

image not found or type unknown



Los contenidos de los medios de comunicación

Alfonso Sanchez Tabernero

Fecha de publicación:
18/03/2008

Sello Editorial:
Deusto

Contacto de prensa

Nombre: Alba Ríos

Teléfono: 93 492 86 58

Email:
arioss@planeta.es

Nombre: María José Bertrán

Teléfono: 93 492 82 03

Email:
mjbertran@planeta.es

Durante los últimos años han aumentado las voces que critican la evolución de los medios: proliferan las informaciones superficiales; los contenidos de entretenimiento se deterioran; la obsesión por mejorar la rentabilidad ocasiona que no pocos directivos estén más atentos a reducir costes que a mejorar la calidad; la bolsa acentúa el empeño de los empresarios por mejorar sus resultados a corto plazo; y los periodistas, guionistas y - en general - la parte creativa de las empresas pierde protagonismo frente a los gestores y directores financieros.

En su investigación, Sánchez-Tabernero parte de las tres hipótesis: a) en las últimas dos décadas, el contenido de los medios se ha empobrecido, particularmente en el sector audiovisual; b) las demandas del público no constituyen la causa principal de esa tendencia; c) la vulgarización de los contenidos supone una apuesta empresarial de alto riesgo.

En Los contenidos de los medios de comunicación, el autor expone que es posible incrementar la calidad de la oferta sin que esa decisión estratégica se oponga a la lógica del mercado y al interés de las compañías.

Alfonso Sanchez Tabernero

Alfonso Sánchez-Tabernero es vicerrector de Relaciones Internacionales y profesor de Empresa Informativa de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, de la que ha sido decano (1996-2005). Es doctor en Ciencias de la Información por la misma universidad (1988), diplomado en Dirección General por el IESE (1997) y Visiting Fellow del European Institute for the Media (Düsseldorf). Ha sido profesor de las universidades del País Vasco, Manchester, Northwestern (Chicago) y del Institute for Media & Entertainment (Nueva York). También ha sido presidente de la European Media Management Education Association (2002-2004).

Sus últimos libros son Dirección estratégica de empresas de comunicación y Media Concentration in Europe. New Trends and Challenges (con M. Carvajal).