

Redacción periodística en televisión

Javier Mayoral (coord.); Pablo Sapag; Armando Huerta y Francisco Javier Díez
Síntesis
Madrid, 2008. 255 págs.

Muchas veces utilizamos la expresión *telebasura* —dice Gustavo Bueno— «para referirnos a informativos televisados que otros califican de *sensacionalistas*, porque buscan atraer la atención de la audiencia aun a costa de distorsionar las noticias, subrayando en ellas componentes secundarios pero *llamativos, polémicos o alarmistas*.» Con una reflexión que intenta profundizar en las razones de esta degradación informativa arranca el libro sobre redacción periodística en televisión coordinado por el profesor de la Universidad Complutense Javier Mayoral, y escrito, además de por él mismo, por otros tres docentes de distintas universidades españolas, de Madrid concretamente, como la propia Complutense, la Rey Juan Carlos o la Europea. Tanto Mayoral, redactor de los servicios informativos de Telemadrid, como los demás, poseen una amplia experiencia profesional en medios de comunicación, lo que sin duda se nota en el carácter eminentemente práctico y clarificador de la obra.

Lejos de cualquier afán corporativista, el libro arranca, en efecto, con un capítulo dedicado a «la mala imagen de la imagen», donde se vierten no sólo juicios en contra del medio de distintos expertos, críticos, humoristas... sino datos demolidores como uno del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) de 2003, según el cual el 55,8 % de los españoles considera «vulgares y de mal gusto» los contenidos de la televisión. Los autores no sólo no esconden estos juicios y datos, sino que los muestran públicamente con toda su crudeza y se preguntan cómo es posible que en la sociedad de la imagen en la que vivimos, cuanto más importancia desde un punto de vista cuantitativo cobra la televisión, peor es la percepción que el usuario medio tiene de ella, por no hablar de la que tienen analistas u otros medios de comunicación. Naturalmente no se llega a ninguna conclusión ni respuesta definitiva, pero el libro parece adoptar sabiamente el viejo axioma de «conocerme es quererme» y nos invita con él a conocer un poco mejor el medio por dentro para que de alguna forma empecemos a quererlo.

La autocrítica se inicia con unas bellas palabras de Chantal Maillard (2007): «Yo soy/mis imágenes», que les sirven a los autores para justificar la expresión *Sociedad de la imagen* como abarcadora y superadora de la *Sociedad de la Información*. Si somos nuestras imágenes, y el mundo lo forman las imágenes que de él tenemos porqué no llamar a las cosas por su nombre, parecen decir. En este sentido continúa la estrofa citada: «A la mente le gustan las / imágenes. Con ellas, teje. / Y el tejido hace mundo o lo refuerza» (p. 15). No va a ser ésta, sin embargo, la única referencia poética en el libro. En el capítulo séptimo, para describir la realidad nueva, distinta a la suma de las partes, que genera la concurrencia en televisión del sonido y de la imagen, acuden a la experiencia que tuvo el escritor José Agustín Goytisolo al escuchar por primera vez y por sorpresa sus versos cantados por Paco Ibáñez: «No tuve tiempo para sentirme halagado, porque me asusté. Me parecían poemas de otra persona, escritos como para ser cantados. Sus canciones, no los poemas, eran algo nuevo, hermoso, sorprendente» (p. 178).

Pero no todo son imágenes nuevas, hermosas y sorprendentes. El libro, ya lo hemos dicho, es fundamentalmente un manual práctico de redacción en televisión y como tal explica minuciosamente los complejos vericuetos internos del medio y los distintos trabajos de redactores, editores, productores, coordinadores, jefes de sección, operadores de vídeo... todo ello contado de un modo didáctico con profusión de fotografías tomadas de la pantalla, de textos reales de informativos televisivos, de ejercicios prácticos, de propuestas de discusión docente y de innumerables ejemplos de casos reales bien conocidos por todos: la desaparición de la pequeña Madeleine, el grupo de jóvenes neonazis surgido en Israel... y un sin fin de hechos más que hacen del libro una lectura interesante para estudiantes, profesionales del medio o para cualquiera que quiera adentrarse por simple curiosidad en la «gramática invisible» televisiva. Además de la experiencia propia, los autores aportan la de numerosos profesionales en activo (para el citado séptimo capítulo fueron consultados cerca de cincuenta periodistas). Entre estas experiencias son ilustrativas, por ejemplo, la de la redactora de Antena 3 Esperanza Calvo que considera primordial la colaboración entre profesionales: «En televisión, el gran pilar del trabajo bien hecho se sustenta en la complicidad con el operador de cámara. En mi opinión su labor aporta un 80% a la brillantez de un reportaje» (p. 45). O la de Juan Ramón Lucas de Tele 5 (ahora en Radio Nacional), quien concibe el noticiario como un «discurso coherente», porque «un informativo ha de tener una ilación que se la puede dar el presentador entre noticia y noticia, o el propio editor en la combinación de las informaciones dentro de la escaleta» (p. 74). Tampoco faltan las comparaciones si no poéticas sí por lo menos artísticas entre estos profesionales. Alfredo Uradaci (TVE, Onda 6) está convencido de que «hay un ritmo interno del telediario, pero luego hay un ritmo interno de cada reportaje y de cada noticia. Si cada noticia consigue tener elementos atractivos como para mantener el ritmo, al final aquello suena como una orquesta» (p. 78).

El libro, además de la opinión de los profesionales, cuenta con una bibliografía considerable y variados apoyos teóricos. En este sentido por sus páginas aparecen clásicos de la comunicación y el periodismo como Chomsky, McLuhan, Lasswell o Mainar y autores de referencia más recientes como Martínez Albertos para los géneros en general, Santamaría para los de opinión o Cebrián para los televisivos. Quizá, en aspectos más concretos como el que se refiere a los criterios de selección de la información cabría incluir nombres como el de Warren, pionero de todos los estudios sobre el tema e inspirador de otros teóricos como Mencher. Lo mismo ocurre con Grijelmo a propósito de la estructura de la noticia. Ya en 1996 este autor hablaba de la «erosión de la pirámide invertida», epígrafe precisamente de uno de los capítulos de este libro.

Los condicionantes políticos y empresariales de la información también están presentes, aunque al no ser un texto ni mucho menos de denuncia no se muestran casos concretos que tengan que ver con el sesgo ideológico de las cadenas, sino que simplemente se citan como elementos ajenos a la labor periodística que es en definitiva en lo que se centra esta *Redacción periodística en televisión*. En este sentido es clara la afirmación de Monserrat Domínguez (Telecinco, Antena 3): «Todos sabemos en qué empresa trabajamos, todos dependemos de un sueldo,

todos sabemos cuáles son las directrices empresariales, cuál es la línea editorial, cuáles son las servidumbres del lugar que ocupamos» (p. 92).

Otros asuntos tratados son los relativos a las nuevas tecnologías (televisión por Internet, por telefonía móvil), a los distintos formatos televisivos, o a las fórmulas de opinión de algunos informativos como los de Gabilondo. Este presentador aparece retratado también como una de las «caras» —como las de Erquicia o Milá— que el espectador precisa para identificar un programa o una cadena con un sujeto que le hable, con el *quién dice* que complete, sin que él lo sepa, el clásico paradigma lasswelliano. También son estudiadas por novedosas prácticas como el servicio de imágenes suministrado por instituciones públicas entre las que se cita a la Guardia Civil que, como los históricos gabinetes de prensa con la información escrita, sirven para dar en los medios exactamente la imagen que la institución quiere. Se habla también del periodismo ciudadano y de consejos prácticos para subsanar, por ejemplo, errores de locución en directo. Todo, en definitiva, encaminado a que el lector llegue a familiarizarse con un medio como el televisivo que forma ya parte de nuestras vidas. A él se le podría aplicar con justicia una frase atribuida a Walter Benjamín hace más de ochenta años sobre otro tipo de imagen: «No el que ignore la escritura, sino el que ignore la fotografía será el analfabeto del futuro» (p. 174). O la de Sartre, de hace más de cuarenta: «Hay que aprender a hablar en imágenes, a trasladar las ideas de nuestros libros a nuevos lenguajes» (*ibid.*). Unos lenguajes que sin duda nos servirán para conocer, y por lo tanto querer, al medio.

Pedro Paniagua Santamaría
Universidad Complutense de Madrid