

## *Nuevas narrativas visuales / Novas narrativas visuais*

**Valero Sancho, J. L. (Dir.). (2018).**  
(Colección CAC núm. 150).  
La Laguna: Sociedad Latina de  
Comunicación Social.

El libro «Nuevas narrativas visuales / Novas narrativas visuais» surge de dos mesas en los congresos Latina de Comunicación Social, V y IX. A raíz de la reunión de diversos investigadores internacionales sobre infografía se aprovecha la ocasión para formar un libro que aglutine las diversas perspectivas o enfoques sobre el tema en común: la infografía. Este es el valor más importante del libro, la diversidad de miradas desde posiciones distintas pero hacia un objeto común. Hay capítulos en portugués y en castellano.

Los nueve capítulos, con la colaboración de diez autores nos acercan a la infografía desde campos de conocimiento tan variados como la comunicación, el periodismo, la narrativa transmedia, la educación, la accesibilidad, la epistemología y la museología.

En el libro se describe la infografía como una forma de comunicación visual que mejora la efectividad del texto simple. En primer lugar, accedemos a un estudio sobre la narración periodística sobre la cobertura informativa en periódicos del País Vasco de los atentados de Barcelona en agosto de 2017, con referencias a la idoneidad del producto visual. A continuación, se sugiere la idoneidad de la infografía en la actividad museística, como una potente herramienta para explicar los saberes de la ciencia.

Una vez más se analiza la infografía como medio visual de síntesis en el que confluyen tradiciones culturales y contextos sociales actuales para conformar un lenguaje útil que puede trazar un nuevo camino en las comunicaciones. Sobre todo, porque se desenvuelve en medios digitales y se apoya en el Big Data y la tecnología para organizar la apariencia caótica de los datos en visualizaciones de información estructuradas y comprensibles. Somos seres visuales, se nos recuerda. Y, por tanto, una lectura de la narración visual desde la semiótica es pertinente. Cuando se abren nuevas vías de comunicación hay que atender a su código de elaboración y de lectura para acercar audiencias.

Hablando de nuevos medios y sus bondades, otro capítulo hace un análisis de las características de la infografía como lenguaje multimedia y concluye que la infografía se adapta a la perfección en el lenguaje propuesto por la tecnología en lo que se viene llamando nuevas narrativas. La organización del contenido, consustancial de la infografía, no sólo es válido en las nuevas narrativas sino que adquiere relevancia en la trama y permite estructurar la narración.

Desde la experiencia académica, pero también de la profesional, se define infografía en el sentido más amplio de narración visual. Una versión corta y directa y se extiende con otra deliciosa versión más ortodoxa académicamente y avalada por la práctica disciplinar a primer nivel. La infografía periodística, estática, que empieza a incorporarse en las redacciones hace unas cuatro décadas, ahora debe transformarse, abrirse a la tecnología para atender medios digitales y dinámicos en los que, desde el profundo conocimiento nos adelanta que el ROI en las presentaciones infográficas

(narrativas visuales) es un importante activo de negocio. Concluye el capítulo con una reflexión sobre el uso de la infografía en diferentes ámbitos y con una exposición de la producción, desde la elaboración de las mismas, que aclara y dirige al productor y al infografista.

Ciertamente, en los estudios sobre infografía, visualizaciones y otras presentaciones visuales hay todavía confusión en encontrar sus límites y, por tanto, su catalogación. Con una introducción sobre las características de visualidad y visualización se propone una clasificación atendiendo a la estructura que presentan los datos mostrados, ya sean verbales o icónicos y sean estáticas, dinámicas o interactivas. La clasificación abarca ocho características aunque nos advierten que algunas visualizaciones de datos pueden contener más de una. El intento es, pues, encomiable y se propone como una actualización de anteriores clasificaciones atendiendo esta vez al medio digital y sus posibilidades narrativas.

Una investigación en consolidación es la que evalúa la utilización de la infografía como producto para el aprendizaje de personas sordas. La accesibilidad como efecto positivo de la narrativa visual en el aprendizaje de personas sordas. Es cierto, sin embargo, que deben cumplir unas características determinadas para que sean válidas.

Se describe la hiperinfografía como la infografía evolucionada al amparo de los hipermedios. Más allá de una evolución de lo que se denominó megainfografía, en el contexto periodístico, la hiperinfografía es una narrativa que emplea recursos expresivos sofisticados en el contexto digital.

Por último, el libro nos ofrece un observatorio comparativo entre dos pe-

riodos de tiempo del uso de infografías educativas en el OCW de la Universidad del País vasco. El resultado obtenido es positivo para el uso de la infografía como soporte didáctico en el ámbito digital.

Como podemos apreciar por la variedad de propuestas de estudio, aunque el producto sea uno: la infografía como vehículo narrativo, el libro abarca un amplio abanico de puntos de vista del mismo objeto. La tónica común es la de aclarar conceptos y consolidar evidencias de un producto, la infografía, que, a tenor de las conclusiones del libro, debe mantener su estatus de narración visual y, al abrigo de la tecnología, una evolución positiva en diferentes usos y funciones.

Autores: Aitor Castañeda, Beatriz-Elena Martín Ochoa, Hernán Franco Higueta, Federico Medina Cano, Francesc Morera-Vidal, Jordi Catalá Domínguez, José Luis Valero Sancho, Mariana Lapolli, Tarsísio Vanzin, William Robson Cordeiro.

*Laura Morera-Úbeda*

Universidad Autónoma de Barcelona

## Post-Truth

*Lee McIntyre (2018)*

Cambridge, Massachusetts: MIT Press

Tal y como señaló en su día George Orwell «*el lenguaje político está diseñado para hacer que las mentiras suenen verdaderas, el asesinato parezca respetable, y para dar al viento apariencia de solidez*». En esta línea se argumenta la última obra de Lee

McIntyre, investigador en el Centro de Filosofía e Historia de la Universidad de Boston.

En Post-Truth se advierte una dura realidad. Vivimos en un momento donde la ideología se impone al razonamiento científico. Nos encontramos en un momento crucial en la historia donde las opiniones personales se convierten en hechos; un clima político altamente sesgado nos alerta que, incluso en una era claramente marcada por la abundancia tecnológica y el acceso ilimitado a la información, la verdad no es la misma para todo el mundo y se vuelve tan maleable como si de una obra de ficción se tratase.

A lo largo de sus 216 páginas el lector encontrará un texto elocuente y completo que logra hilar de manera íntegra un asunto de índole contemporánea, la cual se divide en siete capítulos.

El primer capítulo del libro afronta la difícil tarea de plantear de forma lógica y precisa los diferentes acontecimientos del devenir histórico, pasados y presentes, que han desembocado en el actual fenómeno de la posverdad. MacIntyre sostiene que «el fenómeno de la posverdad no es ni opaco ni impenetrable». No obstante, el concepto tampoco es tan simple para que pueda llegar a entenderse en una sola definición.

En el segundo capítulo, en concreto, McIntyre plantea una serie de argumentos sobre cómo el escepticismo hacia la ciencia ha llevado a cuestionar un tema tan trascendente como lo es el cambio climático, a pesar del hecho de que existe un consenso científico sobre el origen y los efectos de este fenómeno. Por lo tanto, el libro afirma que vivimos en una «era posterior a la verdad, donde los hechos alternativos reemplazan a los hechos

reales y las afirmaciones tienen más peso que la evidencia».

Una sociedad dominada por el dogma, la sabiduría convencional, la desinformación y el populismo es la que nos presenta el autor en el tercer capítulo. A pesar de que muchas de estas afirmaciones apocalípticas, seguidas de muchos términos ligados a la posverdad como el sesgo de confirmación, la disonancia cognitiva, el efecto Dunning-Kruger, etc., resulten excesivas, todas ellas se contrastan y puntualizan con explicaciones minuciosas, trabajos académicos de gran envergadura y un riguroso análisis científico que se puede encontrar a lo largo de toda la monografía.

El declive de los medios tradicionales, acompañado por el florecimiento de las redes sociales se explica de manera contundente en el cuarto capítulo. El autor desglosa de manera progresiva la historia de los medios de comunicación en EEUU el auge y caída de la prensa escrita, así como del surgimiento de los canales de noticias por suscripción como CNN y Fox News. Asimismo, McIntyre considera que uno de los mayores motivos detrás del aumento de la posverdad en internet, es el nuevo rol asumido por los medios de comunicación, que se han alejado de su línea investigativa e informativa hacia un nuevo modelo de negocio enfocado más hacia el entretenimiento y el espectáculo: la era del *clickbait*.

En el quinto capítulo McIntyre explora los efectos de las redes sociales y la propagación de noticias falsas. Según distintas observaciones realizadas por el autor, las redes sociales han empujado a la sociedad hacia la posverdad. Toda la información que fluye en línea llega al público, generalmente de manera orgánica y a través de canales verosímiles, lo que

hace que sea difícil distinguir lo que es mentira de lo que no lo es.

Para muchos usuarios/as puede incluso llegar a ser desafiante distinguir la veracidad detrás de un medio conservador o de uno liberal. Aún más preocupante es el hecho de que son los mismos usuarios/as quienes filtran y clasifican el contenido que consumen en sus redes sociales; inevitablemente esto hace que se adentren en cámaras de eco digital o *echo-chambers*; realidades paralelas donde habitan individuos que piensan de la misma manera y tienen, en general, costumbres y creencias similares.

Debido a las condiciones propiciadas por las redes sociales, los bulos se difunden prácticamente sin mayor obstáculo. Sin embargo, McIntyre apunta que ha habido una transición importante en su diseminación. Muchas noticias falsas han pasado de ser *clickbait* puro, con fines meramente económicos, a propaganda deliberadamente diseñada para alterar las ideas y comportamientos de sus consumidores/as. McIntyre menciona en este capítulo el trabajo sobre la propaganda realizado por el filósofo estadounidense Jason Stanley, al argumentar que el objetivo de la propaganda nunca ha sido, ni será, convencer a alguien de que tienes razón, sino demostrar con éxito que tienes autoridad sobre la verdad en sí misma.

En los últimos dos capítulos, se describe el despliegue actual de la posverdad como una consecuencia del posmodernismo, el movimiento filosófico que es escéptico de las nociones de la realidad objetiva. El posmodernismo, tal como lo entiende McIntyre, es un ambiguo movimiento académico que surgió de la crítica literaria de la década de 1980 y respalda el constructivismo social bajo un enfoque relativista de la realidad que coloca la dis-

tinción entre hecho y valor bajo el microscopio. Concluye el último capítulo afirmando que la posmodernidad es «el padrino de la posverdad».

Para el escritor, la posverdad no es sólo una problemática social simplemente porque algunas personas prefieren elegir el instinto o su propia opinión sobre hechos palpables, sino porque su alcance va más allá, pues su poder radica en que se utiliza para ignorar la realidad cuando esta es incómoda o altera el *statu quo*. El neologismo es claramente un sinónimo que está intencionalmente inherente a fines políticos.

En resumen, Post-Truth es un referente bibliográfico ineludible para periodistas, estudiantes, profesores/as y cualquier ciudadano/a que desee comprender a fondo el contexto socio-político de esta actual crisis epistémica.

*Orge Castellano Parra*  
Doctorando UPV/EHU

## Debates sobre valores e indicadores del servicio audiovisual público en Europa

*Sara Pérez-Seijo,*  
*Marta Rodríguez-Castro,*  
*Miguel Túñez-López*  
Cuadernos Artesanos de Comunicación /  
142 Edición Sociedad Latina de  
Comunicación Social

El abordaje del fenómeno digital ha dejado de entenderse, hace tiempo,

como una vía de producción en ese soporte para tomar carta de naturaleza como un canal con un lenguaje propio, una codificación nueva que atiende a todos los públicos, pero que también plantea retos en materia de innovación, anteriormente no identificados. Quizás la necesidad de atender de dar respuesta a demandas de la sociedad en áreas de formación, entretenimiento y las puramente informativas han dado lugar a mostrarse como un resorte de transformación cultural y estructural. Este Cuaderno Artesano de Comunicación, en 10 capítulos, revisa el concepto *Digitization first*, que supone la organización, financiación, producción y emisión de contenidos, primero en las plataformas de Internet, y no como tradicionalmente se hacía primando los sistemas tradicionales de difusión digital terrestre, cable o satélite. Esta nueva estrategia trae consigo el uso de plataformas (ya sean propias o ajenas) para contactar con la nueva audiencia.

Valentín-Alejandro Martínez-Fernández, Óscar Juanatey-Boga y Verónica Crespo-Pereira, apuestan por la necesidad de intensificar la innovación para dar la dimensión necesaria al papel de las televisiones públicas, aportando suficiencia financiera que garantice su viabilidad, con medios tecnológicos *ad hoc* y estrategia que conlleve su puesta al día, permanente. El segundo capítulo, cuyos autores son Xosé López-García, Jorge Vázquez-Herrero y Ángel Vizoso, aporta el resultado de un estudio comparativo de los libros de estilo de cinco radiotelevisiones públicas europeas de referencia, desde las vertientes del diseño, verificación, visualización de la información e inclusión social a través del lenguaje.

El servicio audiovisual público como memoria y patrimonio documental es el capítulo tercero, y en él, Mercedes Caridad Sebastián, Sara Martínez Cardama, Fátima García López y Ana María Morales García se realiza una reflexión sobre el concepto de Patrimonio audiovisual y su evolución, se abordan las principales normativas a nivel internacional, así como los diferentes modelos estatales como es el caso de Reino Unido, Francia, Holanda y España. Entre los retos que enuncian las autoras se encuentran, potenciar el rol educativo de los archivos audiovisuales y de sus profesionales, especialmente para conectar con el público joven que vive bajo el poder de las imágenes y la creación de dinámicas de trabajo más abiertas con los demás responsables del trabajo audiovisual, considerando que el archivo audiovisual no puede entenderse como el final de la cadena documental ya que los documentalistas han de trabajar de manera conjunta con creadores y productores en todas las etapas del proceso.

En el cuarto capítulo, *El servicio audiovisual público en la era de la post-emisión*, Francisco Campos aborda las estrategias y tendencias de regulación, gobernanza y financiación de la radiotelevisión pública en Europa ante la tercera década del siglo XXI. Y concluye aseverando que es preciso modificar los esquemas del siglo pasado, dado que su rigidez hace que difícilmente puedan adaptarse a la flexibilidad que exigen las nuevas formas producción, creatividad y talento con las que hay prestar un nuevo servicio público que sea reconocido por su valor social diferencial del que ofrece la competencia privada. José Rúas-Araújo, José Fernández-Holgado y José Ángel Alén-Amil, en el capítulo quinto, abordan la regulación de los

debates electorales en el servicio audiovisual público, en el marco del conflicto registrado en Cataluña y la aplicación del artículo 155 de la Constitución. Abogan por la profundización de la regulación de las televisiones públicas, estatal y autonómica y apuntan al OFCOM del Reino Unido, como modelo y servicio a seguir.

La profesora Carmen Costa-Sánchez, en el capítulo seis, desarrolla la relación existente entre reputación y competencia considerando que la unión de ambos conceptos es sinérgica y contribuye a vencer en la batalla de la credibilidad, de la referencialidad y de la confianza. Pero sin confianza, no hay reputación. La autora considera que gestión reputacional, a falta de un análisis de documentos internos de planificación y estrategia, semeja más reactiva que proactiva. El séptimo capítulo desarrolla una investigación de Sara Pérez-Seijo y María José Benítez de Gracia sobre la implementación de narrativas inmersivas. Corrobora que esa apuesta por las narrativas inmersivas, de las radiodifusoras públicas, va más allá de la mera experimentación tecnológica. Casos como el de France Télévisions, Radiotelevisión Española o Radio Télévision Belge de la Communauté Française prueban que el servicio audiovisual público trata de aprovechar las oportunidades y ventajas del formato inmersivo, con foco en el vídeo 360°, y producir contenidos no solo de valor informativo, sino también social, educativo y formativo.

Ana María López-Cepeda, en el capítulo ocho, perfila la participación en los medios de comunicación públicos como un medio de cumplimiento de las nuevas exigencias sociales. Apunta tres líneas de actuación: la participación institucionalizada, representación mediada y la

autorrepresentación o derecho de acceso. María-Magdalena Rodríguez-Fernández y Eva Sánchez-Amboage, en el capítulo nueve aportan los resultados de su estudio de monitorización de las radiotelevisiones públicas de España y Portugal en Facebook para identificar los acontecimientos que han impactado en sus usuarios y conocer sus reacciones, se evidencia la importancia que Facebook representa para las radiotelevisiones públicas de España y Portugal como plataforma de difusión, información y promoción de acontecimientos sociales, poniéndose de manifiesto la importancia que FB representa para las radiotelevisiones públicas de España y Portugal como plataforma de difusión, información y promoción de acontecimientos sociales. La identificación de modelos y tendencias de la radiotelevisión pública regional europea cierra el volumen y en él, Marta Rodríguez-Castro y Mónica López-Golán identifican con ejemplos de descentralización y de pérdida de autonomía. Las autoras establecen la necesidad de lograr un compromiso político claro que permita proteger, tanto mediante el desarrollo de políticas a nivel regional, nacional y europeo como a través de una financiación sólida y estable, la existencia de un sistema audiovisual público regional fuerte, de valor y al servicio de los ciudadanos.

La lectura de este Cuaderno facilita una mejor comprensión de los valores e indicadores del servicio audiovisual público en Europa, si no que incentiva la reflexión sobre la forma de garantizar su futuro que garantiza el acceso a contenidos de calidad con carácter participativo.

*María Yolanda Martínez Solana*  
Universidad Complutense

# Innovación en Comunicación. Retos en la TV pública europea y en el periodismo móvil

Miguel Túñez Lopez / Francisco  
Campos-Freire (Editores)

Cuadernos Artesanos de Comunicación /  
141 Edición Sociedad Latina de  
Comunicación Social

Este Cuaderno Artesano de Comunicación (CAC), sitúa el foco en la revisión de la gestión de la innovación en los servicios audiovisuales de las radiotelevisiónes públicas europeas, así como en el estudio de la innovación aplicada a los sistemas de gobernanza, financiación y/o rendición de cuentas; y la creatividad e innovación en las programaciones, emisiones, redes sociales, realidad aumentada, narrativas transmedia y difusión de contenidos informativos, de entretenimiento y otros servicios aplicados en los medios audiovisuales públicos europeos. En torno a nueve artículos de veintisiete profesores de once Universidades de España (Carlos III, A Coruña, Sevilla, Navarra, Barcelona, Ramón Llull Blanquerna, Castilla-La Mancha, Santiago, Pompeu Fabra, Málaga y EAE Bussines School), se pretende avanzar en un asunto medular para los medios audiovisuales en el siglo XXI, la innovación como clave para adaptarse a los avances tecnológicos y hacerlos compatibles con la demanda de contenidos de calidad en el entorno europeo.

Las estrategias para la revalorización de los archivos audiovisuales son el objeto de análisis del primer capítulo cuyas autoras son las profesoras Mercedes Cari-

dad Sebastián, Ana María Morales García, Sara Martínez Cardama y Fátima García López, de la Universidad Carlos III de Madrid aborda. Se enfrentan modelos de conservación y difusión y se concluye que la estrategia más frecuente se relaciona con el Acceso Expandido, constatándose que estrategias transmedia no se aplican y que en lo referente a los archivos audiovisuales se encuentran en una etapa prematura en relación con este tipo de usos de reutilización del contenido.

Los canales de televisión públicos no son ajenos a la crisis derivada de los cambios que se han registrado en los mercados televisivos y al debate que se ha instalado sobre la necesidad de su existencia y a sus formas de gestión. Europa se está cuestionando la fórmula de los canales públicos de televisión. Las profesoras Carmen Costa-Sánchez, de la Universidade da Coruña, y Victoria Guarinos, de la Universidad de Sevilla, en el capítulo 2, determinan tres indicadores sintéticos para medir y evaluar la solidez de la comunidad de seguidores online, para analizar el grado de transparencia en la información corporativa y de balance y para conocer el nivel de lo que conceptúan como orgullo de representación generado. La necesidad de observar a las radiotelevisiónes públicas en el entorno web es el objetivo del capítulo 3, elaborado por María-Magdalena Rodríguez-Fernández, Eva Sánchez Amboage, profesoras de la Universidade de A Coruña, y Carlos Toural Bran, profesor de la Universidade de Santiago de Compostela. La conclusión es que los sitios web de las radiotelevisiónes públicas europeas no cumplen con las expectativas de sus usuarios y habiéndose detectado una duración de las visitas limitada y una tasa de rebote elevada. Ana Azurmendi, de la Universidad de Navarra, destaca la tendencia observada entre las televisiones de

servicio público de los países europeos para reconectar con las audiencias jóvenes ante la dramática pérdida que se ha sufrido ese rango de edad. En el capítulo 4, se realiza una revisión exhaustiva del contenido transmedia de las televisiones públicas, que han registrado mayores audiencias tanto en áreas de contenidos de entretenimiento como de informativos webdocs.

El volumen recoge, además la investigación sobre un asunto que es de candente actualidad por los acontecimientos políticos registrado en Cataluña, El discurso reproducido como indicador del pluralismo interno de los medios de comunicación: el caso de los telediarios de TVE y TV3. M.<sup>a</sup> Ángeles García Asensio, Carlos Aguilar Paredes, Lucía Jiménez Iglesias y Lydia Sánchez Gómez, profesoras de la Universitat de Barcelona, y Cristina Ruiz Moreno, de la Universitat Ramon Llull-Blanquerna, en el capítulo 5, realizan un análisis de las noticias políticas emitidas por dos televisiones públicas (TVE1 y TV3) en periodo preelectoral, desde la faceta lingüística, y también desde la discursiva. La conclusión es que se pone de manifiesto la necesidad de incorporar el discurso reproducido como indicador de la calidad democrática del medio.

El impacto de la crisis económica que sacudió particularmente a algunos países, entre ellos, España tuvo sus resultados en las radiotelevisiones públicas que se han podido cuantificar. Se advierten dos trienios con tendencias diferentes: la constricción presupuestaria que caracteriza al periodo 2010-2013 y una cierta recuperación en los años 2013-2016. Son datos que se obtienen en el capítulo 6, que aborda La Europa de dos velocidades reflejada en la financiación del servicio audiovisual público a través de un análisis basado en los presupuestos. Los profesores Óscar Juanatey-Boga, Valentín Alejandro y Martínez-Fernández, profesores

de la Universidade da Coruña, y Marta Rodríguez-Castro, de la Universidade de Santiago de Compostela, realizan un análisis exhaustivo sobre la evolución de la financiación de las radiotelevisiones públicas (RTVP) europeas entre 2010 y 2016.

Tres de cada cuatro informaciones (74%) emitidas por Televisión Española (TVE) son temas de información institucional con un enfoque que «favorece, refuerza o avala la imagen del Gobierno y de los organismos afines», relevante conclusión que ha obtenido en su investigación los profesores, Xosé Soengas-Pérez, de la Universidade de Santiago de Compostela, Carlos Elías-Pérez, de la Universidad Carlos III, y Ana María López Cepeda, de la Universidad de Castilla-La Mancha y que se recoge en el capítulo 7.

La innovación en la rendición de cuentas de los medios de comunicación de servicio público (PSM). El caso de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuales (CCMA), en el capítulo 8, aborda uno de los aspectos que contribuye a legitimar, o no, a las empresas e instituciones: la transparencia. Con mayor relevancia si se aplica a los servicios públicos de radiotelevisión y a través del estudio de los sistemas de gobernanza y Responsabilidad Corporativa de los medios audiovisuales públicos catalanes. Los profesores Joaquín Marqués-Pascual y Juan Morillo Bentué, profesores de EAE Business School, y Joan-Francesc Fondevila Gascón, profesor de la Universidad Pompeu Fabra, se decantan por la actualización de los instrumentos de rendición de cuentas, ya que los vigentes se encuentran estancados desde hace 10 años.

Los profesores Sara Pérez-Seijo y María Melle Goyanes, de la Universidade de Santiago de Compostela, y Francisco Javier

Paniagua Rojano, profesor de la Universidad de Málaga, en el último capítulo, abordan las narrativas inmersivas y organización de los contenidos 360 grados en plataformas digitales analizando, a tal fin, las páginas webs y los canales de YouTube de las radiodifusoras que implementan narrativas inmersivas en contenidos con vídeos 360°.

Las palabras clave o descriptivas seleccionadas, ponen de manifiesto la voluntad de quienes han intervenido en la edición de este Cuaderno, las bases sólidas sobre las que habrá de cimentar las televisiones públicas si se quiere garantizar su futuro (algo que para una sociedad desarrollada debería estar fuera de toda duda): la innovación (como garantía de una sana competencia con las privadas), los indicadores de calidad (para tener herramientas que aporten parámetros objetivos del estado de la cuestión) y el periodismo móvil (que debe considerarse como algo sinérgico y no como un pariente pobre).

*María Yolanda Martínez Solana*  
Universidad Complutense

## La TV Pública en Europa: Innovación, Retos y Tendencias

*Marta Rodríguez-Castro,*  
*Sara Pérez-Seijo,*  
*Francisco Campos-Freire (Editores)*  
Cuadernos Artesanos de Comunicación /  
146 Edición Sociedad Latina de  
Comunicación Social

El periodo 2020-30 es la secuencia escogida por los autores de este Cuaderno

Artesano de Comunicación, para realizar un intenso escrutinio de lo que ha sido el devenir servicio del audiovisual público, desde sus inicios hasta la imprescindible adaptación a internet y, además enunciar los retos a los que se enfrentará en el primer tercio del siglo XXI. Es el resultado de un trabajo coral realizado por investigadores de 10 universidades, y en torno a 11 trabajos, la publicación desbroza lo que debe ser el futuro de los medios públicos, partiendo de una realidad, que su existencia es tan necesaria como en sus albores, pero asumiendo que la aparición de Internet ha modificado los marcos de funcionamiento, tanto desde el punto de vista morfológico como semántico.

La función y el concepto de servicio público de radiodifusión debe mutar, para adaptarse a la realidad imperante en los dos primeros decenios del siglo actual, a «servicio público para internet». La BBC, siempre pionera en el mantenimiento del concepto de medio público ya ha incluido en sus planteamientos estratégicos, es evidente que el primer reto será en convertirse en servicio público de comunicación para la era del Internet de las cosas y de la inteligencia artificial. El segundo reto se refiere al ámbito regulatorio y se refiere a la Nueva Directiva Europea, y su necesaria trasposición, en 21 meses a partir de finales de 2018, a la legislación de los estados europeos. Las plataformas y redes digitales también están incluidas en la nueva regulación que las que obliga a asumir algunas responsabilidades editoriales y a contribuir con un 30 por ciento de sus ingresos en este mercado a la producción audiovisual europea. En 2020 España tendrá que haber adaptado la normativa y deberá revisar y reformar tanto la Ley 7/2010 General del Audiovisual, que es la norma bá-

sica estatal de referencia, como también las legislaciones audiovisuales de las Comunidades Autónomas con competencias compartidas. Los años 2019 y 2020 exigirán a los parlamentos del estado y de las comunidades autónomas una revisión normativa y estratégica de la comunicación audiovisual en general y de los medios.

Más cercano aún está el tercer reto que afrontar por parte de la televisión terrestre española, pública y privada. Antes de junio de 2020 deberá completar la migración de la banda de 700 megahercios de la TDT a la de 470-694 MHz para implantar la tecnología 5G para los operadores de servicios móviles. Todo este proceso se enfrenta a un escenario tecnológicamente complejo y fragmentado desde el punto de vista regulatorio pero que debe garantizar el acceso universal, toda vez que el servicio audiovisual público es imprescindible en el siglo XXI. Y, si hay algo que puede y debe garantizar afrontar los retos tecnológicos es un marco de financiación suficiente y estable. Las radiotelevisión públicas europeas están embarcadas en grandes procesos reformadores, imposibles sin suficiencia financiera, en un mundo sujeto a tensiones inevitables, como el generado por el Brexit. En el caso español los medios audiovisuales públicos sufrieron uno de los mayores recortes presupuestarios en el periodo 2010-2016 (-27%), dentro de la UE. Sin la estabilidad financiera y sin una firme apuesta de los países europeos por un servicio público esencial, cualquier vaivén que se registre podría dejar sin efecto la superación de este cuarto reto.

Ya sea en el siglo XX o en el XXI uno de los principales problemas a que se enfrenta el sector es a la superación de la

confrontación y polarización, íntimamente relacionadas con las dinámicas impuestas por los partidos políticos (ya sea en la oposición o en el gobierno) en relación con el uso del servicio audiovisual público. Este quinto reto puede llegar a lesionar la credibilidad de los servicios públicos y a provocar una desafección por parte de los usuarios. Estrechamente relacionada con la credibilidad se encuentra la reforma de la gobernanza, ya que las corporaciones audiovisuales necesitan reforzar su credibilidad por esta vía. Transparencia, rendición de cuentas y responsabilidad, son los conceptos que deben imperar en la toma de decisiones garantizarían la asunción del sexto reto. La Unión Europea de Radiodifusión enunció en 2012 los que deben ser los pilares esenciales de la radiotelevisión pública: universalidad, calidad, independencia, diversidad, innovación y rendición de cuentas, necesarios para el servicio audiovisual público, a los que ha de sumarse otros aspectos o valores emergentes de la sociedad digital actual, los autores establecen este como el séptimo reto de la radiotelevisión pública para los próximos años.

La innovación constituye una línea estratégica para culminar la transformación del servicio audiovisual público, y no solo se trata de mantenerse, en un entorno cambiante si no de competir y garantizar su sostenimiento a largo plazo, este octavo reto da paso al siguiente, la alfabetización mediática, imprescindible dada la preocupante realidad de las *fake news* y de la pérdida de confianza en las instituciones. Por último, los autores enuncian el décimo reto, la reafirmación del valor social del servicio audiovisual frente a los valores de cambio y uso.

La identificación de los retos, por parte de los autores, pone el foco en lo relevante y en lo estratégico y permite trazar las líneas de necesidades y aspiraciones del servicio audiovisual público. Reforzar la legitimidad del servicio audiovisual; mejorar y proteger la independencia, transparencia y rendición de cuentas de su gobernanza para incrementar esa confianza y credibilidad; una financiación suficiente, sostenible, previsible, plurianual e independiente y una regulación tecnológica que garantice el mantenimiento de la universalidad de presencia de los servicios audiovisuales públicos en las plataformas digitales, entre otras vías de actuación.

Transitar por las páginas de este Cuaderno Artesano de Comunicación permite acceder a todas las facetas del análisis que requiere una transformación tan evidente como la del servicio audiovisual público, con líneas de gestión realistas y validadas. Como colofón, el último capítulo expone un sistema experto de análisis financiero aplicado a las televisiones privadas ecuatorianas Teleamazonas y Ecuavisa como experiencia piloto, que podrá aplicarse en futuros trabajos a los medios de comunicación de titularidad estatal.

Esta publicación garantiza el acceso a un mensaje descriptivo, tras una investigación en relación a un tema con muchas facetas y que proporciona las claves para poner al día los conocimientos sobre un aspecto crucial de la sociedad del siglo XXI, el papel que deben desempeñar los medios audiovisuales públicos en el acceso a la información, como elementos de equidad en el acceso de contenidos informativos y formativos.

*María Yolanda Martínez Solana*  
Universidad Complutense

## La crisis de lo real Representaciones de la crisis financiera de 2008 en el audiovisual contemporáneo

*Javier Marzal Felici,*  
*Antonio Loriguillo-López,*  
*Aarón Rodríguez Serrano,*  
*Teresa Sorolla-Romero (Eds.)*  
Valencia: Tirant Humanidades, 2018

Cuatro editores, Javier Marzal, Antonio Loriguillo-López, Aarón Rodríguez y Teresa Sorolla-Romero, se lanzan a la interesante tarea de reunir reflexiones sobre las representaciones de la crisis financiera de 2008 en el audiovisual contemporáneo. El título, «La Crisis de lo Real», es sugerente, pero abre ya un campo de ambigüedad en el que se mueve todo el libro, que apenas habla sobre la representación de nuestra última crisis económica, la acaecida en 2008, pero sí sobre la crisis de representación de la realidad en una sociedad arrasada por una transformación incierta, atenazada ante «la caída de los ideales que ordenaban el entramado simbólico», como describe Shaila García.

El libro se divide en trece capítulos, heterogéneos tanto por su contenido como por su enfoque, en los que se abordan la crisis (económica, de representación, de memoria,..) desde análisis de películas de género, la publicidad, los documentales e incluso modelos de producción audiovisual alternativos.

«La Crisis de lo Real» comienza con dos capítulos que hablan sobre la representación de la crisis financiera de 2008

en el terreno de la fotografía y el cine. Javier Marzal y María Soler se sumergen en el campo de la fotografía «espectacular» de las obras premiadas del World Wide Photo 2009-2013 y en el cine mainstream. El segundo capítulo, «Retorcer lo real: discursos de la fotografía documental contemporánea», de Marta Martín, aborda la fotografía «documental», más crítica, política y personal de autores como Julián Barón, Fosi Vegue, Mario Zamora y Toni Amengual. La combinación de ambos capítulos, al estar ordenados uno detrás de otro, crean un contraste que ayuda a entender las corrientes actuales de representación de los grandes fenómenos que nos acontecen y la domesticación de la imagen con el propósito de que nada cambie.

Shaila García Catalán, autora del tercer capítulo «Los desheredados. El Otro pulverizado en nuestra cultura visual», escoge un enfoque Lacaniano para hablarnos de una crisis de la realidad, en la que, según Jacques-Alain Miller, el Otro ha desaparecido y en la que la intimidad es imposible porque ha sido sustituida por la «extimidad», debido a la compulsiva necesidad de registro que, en un contexto de redes sociales, generan imágenes fantasmas, «ajenas a todo principio de realidad», que desaparecen en un mar de infinitas imágenes.

El cuarto capítulo está dedicado al análisis de las producciones del cine de terror actual, concretamente, sobre los fantasmas, que no deja de ser un miedo a la pobreza en un contexto de crisis urbanística. «Casas encantadas en tiempos de crisis urbanística: el cine de terror contemporáneo al trasluz de la destrucción del Estado del Bienestar», de Aarón Rodríguez hace un repaso a los distintos títulos de casa encantadas aunque

cabe destacar su análisis de películas como «Sólo los amantes sobreviven» de Jim Jarmusch, situada entre Tanager y Detroit, ciudad fantasmagórica, arrasada por la crisis económica y «The Conjuring 2» (Wan, 2016).

Teresa Sorolla se decanta también por el género de terror y analiza «Abre los ojos» (Amenabar, 1996) como un claro ejemplo de *mindgame film*, cuyo relato fragmentado es sintomático de una sociedad postmoderna. El libro continúa en el análisis filmico con «POV (Point of View)». José Antonio Palao habla sobre el uso del punto de vista en la película *Colossal* (2016) de Nacho Vigalondo, quien convierte «una narrativa en un relato» y cuyo estilo conduce a una pretendida transparencia que exige la sociedad actual.

Los siguientes dos apartados hacen una reflexión sobre la memoria y su representación audiovisual, tanto a través del documental como de la ficción. «¿Para qué recordar? Representaciones del pasado en el cine de lo real: fabricación, re-construcción e interpretación de la(s) memoria(s) colectiva(s)» trata sobre la proliferación de reconstrucciones de hechos pasados como síntoma de una sociedad amnésica. Para adentrarse en ese terreno analizan tres tipos de «cine de lo real»: el documental de propaganda de la II Guerra Mundial («Victoria en el desierto», de R. Boutling, 1943), el cine lo real contemporáneo con el trabajo de Basilio Martín Patino, «Casas Viejas: el grito del sur», de 1996; y, por último, el documental interactivo «Seat: las sombras del pasado», obra colectiva de la UAB, de 2012. El autor, Roberto Arnau, observa una liberación sobre la pretendida objetividad influida por los nuevos soportes que desvelan las

herramientas y permiten una interpretación «sin límites».

Pablo Ferrando y Francisco Javier Gómez analizan el film «El Hijo de Saul» (Saul Fia, 2015) centrándose en su punto de vista narrativo. Consideran que la ficcionalización de un acontecimiento, como los campos de concentración, es la única manera «de acercarnos a la información deseada».

Las series de televisión también tienen su espacio. Nekane Parejo analiza la exitosa serie escandinava «Bron/Broen» (Hans Rosenfeldt, 2011), que incorpora dentro de sus tramas la decadencia del Estado del Bienestar nórdico, afectado por una crisis económica en los 90 y que ha reducido su protección social drásticamente las últimas décadas. Esteban Galán, a su vez, se centra en la influencia narrativa de Martín-Santos («Tiempos de Silencio») en la obra de Chirbes, autor de «Crematorio», ambas centradas en describir sendas crisis económicas y éticas, y que fueron adaptadas al audiovisual, una por Vicente Aranda y la otra como serie de TV.

La última parte del libro toca tres áreas muy diferentes: la producción, la publicidad y la incorporación de las pautas del diseño de los videojuegos en las distintas áreas de nuestras vidas. Agustín Rubio y Antonio Loriguillo estudian los rasgos expresivos y narrativos del movimiento #Littlesecretfilm, un colectivo de cine de bajo presupuesto que, bajo unas normas de grabación, integra producción, distribución y exhibición en su web en creative commons. Samuel Gil y Elvira Antón-Carrillo analizan un anuncio «Despertar» de Campofrío, que representa la crisis económica como una oportunidad. Por último, Emilio Sáez

explica en «Gamificación de la vida cotidiana» qué es la gamificación y cuál es la evolución que se prevé que pueda tener esta metodología.

El volumen es variado y rico, pero muy desigual en estilos, contenidos y enfoques. Lo más descorazonador, sin embargo, es la falta de respuesta que el título de libro propone: no trata de las representaciones de la crisis financiera de 2008 en el audiovisual contemporáneo. La veracidad del título del libro está, irónicamente, también en crisis.

*Itxaso del Castillo Aira*  
UPV/EHU

## The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness

*Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy and Jeffery Klaehn (Eds.)*

London: University of Westminster Press, 2018

En 1988 se publicaba una obra central en la investigación referida a los medios de comunicación de masas, como es *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Edward Herman y Noam Chomsky dejaron escrito en ella su modelo de propaganda y los cinco filtros que lo componían, los cuales caracterizaban el sesgo en la producción informativa y la «fabricación del consenso» (expresión tomada de Walter

Lippmann): la propiedad de los medios ligada a la concentración, la dependencia de los anunciantes, la búsqueda seleccionada de fuentes mediante la prominencia de las oficiales, el flak o las presiones respecto a las opiniones críticas y, por último, la ideología dominante con la criminalización de las ideas que cuestionan el capitalismo.

Dicho modelo, sin embargo, no se puede leer como una simple aplicación de funcionamiento monolítico, sino como una herramienta para explicar la complejidad de la estructura de poder mediático que opera en los procesos informativos y la influencia del encuadre de noticias que favorece los intereses de los actores políticos, económicos e ideológicos dominantes. Treinta años después, con el progresivo peso del neoliberalismo, la financiarización y la digitalización, la pregunta que cabe hacerse es si aún sigue teniendo vigencia el modelo de propaganda y de qué manera.

Esta respuesta es la que guía *The Propaganda Model Today: Filtering Perception and Awareness*, donde, desde la contribución de varios autores en los diferentes capítulos que lo componen, se reflexiona sobre los nuevos vectores de desarrollo analítico del modelo, tal y como constituyen los nuevos contextos comunicativos, Internet y el ecosistema de medios digitales o las situaciones de crisis de hegemonía en las que intervienen sujetos con narrativas y repertorios alternativos.

Del mismo modo que el número de filtros, el volumen de Carañana, Broudy y Klaehn cuenta con cinco grandes puntos a señalar. El primero de ellos es la valentía de abordar y explorar las dimensiones de un modelo consagrado tratando de

identificar la adaptación de sus características al período socio-histórico presente, donde la entrevista inicial con Herman es el preludio idóneo antes de adentrarse en la redefinición del modelo de propaganda en la actualidad.

En segundo lugar, se encuentra la propuesta de inclusión de nuevos filtros. Las críticas neoliberales y desde la óptica neogramsciana al modelo han dado lugar a un debate (más enriquecedor en el caso de las segundas) en relación a la consideración de sextos filtros. Nos encontramos en el libro con varias ideas, entre ellas dos como quizás las más interesantes al respecto. La primera sería el marco conceptual de la seguridad del sistema entendido como la protección del capitalismo global mediante mecanismos digitales de control para garantizar la estabilidad del *statu quo* (se cita lo ocurrido con los casos de Snowden, Assange o Manning) mientras que la segunda enraizaría con la consideración sociológica del periodismo y sus prácticas diarias como profesión, fuera del foco de un modelo más centrado en la estructura político-económica, lo cual serviría para ampliar sus límites y ayudar a su mejor comprensión.

Como tercer punto, el capítulo de Fuchs establece uno de los anclajes más consistentes de la obra al conectar el modelo de propaganda con el estudio crítico de Internet, las redes sociales digitales y el Big Data. Con una tesis similar a la que planteó en *Social Media: A Critical Introduction*, realiza una desmitificación del ciberutopismo (también sugerida por Morozov o Rendueles) exponiendo las asimetrías de poder y visibilidad que operan de manera jerarquizada en la Red, donde el modelo mantiene su identidad, pero necesita ser

adaptado a las particularidades del escenario de digitalización del capitalismo, de los medios y de los espacios.

El cuarto aspecto más destacable es el hecho de analizar, más allá de los rasgos generales del modelo, el alcance y la especificidad del mismo mediante realidades concretas de otros países diferentes a Estados Unidos, donde Herman y Chomsky pusieron el foco de su análisis. El filtro de la ideología dominante ha reemergido con fuerza en los países occidentales debido a la crisis de los partidos tradicionales y la irrupción de nuevos actores políticos. Tal es el caso que se puede observar en los apartados de Álvarez-Peralta y Labio-Bernal con la batalla de la disputa discursiva en lo que se refiere al ámbito español. La insistencia del *mainstream* mediático en asociar a Podemos con el comunismo y el populismo responden a la intencionalidad de vincular este nexos como representación de una amenaza contra el orden establecido.

Finalmente, podemos indicar como quinto elemento los diversos estudios de caso de la parte final. A través de una variada tipología de ejemplos, se contempla la aplicación del modelo de propaganda en distintas áreas, donde cabe reseñar dos al respecto. El primero de ellos, por su carácter innovador yendo más allá de los campos de investigación usuales, versa sobre la cobertura informativa de los propietarios de equipos deportivos frente a la de los jugadores profesionales, donde para la de estos se usarán más términos negativos frente al tratamiento para describir a los propietarios para el que, como clase dominante, será más amable. Por otro lado, se encuentra, por lo gráfico y significativo que resulta, la comparación

analítica del apoyo mediático al golpe de Estado en Venezuela en 2002 frente a la demonización de las protestas en México con el levantamiento zapatista o las movilizaciones en Oaxaca, donde los criterios de noticiabilidad y delimitación del carácter de víctimas y culpables variará en función de los intereses de poder en juego.

Si bien se entiende que debe haber una limitación en la acotación de la materia, quizás se podría haber dedicado una serie de capítulos a examinar y profundizar en la dimensión de los filtros en parcelas como el reparto de la publicidad institucional, la influencia del *clickbait* en el periodismo digital, la perspectiva de género informativa (cuenta con un pequeño esbozo en la introducción) o el impacto de las *fake news* con la extensión e intensificación del nacionalismo y el crecimiento de las fuerzas de extrema derecha como propuestas de interés a considerar. No obstante, no se cae en un compendio de reflexiones solapadas sobre una misma temática, sino que existe una linealidad que va trazando el libro a través de sus páginas.

En definitiva y como conclusión, treinta años después nos encontramos con la verificación de las principales hipótesis que Herman y Chomsky proponen para validar empíricamente el modelo de propaganda. Carañana, Broudy y Klaehn rinden con ello el mejor homenaje posible reformulando su obra para mejorar y expandir la utilidad y vigencia del modelo en un volumen clave sobre su análisis absolutamente recomendable a investigadores, periodistas y estudiantes.

Gonzalo Peña Ascacibar  
Universidad Complutense Madrid

## Ver para creer. Avatares de la verdad cinematográfica

Santos Zunzunegui  
e Imanol Zumalde

Madrid: Cátedra, Signo e imagen

Que el documental se ha convertido, de un tiempo a esta parte, en un «concepto fetiche» (p. 16) de nuestra cultura visual es algo que, más o menos, podemos intuir con facilidad. Buena muestra de ello serían no solo las manifestaciones más comunes de este género cinematográfico (praxis filmicas que llamaremos, por el momento, *documentales*), sino también todas las réplicas colaterales en las que la noción de imagen documental está en buena medida implicada y con las que convivimos a diario. Fotografías publicadas en diversos medios informativos (on-line y lineales), telediarios, imágenes salidas de dispositivos de vigilancia o los mil y un formatos de entretenimiento audiovisual vinculados con la realidad retransmitida son solo algunas de las manifestaciones que estarían moldeando el retrato de la tan traída y llevada captura de lo real.

Este escenario, que podríamos pensar como protagonizado exclusivamente por un rico crisol de estampas más o menos animadas, se mezcla con el innegable contexto crítico —de cuestionamiento— en el que actualmente se desenvuelven gran parte de los discursos de autoridad de la historia de occidente. Y tal simbiosis, donde se intercambian sus posiciones el síntoma (aquellas imágenes) y la causa (esta fragilidad discursiva), da como resul-

tado un *cóctel molotov: fake news, post-truth* y algún otro anglicismo nos sirven ahora para reducir y retratar convenientemente estados de la cuestión bastante complejos. Ante esta atmósfera a todas luces enrevesada en la que se dan cita muchos actores, muchos relatos y muchos intereses, la función de este manual de uso (que no exclusivamente ensayo analítico) es clara desde el comienzo: asentar los cimientos teóricos de estas cuestiones nos ayudará a los trabajadores del audiovisual a disipar muchos de los conflictos descritos y, lo que creo que es más interesante, nos guiará como usuarios que somos (queramos o no) de esta sociedad de la imagen a transitar por un camino en el que (queramos o no) ya estamos inmiscuidos.

Por eso, *Ver para creer. Avatares de la verdad cinematográfica* no tiene tiempo ni espacio que perder y entiende este cóctel explosivo como un mosaico donde cada tesela, fotograma o píxel es un ingrediente que requiere de una minuciosa aproximación analítica que nos servirá para comprender la imagen global surgida de ese conjunto de aparentes nimiedades. Zunzunegui y Zumalde parten de este contexto y ofrecen un completo estudio de la imagen (audio)visual —sobre todo de aquella que se arroga pretensiones informativas para dar cuenta de unos hechos— y de sus principales manifestaciones históricas y contemporáneas. En él el lector encontrará, tan solo con leer la introducción y el primer capítulo del libro, los rudimentos básicos para encarar los desafíos de un entorno mediático técnica e ideológicamente sofisticado. Pero esta investigación va progresivamente creciendo a lo largo de sus más de trescientas páginas hasta proponer un importante corpus de referencias de autores imprescindibles en el estudio de la imagen, de-

sarrollos argumentales que aclaran cada concepto introducido en el texto y análisis de prácticas documentales que ilustran los conocimientos expuestos.

En lugar de presentar este material como la glosa del devenir histórico de algunas de estas prácticas o un inventario de nombres y obras, el volumen opta por otra fórmula: divide su contenido en dos partes (a su vez seccionadas por diversos ejes temáticos) donde plantea, en los siete primeros capítulos, las bases o el balance teórico necesario para afrontar conceptos como los de efecto-verdad, el hacer persuasivo, la verosimilitud multiestable o la verdad documental, entre otros; y deja espacio, en su segunda sección con cinco capítulos más, para cartografiar el vasto campo del, ahora sí, cine documental. Para ello se echa mano, tal y como afirman sus autores, de la semiótica estructural, de los estudios fílmicos y de la ciencia de la historia principalmente que, junto a la incorporación de cierto material gráfico, se alían en la configuración de un texto que ahonda y destaca algunas cuestiones. Por ejemplo, este volumen subraya con agudeza el necesario desplazamiento que debe producirse a la hora de comprender la imagen documental donde la clave no residiría en su aparente vínculo directo con unos referentes extradiscursivos (mundo histórico, referencia extradiegetica, sucesos acontecidos o como queramos llamar a la realidad), sino, precisamente, en la modelización de esos hechos bajo unas formas discursivas sancionadas como convincentes tras el consenso o pacto previo firmado con un espectador predispuerto a creer tal relato. Digamos que, como explican Zunzunegui y Zumalde aludiendo a todas las aristas, matices y elementos que implican estos postulados, el documental pretende

y pide que se asuma como fiable aquello que presenta. Como literalmente se expone en este estudio, «el documental ha de ganarse ( ) la credibilidad de su intérprete» (p. 79). Y, para entender ese proceso, este volumen ofrece al lector algunas herramientas de gran utilidad: por un lado, propone una sobresaliente definición de lo que es un documental que vendría a culminar parte de las exposiciones previas (recomendaría consultar con detenimiento la coda de la página 157); y, por otro, construye una suerte de plantilla, retícula o protocolo de análisis que sin la intención de agotar el inabarcable panorama del documental cinematográfico sí se revela como eficaz para extraer y explicar algunas de las características del documental desde sus prácticas iniciáticas o relativamente tempranas (obras del catálogo Lumière, Vertov, Riefenstahl o Jennings, entre otros) hasta nuestros días (Herzog, Mekas, Straub y Huillet, Lockhart, Takahiko o Seidl). Esta manera de proceder interpela directamente a los manuales más conocidos en el estudio del documental. Por decirlo claramente: la presente obra se sitúa muy lejos del conjunto de anécdotas pintorescas que nos propone la *Historia y estilo* de Erik Barnouw, pero, también, discute mercedamente las objetables modalidades de representación de la realidad de aproximaciones como la de Bill Nichols.

La pulsión esclarecedora que caracteriza a este texto —especialmente visible en su propuesta de taxonomía no excluyente de documentales—, se percibe igualmente en el examen de prácticas periféricas que no se limitan al conocido subgénero del falso documental, sino que atiende también al cómic documental, las reconstrucciones, la fotografía de fantasía, las ficciones televisivas, los trampantojos,

la *performance capture* y un largo etcétera de géneros degenerados. Son, precisamente, los rigurosos análisis de estos y otros avatares situados al margen de lo común (y a los que este libro concede su espacio de significación), lo que nos permite completar y apreciar con mayor claridad si cabe los procesos de construcción que residen en la propia norma de la *verdad cinematográfica*.

Nieves Limón  
Universidad Carlos III

## Periodismo con futuro

Iván Puentes-Rivera,  
Francisco Campos-Freire,  
Xosé López-García (Editores)  
Porto: Media XXI, 2018 (108 páginas)

Los retos a los que presumiblemente ha de enfrentarse el periodismo en los próximos años son la materia que protagoniza *Periodismo con Futuro*. El volumen, elaborado en el marco de actividades de la red XESCOM, cuenta con la participación de más de veinte investigadoras e investigadores coordinados por los profesores Iván Puentes-Rivera, Francisco Campos Freire y Xosé López García.

La obra se inicia con una reflexión sobre el papel del periodismo como guardián del Estado, advirtiendo que la implantación de Internet ha traído consigo nuevas vías de participación para la ciudadanía, tanto en los medios de comunicación como en el día a día de la sociedad. En este contexto de cambios, Xosé López García, Ana Isabel Rodríguez Vázquez,

Jorge Vázquez Herrero y Cruz Negreira describen algunas de las nuevas formas periodísticas surgidas a lo largo de los últimos años en el marco de la innovación tecnológica. Se trata de conceptos como las narrativas transmedia, el periodismo móvil o la co-creación de contenidos por parte de los usuarios, materias en las que se profundiza en mayor medida en los capítulos subsiguientes.

En el segundo capítulo, Francisco Campos Freire y Marta Rodríguez Castro dan cuenta del grado de adaptación de algunas de las principales radiotelevisiónes públicas europeas al nuevo contexto digital. Partiendo de diferentes estudios dirigidos a conocer la percepción de la ciudadanía sobre la independencia de los medios de comunicación en sus respectivos países, se busca dar cuenta de qué estrategias siguen corporaciones como la *BBC* (Reino Unido), *France TV* (Francia), *YLE* (Finlandia) o *NPO* (Países Bajos) para mantener los altos estándares de calidad y el grado de compromiso con la sociedad que se les exige dada su naturaleza de medios públicos.

José Rúas Araújo, Iván Puentes Rivera y Ana Belén Fernández Souto hacen un repaso por el crecimiento que la desinformación y los mensajes populistas han experimentado durante los últimos años. Los autores se hacen eco de la proliferación de este tipo de contenidos caracterizados por la polarización y la simplificación. Inciden, además, en la necesidad de alfabetizar tanto digital como mediáticamente a la ciudadanía. Todo ello con el objetivo de proveer al usuario de mecanismos a través de los cuales poder identificar el sentido y la procedencia de los contenidos que consume en cada momento.

La importancia de la anticipación se ha erigido como una de las señas de identidad en el panorama comunicativo existente en la actualidad. Valentín Alejandro Martínez Fernández, Óscar Juanatey Boga y Matías Membiela Pollán dedican el cuarto capítulo a destacar la importancia del contenido predictivo en un contexto marcado por la hipersegmentación temática. Así, gracias al uso de algoritmos que reconocen el comportamiento de los usuarios, resulta posible ofrecerle a cada individuo mensajes adecuados a sus intereses creando experiencias únicas y anticipándose a sus deseos.

Otro de los campos en constante avance y adaptación en el sector periodístico es el de los perfiles profesionales. Estos han de adaptarse constantemente a las necesidades del mercado, a la reconfiguración empresarial y a las innovaciones tecnológicas. Miguel Túñez y Ana Gabriela Nogueira se hacen eco en el quinto capítulo de las principales habilidades y competencias que entran a formar parte del perfil profesional del periodista en el siglo XXI. Los autores reflejan en este texto la importancia que la automatización de contenidos, el big data y el empleo de cada vez más herramientas tecnológicas tendrá en el desarrollo de la profesión periodística en los próximos años.

Dentro de esta multiplicidad de herramientas se encuentran, como no podía ser de otro modo, los dispositivos móviles. Estos han sido incorporados al día a día de la práctica periodística, alcanzando tal grado de importancia que incluso se habla ya de formas de periodismo construidas para y desde el teléfono móvil. En el sexto de los capítulos, Alba Silva Rodríguez y Carlos Toural Bran hacen un repaso de las principales líneas de investigación en el campo

de la comunicación y el periodismo móvil que, en la actualidad se centran en aspectos como la usabilidad, el empleo de los dispositivos por parte de diferentes colectivos o el potencial de la tecnología móvil para facilitar la coproducción de contenidos por parte de los usuarios.

La evolución de la narrativa es el aspecto al que Berta García Orosa y Santiago Gallur Santorum dedican el séptimo capítulo. Los autores destacan cómo esta ha sido uno de los aspectos en los que es posible encontrar un mayor grado de evolución en el marco de los procesos de incorporación de las nuevas tecnologías derivadas de Internet, tanto desde el punto de vista del periodismo como desde la óptica de la comunicación corporativa u organizacional. Todo ello gracias a la experimentación y el aprovechamiento del hipertexto, la multimedialidad y la interactividad, características definitorias del nuevo medio.

Ana Isabel Rodríguez Vázquez, Sabela Direito Rebollal y Diana Lago Vázquez muestran algunas de las estrategias que medios de comunicación de talla internacional como *The Guardian*, *The New York Times* o la *CNN* han puesto en marcha con el objetivo de monitorear el comportamiento de sus audiencias. En el marco del contexto hipersegmentado descrito en otras secciones del volumen, cobra mayor importancia conocer cómo y cuándo acceden a los contenidos los usuarios para, de este modo, poder satisfacer sus necesidades. Las autoras destacan, además, la necesidad de proseguir con los avances en el desarrollo de las métricas y la investigación en el campo de las audiencias.

El décimo capítulo, firmado por Xosé Antonio Neira Cruz, sirve para realizar un repaso por la adaptación de géneros periodísticos convencionales como la entrevista,

la crónica y el reportaje al modelo narrativo transmedia. A partir del estudio de tres casos concretos el autor consigue mostrar cómo la narración a través de diferentes soportes sirve para dotar de mayor profundidad los temas abordados al tiempo que, en algunos casos, puede llegar a existir una fina línea entre géneros como, por ejemplo, el reportaje y el documental. Neira Cruz concluye, además, que las narrativas transmedia abren una puerta a la colaboración de la audiencia en la elaboración de los contenidos periodísticos.

En el undécimo y último capítulo, Xaquín Veira González y María Luisa Otero describen pormenorizadamente las diferentes fases de creación de un producto infográfico basado en una gran base de datos. Los autores toman como ejemplo la visualización «Unaffordable Country», publicada por el diario británico *The Guardian* para exponer cómo gracias a la infografía multimedia es po-

sible dar cuenta de un gran volumen de datos que, de otra forma, sería muy complejo transmitir. Los autores reflejan también el potencial de la visualización como fórmula para establecer contacto entre los medios de comunicación y la audiencia.

Por tanto, *Periodismo con Futuro* busca dar cuenta de los desafíos a los que se enfrenta la profesión periodística en la actualidad, así como aquellos que se prevén para los próximos años. Todo ello en un escenario comunicativo marcado por el creciente peso de la innovación tecnológica, que influye en gran medida en las decisiones tomadas por los medios de comunicación y lleva a la aparición de un sinfín de posibilidades, tanto desde el punto de vista de la producción de contenido como desde su consumo.

Ángel Vizoso

Universidad de Santiago de Compostela