



PENSAR LOS MEDIOS COMO MÁQUINAS NARRATIVAS

Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento

En *Narrativas mediáticas*, el colombiano Omar Rincón analiza las diferentes formas de narrar en los medios masivos de comunicación.

El libro comienza con un desarrollo de la estética mediática “determinada por una lógica del entretenimiento que hace espectáculo, pensamiento *light*, actitud *new age* y política *reality*”. Sin embargo, no deja de señalar que este contexto da lugar a encuentros, sentimientos colectivos y “encantos para la vida”. Para el autor, la función de los medios es producir, afirmar y transformar las percepciones y representaciones sociales de una realidad conformada por “signos sin sentido, de significantes vacíos, libremente dispuestos para ser llenados por nuevas significaciones”. Rincón se ocupa de detallar los modos de relato de las narrativas periodísticas, de las narrativas publicitarias, de la radio, la televisión y el video. El asunto es pensar los medios “como máquinas narrativas”, explicó a dixit el propio autor. Con

respecto al periodismo señaló que, “por ejemplo, un buen periodista es aquel que demuestra solvencia cuando crea imágenes, atmósferas, relaciona fuentes, junta datos y establece puntos de vista. En fin, cuando te cuenta la historia. El periodismo habla de la realidad desde lo verosímil”, señaló Rincón. Con un estilo sobrio y directo, y una pluralidad de citas aclaratorias, este libro conforma un texto de fluida lectura.

Rincón ha publicado varias obras, sobre todo vinculadas a la televisión: *Televisión: pantalla e identidad*, *Televisión infantil: las voces de los niños*, *Televisión, video y subjetividad* y *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, entre otras. Rincón es director del Posgrado en Televisión en la Pontificia Universidad Javeriana (Bogotá) y en Periodismo en la Universidad de los Andes (Bogotá). También dirige el Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert. ■■

Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento (Gedisa, Barcelona, 2006, 224 páginas).

M. G.