

Aurora Labio Bernal
Reseña de "Informe Anual de la Comunicación 2000-2001" de Bernardo Díaz Nosty
Ámbitos, núm. 8, 2001-2002, 2002
Universidad de Sevilla
España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16800821>

ÁMBITOS
REVISTA ANDALUZA DE COMUNICACIÓN

Ámbitos,
ISSN (Versión impresa): 1139-1979
mjruiz@us.es
Universidad de Sevilla
España

¿Cómo citar? | Fascículo completo | Más información del artículo | Página de la revista

www.redalyc.org

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

ÁMBITOS

INFORME ANUAL DE LA COMUNICACIÓN 2000-2001

DÍAZ NOSTY, Bernardo: Informe Anual de la Comunicación 200-2001, Ediciones

Zeta S.A., Madrid, 2001, 367 pp.

Una vez más, Bernardo Díaz Nosty nos ofrece un nuevo Anuario de la Comunicación, esta vez correspondiente al 2000-2001, que resulta de enorme interés para los especialistas en Periodismo y, fundamentalmente, para los estudiosos de la Estructura de la Información.

En un primer capítulo general, el profesor realiza un análisis de los cambios acaecidos en el mundo de la comunicación durante el último año. Es aquí donde se detiene a ver la tendencia en el sector, en el que se ha producido una fase de aceleración del proceso de concentración iniciado ya hace algunos años. En este sentido, resulta muy oportuno el estudio de la fusión entre America On Line y Time Warner, lo que además queda muy bien ilustrado con la opinión que al respecto han expresado diversos periodistas y profesores norteamericanos.

También es de enorme interés el análisis de los grupos de comunicación más importantes de España, cuya estructura empresarial se muestra además a través de detallados cuadros donde se incluyen todos los datos referentes a empresas, participaciones y accionariado.

A partir de aquí, el libro se divide en sectores dentro del campo de la comunicación. Por un lado, nos encontramos con el capítulo dedicado a la prensa, donde Díaz Nosty realiza un seguimiento sobre su evolución en España y Europa desde varios aspectos. De esta forma, los índices sobre la audiencia por comunidades y provincias se completan con otros sobre la difusión de diarios, dentro del sector deportivo y económico. Todo ello, como hará en el resto de los capítulos, se ilustra además con informes complementarios que avalan los datos cuantitativos y nos animan a la traducción de los datos estadísticos.

Parecida estructura sigue el capítulo dedicado a revistas, destacando en el mismo la advertencia del autor sobre la caída de los semanarios de información general.

Sobre la televisión, Díaz Nosty nos ofrece datos sobre la evolución de la audiencia, dedicando un interesante apartado a Canal Sur, la cadena autonómica andaluza. También resulta oportuna en este capítulo, la parte dedicada a la saturación publicitaria en las cadenas de televisión, a tener muy en cuenta para comprender la tendencia que este medio está sufriendo.

Más cortos resultan los dos últimos capítulos centrados en la radio y la publicidad, que vuelven a contar con tablas y gráficos muy explicativos.

En su conjunto, el Anuario resulta una obra necesaria y útil, una guía cuantitativa y cualitativa imprescindible si se quiere estar al tanto de cuál es el panorama mediático actual.

Aurora Labio Bernal