Caffarel.

El 'infoentretenimiento' como nueva ideología informativa

En resumen, este libro ofrece una revisión en profundidad del panorama televisivo actual bajo el prisma de un concepto tan sugerente y complejo como es la hibridación de contenidos informativos.

Concretamente, el avance científico de este texto se materializa en una doble aportación a la investigación comunicativa en el contexto académico español y latinoamericano. Por una parte, el libro contextualiza y analiza con solvencia la importancia profesional adquirida por parte del 'infoentretenimiento'. Más que un tipo concreto de contenido, el concepto queda satisfactoriamente caracterizado a lo largo del texto como una tendencia o patrón profesional transversal que determina en mayor o menor medida todos los programas informativos. Así, esta estratégica mezcla de componentes se ha convertido en una característica imprescindible del discurso televisivo, que encontramos regularmente en todas las de cadenas, aunque sea en muy diferente proporción y estilo.

Y por otra parte, el texto ofrece una interpretación realmente ponderada y realista del fenómeno analizado. Desde un punto de vista crítico, se pone el acento en los potenciales efectos negativos que el 'infoentretenimiento' puede generar a nivel social y profesional, pero sin descalificar globalmente este tipo de hibridaciones televisivas. A partir de la revisión panorámica realizada, el texto trasmite una razonable preocupación por el avance de este tipo de contenidos, pero ofreciendo siempre claves interpretativas, no siempre negativas, para

Fundación Telefónica
Telefónica

entender los posibles escenarios de evolución al respecto.

Sin duda, todas las aportaciones comentadas hacen que *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias* se presente como un completo y actualizado punto de referencia sobre la evolución de la información televisiva, que ancla definitivamente el estudio del 'infoentretenimiento' en España y lo conecta con una muy relevante línea de investigación a nivel internacional.

Fundación Telefónica